



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE
GUAYAQUIL**

TESINA EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:

**Ingeniería en Gestión Empresarial
Con mención en: Marketing y Publicidad**

Ingeniería en Gestión Hotelera y Turística

**TEMA: Proyecto de Factibilidad para la Elaboración y
Comercialización de una Aplicación en Teléfonos Celulares
Inteligentes de una Guía Hotelera y Turística de la Costa
Ecuatoriana**

AUTORES:

**Luis Arturo Cedeño Suárez
Paola Deseireé Cedeño Suárez**

SEPTIEMBRE 2012

GUAYAQUIL - ECUADOR

DEDICATORIA

*A Dios
A nuestros padres
A nuestros familiares
A nuestros amigos*

AGRADECIMIENTO

*A Dios, que nos ha conservado con vida y salud.
A nuestros padres, quienes han sido y son un
pilar fundamental en nuestras vidas.
A nuestros profesores, por todos los conocimientos
y consejos transmitidos*

La Responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus
resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece
exclusivamente a los autores.

Luis Arturo Cedeño Suárez

Paola Deseireé Cedeño Suárez

Contenido

CAPITULO I	1
1. ANTECEDENTES.....	1
1.1 Macroentorno del sector.....	1
1.2 Misión.....	3
1.3 Visión	3
1.4 Valores	3
1.5 Cultura Empresarial.....	4
1.6 Objetivos Generales.....	5
1.7 Objetivos Específicos	5
1.8 Análisis FODA.....	6
1.8.1 Matriz de Evaluación de Procesos Internos	7
1.8.2 Matriz de Evaluación de Procesos Externos.....	8
1.8.3 Análisis de Matriz de Evaluación de Procesos Internos.....	9
1.8.4 Análisis de Matriz de Evaluación de Procesos Externos	9
1.8.5 Matriz DOFA	10
1.9 Factores Claves del Éxito.....	11
1.10 Análisis de la Industria y las 5 fuerzas de Porter	11
1.10.1 Poder de Negociación del Consumidor.....	11
1.10.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	12
1.10.3 Amenaza de Nuevos Competidores	19
1.10.4 Amenaza de Productos Sustitutos	19
1.10.5 Rivalidad entre Competidores.....	19
CAPITULO II	20
2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	20
2.1 Características del Mercado.....	20
2.2 Estructura de Mercado	21

2.3	Mercado Objetivo	23
2.4	Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas	23
2.5	Análisis de la Oferta: Empresa y sus Competidores	32
2.5.1	Empresa	32
2.5.2	Competidores Indirectos	33
2.6	Plan de Marketing	36
2.6.1	Objetivos a Corto Plazo	36
2.6.2	Objetivos a Largo Plazo.....	37
2.7	Estrategias de Marketing: Precio, Producto, Promoción y Plaza	37
2.7.1	Precio.....	37
2.7.2	Producto	41
2.7.2.1	Paquetes Turísticos a Ofrecer	41
2.7.2.2	Actividades a Ofrecer.....	47
2.7.3	Plaza.....	49
2.7.4	Promoción.....	49
2.7.4.1	Promociones Proveedores.....	49
2.7.4.2	Promociones Consumidores.....	50
CAPITULO III		50
3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	50
3.1	Constitución del Negocio.....	50
3.2	Organigrama	51
3.3	Funciones.....	51
3.4	Cadena de Valor y Operaciones	55
3.5	Diagrama del Servicio u Operación.....	56
3.6	Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente	58
CAPITULO IV		59
4.	INGIENERIA DEL PROYECTO	59

4.1	Determinación de recursos	59
4.2	Localización geográfica- dibujo	59
4.3	Inversión Inicial	60
4.4	Estado Financiero Anual	61
4.5	Estado Financieros Proyectados a 5 años	64
4.6	Razones Financieras: Circulante, Deuda, Actividad y Rentabilidad de un año	76
4.7	Punto de Equilibrio	77
4.8	Flujo de Efectivo, TIR y VAN	78
CAPITULO V		80
5.1	Conclusiones	80
5.2	Recomendaciones	80
ANEXOS, FOTOS		81
Bibliografía		92

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Macroentorno del sector

El turismo a nivel mundial se ha mantenido como un eficiente motor de desarrollo, a pesar de la desaceleración de la economía global producto de la crisis financiera del año 2008.

En el Ecuador, el sector turismo también ha mostrado dinamismo. La evolución del sector se refleja en la creciente apertura de hoteles, en el aumento de turistas extranjeros, en la mejora de la red vial, la reinauguración del Ferrocarril del Ecuador, la protección de las Áreas Naturales, Patrimonios Culturales y/o de la Humanidad, campañas publicitarias para mantener limpias las playas, todo esto acompañado de una renovada Marca País, de “Ecuador ama la vida”, promocionando al país a nivel interno y externo como un destino turístico consciente y responsable con el medio ambiente.

Según datos del Ministerio de Turismo (MINTUR), el total de turistas extranjeros que ingresaron al Ecuador de Enero a Junio del año 2011 se contabilizó 549.715 con relación al término del primer semestre del 2012 con 627.211, mostrando un aumento de 77.496 turistas internacionales [1]

En cuanto al turismo interno, De acuerdo, a datos al año 2011 del MINTUR, los principales destinos entre junio y agosto, fueron: Guayaquil, Baños, Atacames, Quito, Salinas, Puyo, Playas, Loja, Ambato, Cuenca, Manta, Gualaceo, Portoviejo, Tonsupa, Machala y Esmeraldas; que concentraron el 50% de los viajes que realizó la población urbana. Las Actividades turísticas más realizadas por los visitantes son Visita a playas (19%), atractivos naturales (16%) y balnearios (13%). [2]

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

La Región Costa y Galápagos son los destinos que más turismo atraen por su clima, gastronomía y playas.

Las proyecciones del Ministerio de Turismo para el año 2013 son de 1'313.000 viajeros, con un ingreso de divisas por turismo receptor de 1367 millones.

Por otro lado, la creciente penetración de los celulares inteligentes (Smartphones) en el mercado ecuatoriano, apuntaría a una importante oportunidad para el desarrollo y comercialización de servicios a través de estrategias de marketing móvil. De acuerdo a investigaciones de la Consultora Española IDC al año 2010, a nivel mundial el número de teléfonos inteligentes superaría los 570 millones de unidades. En Latinoamérica los mercados de mayor penetración son Brasil con un 27%, seguidos de México 20% y Venezuela 17%. Mientras que Ecuador, se ubica en cuarto lugar, con un alto índice de línea telefónica por habitante, se estima que más de 500 mil ecuatorianos tienen un teléfono inteligente. [3]

Estas cifras se corroboran con los datos al año 2011 referentes al uso de TIC's del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), los cuales indican que alrededor de 522.640 ecuatorianos poseen un Smartphone, lo cual equivale al 8,4% de 21.768 hogares, a nivel nacional, regional, provincial, de nivel urbano y rural. Las provincias con mayor número de usuarios de teléfonos inteligentes son Guayas (14,3%) y El Oro (11,2%). Mientras que los usuarios se concentran entre el rango de edades de 16 y 24 años con el 11,7% y el 11,5% de personas entre 25 a 34 años.

En lo que respecta al uso que los usuarios le dan a estos dispositivos, las encuestas indican que el 69,9% de los usuarios de teléfonos inteligentes lo utiliza para ingresar a redes sociales, el 69,8% para navegar en internet, el 65,9% para utilizar el correo electrónico, el 62,1% para juegos, música, mientras que el 42,8% por su función GPS. [4]

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Ante lo expuesto, se puede concluir que el crecimiento del sector turismo en el Ecuador y la creciente tendencia al uso de teléfonos inteligentes podrían representar una oportunidad para el desarrollo de nuevos canales de comercialización o promoción de servicios turísticos, acorde a los gustos y preferencias de los consumidores, quienes buscan mayor comodidad, facilidades en las reservas, promociones, optimización del tiempo de planeación de sus vacaciones y momentos de recreación.

1.2 Misión

Revolucionar el mercado turístico en el Ecuador con la promoción y comercialización de experiencias integrales de playa y aventura, a través de marketing móvil que brinde mayor comodidad y agilidad en la planeación de actividades recreativas.

1.3 Visión

Blue CoastEc revoluciona el mercado turístico, posicionando un canal de comercialización de experiencias recreacionales en la Costa Ecuatoriana, con el uso de tecnología sencilla, ágil y segura, durante los primeros 5 años.

1.4 Valores

- **Honestidad:** Cultivamos transparencia en la información brindada.
- **Respeto y convivencia:** El diálogo cordial y la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos y la generación de ideas en nuestro entorno de trabajo.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

- **Puntualidad:** Reconocemos el valor del tiempo de nuestros clientes y proveedores, respetamos nuestras obligaciones y responsabilidades como la empresa.

1.5 Cultura Empresarial

- **Orientación al cliente y Calidad:** Ofrecemos servicios integrales de calidad, buscando siempre el mejoramiento continuo de nuestras actividades.
- **Actitud mental positiva:** Actuamos con optimismo sobre cualquier complicación u obstáculo que se presente en nuestra vida cotidiana y/o profesional.
- **Consciencia Ecológica:** Fomentamos el cuidado al medio ambiente en las diferentes acciones individuales y colectivas.
- **Responsabilidad social:** orientamos a nuestro equipo de trabajo a la realización de charlas en las diferentes áreas para el beneficio de la comunidad.
- **Trabajo en Equipo:** Somos un equipo sólido que trabaja en conjunto para alcanzar resultados.
- **Meritocracia:** Ofrecemos al personal de trabajo lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.6 Objetivos Generales

Analizar la factibilidad técnico-económica de diseñar una aplicación para teléfonos inteligentes como medio de comercialización y promoción de paquetes turísticos de playa y aventura en la costa ecuatoriana.

1.7 Objetivos Específicos

- Determinar la factibilidad técnica y potencial de mercado de diseñar una aplicación para teléfonos inteligentes para la promoción y comercialización de paquetes turísticos.
- Diseñar estrategias de marketing móvil y otras herramientas de promoción acordes al producto y mercado objetivo.
- Determinar la rentabilidad y los mecanismos que garanticen la sustentabilidad financiera del proyecto

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.8 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>Talento humano en áreas estratégicas de TIC's, turismo y marketing</p> <p>Servicio disponible las 24 horas del día.</p> <p>Plataforma de comercialización de fácil uso para los usuarios.</p> <p>Servicios turísticos integrados.</p> <p>Menor overhead respecto a agencias y operadoras de turismo.</p> <p>Estructura de costos permite la fijación de precios competitivos.</p>	<p>Crecimiento del sector turístico.</p> <p>Fomento público del turismo en el Ecuador a nivel interno y externo</p> <p>Preferencias hacia el turismo de playa.</p> <p>Canal de comercialización innovador y no existente en el mercado.</p> <p>Creciente uso de teléfonos móviles en la población ecuatoriana.</p> <p>Crecimiento del uso de aplicaciones en teléfonos móviles.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>Carencia de infraestructura física para la atención de usuarios.</p>	<p>Posicionamiento de canales tradicionales de comercialización de paquetes turísticos (Agencias y Operadoras turísticas)</p> <p>Poca costumbre de los usuarios a las compra de turismo a través de teléfonos móviles.</p> <p>Poca costumbre o desconfianza de los usuarios a las compra on-line.</p> <p>No existen sólidas barreras de entrada al canal de comercialización propuesto.</p> <p>Desafíos en el aseguramiento de calidad de los servicios de nuestros proveedores.</p>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.8.1 Matriz de Evaluación de Procesos Internos

Fortalezas	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Talento humano en áreas estratégicas	.2	4	0.8
Servicio disponible las 24 horas del día.	.2	4	0.8
Plataforma de comercialización de fácil uso para los usuarios.	.2	4	0.8
Servicios turísticos integrados.	.2	3	0.6
Menor overhead respecto a agencias y operadoras de turismo	.07	4	0.28
Estructura de costos permite la fijación de precios competitivos.	.08	4	0.32
Debilidades			
Carencia de infraestructura física para la atención de usuarios.	.05	2	0.1
Total	1		3.7

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.8.2 Matriz de Evaluación de Procesos Externos

Oportunidades	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Crecimiento del sector turístico.	.08	3	0.24
Fomento público del turismo en el Ecuador a nivel interno y externo	.08	3	0.24
Preferencias hacia el turismo de playa	.1	3	.3
Canal de comercialización innovador y no existente en el mercado.	.13	4	.52
Creciente uso de teléfonos móviles en la población ecuatoriana.	.13	4	.52
Crecimiento del uso de aplicaciones en teléfonos móviles.	.15	4	.6
Amenazas			
Posicionamiento de canales tradicionales de comercialización de paquetes turísticos	.06	2	.12
Poca costumbre de los usuarios a las compra de turismo a través de teléfonos móviles.	.06	2	.12
Poca costumbre o desconfianza de los usuarios a las compra on-line.	.06	2	.12
No existen sólidas barreras de entrada al canal de comercialización propuesto.	.1	3	.03
Desafíos en el aseguramiento de calidad de los servicios de nuestros proveedores.	.05	2	.1
Total	1		3,18

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.8.3 Análisis de Matriz de Evaluación de Procesos Internos (MEFI)

El peso se refiere al sector turístico, cada valor que se le adjudica a cada factor, representa la importancia del mismo para llegar al éxito de la empresa (0.0) no importante a 1.0 muy importante.

Las calificaciones se refieren a la compañía en donde (calificación = 1) representa una debilidad mayor, (calificación = 2) una debilidad menor; mientras que (calificación= 4) es una fuerza mayor y (calificación = 3) representa una fuerza menor.

Sumando el peso ponderado de las fortalezas se obtiene un total de 3,6, lo cual indica la fortaleza interna de la empresa frente al total ponderado de las debilidades con un 0,1.

1.8.4 Análisis de Matriz de Evaluación de Procesos Externos (MEFE)

El peso se evalúa de la misma manera que en el análisis (MEFI), las calificaciones se evalúan de la siguiente manera, 4 = una respuesta superior, 3= una respuesta superior a la media, 2= una respuesta media y 1= una respuesta mala.

La suma total ponderada es de 3,18 indicando que el proyecto esta por encima de la media del esfuerzo, aprovechando las oportunidades que brinda el sector turístico.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.8.5 Matriz DOFA

	O	A
F	Mejoramiento continuo en el canal de comercialización	Capacitar constantemente las áreas estratégicas (TIC's, Turismo y Marketing)
D	Plan de marketing para la compra de paquetes turísticos en la aplicación	Actualizar continuamente la aplicación.

El análisis de estrategias de plan de acción de la matriz DOFA se baso en los siguientes factores:

(FO): Plataforma de comercialización de fácil uso para los usuarios + Canal de comercialización innovador y no existente en el mercado.

(FA): Talento humano en áreas estratégicas de TIC's, turismo y marketing + Creciente uso de teléfonos móviles y aplicaciones en la población ecuatoriana.

(DA): Carencia de infraestructura física para la atención de usuarios +Posicionamiento de canales tradicionales de comercialización de paquetes turísticos (Agencias y Operadoras turísticas).

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

(DO): Carencia de infraestructura física para la atención de usuarios + No existen sólidas barreras de entrada al canal de comercialización propuesto.

1.9 Factores Claves del Éxito

- Diseño creativo y funcional de la aplicación para el usuario.
- Actualización constante de la aplicación conforme al desarrollo de los sistemas operativos de la telefonía móvil.
- Actualización de la aplicación en función del mejoramiento continuo de la experiencia del usuario.
- Aseguramiento de la calidad en nuestra cadena de aprovisionamiento de servicios turísticos.
- Correcta integración de servicios turísticos para garantizar experiencias recreativas de calidad a nuestros usuarios.
- Diseño de medios o alternativas de pago que transmitan seguridad a los usuarios.
- Estrategias de marketing móvil que permitan posicionar el nuevo método de comprar turismo.
- Desarrollo y capacitación continua del talento humano en las áreas críticas del negocio TIC's, marketing, y turismo.

1.10 Análisis de la Industria y las 5 fuerzas de Porter

1.10.1 Poder de Negociación del Consumidor

Podemos diferenciar el poder del consumidor de acuerdo a las temporadas altas y bajas de turismo, siendo en temporada alta de mayor oferta y demanda, teniendo los servicios/ empresas turísticas un poder más alto de negociación con relación al consumidor.

Diferenciándose claramente en temporada baja cuando los hostales

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

y diferentes proveedores de servicios u productos turísticos bajan sus precios, realizan promociones, para poder captar un mayor mercado, siendo el consumidor el que posee un mayor poder de negociación.

1.10.2 Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores de los paquetes turísticos de Montañita, Puerto López y Puerto El Morro poseen un mayor poder de negociación en las temporadas altas, debido al incremento de la demanda y fácil venta de sus servicios/ productos. Debido a esto Blue CoastEc se enfoca en las temporadas bajas de afluencia de turistas de la costa ecuatoriana (mayo a noviembre) a excepción de Puerto López y salinas en donde de mayo a septiembre se pueden observar las ballenas jorobadas, en donde ofrecemos diferentes alternativas de visitas.

En general su poder de negociación es bajo, por el fácil cambio a proveedores potenciales.

Los proveedores seleccionados son un eslabón clave para la empresa, ya que de ellos depende la efectividad de la Experiencia Blue CoastEc.

Hostales:

Puerto López:

Hostería Oceanic:

Ubicada en el Malecón en el sector norte de Puerto López, cuenta con 12 habitaciones tipo cabañas distribuidas entre matrimoniales, dobles,

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

triples, y familiares para 5 -6 personas con capacidad de un total de hasta 50 personas. [5]

Contactos:

Teléfono: 082598631

Dirección web: <http://www.hosteriaoceanic.com>

Servicios:

Amplias habitaciones tipo cabañas con baño privado, agua caliente, balcón con hamacas, ventiladores para ocupación de hasta 6 personas.

- Piscina con cascada para adultos y niños
- Servicio de restaurante
- Platos típicos e internacionales
- Snack bar a la piscina
- Servicios a la habitación
- SPA de manos y pies
- Sala de Masajes
- Sala de Televisión Satelital
- Servicios de Internet Inalámbrico
- Organización de eventos
- Salón de eventos
- Mirador a la playa
- Organización de fogatas en la playa, peñas con músicos para grupos.
- Servicios turísticos (Ecoturismo)
- Área techada de esparcimiento
- Parqueo privado

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Montañita:

Eco-Lodge El refugio de las aves:

Ubicado en MONTAÑITA a 500 metros al este de la carretera principal en el Barrio El Tigrillo. La distancia a pie desde el ECO-LODGE hasta la playa o hacia el centro del pueblo es de 10 minutos. [6]

Contactos:

Teléfonos: 091792659 / 085609814 / 042060137

E-mail: refugiodelasaves@gmail.com

Página web: <http://www.elrefugiodelasaves.com.ec>

Cuenta Con:

- Amplias instalaciones sociales, hamacas, DIRECTV, Internet con red WI-FI, espacio de parqueo y pronto una gran piscina.
- 6 acogedoras habitaciones con baño privado, agua caliente, que acomodan a parejas y a grupos de hasta tres personas.
- 4 cabañas independientes entre sí con su propio espacio de cocina equipada y baños completos con agua caliente.
- La capacidad de las cabañas varían entre si, acomodando desde a dos personas o hasta grupos de 16.

El Refugio de las Aves Eco-Lodge, tiene una ubicación privilegiada para turistas quienes buscan descanso por tiempos cortos o para viajeros que prefieren rentar por semanas o meses sus instalaciones.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Eco- Habitaciones:

Cuatro habitaciones y dos suites, con capacidad por habitación desde dos personas hasta cuatro personas, cada una de las habitaciones cuenta con su baño privado con agua caliente, camas de dos plazas, plaza y media y un espacio adecuado para colocar su equipaje.

- Tres amplios espacios sociales cada, cocina equipada y un área de BBQ frente a la futura piscina.
- Lugar de parqueo, camping, servicio de lavado y secado (costo al peso)
- Amplias áreas verdes

Hanan Hurin Bungalow

- Cabaña con dos espacios independientes entre si.
- En planta baja la cabaña dispone de una habitación grande con capacidad hasta diez personas en literas cómodas de plaza y media, cuenta con su baño privado con agua caliente y una pequeña cocina equipada. Ideal para grupos o familias.
- En su planta alta cuenta con una habitación con capacidad hasta cuatro personas con camas de plaza y media, baño privado con agua caliente y una pequeña terraza con vista al jardín. (Cocina compartida si lo requiere)
- Servicio de lavado y secado (costo al peso)
- Espacios sociales, Amplias áreas verdes

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Bungalow Matrimonial

- Cabaña ideal para parejas o viajeros que requieren de su espacio independiente.
- Cabaña en dos plantas: En su primera planta cuenta con un área social con su baño independiente y cocina equipada.
- En la segunda planta se encuentra el dormitorio con capacidad para dos personas con su baño privado con agua caliente.
- Servicio de lavado y secado (costo al peso)
- Espacios sociales, Amplias áreas verdes

Cabaña familiar

- Cabaña ideal para parejas, familia pequeña o viajeros que requieren de su espacio independiente.
- Cabaña en dos plantas con capacidad de hasta cinco personas, dos baños completos con agua caliente, cocina grande equipada.
- Servicio de lavado y secado (costo al peso)
- Espacios sociales, Amplias áreas verdes.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Servicios Turísticos

Machalilla Tours:

- Paseos en caballo en salango y Montañita.
- Tours Isla de la Plata.
- Vuelos en Parapente en Puerto López y Montañita.

Contactos:

Página Web: <http://machalillatours.org/>

E-Mail: machalillatours@yahoo.com

info@machalillatours.org

Teléfono: (5935) 2300234

Celular: (5939) 4925960/ (5939) 6722686

Celular (Montañita): (5939) 1694213 / (5939) 6915572

Dirección: Malecon Julio Izurieta y Eloy Alfaro (Puerto López)

Ecoclub Los Delfines – Puerto El Morro:

- Observación de delfines nariz de botella.
- Tour Isla de los Pájaros.

Contacto: Sr. Simón Figueroa (Coordinador de Gestión en Ecoclub Los Delfines)

E-mail: puertoelmorro@yahoo.com.

Blog site: <http://puertoelmorro.blogspot.com>

Teléfonos: 092834542/ 082816451/ 042 – 529496

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Transporte:

CARMAX Rent a Car Guayaquil

- Dentro y fuera de la Ciudad de Guayaquil

Contactos:

Dirección Guayaquil: Avenida de las Américas. Cdla. Simón Bolívar
Mz. 4 Solar 25. Cerca del Aeropuerto de Guayaquil, el Centro de
Convenciones Simón Bolívar Guayaquil, Terminal Terrestre
Guayaquil

Teléfonos:(5934) 2285326 - 239 1120 - 239 8305

Celular: 099616161-097689186

Guía: Paquetes turísticos **Contacto:** Daniel Saldaña **Celular:**
098457623

Clase privada de Surf: En el Paquete Turístico de Montañita **Contacto:**
Carlos Guevara **Celular:** 085624178

Curso de Coctelería: En Actividades **Contacto:** Stalin Parrales **Celular:**
089079358 / 098499943

Curso de Fotografía: En Actividades **Contacto:** Centro Cig **Dirección:**
Urdesa, Balsamos 312 entre diagonal y todos los santos **Celular:**
094402281/ 5115210

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

1.10.3 Amenaza de Nuevos Competidores

Actualmente no existen barreras de entrada para la comercialización del proyecto, siendo de fácil ejecución por otras empresas, al ver el crecimiento de Blue CoastEc.

1.10.4 Amenaza de Productos Sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es media, debido a la existencia de sitios web que ofrecen el servicio de que hacer en tus ratos de ocio tales como, la cuenta de Twitter Que hacer Hoy.

1.10.5 Rivalidad entre Competidores

La rivalidad entre competidores es alta, ya que existen diferentes medios para poder comprar un paquete turístico.

La ventaja competitiva de Blue CoastEc es el canal de comercialización y comunicación alternativo (Aplicación en Telefonía móvil), que no ha sido explotado de la mejor manera por el sector turístico para dar a conocer, vender y promocionar su producto y/o Servicio turístico.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1 Características del Mercado

El Turismo de Sol y Playa representan un 20.9% de los motivos de viajes en el Turismo Interno Acorde a encuestas realizadas por MINTUR en el año 2010, mientras en el Turismo Receptor representa un 4.9%.

De acuerdo a datos registrados por el MINTUR disponibles hasta el 2007, se indica que la oferta porcentual de sectores turísticos de la región costa es: Alojamiento 45.38%, Plazas 47.42%, Alimentos y Bebidas: 52.77%, Agencias de Viajes 30.15 %, Transporte Turístico Terrestre 21.30%, Embarcaciones para Transporte Fluvial y Marítimo: 8.41% con relación al total nacional. [7]

Las carencias principales en el sector son las baterías sanitarias, inseguridad, servicios no integrados, lo que hace imperativo el desarrollo y mejoramiento de la infraestructura y las facilidades turísticas para así mejorar la calidad en el servicio.

Las estrategias de marketing utilizadas principalmente por los empresarios turísticos para comercializar sus negocios, están basadas en publicidad ATL, siendo pocos los que incursionan en el uso de tecnología para promocionar o mercadear su producto y/o servicio.

En el Turismo interno el gasto promedio por persona es de \$32,2 a \$38,5 con una estadía de 1 a 2 noches. Mientras que en el turismo Receptor el gasto promedio por persona de los ecuatorianos no residentes para el segmento

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

aéreo es de \$ 1.836, mayor al gasto de los extranjeros no residentes \$ 1.136; en el segmento terrestre, el gasto promedio de los ecuatorianos no residentes es de \$ 538 y, de los extranjeros no residentes es de \$365. En el segmento aéreo, se estima una permanencia promedio de 20,3 noches, en las cuales los residentes de EE.UU. poseen una estadía de 17,71 noches, de Colombia 12,02 noches, de España 35,78 noches y de Perú 10,67 noches.

En el segmento terrestre, la estimación promedio de permanencia es de 13,6 noches. En donde los colombianos reportan un promedio de 9 noches y los peruanos de 25 noches.

En la temporada alta existe una estadía adicional de 7 noches siendo la motivación de viaje diversión y recreación.

Los servicios que demandan en ambos casos son: Alojamiento, Transporte Paquetes turísticos, Alimentos y Bebidas.

2.2 Estructura de Mercado

El mercado turístico nacional se encuentra segmentado de la siguiente manera, acorde a encuestas realizadas por el MINTUR en el 2010:

En el Turismo interno los motivos de viaje son: Diversión y recreación 50,8% y Visita a amigos y/o parientes 38,2%.

Los productos turísticos de diversión y recreación en la ejecución de un viaje son: Sol y playa 20,9%, turismo cultural 18,1%, ecoturismo y turismo de naturaleza 7,9% y balnearios 2,8%.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Las ciudades que generan mayor número de visitantes basándose en estimaciones referente al periodo de junio y agosto son: Quito 23%, Guayaquil 22%, Cuenca 8%, Ambato 4%, Machala 2% y Manta 2% respecto al total de viajes realizados.

Dentro de este mercado los destinos principales que realizo la población urbana entre junio y agosto, fueron: Guayaquil, Baños, Atacames, Quito, Salinas, Puyo, Playas, Loja, Ambato, Cuenca, Manta, Gualaceo, Portoviejo, Tonsupa, Machala y Esmeraldas; que concentraron el 50%.

En cuanto al turismo receptor, la principal motivación es diversión y recreación con un 48,7%, quienes viajan interesados por los siguientes productos: Turismo cultural 21,01%, ecoturismo y turismo de naturaleza 14,96%, turismo de deportes y aventura 6,38% y sol y playa 4,95%.

En el Turismo Receptor los visitantes no residentes llegan principalmente de EE.UU., Colombia, España y Perú, concentrándose en estos países el 64% del arribo total. El 41,8% de los arribos internacionales se los puede agrupar en 15 ciudades principales, según el lugar de residencia: Madrid, Lima, Nueva York, Bogotá, Cali, Londres, Toronto, Pasto, Medellín, Tumbes, Barcelona, Caracas, Buenos Aires, Santiago de Chile, Miami.

Los no residentes prefieren visitar los siguientes destinos: Quito (41,0%), Guayaquil (20,4%), Galápagos (6,7%), Cuenca(4,5%), Machala (3,1%), Salinas (1,9%), Otavalo (1,8%),Ibarra (1,6%), Manta (1,4%), Esmeraldas (1,3%), Montañita (1,3%), Baños de Agua Santa (1,2%) [8]

El motivo principal es visitar a familiares y amigos con un 33,08%, particularmente por los emigrantes del ecuador.

2.3 Mercado Objetivo

Turistas nacionales que posean un Smartphone, interesados en la diversión y recreación que ofrece la costa ecuatoriana, procedentes generalmente de las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, con una edad promedio de 20 a 37 años y un gasto medio por persona de \$90 a \$ 400.

2.4 Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas

El muestreo es un proceso mediante el cual se selecciona una muestra representativa de una población, con el fin de realizar inferencias acerca de los parámetros de dicha población de interés, es decir, que ya no es necesario realizar un censo de la población de interés, a excepción de las ocasiones en que se requiera de información específica de cada uno de los miembros que integran la población, como es el caso del Censo de Población y Vivienda que realiza el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), aproximadamente cada 10 años.

Universo

Es un conjunto bien definido de individuos o elementos sobre los cuales deseamos realizar algún tipo de inferencia. Para nuestro caso serían hombres o mujeres que residen en Guayaquil, según datos del INEC (Instituto Nacional

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

de Estadísticas y Censos) en el censo 2008 ese valor es de 2'350.915 personas.

Población

Es un conjunto de individuos o elementos a los cuales podemos observar, o medir una característica o atributo.

En el presente proyecto son personas que posean un smartphone en Ecuador, según datos del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) estas cifras se corroboran con los datos al año 2011 referentes al uso de TIC's de los cuales indican que hay 522.640 personas que poseen smartphones

Unidad de Muestreo

Es la unidad donde realizamos las mediciones.

Para nuestro caso sería personas que posean un smarhpone en Guayaquil, según datos del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) estas cifras se corroboran con los datos al año 2011 referentes al uso de TIC's de los cuales indican que hay 73.169,6 personas que poseen Smartphones.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Si un smarthphone cuesta 400 dólares y un plan de datos esta en un promedio de 40 dólares, por consiguiente se requiere una capacidad adquisitiva superior a la media nacional que podría ubicarse en los niveles de ingreso medio y alto de la población.

Posiblemente este mercado objetivo de personas de clase alta y media tengan una mayor nivel de conectividad o acceso a planes de datos, se puede asumir que las personas que oscilan en este rango de ingresos tiene un mayor tiempo libre para dedicarle al ocio o actividades.

Grado o Nivel de Confianza

El Grado o nivel de confianza es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. El nivel o grado de confianza que utilizaremos en nuestra investigación lo hemos fijado en el 95%, lo que corresponde a un valor de $z = 1,96$

Error de Muestreo

El error de muestreo que utilizaremos en nuestra investigación lo hemos fijado en un 5%

Según la formula para calcular el tamaño de la muestra real mostrada a continuación:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

$$n = \frac{z^2 NPQ}{e^2(N - 1) + z^2 PQ}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 73.169,6 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(73.169,6 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

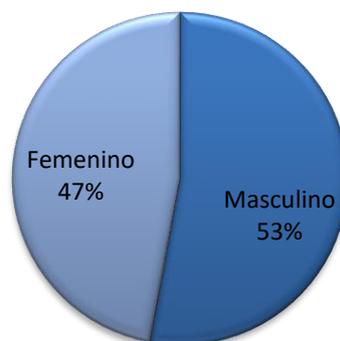
$$n = \frac{70272,0838}{183,8819}$$

$$n = 382,16$$

La cual nos da como resultado que tenemos que realizar un total de 382,16 encuestas a nivel de Guayaquil., el formato de la encuesta se lo puede observar en Encuestas adjunto en el Anexo A.

La encuesta se realizó a una población de 382,16 personas en el mes de junio, por medio virtual (Facebook), indicando los siguientes resultados:

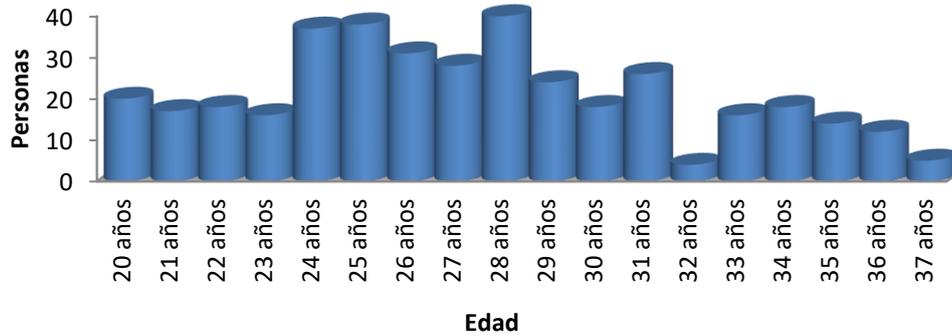
Encuestados por Género



El gráfico demuestra que de los 382 encuestados, el 47%, es decir 180 personas son mujeres y el 53% restante equivalen a 202 hombres.

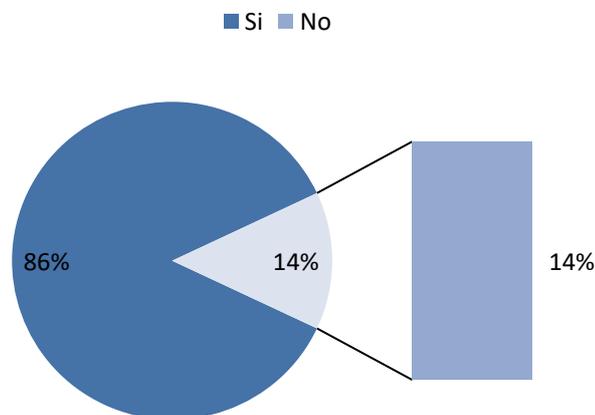
PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Rango de Edades



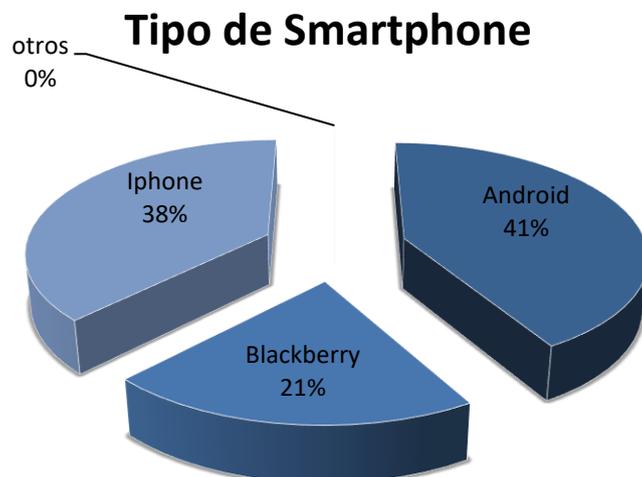
Como se puede observar en el gráfico, el rango de edades de 24 a 31 años, representan la mayor cantidad de encuestados.

Personas que poseen smartphones



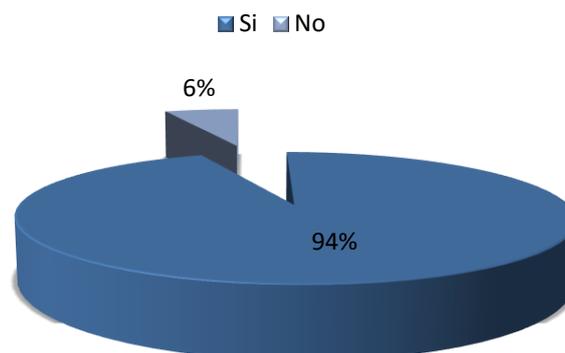
De los 382 encuestados, 86 % que es igual a 329 personas poseen un Smartphone, siendo un mercado favorable para la utilización de la aplicación como canal de comercialización para la venta de paquetes turísticos.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA



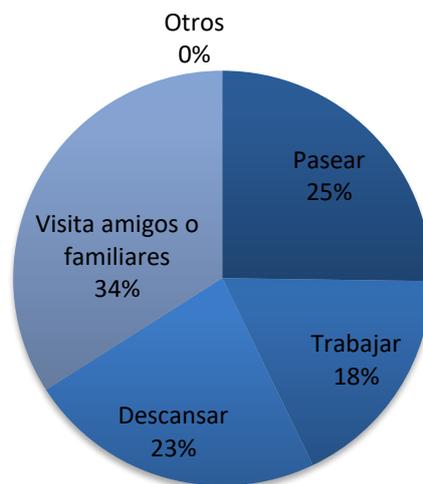
Se puede observar que de las 329 encuestados que poseen un Smartphone, el Android se posesiona con un 41% que equivale a 137 personas, siguiéndole el iPhone con un 38% con 124 personas y por último el BlackBerry con 68 personas equivalente al 21%

Aceptación de la Aplicación

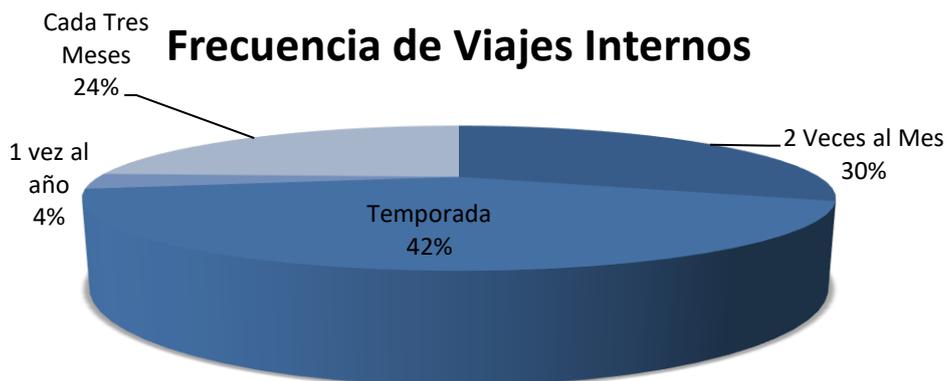


En este gráfico se observa que el 94% equivalente a 306 de los encuestados le gustaría contar con una aplicación que ofrezca los servicios de paquetes turísticos.

Actividades en Fines de semana

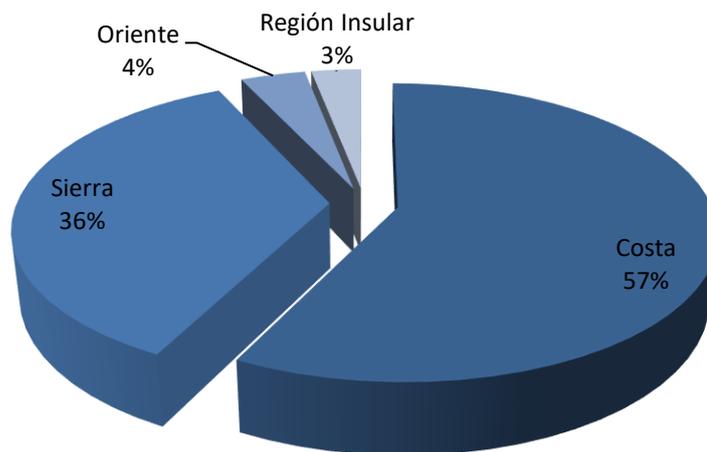


El grafico demuestra que 112 personas (34%) visitan a familiares o amigos, 83 personas disfrutaban de paseos recreativos los fines de semana (25%), 76 personas descansan (23%) y el 18% de los encuestados trabaja los fines de semana que equivale a 58 personas.



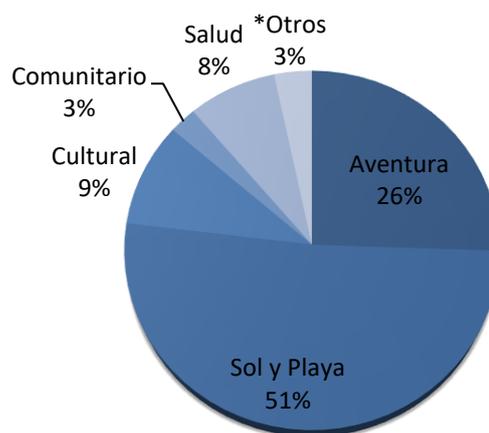
El 42 % indica que 145 de los encuestados realiza viajes internos en temporada, el 30% viaja 2 veces al mes, siguiendo con un 24% cada tres meses y con un 4% que realiza un turismo interno con una frecuencia anual.

Frecuencia de viajes por Regiones



En el gráfico se puede observar que 189 de los encuestados (57%) viajan regularmente a la costa del Ecuador.

Tipos de Turismo

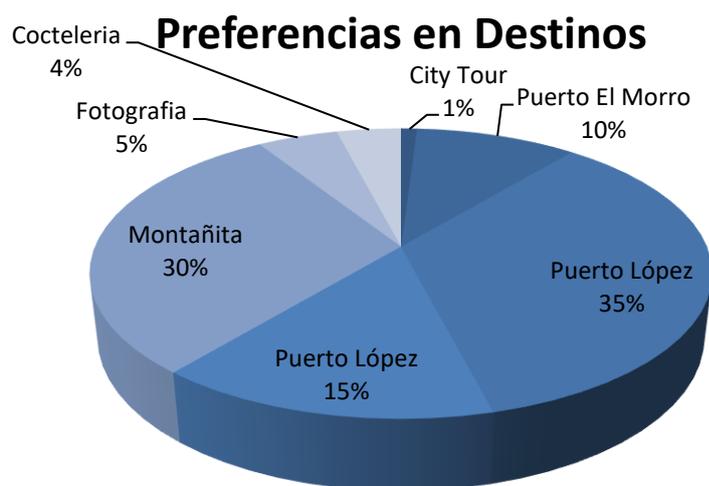


El turismo de Sol y playa y el turismo de aventura son los de mayor índice porcentual con 51% y 26% respectivamente, siguiendo el turismo cultural 9%, turismo de salud 8%, comunitario 3% y otros 3% (ecoturismo y el agroturismo).

Factor que predomina al elegir Hospedaje



El Confort y las Promociones son los factores predominantes al momento de seleccionar alojamiento con el 33% y 29% respectivamente, siendo la localización y el servicio de igual importancia con un 17% y por último la fidelidad y la sugerencia de un amigo o familiar se encuentra representado en otros con un 4 %.



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

El gráfico anterior muestra que nuestro destino de preferencia de nuestros paquetes es Puerto López con el Tour a la isla de la Plata con un 35%, siguiendo Montañita con un 30%, siendo el city tour de menor porcentaje.

2.5 Análisis de la Oferta: Empresa y sus Competidores

2.5.1 Empresa

La empresa ofrece La Experiencia Blue CoastEc, que se enfoca en brindar un servicio de calidad en la venta de los paquetes turísticos de interés para el consumidor.

Calidad en los proveedores: Selección y cumplimiento de los estándares de calidad.

Entre los estándares de calidad que nuestros proveedores deben cumplir están:

- Contar con estacionamiento
- Habitaciones con agua caliente.
- Habitaciones siempre limpios
- Personal servicial.
- Correcto manejo de conflictos.
- Contar con servicios de pago por tarjeta de crédito.

Calidad en la aplicación: Prioriza la navegabilidad, un proceso sencillo de reserva y seguridad en la transacción.

Mediante la plataforma móvil se vende en tiempo real, brindando una oportunidad para incrementar las reservas a última hora a un precio competitivo.

2.5.2 Competidores Indirectos

- **Get and Go:**

Es una aplicación válida solo para BlackBerry, que permite al cliente ingresar a un menú por categoría de las principales ciudades del Ecuador: Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta.

Misión: Brindar publicidad alternativa, que permita promocionar empresas, productos y servicios de los sitios más exclusivos del Ecuador, por medio de mini brochures y un aplicativo móvil.

Visión: Ser la empresa líder en medios de publicidad alternativos móviles y llegar a formar parte del estilo de vida de la gente.

Dirección: Japón E5-25 y Amazonas Edif. Ferlosant 1er piso.

Teléfonos: (593) 2 226 9922/ (593) 2 227 2320.

E-Mail: info@getanggo.ec.

Se puede descargar la aplicación directamente de BlackBerry App world o agregando el pin de Get & Go: 2262943e. [9]

- **Guía de Routard:**

Es un libro- guía turístico, fundada en 1968, que se inició en 1973 por Michael Duval y Philippe Gloaguen, "La Guía Mochilero".

Cuenta actualmente con su sitio web dedicado a los viajes routard.com, publicado por la Cyberterre empresa, sociedad de responsabilidad limitada con un capital de 80.000 euros,

Dirección: 43 Quai de Grenelle, 75015 París (Francia)

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Compuesta por:

Sección Guía:

-Archivos de 200 destinos alrededor del mundo brindando información turística, práctica y cultural.

- Instrucciones de viajes: cartas, direcciones útiles, consejos y noticias.

-Un viajero diario: lista de más de 6000 ferias, festivales, eventos culturales.

-Direcciones de las agencias de viajes, aerolíneas, centrales de reservas de hoteles.

MAG para Mochileros:

- Viajero de noticias: resumen de noticias de turismo (transporte, promociones, trámites, etc.)

-Historia de ciudades, destinos desconocidos, lugares insólitos.

-Diarios de viaje: historias de viajes largos.

-Ideas de Fin de semana: Ideas para elegir sus fines de semana en Francia y Europa.

-Hechos: Planos de los eventos culturales e innovaciones del sector turístico en el mundo.

-Archivos acerca del Turismo y Transporte, músicas del mundo, culturas, clima, gastronomía.

Se puede descargar la aplicación en Apple store para Iphone y Ipad para las siguientes ciudades: Amsterdam, Berlin, Barcelona, Bruselas, Londres, Marrakech, Nueva York, París, Roma y Venecia. El precio por la descarga de cada ciudad es d € 4.99 son \$6.11 USD. [10]

Se puede comprar el libro de Guía del Ecuador 2012 a € 14.21 son \$17.40 USD en <http://livre.fnac.com>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

LTN L'alianXa Travel Network Ecuador- Tecnoviajes:

Con 21 años de trayectoria, promociona al exterior a Guayaquil como una ciudad de entrada turística al Ecuador. Presente en los siguientes países:

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela.

- **Producto:** Destinos Nacionales e internacionales, sus productos turísticos nacionales son Galápagos, Salinas, Puerto López, Quito, Cuenca, Rutas turísticas del Guayas.
- **Precio:** Desde \$ 160 a la Costa por persona.
- **Plaza:** Se encuentra en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil Quito y EE.UU., posee una página web con acceso a información de la empresa y su oferta turística, detallado a continuación:

Matriz en Guayaquil: Av. Francisco de Orellana # 234, Edf. Blue Towers, Planta Baja, local 1, Guayaquil.

PBX (593 4) 2630700 Celular: (593 9) 99757834.

Sucursal: Córdova 700 y Luis Urdaneta, Guayaquil. PBX: (5934) 2561520

Sucursal: Hall arribos, Planta baja, local # 25, Guayaquil. Telefax: (5934)2169196/7/8

Sucursal: Quito Los Shyris N37 53 y Naciones Unidas - Telefax: (5932)2256815

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

EE.UU: 2011 Biscayne Blvd. Unit #212- Miami, FL 33137. Teléfono: (305) 5731010

Página web: www.ltnecuador.travel

- **Promoción:** Relaciones públicas, ventas personales, descuentos, folleterías, Asistencia a Ferias turísticas, Workshops.

BMTOURS

Producto: Destinos Nacionales e Internacionales, en los destinos nacionales destacan, Quito, Ingapirca, Puerto López, Mompiche, Napo, Galápagos.

Precio: Desde \$182 por persona a la Costa del Ecuador

Plaza: Edificio Equilibrium Loca S7 Planta Baja, Ave Joaquín Orrantia (Frente a Mall del Sol)

E-mail: info@bmtours.com.ec

Página Web: www.bmtours.com.ec

Promoción: Relaciones públicas, ventas personales, descuentos, folleterías, Asistencia a Ferias turísticas, Workshops.

2.6 Plan de Marketing

2.6.1 Objetivos a Corto Plazo

- Aumentar las ventas de nuestros proveedores en temporadas bajas.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

- Capacitar de manera continua a nuestro personal para brindar constantemente un servicio de calidad.
- Lograr una rentabilidad en un plazo estimado de 1 año por medio de un excelente equipo de Marketing, ventas y publicidad.

2.6.2 Objetivos a Largo Plazo

- Alcanzar el reconocimiento de nuestros consumidores como una aplicación hotelera y turística de información útil y veraz.
- Posicionarnos como una herramienta de trabajo para nuestros proveedores.
- En los años venideros crear un nicho de mercado como una de las empresas pioneras en Ecuador, en agencias de viajes a bajo costo online.

2.7 Estrategias de Marketing: Precio, Producto, Promoción y Plaza

2.7.1 Precio

- Ofrecer un Precio competitivo en el mercado.
- El precio se gestionara por tarjetas de crédito, o reservas.
- Incremento del 10% respecto al año anterior en ventas.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Manejo de costos

Paquete Turístico # 1 City Tour	
Rango	1
Transporte	20
Guía	20
Utilidad (19%)	7,6
Subtotal	47,6
Servicio (10%)	4,76
P.V.P	52,36
Costo por pax	40

Paquete Turístico # 2 Puerto El Morro	
Rango	1
Transporte	30
Guía	30
Utilidad (19%)	11,4
Subtotal	71,4
Servicio (10%)	7,14
P.V.P	78,54
Costo por pax	60

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Paquete Turístico #3 Puerto López Opción #1	
Rango	1
Transporte	45
Alojamiento + Desayuno	15
Tour a la Isla de la Plata	20
Utilidad (25%)	20
Subtotal	100
Servicio (10%)	10
P.V.P	110
Costo por pax	80

Paquete Turístico # 4 Puerto López Opción #2	
Rango	1
Transporte	45
Alojamiento+ Desayuno	15
vuelo en Parapente	20
Paseo en caballo	10
Utilidad (25%)	22,5
Subtotal	112,5
Servicio (10%)	11,25
P.V.P	123,75
costo por pax	90

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Paquete Turístico # 5 Montañita	
Rango	1
Transporte	45
Alojamiento en Refugio de las Aves + Desayuno	18
Clase de surf	10
Paseo en caballo	10
Utilidad (25%)	20,75
Subtotal	103,75
Servicio (10%)	10,375
P.V.P	114,125
costo por pax	83

Actividades	
Fotografía	
Rango	1
Profesor	25
Folleto	2
Utilidad (20%)	5,4
Subtotal	32,4
Servicio (10%)	3,24
P.V.P	35,64
costo por pax	27

Coctelería	
Rango	1
Profesor	25
Implementos	10
Utilidad (20%)	7
Subtotal	42
Servicio (10%)	4,2
P.V.P	46,2
costo por pax	35

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

2.7.2 Producto

Blue CoastEC es una agencia de viajes para el tiempo libre, que brinda el servicio de asesoría para la creación de paquetes turísticos, como también es el canal de comunicación para los ya existentes.

Se lo realizara mediante una aplicación tipo revista social de promociones que permite ver el contenido de los paquetes turísticos que ofrece la costa ecuatoriana, podrás usar la aplicación durante jornadas largas de trabajo, cuando estés en tu coffee break o en esos silencios incomodos que son producidos por la pregunta ¿y que hay para este fin de semana? Busca las experiencias que quieras y vívela con quien quieras. Prepárate para vivir la experiencia Blue CostEc.

Ejemplos del Logo, screenshot se los pueden observar en la sección de Producto, adjunto en el Anexo B.

Nota: esta aplicación solo funciona en smartphones, no funciona en tablets

2.7.2.1 Paquetes Turísticos a ofrecer

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

CITY TOUR

RECORRE

LA MAGIA DE LA PERLA DEL PACIFICO

El recorrido dura 4 horas en donde el turista podrá disfrutar de los atractivos turísticos principales de la ciudad como son:

- El Malecón Simón Bolívar (2000)
- Las Peñas Barrio Colonial y representativo de la ciudad.
- La tradicional Av. 9 de oct.
- Plaza Centenario
- Plaza San Francisco
- EL Parque Seminario reconocido por sus iguanas.
- La Catedral
- Regreso al Hotel

Incluye: Guía Bilingüe, Transporte privado.

VIVE LA NATURALEZA

PUERTO EL MORRO – OBSERVACIÓN DE AVES Y DELFINES

Salida desde Guayaquil, Puerto El Morro se encuentra ubicado a 11 km de la ciudad, parroquia rural que posee atractivos naturales, isla de los pájaros, delfines nariz de botella (Bufeos).

Se empieza el recorrido en lancha por el brazo de mar que nos llevara a la zona de observación de los delfines, al paso podremos disfrutar de la flora y fauna.

A l llegar a la zona de observación de delfines, se disfrutará de un espectáculo de saltos y acrobacias alrededor de un majestuoso paisaje de manglares.

Luego nos adentramos y en un recorrido de unos 30 minutos llegaremos a la Isla de los Pájaros, en donde se puede disfrutar de una gran diversidad de aves.

Tarde Libre en la Playa.

Retorno a la ciudad de Guayaquil.

Se recomienda llevar

Ropa abrigada, protector solar, gafas, cámara de fotos, silbatos, binoculares y buenos zapatos para caminar.

Incluye: Transporte, guía bilingüe y entrada

No incluye: alimentación y bebidas

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

VIVE LA AVENTURA EN PUERTO LÓPEZ

Opción #1

PROGRAMA INCLUYE

Transporte Guayaquil- Puerto López- Guayaquil

2 noches de alojamiento en La Hostería Oceanic

Desayuno buffet

Coctel de bienvenida

Tour a la isla de la Plata (9:00 AM - 5:00 PM)

Impuestos

Lancha aprobado por la Marina

Lunch

Snorkeling

Muy Importante:

- Precio sujetos a cambio y disponibilidad sin previo aviso
- Precio no aplican para feriados
- Reservas sujetas a disponibilidad hotelera
- No incluye entrada al Parque Nacional Machalilla
- No incluye extras no especificados en el programa

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

VIVE LA AVENTURA EN PUERTO LÓPEZ

Opción #2

PROGRAMA INCLUYE

Transporte Guayaquil- Puerto López- Guayaquil

2 noches de alojamiento en La Hostería Oceanic

Desayuno buffet

Coctel de bienvenida

Vuelo en Parapente (10- 15 min)

Paseo en caballo en salango

Impuestos

Lunch

Tarde libre en Playa salango

Muy Importante:

- Precio sujetos a cambio y disponibilidad sin previo aviso.
- El vuelo en parapente depende de las condiciones del clima.
- Precio no aplican para feriados
- Reservas sujetas a disponibilidad hotelera
- No incluye extras no especificados en el programa

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

DISFRUTA DE MONTAÑITA

PROGRAMA INCLUYE

Transporte Guayaquil- Montañita- Guayaquil

2 noches de alojamiento en el Eco-Lodge EL Refugio de los Pájaros

Desayuno buffet

Coctel de bienvenida

Vuelo en Parapente (10- 15 min)

Clase privada de surf

Impuestos

Tarde libre

Muy Importante:

- Precio sujetos a cambio y disponibilidad sin previo aviso
- El vuelo en parapente depende de las condiciones del clima.
- Precio no aplican para feriados
- Reservas sujetas a disponibilidad hotelera
- No incluye extras no especificados en el programa

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

2.7.2.2 Actividades a Ofrecer

Todo es Arte

Tú Puedes ser un ARTISTA También

PROGRAMA INCLUYE

Profesor de Fotografía

Folleto de Fotografía Básica

Impuestos

Muy Importante:

- Precio sujetos a cambio y disponibilidad sin previo aviso
- No incluye transporte.
- Precio no aplican para feriados
- Reservas sujetas a disponibilidad
- No incluye extras no especificados en el programa

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Se el ALMA de la Fiesta
Elabora tus Cocteles

PROGRAMA INCLUYE

Profesor de Coctelería

Implementos a necesitar

Realización de cocteles básicos

Impuestos

Muy Importante:

- Precio sujetos a cambio y disponibilidad sin previo aviso
- No incluye transporte.
- Precio no aplican para feriados
- Reservas sujetas a disponibilidad
- No incluye extras no especificados en el programa

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

2.7.3 Plaza

Conéctate con nosotros mediante la pagina web www.bluecoastec.com en Twitter @BluecoastEC y en nuestro canal de Facebook facebook.com/BlueCoastEC

Podrás bajar nuestra aplicación web en los sitio Play market para Android o Apple Store para Apple.

2.7.4 Promoción

Experiencia significa el haber vivido, sentido o realizado alguna actividad, si esta es una buena experiencia se repetirá y es ahí donde nosotros entramos el aseguramos la calidad de esta experiencia, La experiencia Blue CoastEC, eso es lo que proponemos las mejores promociones para tu fin de semana, para tu tiempo de ocio al mejor precio.

Una de los mayores canales de comunicación existentes es la tecnología móvil, la cual ha creado un sin numero de beneficios, aprovechando nosotros la conexión permanente de nuestro cliente por medio de su dispositivo móvil se lo tendrá actualizado de las promociones en tiempo real.

Comenzando por crear una campaña de expectativa por medio de canales de comunicación alternos como Twitter y Facebook, a través de un video viral sobre la experiencia Blue CoastEc,

2.7.4.1 Promociones Proveedores

Nosotros como Blue CoastEC, le ofrecemos al proveedor un canal de comunicación disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana, nuestra misión es ayudar a mejorar su negocio no en las temporadas altas sino en las temporadas bajas. Mejorar sus ventas, con precios accesibles.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Pero no solo vendemos un canal de comunicación, lo complementamos con asesoría en paquetes turísticos para las empresas seleccionadas que no consten con este servicio.

2.7.4.2 Promociones Consumidores

Nos basamos en el servicio de calidad, buscando brindarle al consumidor una experiencia que desee compartir y repetir, en el caso de que un proveedor no cumpla con lo estipulado, se buscara otro proveedor. Por ejemplo: el consumidor va al hostel y cedieron su reservación a otro huésped, inmediatamente el consumidor se podrá comunicar con nosotros y le proporcionaremos otro hostel de la misma calidad en el menor tiempo posible

El crear campañas virales por medio de nuestros canales de comunicación de Twitter y Facebook, como quien hablado sobre la experiencia Blue CoastEC y brindarles un paquete promocional gratis. Por estos mismo medios saber que es lo que quisieran hacer en sus ratos de ocio y poderles brindar un paquete acorde a sus necesidades.

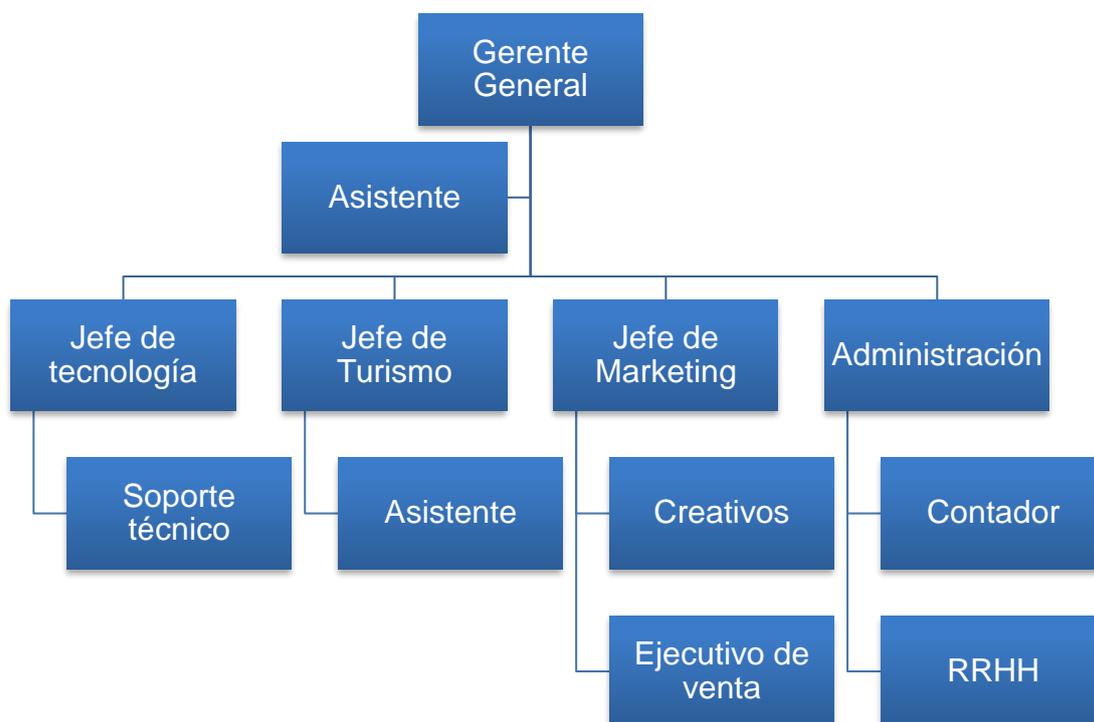
CAPITULO III

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 Constitución del Negocio

El proyecto será ejecutado y financiado por BrickStudio S.A., empresa de marketing y publicidad, especializada en la creación de material audiovisual y aplicaciones para teléfonos móviles.

3.2 Organigrama



3.3 Funciones

Gerente General:

- Dirigir y administrar la compañía.
- Dirigir y coordinar los resultados de los departamentos.
- Representante legal de la compañía.
- Evaluar las operaciones y resultados obtenidos.
- Crear un consejo directivo con los jefes de cada área para las respectivas reuniones de los resultados de obtenidos por área.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Jefe de Tecnología:

- Supervisar las actualizaciones de la aplicación.
- Coordinar y controlar los lanzamientos de promociones con consumidores a través de la aplicación.
- Creador de los términos legales de la aplicación.
- Dar los resultados de su área, ante las reuniones del consejo directivo

Soporte técnico

- Crear aplicación.
- Arreglar errores que los usuarios detecten.
- Responsable de las actualizaciones de la aplicación.
- Creación de la base de datos de los Clientes (Usuarios que se registran al momento de bajarse la aplicación)
- Trabajar conjuntamente con las áreas de Turismo y Marketing.

Jefe de Marketing

- Coordinar y controlar los lanzamientos de promociones con proveedores y consumidores.
- Dirigir y supervisar las posibles alianzas estratégicas.
- Comunicar las promociones de manera creativa para el consumidor.
- Dar soporte a las áreas de Tecnología y Turismo.
- Controlar las vigencias de las promociones.
- Supervisar los estudios de mercados sobre promociones existentes.
- Realizar los estudios de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes o nuevas en las áreas de promoción y publicidad del turismo de la costa ecuatoriana.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

- Dar los resultados de su área, ante las reuniones del consejo directivo.

Creativo

- Crear línea grafica para uso interno.
- Crear línea grafica para uso externo.
- Trabajar conjuntamente con tecnología y turismo.
- Crear slogan de publicidad para las promociones.
- Implementar las nuevas tendencias en publicidad.
- Encargado del Social marketing por las cuentas alternas.

Ejecutiva de cuentas

- Realizar citas con clientes (proveedores)
- Buscar y satisfacer necesidades de los proveedores.
- Negociar precios para los futuros paquetes turísticos.
- Representante de la empresa en negociaciones con proveedores.
- Trabajar conjuntamente con Turismo y Administración

Jefe de Turismo

- Elegir proveedores.
- Creación de paquetes turísticos abarcando solo la costa ecuatoriana.
- Crear estándares de calidad a la elección de los proveedores.
- Supervisar que se cumplan los estándares de calidad de nuestros proveedores.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

- Realizar los estudios de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tanto existentes como nuevas de las áreas de turismo y aventura en la costa ecuatoriana.
- Dar los resultados de su área, ante las reuniones del consejo directivo.

Asistente del jefe de Turismo

- Investigación de posibles proveedores.
- Creación del plan presupuestario de los paquetes.
- Creación de banco de datos de los proveedores existen.
- Encargado de la retroalimentación de los consumidores.

Jefe administrativo

- Gestionar los recursos económicos y financieros
- Coordinar y Supervisar las tareas de contabilidad y RRHH.
- Creación de las estrategias financieras de la empresa.
- Optimizar recursos para cumplir los objetivos planteados.
- Dar los resultados de su área, ante las reuniones del consejo directivo.
- Alianzas con instituciones financieras.

RRHH

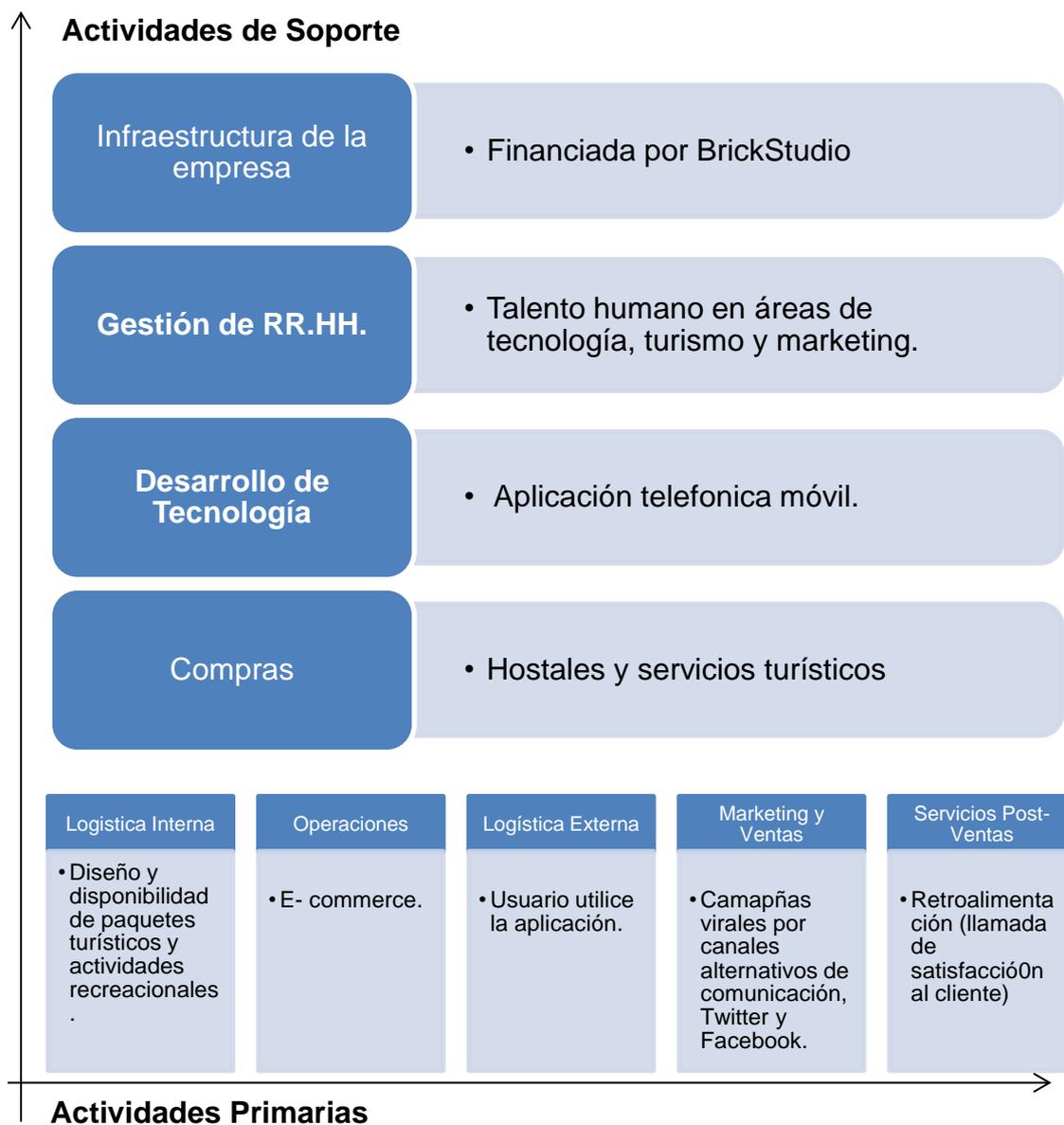
- Creación de perfiles para los puestos de trabajo de acuerdo a nuestros valores.
- Selección del personal para los diferentes cargos.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Contador

- Gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros.
- Contabilidad en general.
- Realizar Análisis financieros.

3.4 Cadena de Valor y Operaciones



3.5 Diagrama del Servicio u Operación



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

- El consumidor descarga la aplicación en Apple Store, o Google Play.
- Al momento de descargar e instalación correcta, aparece un cuadro indicando la aceptación de los términos legales y se le pide que llene una ficha de inscripción. Como se lo puede observar en el diagrama de servicio adjunto en el Anexo C
- El consumidor puede acceder a la aplicación
- En la aplicación aparecerá una ventana con las promociones estrellas o vigentes del mes o semana.
- Al momento del consumidor elegir una sea de la pantalla principal o por las categorías de Actividad u Hostales se desplazara una información de lo que contiene el paquete o promoción turística de esta, con las diferentes formas de pago:
 - Tarjeta de crédito.
 - Reserva.
 - Tarjeta de crédito, se aceptan todas las tarjetas de crédito.
 - Reserva, Se hace una reserva del paquete turístico, el cual se envía un código para cuando se acerque al establecimiento este sea pagado ahí.
- Al momento del consumidor llegar al local, el establecimiento nos notifica su llegada para dar por terminado la venta.
- El servicio de post venta se realiza una llamada al consumidor y ver si su estancia ha sido placentera. Por otro lado le llegara una notificación al celular para que califique el servicio ofrecido.

3.6 Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente

Blue CoastEC busca la satisfacción de sus integrantes y de la comunidad, basándose en el compromiso de un desarrollo sostenible, por medio del proyecto de asesoramiento en paquetes turísticos y creación de proyectos eco-amigables en la comuna de Manglar Alto.

En los proyectos eco-amigables se impartirán charlas para el correcto manejo de alimentos, el manejo de desperdicios, servicio al turista, crear riqueza de manera eficiente, competencia justa, respeto al medio ambiente, cumplimiento de leyes, normas, contratos ya sea con los proveedores, clientes y la comunidad.

El proyecto será ejecutado en el segundo año de operaciones, con personal calificado, impulsando a la comuna al desarrollo económico, social y ambiental, promoviendo el desarrollo turístico y empresarial de manera consciente y responsable.

CAPITULO IV

4. INGIENERIA DEL PROYECTO

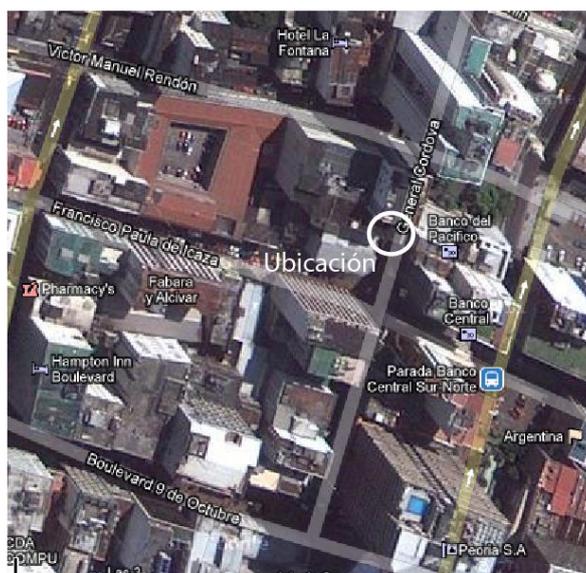
4.1 *Determinación de recursos*

La oficina es proporcionada por BrikStudio, la cual ha designado 3 áreas para que esta nueva área se desarrolle.

Las oficinas cuentan con internet, impresoras multifuncionales, implementos de oficina, 7 computadoras.

4.2 *Localización geográfica- dibujo*

Blue CoastEc se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil, la oficina de operaciones es en las calles de P. Icaza y Córdova edificio Alpeca, piso 7 oficina 702



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

4.3 Inversión Inicial

Inversión	
Muebles y Enseres	\$4,506.00
Equipo de Oficina	\$7,400.00
Gastos de Constitución	\$1,000.00
Capital de trabajo	\$39,983.20
TOTAL INVERSIÓN	\$52,889.20

La inversión inicial detallada se la puede observar en la Inversión adjunta en el Anexo D

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

4.4 Estado Financiero Anual

Balance Inicial Blue CoastEC Enero 2013		
Activos		\$ 39.983,20
Activos Corrientes		
Caja - Banco	\$ 39.983,20	
Activos Fijos		\$ 11.906,00
Muebles y enseres	\$ 4.506,00	
Equipo de oficina	\$ 7.400,00	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		\$ 52.889,20
Pasivos		
Pasivos No Corrientes		
Préstamo Bancario		
Total Pasivo		\$ -
Patrimonio		
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		\$ 52.889,20

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Estado de Resultado		
Blue CoastEC		
Diciembre 31 de 2013		
Ventas Netas	\$	196.998,45
- Costo de Ventas	\$	144.072,00
Utilidad Bruta		\$ 52.926,45
Menos:		
Gastos de Ventas	\$	5.400,00
Videos promocionales	\$	2.400,00
Movilización	\$	3.000,00
Gastos Administrativos	\$	79.217,07
Hosting	\$	50,00
Materiales de oficina	\$	4.843,20
Sueldos	\$	66.576,00
Servicios básicos	\$	2.580,00
Alquiler de oficina	\$	1.800,00
Depreciación	\$	3.367,87
Gastos Totales		\$ 84.617,07
Utilidad Operacional		\$ (31.690,62)
Participación de Utilidades		
Utilidad Grabable		
Impuesto a la Renta 25%		
Utilidad Neta		\$ (31.690,62)

El motivo de que nuestro primer año sea perdida, es porque la aplicación se demora 6 meses en su elaboración, en estos 6 meses nuestra ejecutiva de cuentas esta realizando las alianzas con los proveedores, y comenzamos a vender en el semestre siguiente.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance General Blue CoastEC Diciembre 31 de 2013		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 11.660,45
Caja - Banco	\$ 11.660,45	
Activos Fijos		\$ 8.538,13
Muebles y enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (901,20)	
Equipo de Computación	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (2.466,67)	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		<u>\$ 21.198,58</u>
Pasivos		
Pasivos Corrientes		\$ (31.690,62)
Pérdida del ejercicio	\$ (31.690,62)	
Pasivo no Corriente		\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	
Total Pasivo		\$ (31.690,62)
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		\$ 21.198,58

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

4.5 Estado Financieros Proyectados a 5 años

Balance inicial Blue CoastEC Al 01 de enero del 2014		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 11.660,45
Caja - Banco	\$ 11.660,45	
Activos Fijos		\$ 8.538,13
Muebles y enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (901,20)	
Equipo de oficina	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (2.466,67)	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		<u>\$ 21.198,58</u>
Pasivos		
Pérdida del ejercicio	\$ (31.690,62)	\$ (31.690,62)
Préstamo Bancario		
Total Pasivo		\$ (31.690,62)
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		<u>\$ 21.198,58</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Estado de Resultado			
Blue CoastEC			
Diciembre 31 de 2014			
Ventas Netas		\$	472.417,44
- Costo de Ventas		\$	345.480,00
Utilidad Bruta		\$	126.937,44
Menos:			
Gastos de Ventas Videos promocionales	\$		2.400,00
Movilización	\$		3.000,00
Gastos Administrativos		\$	79.217,07
Hosting	\$		50,00
Materiales de oficina	\$		4.843,20
Sueldos	\$		66.576,00
Servicios básicos	\$		2.580,00
Alquiler de oficina	\$		1.800,00
Depreciación	\$		3.367,87
Gastos Totales		\$	84.617,07
Utilidad Operacional		\$	42.320,37
Participación de Utilidades		\$	6.348,06
Utilidad Grabable		\$	35.972,32
Impuesto a la Renta 25%		\$	8.993,08
Utilidad Neta		\$	26.979,24

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance General		
Blue CoastEC		
Diciembre 31 de 2014		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 89.039,31
Caja - Banco	\$ 89.039,31	
Activos Fijos		\$ 5.170,27
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (1.802,40)	
Equipo de Computación	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (4.933,33)	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
<u>Total Activo</u>		<u>\$ 95.209,57</u>
Pasivos		
Pasivos Corrientes		\$ 42.320,37
Participación a Trabajadores	\$ 6.348,06	
Impuestos por pagar	\$ 8.993,08	
Dividendos por pagar	\$ 26.979,24	
Pasivo no corriente		\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	
Total Pasivo		\$ 42.320,37
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
<u>Total Pasivo + Patrimonio</u>		<u>\$ 95.209,57</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance inicial Blue CoastEC Al 01 de enero del 2015		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 89.039,31
Caja - Banco	\$ 89.039,31	
Activos Fijos		
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	\$ 5.170,27
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (1.802,40)	
Equipo de oficina	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (4.933,33)	
Otros Activos		
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Total Activo		<u>\$ 95.209,57</u>
Pasivos		
Participación a Trabajadores	\$ 6.348,06	\$ 42.320,37
Impuestos por pagar	\$ 8.993,08	
Dividendos por pagar	\$ 26.979,24	
Préstamo Bancario		
Total Pasivo		\$ 42.320,37
Patrimonio		
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		<u>\$ 95.209,57</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Estado de Resultado			
Blue CoastEC			
Diciembre 31 de 2015			
Ventas Netas		\$	553.241,04
- Costo de Ventas		\$	404.592,00
Utilidad Bruta		\$	148.649,04
Menos:			
Gastos de Ventas		\$	5.400,00
Videos promocionales	\$		2.400,00
Movilización	\$		3.000,00
Gastos Administrativos		\$	79.217,07
Hosting	\$		50,00
Materiales de oficina	\$		4.843,20
Sueldos	\$		66.576,00
Servicios básicos	\$		2.580,00
Alquiler de oficina	\$		1.800,00
Depreciación	\$		3.367,87
Gastos Totales		\$	84.617,07
Utilidad Operacional		\$	64.031,97
Participación de Utilidades		\$	9.604,80
Utilidad Grabable		\$	54.427,18
Impuesto a la Renta 25%		\$	13.606,79
Utilidad Neta		\$	40.820,38

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance General		
Blue CoastEC		
Diciembre 31 de 2015		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 114.118,77
Caja - Banco	\$ 114.118,77	
Activos Fijos		\$ 1.802,40
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (2.703,60)	
Equipo de Computación	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (7.400,00)	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
<u>Total Activo</u>		<u>\$ 116.921,17</u>
Pasivos		
Pasivos Corrientes		\$ 64.031,97
Participación a Trabajadores	\$ 9.604,80	
Impuestos por pagar	\$ 13.606,79	
Dividendos por pagar	\$ 40.820,38	
Pasivo no corriente		\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	
Total Pasivo		\$ 64.031,97
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
<u>Total Pasivo + Patrimonio</u>		<u>\$ 116.921,17</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Balance inicial Blue CoastEC Al 01 de enero del 2016		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 114.118,77
Caja - Banco	\$ 114.118,77	
Activos Fijos		\$ 1.802,40
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (2.703,60)	
Equipo de oficina	\$ 7.400,00	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ (7.400,00)	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		<u>\$ 116.921,17</u>
Pasivos		
Participación a Trabajadores	\$ 9.604,80	\$ 64.031,97
Impuestos por pagar	\$ 13.606,79	
Dividendos por pagar	\$ 40.820,38	
Préstamo Bancario		
Total Pasivo		\$ 64.031,97
Patrimonio		
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio	-	<u>\$ 116.921,17</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Estado de Resultado			
Blue CoastEC			
Diciembre 31 de 2016			
Ventas Netas		\$ 630.341,58	
- Costo de Ventas		\$ 460.968,00	
Utilidad Bruta			\$ 169.373,58
Menos:			
Gastos de Ventas		\$ 5.400,00	
Videos			
promocionales	\$ 2.400,00		
Movilización	\$ 3.000,00		
Gastos			
Administrativos		\$ 79.217,07	
Hosting	\$ 50,00		
Materiales de			
oficina	\$ 4.843,20		
Sueldos	\$ 66.576,00		
Servicios básicos	\$ 2.580,00		
Alquiler de oficina	\$ 1.800,00		
Depreciación	\$ 3.367,87		
Gastos Totales			\$ 84.617,07
Utilidad			
Operacional			\$ 84.756,51
Participación de			
Utilidades			\$ 12.713,48
Utilidad Grabable			\$ 72.043,04
Impuesto a la			
Renta 25%			\$ 18.010,76
Utilidad Neta			\$ 54.032,28

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance General		
Blue CoastEC		
Diciembre 31 de 2016		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 135.744,51
Caja - Banco	\$ 135.744,51	
Activos Fijos		\$ 901,20
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (3.604,80)	
Equipo de Computación	\$ -	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ -	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		<u>\$ 137.645,71</u>
Pasivos		
Pasivos Corrientes		\$ 84.756,51
Participación a Trabajadores	\$ 12.713,48	
Impuestos por pagar	\$ 18.010,76	
Dividendos por pagar	\$ 54.032,28	
Pasivo no corriente		\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	
Total Pasivo		\$ 84.756,51
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		<u>\$ 137.645,71</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance inicial		
Blue CoastEC		
Al 01 de enero del 2017		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 135.744,51
Caja - Banco	\$ 135.744,51	
Activos Fijos		\$ 901,20
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (3.604,80)	
Equipo de oficina	\$ -	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ -	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
<u>Total Activo</u>		<u>\$ 137.645,71</u>
Pasivos		
Pasivos		\$ 84.756,51
Participación a Trabajadores	\$ 12.713,48	
Impuestos por pagar	\$ 18.010,76	
Dividendos por pagar	\$ 54.032,28	
Préstamo Bancario		
Total Pasivo		\$ 84.756,51
Patrimonio		
Capital Social	\$ 52.889,20	\$ 52.889,20
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
<u>Total Pasivo + Patrimonio</u>		<u>\$ 137.645,71</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Estado de Resultado			
Blue CoastEC			
Diciembre 31 de 2017			
Ventas Netas		\$ 788.643,90	
- Costo de Ventas		\$ 576.744,00	
Utilidad Bruta			\$ 211.899,90
Menos:			
Gastos de Ventas		\$ 5.400,00	
Videos promocionales	\$ 2.400,00		
Movilización	\$ 3.000,00		
Gastos Administrativos		\$ 79.217,07	
Hosting	\$ 50,00		
Materiales de oficina	\$ 4.843,20		
Sueldos	\$ 66.576,00		
Servicios básicos	\$ 2.580,00		
Alquiler de oficina	\$ 1.800,00		
Depreciación	\$ 3.367,87		
Gastos Totales			\$ 84.617,07
Utilidad Operacional			\$ 127.282,83
Participación de Utilidades			\$ 19.092,43
Utilidad Grabable			\$ 108.190,41
Impuesto a la Renta 25%			\$ 27.047,60
Utilidad Neta			\$ 81.142,81

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Balance General		
Blue CoastEC		
Diciembre 31 de 2017		
Activos		
Activos Corrientes		\$ 179.172,03
Caja - Banco	\$ 179.172,03	
Activos Fijos		\$ -
Muebles y Enseres	\$ 4.506,00	
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ (4.506,00)	
Equipo de Computación	\$ -	
Deprec. Acumulada Equipo de oficina	\$ -	
Otros Activos		\$ 1.000,00
Gastos Constitución	\$ 1.000,00	
Total Activo		<u>\$ 180.172,03</u>
Pasivos		
Pasivos Corrientes		
Participación a Trabajadores	\$ 19.092,43	\$ 127.282,83
Impuestos por pagar	\$ 27.047,60	
Dividendos por pagar	\$ 81.142,81	
Pasivo no corriente		\$ -
Préstamo Bancario	\$ -	
Total Pasivo		\$ 127.282,83
Patrimonio		\$ 52.889,20
Capital Social	\$ 52.889,20	
Total Patrimonio		\$ 52.889,20
Total Pasivo + Patrimonio		<u>\$ 180.172,03</u>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

**4.6 Razones Financieras: Circulante, Deuda, Actividad y
Rentabilidad de un año**

Blue CoastEC					
Razones Financieras					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CAPITAL DE TRABAJO	-20030,17	46718,93	50086,80	50988,00	51889,20
Nº Acciones	1000	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
RAZONES DE LIQUIDEZ					
INDICE CORRIENTE O CIRCULANTE	-0,37	2,10	1,78	1,60	1,41
Prueba ácida	-0,37	2,10	1,78	1,60	1,41
Razón de Fondo de Maniobra	-0,94	0,49	0,43	0,37	0,29
RAZONES DE APALANCAMIENTO					
Índice de endeudamiento	-1,49	0,44	0,55	0,62	0,71
Índice de autonomía	2,49	0,56	0,45	0,38	0,29
Apalancamiento externo	-0,60	0,80	1,21	1,60	2,41
Apalancamiento interno	-1,67	1,25	0,83	0,62	0,42
Capitalización Externa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capitalización Interna	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Razones de Actividad					
Rotación de activo fijo (veces)	23,07	91,37	306,95	699,45	1,000
Rotación de activo total (veces)	9,29	4,96	4,73	4,58	4,38
Rotación de capital de trabajo (veces)	-9,84	10,11	11,05	12,36	15,20
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad bruta	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27
Margen de Utilidad en Operaciones	-0,16	0,09	0,12	0,13	0,16
Margen de Utilidad Neta	-0,16	0,06	0,07	0,09	0,10
Rendimientos sobre activo	-1,49	0,28	0,35	0,39	0,45
Rendimiento sobre patrimonio	-0,60	0,51	0,77	1,02	1,53
Rendimiento sobre Capital de Trabajo	-1,58	0,58	0,81	1,06	1,56
Utilidad por acción	31,69	26,98	40,82	54,03	81,14

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

4.7 Punto de Equilibrio

La formula para calcular el punto de equilibrio es

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo Variable}}$$

Para este ejercicio se tuvo que determinar un margen de contribución ponderado dado que existen varios paquetes turísticos con diferentes precios y costos variables.

$$PE = \frac{\$78,249.20}{\$27.76}$$

$$PE = 2,819.00$$

Por consiguiente tenemos que al menos vender 2819 paquetes turísticos al año.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

4.8 Flujo de Efectivo, TIR y VAN

Flujo Operacional de Caja Proyectado Blue CoastEC						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-52889,2					
Ventas brutas		\$ 196.998,45	\$472.417,44	\$553.241,04	\$630.341,58	\$788.643,90
Costo de venta		\$ 144.072,00	\$ 345.480,00	\$404.592,00	\$460.968,00	\$576.744,00
Utilidad Bruta		\$ 52.926,45	\$ 126.937,44	\$148.649,04	\$169.373,58	\$211.899,90
GASTOS						
Gastos						
Administrativos		\$ 75.849,20	\$ 78.746,64	\$ 81.754,76	\$ 84.877,79	\$ 88.120,12
Gastos de venta		\$ 5.400,00	\$ 5.606,28	\$ 5.820,44	\$ 6.042,78	\$ 6.273,61
Total gastos		\$ 81.249,20	\$ 84.352,92	\$ 87.575,20	\$ 90.920,57	\$ 94.393,74
Depreciación de Activos		\$ 3.367,87	\$ 3.367,87	\$ 3.367,87	\$ 3.367,87	\$ 3.367,87
(=) Utilidad Operacional		\$ (31.690,62)	\$ 39.216,65	\$ 57.705,97	\$ 75.085,14	\$114.138,29
(-) Participación de trabajadores 15%		\$ -	\$ 5.882,50	\$ 8.655,90	\$ 11.262,77	\$ 17.120,74
Utilidad antes de impuestos		\$ (31.690,62)	\$ 33.334,16	\$ 49.050,08	\$ 63.822,37	\$ 97.017,55
(-) Impuesto a la renta 25%		\$ -	\$ 8.333,54	\$ 12.262,52	\$ 15.955,59	\$ 24.254,39
(=) Utilidad Neta Después Impto.	-52889,2	\$ (31.690,62)	\$ 25.000,62	\$ 36.787,56	\$ 47.866,78	\$ 72.763,16

Según nuestro estudio de mercado, llegamos a la conclusión que nuestro mercado objetivo es 3.179 personas que viajan 2 veces al mes a la costa, de acuerdo a esto, queremos abarcar el 10% que es 318 personas , el cual lo incrementaremos dentro de los 5 años al 20%. Se lo puede observar en la Proyección de Ventas adjunto en el Anexo E.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Nuestros gastos administrativos varían de acuerdo a la inflación, proyectada para el 2013 por el Banco Central del Ecuador, que es el 3.82

VAN

Se realizó el cálculo del VAN tomando como referencia para la tasa de descuento, a la tasa de interés activa del Banco Central del Ecuador que es el 8.17%, dándonos un VAN: \$52,342.43.

Indicando que el proyecto es factible.

TIR

La TIR para Blue CoastEC es de 25%, lo que indica la factibilidad financiera del proyecto.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

CAPITULO V

5.1 Conclusiones

Nuestro mercado objetivo Son turistas nacionales que posean un Smartphone, interesados en la diversión y recreación que ofrece la costa ecuatoriana, procedentes generalmente de las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, con una edad promedio de 20 a 37 años y un gasto medio por persona de \$90 a \$ 400.

El proyecto es rentable, debido que al tercer año se logra la utilidad cubriendo los gastos operativos del primer año

La ventaja competitiva de Blue CoastEc es el canal innovador de comercialización para el sector Turístico.

Los costos de producción son bajos permitiéndonos tener precios accesibles para el consumidor.

5.2 Recomendaciones

- En este tipo de negocio es siempre bueno estar a la vanguardia, conocer las tendencias del mercado (gustos y preferencias de nuestro consumidor, para ser más exacto saber que le gustaría hacer en su fin de semana).
- Conservar los estándares de calidad con los proveedores.
- Mantener nuestra línea de comunicación y continuar con la creación de videos virales, para distribuirlos en los medios alternativos como Facebook y Twitter.
- Evaluar la posibilidad de la ampliación de paquetes turísticos a otras regiones del país, respetando nuestro lema *“La Experiencia Blue CoastEC”*.

ANEXOS, FOTOS

ANEXO A

Encuesta

Proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de una aplicación en teléfonos celulares inteligentes de una Guía Hotelera y Turística de la Costa Ecuatoriana

Sexo: ____ **Edad:** ____

1.- ¿Posee usted un Smartphone?

Sí ____ No ____

En el caso de que su respuesta sea sí, continúe con la encuesta, caso contrario le agradecemos por su tiempo.

2.- ¿Qué tipo de Smartphone posee?

Android _____ BlackBerry _____ iPhone _____

*Otro: _____

*En caso de que su elección sea Otros, por favor especifique:

3.- ¿Qué normalmente hace los fines de semana?

Descansar _____ Trabajar _____ Pasear _____

*Otros: _____

*En caso de que su elección sea Otros, por favor especifique:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

4.- ¿Le gustaría contar con una aplicación que le garantice una experiencia espectacular para su fin de semana?

Sí ____ No_____

5.- ¿Con que frecuencia usted realiza viajes internos?

2 veces al mes_____ Pasando tres meses_____

1 vez al año _____ En temporada _____

6.- ¿A que regiones viaja con regularidad?

Costa_____ Sierra_____

Oriente_____ Región Insular _____

7.- ¿Entre los siguientes destinos, cual es el de su preferencia?

Tour isla de la plata _____ Puerto López (Parapente) ____

Puerto el morro _____ Montañita _____ City tour _____

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en sus viajes?

Aventura: _____ Sol y Playa: _____

Comunitario: _____ Cultural: _____

Salud: _____ *Otros: _____

*En caso de que su elección sea Otros, por favor especifique el tipo de turismo de su preferencia: _____

9.- ¿Qué factor predomina en usted al momento de elegir hospedaje?

Precio: _____ Localización: _____

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Confort /Comodidad: _____

Promociones: _____

Calidad de Servicio: _____

*Otros: _____

*En caso de que su elección sea Otros, por favor especifique su preferencia al momento de elegir hospedaje: _____

Producto

Anexo B

Línea Grafica

Logo:



Blue CoastEC

Tarjetas de presentación:



Luis Cedeño

Gerente de mkt y publicidad

085884492

Lcedeño@bluecostec.com

Blue CoastEC

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

ScreenShot



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Diagrama de Servicio

ANEXO C

Términos legales.

Todos los derechos del software, fotos e información utilizada en esta aplicación pertenece en su totalidad a su titular BrikStudio, amparado bajo la Ley de la Propiedad Intelectual, su reglamento y las Normas internacionales suscritos para este efecto. Cualquier violación a estos Derechos serán sancionados según lo estipule la legislación pertinente.

Ficha de Inscripción

Blue CoastEC

Nombres:

Apellidos:

Edad:

Ciudad:

Cell:

E-mail:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Inversión

Anexo D

Muebles y Enseres

Rubro	Unidad	Precio Unitario	Sub Total
Silla Giratoria para escritorio	7	\$95,00	\$665,00
Escritorio	7	\$375,00	\$2.625,00
Archivador	4	\$190,00	\$760,00
Mesa de trabajo	1	\$300,00	\$300,00
Pizarra	1	\$156,00	\$156,00
TOTAL			\$4.506,00

GASTOS OPERATIVOS

DESGLOCE ACTIVOS FIJOS

Equipo de Oficina

Rubro	Unidad	Precio Unitario	Sub Total
A/C Split	2	\$560,00	\$1.120,00
Computadora	7	\$616,00	\$4.312,00
Teléfono	11	\$60,00	\$660,00
Proyector	1	\$672,00	\$672,00
Impresora Laser	2	\$168,00	\$336,00
Impresora Multifuncional	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$7.400,00

Gastos Administrativos	Unidad	Costo Mensual
-------------------------------	---------------	----------------------

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

Agua	1	\$30,00
Electricidad	1	\$75,00
Seguros	1	\$37,55
Teléfono	1	\$40,00
Internet	1	\$70,00
Renta de oficina	1	\$150,00
Suministros de oficina	1	\$883,60
TOTAL		\$1.286,15

Suministros de oficina	Unidad	Precio Unitario	Sub Total
Libreta	10	\$0,59	\$5,90
Carpeta folder	10	\$0,11	\$1,10
Juego de grapadora, perforadora, saca grapas, portalápices, etc.	10	\$50,00	\$500,00
Carpetas Manilas	20	\$0,30	\$6,00
Esferográfico	10	\$0,18	\$1,80
Separadores plásticos	10	\$0,67	\$6,70
Grapas	10	\$0,57	\$5,70
Tóner y Tintas	1	\$90,00	\$90,00
Resma de Papel	6	\$4,40	\$26,40
Suministros de limpieza	12	\$20,00	\$240,00
TOTAL			\$883,60

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

Ventas Proyectadas

Anexo E

Tamaño de mercado	73.169
Usuarios de Android y iPhone	57.804
25% Actividades recreativas	14.451
94% acepta la aplicación	13.584
78% Turismo sol y playa y aventura	10.595
30% viaja 2 veces al mes	3.179
10% del mercado	318
	318

Proyección de mercado	
año 1	318
año 2	381
año 3	445
año 4	509
año 5	636

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Año 1 Composición de ventas

	%	Turistas	Costo de paquete	Precio	Ventas al mes	Costo de venta
City Tour	1%	3	\$ 40,00	\$ 52,36	\$ 157,08	\$ 120,00
Puerto El Morro	10%	32	\$ 60,00	\$ 78,54	\$ 2.513,28	\$ 1.920,00
Puerto López	35%	111	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 12.210,00	\$ 8.880,00
Puerto López	15%	48	\$ 90,00	\$ 123,75	\$ 5.940,00	\$ 4.320,00
Montañita	30%	95	\$ 83,00	\$ 114,13	\$ 10.841,88	\$ 7.885,00
Fotografía	5%	16	\$ 27,00	\$ 35,64	\$ 570,24	\$ 432,00
Coctelería	4%	13	\$ 35,00	\$ 46,20	\$ 600,60	\$ 455,00
	100%				\$ 32.833,08	\$ 24.012,00

Año 2 Composición de ventas

	%	Turistas	Costo de paquete	Precio	Ventas al mes	Costo de venta
City Tour	1%	4	\$ 40,00	\$ 52,36	\$ 209,44	\$ 160,00
Puerto El Morro	10%	38	\$ 60,00	\$ 78,54	\$ 2.984,52	\$ 2.280,00
Puerto López	35%	134	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 14.740,00	\$ 10.720,00
Puerto López	15%	57	\$ 90,00	\$ 123,75	\$ 7.053,75	\$ 5.130,00
Montañita	30%	114	\$ 83,00	\$ 114,13	\$ 13.010,25	\$ 9.462,00
Fotografía	5%	19	\$ 27,00	\$ 35,64	\$ 677,16	\$ 513,00
Coctelería	4%	15	\$ 35,00	\$ 46,20	\$ 693,00	\$ 525,00
	100%				\$ 39.368,12	\$ 28.790,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA ECUATORIANA

Año 3 Composición de ventas

	%	Turistas	Costo de paquete	Precio	Ventas al mes	Costo de venta
City Tour	1%	4	\$ 40,00	\$ 52,36	\$ 209,44	\$ 160,00
Puerto El Morro	10%	45	\$ 60,00	\$ 78,54	\$ 3.534,30	\$ 2.700,00
Puerto López	35%	156	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 17.160,00	\$ 12.480,00
Puerto López	15%	67	\$ 90,00	\$ 123,75	\$ 8.291,25	\$ 6.030,00
Montañita	30%	134	\$ 83,00	\$ 114,13	\$ 15.292,75	\$ 11.122,00
Fotografía	5%	22	\$ 27,00	\$ 35,64	\$ 784,08	\$ 594,00
Coctelería	4%	18	\$ 35,00	\$ 46,20	\$ 831,60	\$ 630,00
	100%				\$ 46.103,42	\$ 33.716,00

Año 4 composición de ventas

	%	Turistas	Costo de paquete	Precio	Ventas al mes	Costo de venta
City Tour	1%	5	\$ 40,00	\$ 52,36	\$ 261,80	\$ 200,00
Puerto El Morro	10%	51	\$ 60,00	\$ 78,54	\$ 4.005,54	\$ 3.060,00
Puerto López	35%	178	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 19.580,00	\$ 14.240,00
Puerto López	15%	76	\$ 90,00	\$ 123,75	\$ 9.405,00	\$ 6.840,00
Montañita	30%	153	\$ 83,00	\$ 114,13	\$ 17.461,13	\$ 12.699,00
Fotografía	5%	25	\$ 27,00	\$ 35,64	\$ 891,00	\$ 675,00
Coctelería	4%	20	\$ 35,00	\$ 46,20	\$ 924,00	\$ 700,00
	100%				\$ 52.528,47	\$ 38.414,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
 COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
 INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
 ECUATORIANA

**Año 5 Composición de
 ventas**

	%	Turistas	Costo de paquete	Precio	Ventas al mes	Costo de venta
City Tour	1%	6	\$ 40,00	\$ 52,36	\$ 314,16	\$ 240,00
Puerto El Morro	10%	64	\$ 60,00	\$ 78,54	\$ 5.026,56	\$ 3.840,00
Puerto López	35%	223	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 24.530,00	\$ 17.840,00
Puerto López	15%	95	\$ 90,00	\$ 123,75	\$ 11.756,25	\$ 8.550,00
Montañita	30%	191	\$ 83,00	\$ 114,13	\$ 21.797,88	\$ 15.853,00
Fotografía	5%	32	\$ 27,00	\$ 35,64	\$ 1.140,48	\$ 864,00
Coctelería	4%	25	\$ 35,00	\$ 46,20	\$ 1.155,00	\$ 875,00
	100%				\$ 65.720,33	\$ 48.062,00

Bibliografía

- [1] MINTUR, «OPTUR (Asociación de Operadoras de Turismo Receptivo del Ecuador),» Junio 2012. [En línea]. Available: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>.
- [2] MINTUR, Enero 2011. [En línea]. Available: http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf.
- [3] C. t. IDC, «Revista Vistazo,» 18 11 2010. [En línea]. Available: <http://www.vistazo.com/ea/vidamoderna/?elImpresa=1038>.
- [4] INEC, Diciembre 2011. [En línea]. Available: http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf.
- [5] H. oceanic, «HOsteria Oceanic,» [En línea]. Available: <http://www.hosteriaoceanic.com>.
- [6] E. R. d. I. Aves, «EL Refugio de las Aves,» [En línea]. Available: <http://www.elrefugiodelasaves.com.ec>.
- [7] PIMTE, «Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador,» Agosto 2009. [En línea]. Available: http://www.visitotavalo.com/descargas_upload/DOCUMENTOS/PIMTE_2014_EDICION_Turismo_Internacional_10ago09.pdf.
- [8] MINTUR, Enero 2011. [En línea]. Available: http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNA APLICACIÓN EN TELÉFONOS CELULARES
INTELIGENTES DE UNA GUÍA HOTELERA Y TURÍSTICA DE LA COSTA
ECUATORIANA

[9] Get&Go, «Get&Go,» [En línea]. Available: <http://www.getandgo.ec/site/>.

[10] Routard, «Guia de Routard,» [En línea]. Available:
<http://www.routard.com/>.