



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO EN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE
UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”**

AUTOR:

ANDRADE REYES OSWALDO NARCISO

TUTOR(A):

ING. ALCIVAR MERO MARIA JESSENIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2022

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT- 01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es : “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA” el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor/señora/señorita **Andrade Reyes Oswaldo Narciso**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lo certifico,



Ing. Alcívar Mero María Jessenia.
Docente Tutor(a)
Área: Administración

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Andrade Reyes Oswaldo Narciso, declaro ser el único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas, mismo que lleva por título “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”, señalo que todas las ideas planteadas en el presente trabajo de emprendimiento y que aparecen como propias, son de total exclusiva responsabilidad del autor y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estime pertinente.

ANDRADE REYES OSWALDO NARCISO

Autor

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El Tribunal de Grado, aprueba el trabajo de graduación sobre el tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”, elaborado por el señor, estudiante Andrade Reyes Oswaldo Narciso de la carrera de Administración de empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

Eco. Cedeño Macías Alexa María

Presidente del Tribunal

Ing. Velasco Delgado Carlos Alberto

Miembro del Tribunal 1

Ing. Coral Almeida Byron Vicente de Paul

Miembro del Tribunal 2

DEDICATORIA

El actual trabajo se lo dedico ante todo a Dios, por haberme brindado sabiduría, perseverancia y fortaleza para recorrer este largo y en ocasiones angustioso camino, por haberme enseñado que toso es posible con perseverancia y confianza.

A mi familia por creer en mí y motivarme a continuar a través del apoyo incondicional que me han brindado, por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que con disciplina y amor es posible lograrlo

A mis abuelos, por la comprensión ayuda y amor que me han brindado a lo largo de todo este proceso, por ser mis pilares fundamentales en todo aspecto de mi vida.

A mis amigas y compañeros de clase, por el compañerismo y cariño que se ha forjado a largo de estos 5 años por enseñarme que trabajando en equipo se pueden alcanzar las metas propuestas.

A cada uno de los docentes de la carrera, por impartir sus conocimientos en el aula de clases, por también por cada uno de sus consejos ya que gracias a ellos he podido crecer de manera profesional y personal.

Oswaldo Narciso Andrade Reyes

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por cada puerta que abrió y también por las que cerro, por ser mi guía y refugio en todo momento.

Agradezco a mis padres y hermanos por creer y confiar en mí, por preocuparse en hacerme saber que puedo contar con su apoyo en todo momento de mi vida. A mis abuelos porque han sido mi motor y mis ganas de seguir adelante y superarme profesionalmente para ser un ejemplo a seguir, por toda la paciencia comprensión y amor que me han brindado.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por haberme acogido y permitirme ser parte de esta grandiosa institución. A los docentes por dedicarnos y entregarnos sus conocimientos, por dar ese extra que me ha ayudado a crecer profesionalmente.

A mi tutora la Ing. Jessenia Alcívar por abrir un espacio y dedicarme parte de su tiempo para compartir sus conocimientos conmigo, por guiarme en la realización de este proyecto y obtener los mejores resultados.

A mis amigos y compañeros de clase por darme la oportunidad de pertenecer a sus vidas de una u otra manera, por el compañerismo y lazos de amistad que se fueron forjando a lo largo de todo este hermoso proceso.

Oswaldo Narciso Andrade Reyes

Contenido

Resumen	13
Abstract.....	14
Tema:.....	15
CAPITULO I.....	16
1. Descripción del proyecto	16
1.1Planteamiento del problema	16
1.1.1Formulación del problema	17
1.2 Objetivos del Proyecto.....	17
1.2.1 Objetivo general	17
1.2.2Objetivos específicos.....	18
1.3 Justificación del Proyecto	18
1.3.1 Justificación teórica.....	18
1.3.2 Justificación práctica	19
1.3.3 Justificación metodológica.....	19
1.4 Delimitación del Proyecto	19
1.4.1 Delimitación geográfica	19
1.4.2 Delimitación temporal.....	20
1.4 3 Delimitación social (beneficiarios).....	20
CAPITULO II.....	21
2. Planteamiento estratégico.....	21
2.1 Visión	21
2.2Misión.....	21
2.3 Valores empresariales	21
2.4Análisis interno del Proyecto	22
CAPITULO III.....	23
3. Estudio de mercadotecnia.....	23
3.1Análisis externo.....	23
3.2Segmento del Mercado.....	25
3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)	50
3.4 Análisis competitivo (Porter).	51
CAPITULO IV	54
4. Descripción del producto	54
4.1Características del producto / servicio	54
4.1 Análisis comparativos con productos similares	56

CAPITULO V.....	57
5. Estudio técnico.....	57
5.1 Descripción de las características de localización del negocio	57
5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo	57
5.3 Diagrama de procesos	58
5.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	60
5.5 Listado de los proveedores.....	61
CAPITULO VI.....	62
6. Estudio Organizacional.....	62
6.1 Organigrama estructural y funcional.....	62
6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	62
6.3 Previsión de RRHH.....	66
CAPITULO VII.....	52
7. Estudio legal y societario.....	52
7.1 Marco legal.....	52
7.2 Requisitos para su legitimidad	54
7.2.1 Razón social para la organización.....	54
CAPITULO VIII.....	57
8. Estudio económico financiero.....	57
8.1 Estructura de costos y gastos.	58
8.2. Proyección de ventas.....	60
8.3. Plan de Inversión.....	60
8.4 Líneas de financiamiento	63
8.5 Proyecciones de ventas.....	64
OBTENCION DE LAS GANACIAS	65
8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)	66
8.6 Estado de resultados proyectados (5 años).....	67
8.7 Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	68
CAPITULO IX	71
9. Evaluación financiera	71
9.1 VAN	71
9.2 TIR	72
9.3 Relación beneficio/costo (RBC)	73
9.4 Razones financieras.....	73
9.4.1 Endeudamiento.....	73
Conclusiones.....	74
Recomendaciones	76

10. Bibliografía.....	77
ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1 población por edad del cantón de manta	25
Tabla #2 parámetros de la muestra	26
Tabla# 3 Resultado de la pregunta #1	27
Tabla# 4 Resultado de la pregunta #2	27
Tabla# 5 Resultado de la pregunta #3	29
Tabla# 6 Resultado de la pregunta #4	29
Tabla# 7 Resultado de la pregunta #5	30
Tabla# 8 Resultado de la pregunta #6	31
Tabla# 9 Resultado de la pregunta #7	32
Tabla# 10 Resultado de la pregunta #8	33
Tabla# 11 Resultado de la pregunta #9	34
Tabla# 12 Resultado de la pregunta #10	35
Tabla# 13 Resultado de la pregunta #11	36
Tabla# 14 Resultado de la pregunta #1	37
Tabla# 15 Resultado de la pregunta #2	38
Tabla# 16 Resultado de la pregunta #3	39
Tabla# 17 Resultado de la pregunta #4	40
Tabla# 18 Resultado de la pregunta #5	41
Tabla# 19 Resultado de la pregunta #6	42
Tabla# 20 Resultado de la pregunta #1	43
Tabla# 21 Resultado de la pregunta #2	44
Tabla# 22 Resultado de la pregunta #3	45
Tabla# 23 Resultado de la pregunta #4	46
Tabla# 24 Resultado de la pregunta #5	47
Tabla# 25 Resultado de la pregunta #6	48
Tabla# 26 Resultado de la pregunta #7	49
Tabla# 27 máquinas, equipos y herramientas.....	60
Tabla# 28 Previsión de RRHH	66
Tabla# 29 Estructura de costos y gastos.....	58
Tabla#30 costos y gastos mensual.....	59
Tabla #31 costos y gastos anuales con un crecimiento de un 5% por año	59
Tabla# 32 Proyección de ventas	60

Tabla# 33 activo fijo.....	60
Tabla# 34 activo diferido.....	61
Tabla# 35 Estructura de costos y gastos.....	61
Tabla# 36 inversión	63
Tabla#37 Composición del capital	63
Tabla# 38 Financiamiento	63
Tabla# 39 Amortización	64
Tabla# 40 Proyecciones de ventas.....	64
Tabla# 41 Flujo de caja proyectado.....	66
Tabla# 43 Estado de situación financiera proyectado	68
Tabla# 44 Costo de Oportunidad	71
Tabla# 45 Costo de Oportunidad.....	71
Tabla# 46 VAN	72
Tabla# 47 TIR.....	72
Tabla# 48 pyback.....	73
Tabla # 49 Relación costo beneficio	73
Tabla# 50 Endeudamiento	73

Índice de imágenes

Imagen# 1 Localización del negocio	57
Imagen #2 Bosquejo del área de trabajo.....	57

Índice de figuras

Figura# 1.....	27
Figura #2.....	28
Figura #3.....	29
Figura #4.....	30
Figura #5.....	31
Figura #6.....	32
Figura #7.....	33
Figura #8.....	34
Figura #9.....	35
Figura #10.....	36
Figura #11.....	37
Figura #12.....	38

Figura #13.....	38
Figura #14.....	39
Figura #15.....	40
Figura #16.....	41
Figura #17.....	42
Figura #18.....	44
Figura #19.....	44
Figura #20.....	45
Figura #21.....	46
Figura #22.....	48
Figura #23.....	49
Figura #24.....	50
Figura #25: Proceso para la reservación de los servicios	58
Figura #26: Proceso para la asignación del tour.....	59
Figura #27: Organigrama estructural y funcional.....	62

Document Information

Analyzed document	TESIS CORREGIDA OSWALDO ANDRADE.docx (D142586684)
Submitted	8/1/2022 7:44:00 PM
Submitted by	Maria Jessenia Alcivar Mero
Submitter email	mariaj.alcivar@uleam.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	mariaj.alcivar.uleam@analysis.arkund.com

Sources included in the report

- UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / tesis pra urkund.docx**
SA Document tesis pra urkund.docx (D126662079)
Submitted by: e1350154694@live.uleam.edu.ec
Receiver: cesar.alarcon.uleam@analysis.arkund.com
-
- UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Proyecto De Emprendimiento para la Titulacion I Anthony Macias.docx (D142542894)**
SA Document Proyecto De Emprendimiento para la Titulacion I Anthony Macias.docx (D142542894)
Submitted by: genesis.heredia@uleam.edu.ec
Receiver: genesis.heredia.uleam@analysis.arkund.com
-
- UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / CORRECCIONES TESIS.docx**
SA Document CORRECCIONES TESIS.docx (D13293978)
Submitted by: viest86@hotmail.com
Receiver: emilio.macias.uleam@analysis.arkund.com
-
- UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / FAUSTO SUAREZ MACIAS PROYECTO.docx**
SA Document FAUSTO SUAREZ MACIAS PROYECTO.docx (D111853360)
Submitted by: faustolsm97@gmail.com
Receiver: otto.macias.uleam@analysis.arkund.com
-

Resumen

El presente proyecto consiste en un estudio para determinar la factibilidad de la creación de una agencia de turismo la cual brinda servicios online al ubicarse en el cantón manta.

El contenido de este proyecto es una inclinación a mejorar la economía actual del sector de Manta, por medio de un proyecto en base a los recursos que ofrece el cantón de Manta. El implemento de una agencia de guía turístico puede ser un recurso muy acertado dentro del ambiente puerto pesquero. Este proyecto tiene como objetivo plantear nuevas mejoras al turismo, ofreciendo un servicio de calidad y con rentabilidad para los anfitriones del mismo, sin embargo, el objetivo tiene una visión mucho más grande, es alcanzar la mejor calidad en servicios que pueda ofrecer comparado con otros que brindan ese servicio.

El turismo es uno de los potenciales fuerte del sector de Manta, es por ello en base a un servicio especializado en ese rango puede generar mucho crecimiento en las zonas más atractiva del cantón, siempre y cuando conservando las políticas y cuidando el medio ambiente, ya que también es prioridad del servicio turístico que se está planteando en este proyecto

Palabras claves: agencia, turismo, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero.

Abstract

This project consists of a study to determine the feasibility of creating a tourism agency which provides online services when located in the city of Manta.

The content of this project is an inclination to improve the current economy of the Manta sector, through a project based on the resources offered by the city of Manta. The implementation of a tourist guide agency can be a very successful resource within the fishing port environment. The objective of this project is to propose new improvements to tourism, offering a quality and profitable service for its hosts, however, the objective has a much larger vision, it is to achieve the best quality in services that it can offer compared to others. that provide that service.

Tourism is one of the strong potentials of the Manta sector, which is why, based on a specialized service in this range, it can generate a lot of growth in the most attractive areas of the city, as long as policies are preserved and care for the environment, since it is also a priority of the tourist service that is being considered in this project.

Keywords: agency, tourism, market study, technical study, organizational study, financial study.

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE
UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”**

CAPITULO I

1. Descripción del proyecto

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es la actividad número cinco más importante en el cual genera divisas en el país, esto hace que sea motivo y parte fundamental dentro del cambio de la Matriz Productiva establecida por el actual gobierno ecuatoriano, contando con el total apoyo e incentivos por parte del mismo, aún que en la actualidad no es una de las principales ingresos de divisas por la actual pandemia que está pasando el mundo entero, igualmente se está realizando varios proyectos con el cual se espera que una vez acabe la pandemia Ecuador vuelva a tener grandes ingresos de turistas por año. Nadia Priscila Villena Izurieta (2015).

Antecedentes

La ciudad de Manta el cual es uno de los lugares turísticos más visitados del cantón Manta es considerada el balneario más importante, popular y visitado del Ecuador, por sus hermosas y acogedoras playas, hoteles de primera categoría, clubes, bares, discotecas y centros deportivos para el turista, adicional a esto consta con un sol y la brisa irradian todas las mañanas ideando un ambiente ideal para deleitarse de la playa y otros interesantes lugares que se pueden encontrar en este cantón (alcaldía de Manta)

Especificidad

La agencia de turismo es una unidad económica de producción a la que le corresponde el papel de crear riqueza mediante el incremento de utilizar los bienes y servicios a través de un proceso en el cual la producción que se realiza utilizando un contiguo de factores productivos bajo la dirección del administrador. La apreciación de turística está referida al comprador al que se dirige, personas que viajan por

necesidades de entretenimiento o cultura. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), estos deslizamientos deben llevar un consumo de la renta en un lugar distinto de la que se produce y en donde no se anida habitualmente, Las empresas turísticas son compañías, u organizaciones constituidas en variedades de comercio, las cuales poseen como objetivo comercializar agentes de servicios que compensen las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos.

Relevancia

El cantón de Manta en Manabí al ser considerado como "La Puerta del Pacífico"(alcaldía de Manta), con magníficas playas, además de ser el mayor puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, por esto de mucha importancia una agencia de turismo ya que este forma parte del subsistema endógeno, es decir, que es un elemento propio de la actividad turística, además de que las agencias turísticas forman parte de un sistema de elementos en los cuales se encuentran los hoteles, los restaurantes, el transporte, los recursos culturales y naturales que se encuentran en el propio cantón, la integración de todos estos elementos permitirá que una agencia de turismo brinde un producto o servicio de calidad a los clientes

1.1.1 Formulación del problema

¿Estudio de factibilidad para la creación de una agencia turística ofertando diversos servicios online el cual se ubicará en el cantón manta?

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1 Objetivo general

- Determinar la factibilidad para la creación de una agencia turística ofertando diversos servicios online el cual se ubicará en el cantón manta

1.2.2Objetivos específicos

1. Desarrollar un estudio de mercado para identificar preferencias, precios y la demanda insatisfecha.
2. Realizar un estudio técnico que permita determinar la localización y estructura y procesos del proyecto.
3. Desarrollar un estudio organizacional para que la empresa funcione de forma organizada.
4. Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad financiera del proyecto para la creación de una agencia turística ofertando diversos servicios online el cual se ubicará en el cantón Manta.

1.3 Justificación del Proyecto

1.3.1 Justificación teórica

El aliento del presente documento está ordenado con el cambio de la matriz productiva forzosamente impulsada por el actual gobierno, el contexto financiero de hoy, en el cual se posee una desaceleración y recesión de la riqueza, principalmente dada por la perpetua tendencia a la depreciación del precio del barril de petróleo, es un tiempo oportuno de emprender y generar ideas que presten el ingreso de divisas a la economía y justificadamente el turismo se proyecta como una de las actividades más importantes en fomentar un ingresos no petroleros al país. Nadia Priscila Villena Izurieta (2015).

A través del aprovechamiento de los patrimonios naturales y culturales del Ecuador, el sector prevalecido es el turismo puesto que conjuntamente de contar con un patrimonio natural y destinos turísticos reconocidos a nivel internacional, se cuenta con las destrezas que brinda el actual gobierno para emprendimientos de este tipo y el soporte para crear un conocimiento de empresa que se enfila en promocionar diversos

puntos turísticos en las distintas regiones del país, a más de Galápagos, permitiendo mejorar la riqueza local de cada destino turístico del país. (Pisco, 2019)

1.3.2 Justificación práctica

La propuesta se justifica porque una de las bases económica del cantón manta es el turismo, y porque las personas que se dedican a la prestación del servicio turístico no han emprendido acciones para minimizar el impacto negativo en los recursos turísticos del cantón, tanto natural como cultural. Además, la infraestructura turística del cantón manta no es la adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes y de los turistas además no hay calidad en los servicios turísticos que se brinda.

1.3.3 Justificación metodológica

Para lograr el desarrollo de este emprendimiento se utilizarán técnicas e instrumentos de investigación tales como la observación, la entrevista y las encuestas, se considerara también los hábitos de consumo de los pobladores, de las agencias turística y de viaje además de las diferentes empresas que prestan un servicio turístico en el cantón de Manta, con el progreso de esta investigación se espera obtener beneficios que acompañados de estrategias y planes de acción aportarán al bienestar colectivo de la comunidad.

1.4 Delimitación del Proyecto

1.4.1 Delimitación geográfica

El cantón de Manta esta ubicado en la parte occidental de la Provincia de Manabí, en la bahía de Manta, en la Costa Centro - Sur del Ecuador. Esta zona, por influencia directa de la Corriente Fría de Humboldt la mayor parte del año, es muy seca y las lluvias son intensamente escasas, ya que solo llueve entre 150 a 250 mm³ anuales. La especificación del cantón y la ciudad son sumamente irregulares y accidentadas, ya que

su elevación promedio en todo el cantón es de entre 6 y los 400 m s. n. m., en donde la parte más baja es el perfil costanero y la parte más alta está ubicado en pleno centro del cantón, precisamente en el Bosque Húmedo de Pacoche ubicado a una elevación de 400 metros sobre el nivel del mar.

1.4.2 Delimitación temporal

El desarrollo de esta investigación será enmarcado en el periodo 2022 los datos serán respaldados por medio de un estudio de mercado, el cual ayudara a determinar la viabilidad del emprendimiento.

1.4 3 Delimitación social (beneficiarios)

Los beneficiarios de este proyecto son los habitantes y comerciantes de la ciudad de manta pues que nuestra misión está orientada al aumentar el crecimiento del turismo en el cantón Manta y que esta sea conocida a nivel nacional.

CAPITULO II

2. Planteamiento estratégico

2.1 Visión

Posicionarnos en el mercado ecuatoriano e internacional como una empresa líder en la administración y planificación de viajes online, fuera o dentro del País, brindando calidad y eficiencia de servicio e innovadores que generen siempre la fidelidad y preferencia de nuestros clientes

2.2 Misión

Ofrecer una asistencia personalizada de calidad y de mucha confiabilidad, a través de una buena atención así a nuestros clientes por parte de nuestro personal debidamente capacitado, creando viajes turísticos únicos a precios accesibles para todas las personas, logrando resaltar las expectativas de nuestros clientes.

2.3 Valores empresariales

“Los valores organizacionales son delimitados como los manuales o creencias relativas a las metas organizacionales las cuales desea la organización, la cual orientan la vida de la organización y están al servicio de los intereses individuales, colectivos o mixtos” (M.G.C & Tamayo Y Gondim, 1996)

Tamayo y Gondim (1996) indican que los valores empresariales se van a definir conforme la finalidad que tenga la organización o empresa, es decir que cada empresa posee valores empresariales de acuerdo con las creencias y a las metas que cada organización padece, los valores empresariales funcionan como un eje mediante el cual se generara un mayor rendimiento y beneficio económico.

PASION

La PASION es el estremo, es la base, es sobre lo que se edifica. Es el Kilómetro 0. Imposible tener un triunfo sin pasión. Es la Chispa que prende el movimiento y la aptitud de nuestra Empresa.

HONESTIDAD

La honestidad en el ámbito laboral, es la vinculación con el consumidor, en la forma de realizar los negocios y en la calidad de la investigación (veraz, perfecciona y sin ambigüedades), es el valor fundamental para nuestra empresa.

DISCIPLINA

La Disciplina es el aliento de nuestra Empresa, resulta imprescindible tener o disponer de una ordenanza personal que nos organice para poder lograr nuestros objetivos de un modo crecidamente más concreto, prolijo y sin fisuras.

RESPECTO

El respeto es el valor esencial de nuestra empresa, sin el cual no sería posible emplear todos los anteriores. Respeto por nosotros propios, por nuestro trabajo, por el de nuestros colegas, el de nuestros proveedores y el de todas las personas que participan en nuestra empresa.

PROMESA INMERSA

Hacer que nuestros diferentes clientes se sientan sorprendidos en cada viaje, esto y que esto nos permite brindar factores diferenciales de otras empresas “Cuidar Cada detalle nos hace cada día más grandes”.

2.4Análisis interno del Proyecto

FORTALEZA.

- Estamos situados en un cantón turístico.
- Buena ubicación geográfica.
- Gran diversidad de arte cultural

DEBILIDADES.

- No contamos con una estructura propia.
- Recursos financieros limitados para la empresa
- Ausencia de una estructura organizacional.

CAPITULO III

3. Estudio de mercadotecnia

3.1 Análisis externo

Dentro del análisis externo está definido el ambiente general de un país, es decir; las sociedades, las organizaciones, las comunidades, etc. Todo esto afecta directamente al desarrollo de las empresas, en el macro entorno es donde ocurren los distintos fenómenos económicos, sociales, legales, culturales, tecnológicos, demográficos, políticos y ecológicos los cuales serán detallados a lo largo de esta investigación.

- Condiciones Económicas.

Se basa en definir como producen tanto las organizaciones como las personas de un país determinado, de qué manera distribuyen los bienes y servicios, se basa también en la economía en términos de inflación, desarrollo, contracción, niveles de encaje, tasa de desempleo, producto interno bruto y otros indicadores que nos ayudan a determinar las condiciones económicas de una sociedad o país.

- Condiciones Tecnológicas

Implica cada avance tecnológico y su impacto dentro de la economía se conoce el alto impacto que tiene la tecnología dentro de las organizaciones a tal grado que un fallo en el ámbito tecnológico podría desencadenar grandes problemas en el PIB de un país.

- Condiciones Legales

En esta parte se determinan los reglamentos y leyes que siguen a un país.

- Condiciones Políticas

Hace referencia a los partidos políticos, objetivos políticos y actitudes de los gobiernos.

- Condiciones Culturales

Se trata de los valores que prevalecen en cada individuo dentro de una sociedad.

- Condiciones Demográficas

Abarca el aumento disminución de las personas dentro de un estado.

- Condiciones Ecológicas

Abarca la naturaleza, es decir el ambiente físico y natural.

OPORTUNIDADES.

- Generar alianza con hoteles radicados en el cantón.
- Aprovechar los eventos que realiza el cantón para brindar nuestro servicio.
- Ofrecer convenios con la UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ, específicamente en las facultades que estén fomentando el turismo y la administración.
- Primera agencia en dedicarse a este tipo de actividades.
- Los nuevos avances tecnológico ayudar a brindar lo que el cliente se espera.

AMENAZAS.

- Agencias de viajes.
- Aparición de nuevas agencias de turismo.
- Cancelación de los eventos realizados en el cantón.
- Eventos naturales que no la empresa no pueda intuir.

3.2 Segmento del Mercado

“Es Aquel fragmento del mercado que se encuentra definida por diversas variables determinadas las cuales permiten diferenciarla visiblemente de otros segmentos. A medida que se reflexiona un mayor aumento de variables para definir cualquier fragmento del mercado, el tamaño del fragmento se reduce y las particulares de este son más homogéneas” (Farber, 1994).

Partiendo de lo descrito por el autor se puede llegar a la conclusión de que; el segmento de mercado está diseñado de tal forma que se pueda estudiar o analizar las necesidades gustos y preferencia de un grupo de personas o empresas en particular, para de esta manera poder brindar un producto o servicio más personalizado y acorde a las necesidades del mismo grupo.

En esta investigación para llevar a cabo la implementación de una agencia turística al ubicarse en el cantón de manta la cual está ubicada en la provincia de Manabí, para lo cual se ha creado un sub grupo de personas que oscilen entre las edades de 18 a 89 años de edad, para la recolección de datos se realizara a través de la técnica de encuesta.

Tabla #1 población por edad del cantón de manta

POBLACIÓN POR EDAD DEL CANTON MANTA	
18-29 años de edad	49,405
30-44 años de edad	41,127
45-59 años de edad	29,293
60-74 años de edad	16,773
75-89 años de edad	5,639
total	142,237

Fuente: Manta, Ecuador — estadísticas

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Muestra

n= tamaño der la muestra

N= tamaño de la población

Z=nivel de significación (95%)= 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia del evento= 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia del evento= 0,5

e= Error de la muestra 5%= 0,05

$$n = \frac{z^2 P \cdot Q \cdot N}{Z^2 P \cdot Q + Ne^2}$$

Tabla #2 parámetros de la muestra

	Insertar
Parámetro	Valor
N	142.237
Z	1,960
P	50,00%
Q	50,00%
e	5,00%

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

$$n = \frac{136604,4148}{356,5504}$$

n= 377.13

Número total de encuestas a aplicar= 377

A continuación, se presentan el resultado y análisis de las encuestas aplicadas.

1. ¿Al salir de vacaciones que parte del Ecuador más visita?

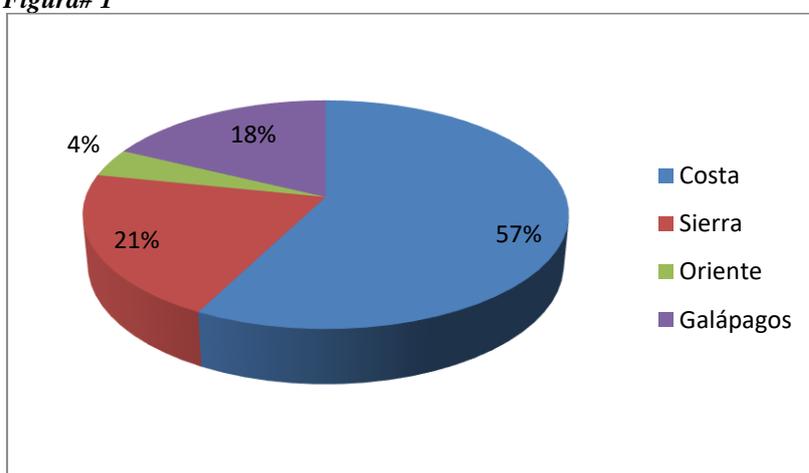
Tabla# 3 Resultado de la pregunta #1

Costa	217	58%
Sierra	78	21%
Oriente	15	4%
Galápagos	67	18%
TOTAL	377	100%

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura# 1



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #1 realizada a los diferentes habitante del cantón Manta, se puede observar que del 100% de las personas encuestadas el 58% la parte que más visita del Ecuador es la Costa por lo cual resulta de gran importancia puesto que la agencia turística se encontrara ubicada en el cantón de Manta el cual se ubica en la región de la costa, el 21% lo que más visita es la Sierra por lo tanto con el pasar del tiempo podemos abrir una sucursal en la sierra .

2.- ¿Cuáles son los lugares que más visita al salir de vacaciones?

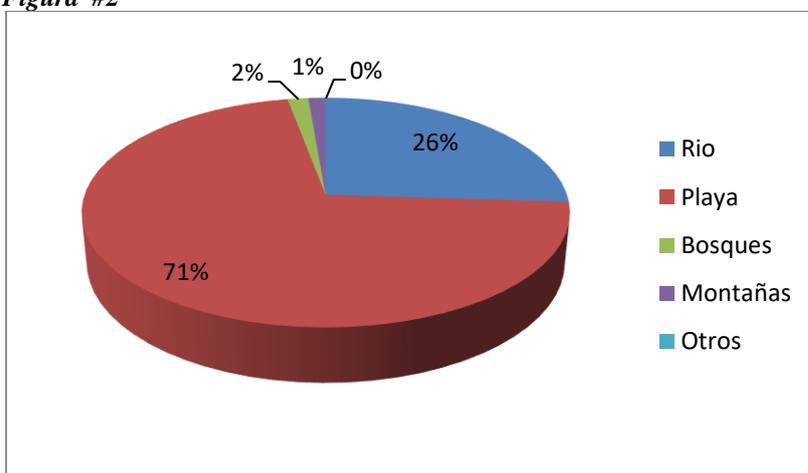
Tabla# 4 Resultado de la pregunta #2

Rio	98	26%
Playa	268	71%
Bosques	6	2%
Montañas	5	1%
Otros	0	0%
TOTAL	377	100%

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #2



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #2 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que del 100% el 71% de las personas encuestadas nos respondieron que más visita son las playas esto es muy favorable para la agencia turística por su ubicación geográfica, el 26% nos comunicó que son los ríos los lugares que más visitan el cual también es positivo ya que podemos obtener esta clientela a través de una ampliación de nuestra ubicación.

3.- ¿Con que frecuencia usted utiliza una empresa turística al momento de salir de vacaciones?

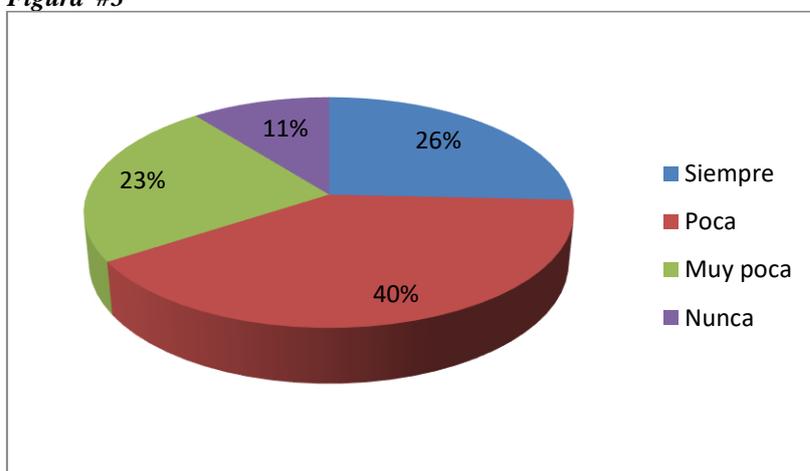
Tabla# 5 Resultado de la pregunta #3

Siempre	97	26%
Poca	151	40%
Muy poca	89	24%
Nunca	40	11%
TOTAL	377	100%

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #3



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #3 realizada a los diferentes habitante del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 40 % de las personas encuestadas nos comunicaron que son pocas las veces en las que contratan una agencia turística, el 26 % nos respondió que siempre lo hacen, tenemos que tener en cuenta que si no es muy alto el nivel de porcentaje de las personas que si utilizan una agencia de turismo, pero se puede atraer al 40% de las que la utilizan poca veces a través de un buen marketing.

4.- ¿Al buscar una agencia turística la elegiría

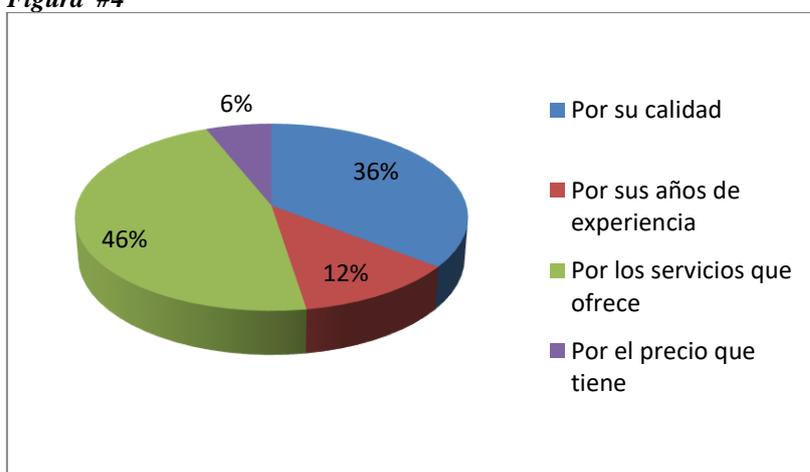
Tabla# 6 Resultado de la pregunta #4

Por su calidad	134	36%
Por sus años de experiencia	45	12%
Por los servicios que ofrece	175	46%
Por el precio que tiene	23	6%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #4



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #4 realizada a los diferentes habitante del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 46% de las personas encuestadas nos respondieron que eligen una agencia turística por los servicios que ofrece, el 36% de los encuestados nos respondieron por su calidad, tenemos un muy buen porcentaje de acogida entre las personas puesto que nuestra empresa cuenta con una gran variedad de servicios además de tener una gran variedad de precios.

5.- ¿Ha escuchado usted de alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

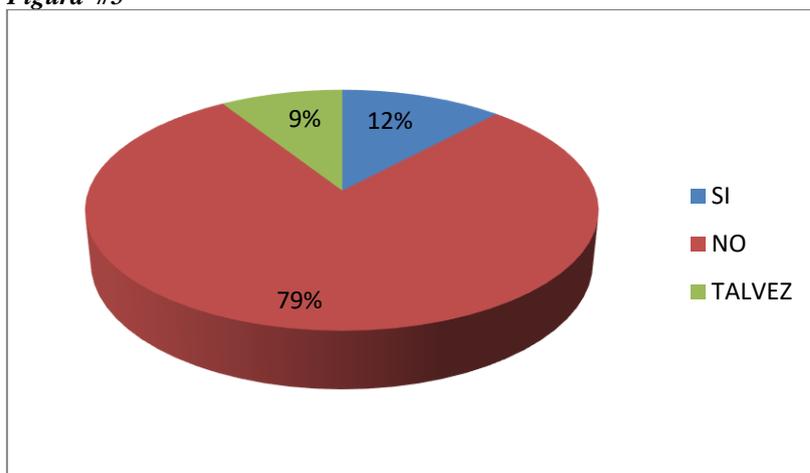
Tabla# 7 Resultado de la pregunta #5

SI	45	12%
NO	298	79%
TALVEZ	34	9%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #5



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #5 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 79% de las personas encuestadas nos informaron que no han escuchado alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades en sus vacaciones, por ende es de gran importancia el hacerse conocer como la primera empresa turística en tener una aplicación donde el cliente pueda elegir sus actividades.

6.- ¿Utilizaría usted una página web o una aplicación en el cual le muestren los servicios turísticos que muestra una ciudad que desea visitar?

Tabla# 8 Resultado de la pregunta #6

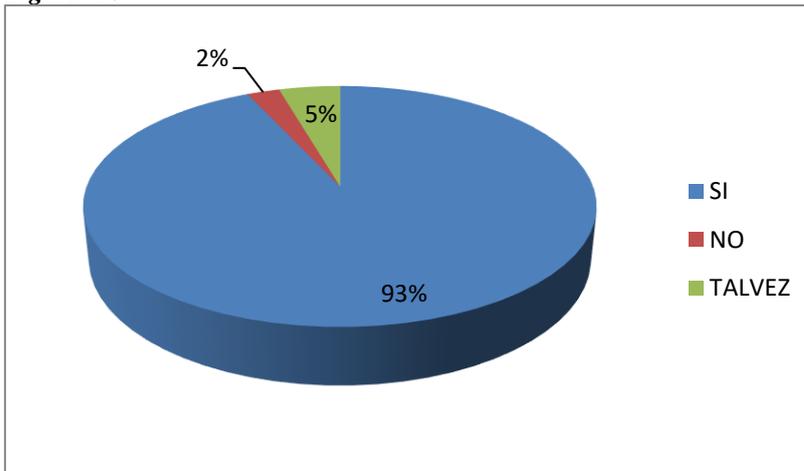
SI	351	93%
----	-----	-----

NO	9	2%
TALVEZ	17	5%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #6



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #6 realizada a los diferentes habitante del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 93% de las personas encuestadas nos informaron que si utilizarían una página web o una aplicación en el cual le muestren los servicios turísticos que muestra una ciudad que desea visitar dándonos así una muy buena aceptación entre los clientes.

7.- ¿Qué tipo de información desea que este en la página web o en la aplicación de una empresa de turismo?

Tabla# 9 Resultado de la pregunta #7

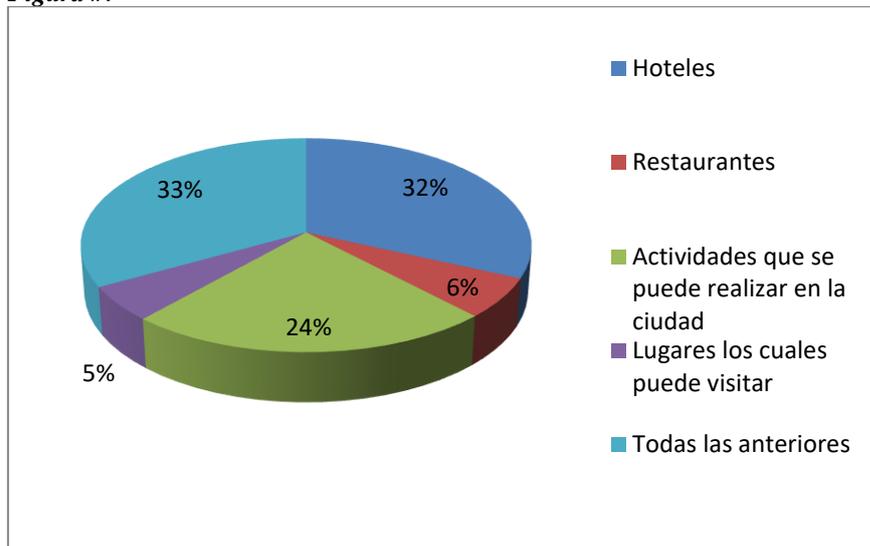
Hoteles	120	32%
Restaurantes	23	6%
Actividades que se puede realizar en la	89	24%

ciudad		
Lugares los cuales puede visitar	20	5%
Todas las anteriores	125	33%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #7



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #7 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 33% de las personas encuestadas respondieron que el tipo de información que desean ver en la página web o en la aplicación sean todas las que están en los laterales de la encuesta, el 32% nos comunicó que desean que tengan información de los hoteles, el 24% comunico que desean saber información de las actividades que se pueden realizar en la ciudad.

8. ¿Le gustaría que la página web o la aplicación le muestre los precios de los hoteles, restaurantes, servicios que puede obtener de una agencia de turismo?

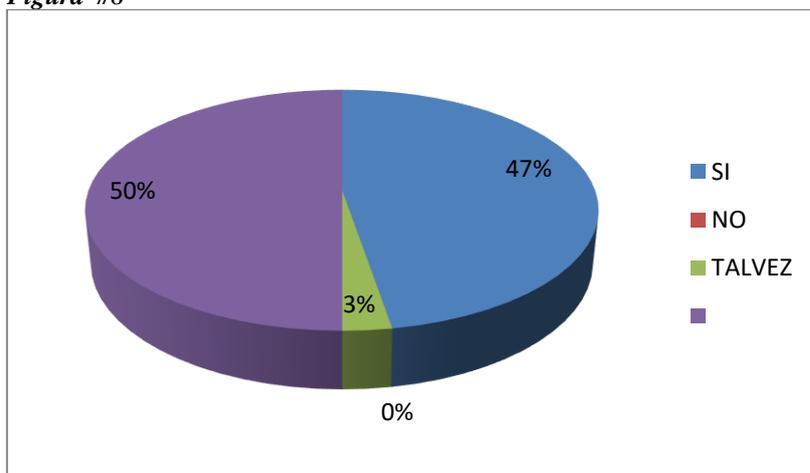
Tabla# 10 Resultado de la pregunta #8

SI	357	95%
NO	0	0%
TALVEZ	20	5%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #8



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #8 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que del 100%, el 95% de las personas encuestadas comunicaron que si les gustaría que la aplicación o página web los precios de los restaurantes, hoteles, servicios que puede obtener de una agencia de turismo sean visibles.

9.- ¿Qué piensan acerca de una aplicación en el cual los clientes puedan elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

Tabla# 11 Resultado de la pregunta #9

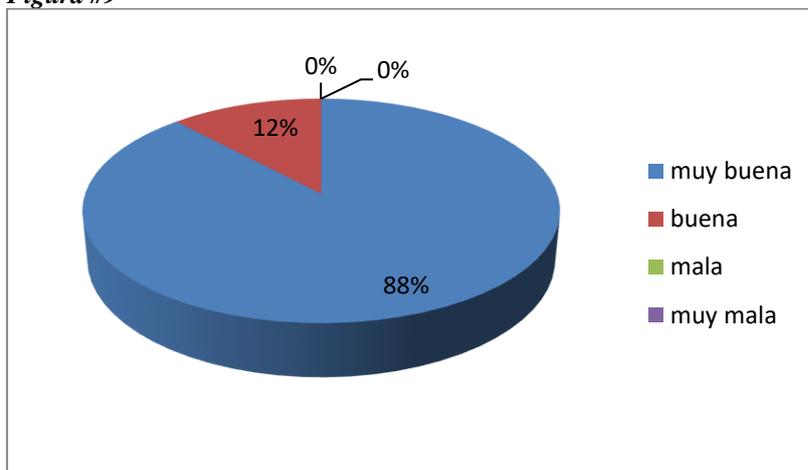
Muy buena	332	88%
Buena	45	12%

Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #9



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #9 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que el 88% de las personas encuestadas respondieron que una aplicación en la cual el cliente pueda elegir las actividades que desea realizar en sus vacaciones es una muy buena idea.

10.- ¿Cuánto dinero invierte en sus vacaciones anuales en dólares?

Tabla# 12 Resultado de la pregunta #10

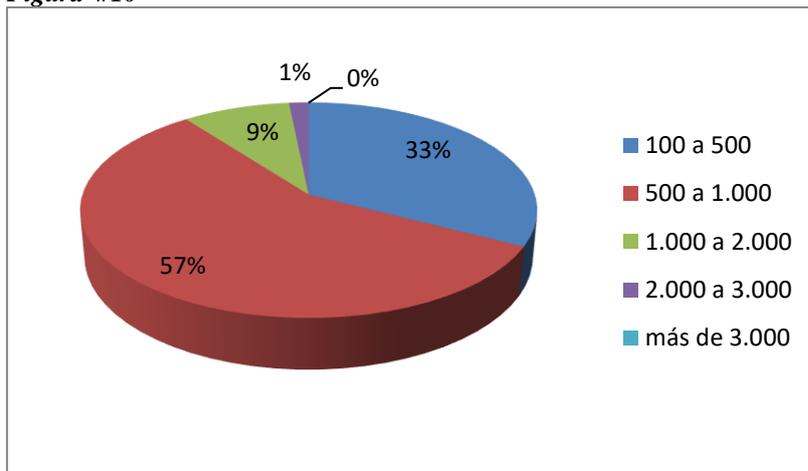
100 a 500	123	33%
500 a 1.000	215	57%
1.000 a 2.000	33	9%

2.000 a 3.000	6	2%
más de 3.000	0	0%
total	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #10



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #10 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que el 57% de los encuestados comunicaron que sus gastos en vacaciones suelen ser de \$500 a \$1000, el 33% de las personas encuestadas respondieron que el monto en dólares que suelen gastar es de \$100 a \$500, por tanto se puede observar que \$500 es el monto de dinero en el cual las personas tienden más a gastar en sus vacaciones.

11.- ¿Cree usted que una agencia turística la cual preste servicios online además de una aplicación ayudara al crecimiento turístico del cantón Manta?

Tabla# 13 Resultado de la pregunta #11

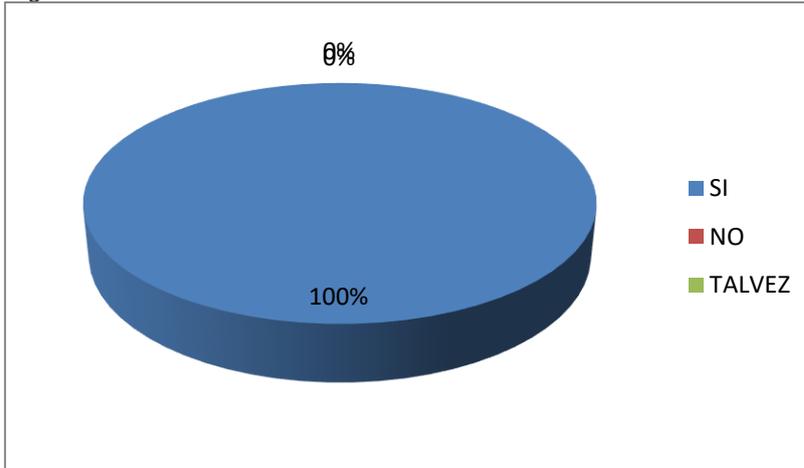
Si	377	100%
----	-----	------

No	0	0%
Talvez	0	0%
TOTAL	377	1

Fuente: encuestas aplicadas a la población objetivo.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #11



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #11 realizada a los diferentes habitantes del cantón Manta, se puede observar que del 100% de las personas encuestadas nos respondieron que sí, que una agencia turística la cual preste servicios online además de una aplicación ayudara al crecimiento turístico de la ciudad de Manta.

Encuestas realizadas a las diferentes empresas del cantón Manta entre hoteles, hostales, restaurantes, heladerías, museos.

1.- ¿Cuentan con página web?

Tabla# 14 Resultado de la pregunta #1

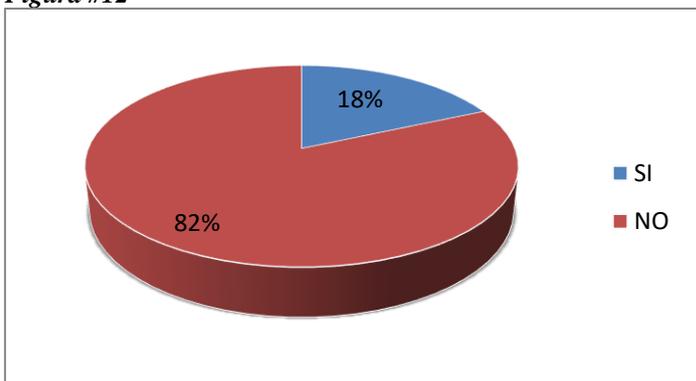
Si	11
----	----

No	49
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #12



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #1 realizada a las diferentes empresas del cantón Manta nos dio como resultado que una gran cantidad de empresas que prestan servicios turísticos no cuentan con una página web siendo así el 82% de los encuestados.

2.- ¿Trabajarían o trabajan con alguna agencia turística?

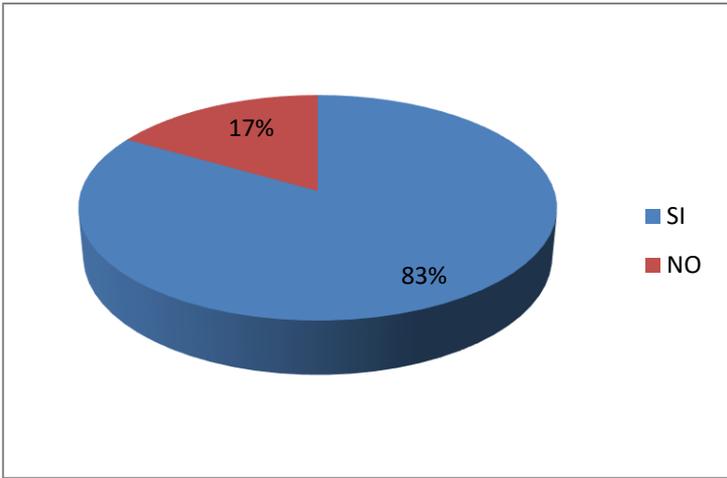
Tabla# 15 Resultado de la pregunta #2

Si	50
No	10
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #13



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #2 realizada a las diferentes empresas se puede observar que el 83% de las empresas encuestadas mencionaron que si trabajan o trabajarían con una agencia turística lo cual muy bueno para obtención de proveedores para la agencia turística.

3.- ¿Ha escuchado usted de alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

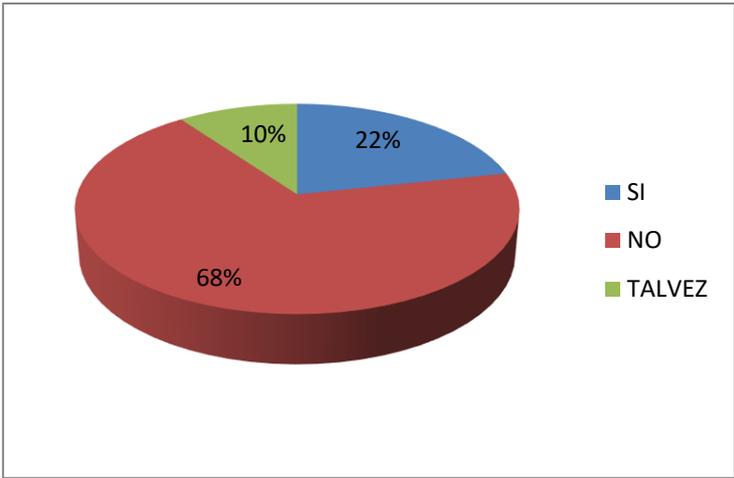
Tabla# 16 Resultado de la pregunta #3

Si	13
No	41
Tal vez	6
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #14



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #3 realizada a las diferentes empresas podemos decir que el 68% de las empresas no han escuchado o tienen conocimiento de alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones siendo así un gran porcentaje de las empresas encuestadas.

4.- ¿Que piensan acerca de una aplicación en el cual los clientes puedan elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

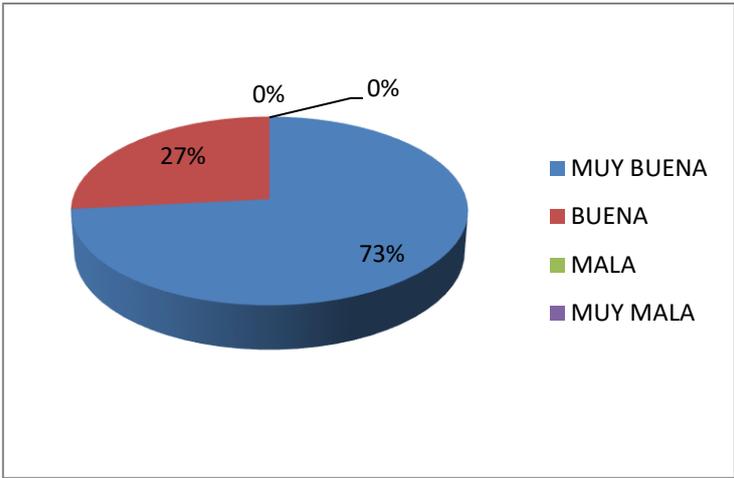
Tabla# 17 Resultado de la pregunta #4

Muy buena	44
Buena	16
Mala	0
Muy mala	0
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #15



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #4 realizada a las diferentes empresas se puede observar que la idea de negocio que estamos planteando tiene una muy buena aceptación entre las empresas del cantón de Manta.

5.- ¿Participaría usted en esta nueva idea empresarial?

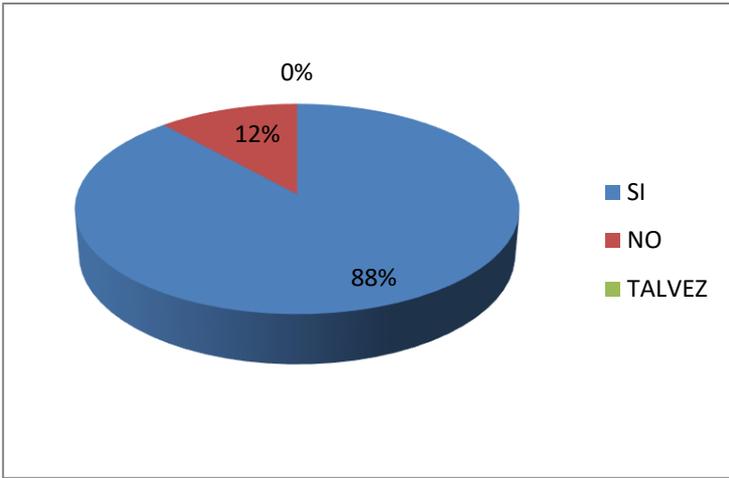
Tabla# 18 Resultado de la pregunta #5

Si	53
No	7
Tal vez	0
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #16



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #5 realizada a las diferentes empresas podemos analizar que del 100% de las empresas encuestadas un 88% de ellas nos comunicó que si están dispuestos a participar en este nuevo proyecto de emprendimiento.

6.- ¿Cree usted que este tipo de emprendimiento ayudara al crecimiento turístico del cantón Manta?

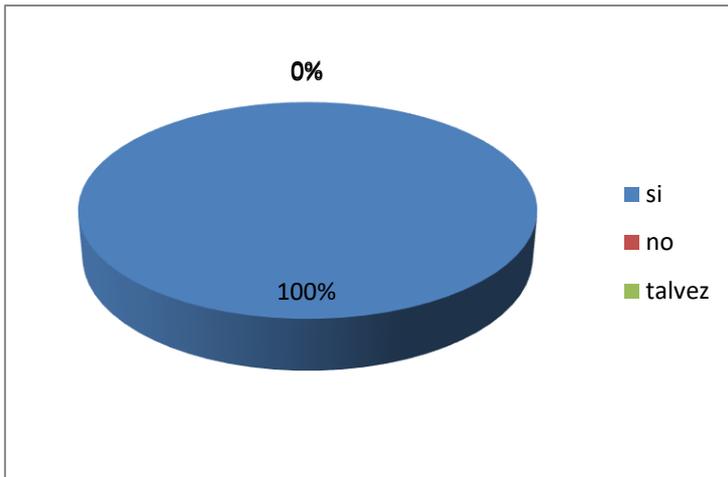
Tabla# 19 Resultado de la pregunta #6

Si	60
No	0
Tal vez	0
TOTAL	60

Fuente: encuestas aplicadas a los hostales, restaurantes, heladerías, museos.

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #17



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #6 realizada a las diferentes empresas el 100% de las empresas nos respondió que sí están de acuerdo en que este tipo de emprendimiento ayudara al crecimiento turístico del cantón Manta .

Encuestas realizadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón Manta

1.- Años de servicios

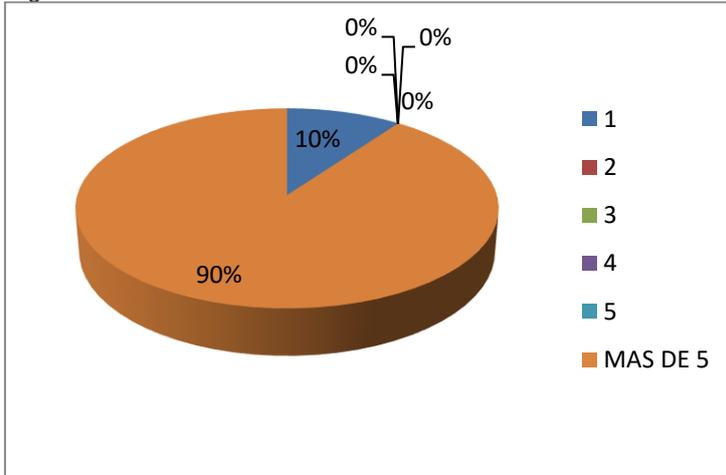
Tabla# 20 Resultado de la pregunta #1

1	1
2	0
3	0
4	0
5	0
MAS DE 5	9
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en la del cantón Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #18



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #1 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta se puede observar que el 90% de estas empresas tienen más de 5 años trabajando en el cantón Manta y el 10% solo tiene un año de experiencia.

2.- Cuentan con página Web

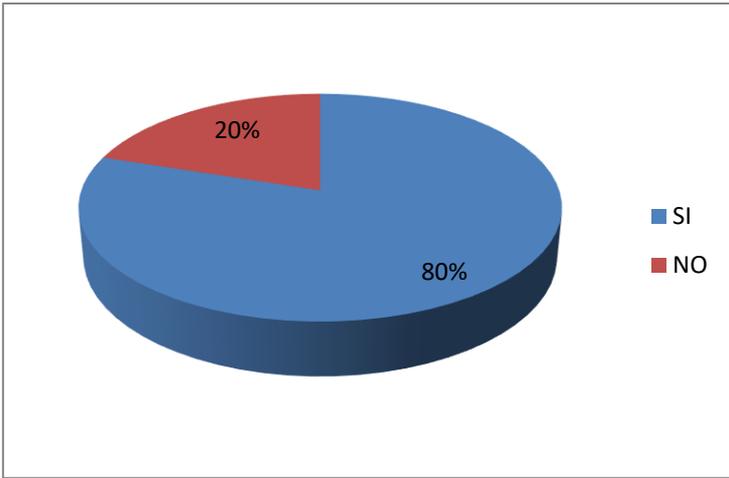
Tabla# 21 Resultado de la pregunta #2

Si	8
No	2
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #19



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #2 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta se puede observar que a diferencia de las empresas como restaurantes, museo, hoteles las agencias de viajes y turismo en su mayoría si cuentan con una página web siendo así el 80%.

3.- Posee alguna aplicación que les ayude a conseguir clientes.

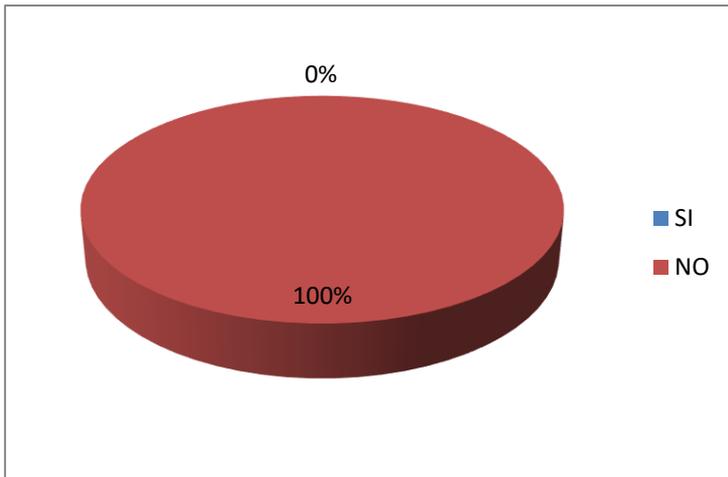
Tabla# 22 Resultado de la pregunta #3

Si	0
No	10
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #20



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #3 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta se puede observar que el 100% de las agencias encuestadas nos respondieron que no cuentan con una página web a su disposición.

4.- ¿Cuáles son los servicios con los que cuentan?

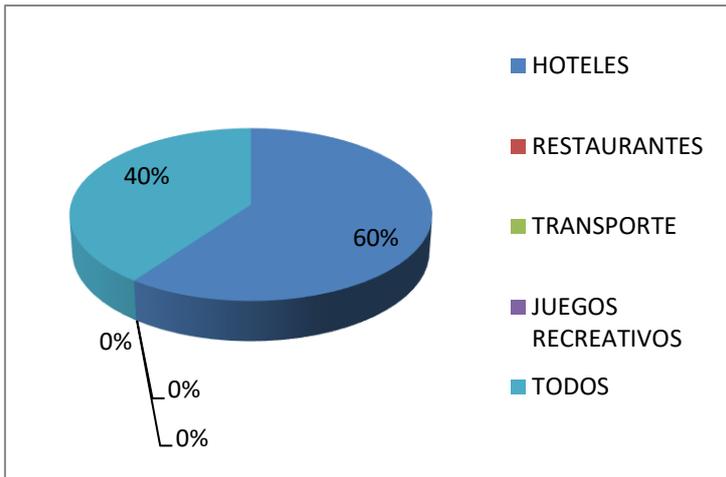
Tabla# 23 Resultado de la pregunta #4

HOTELES	6
RESTAURANTES	0
TRANSPORTE	0
JUEGOS RECREATIVOS	0
TODOS	4
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #21



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #4 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta podemos analizar que del 100% de las agencias encuestadas el 60% de las agencias cuentan con servicio solamente de hotelería y el 40% de las agencias encuestadas nos comunicaron que cuentan con todos los servicios que se les nombro en la pregunta, esto es de gran importancia para la agencia turística ya que contaremos con todos los servicios que se especifican en la pregunta.

5.- ¿Con qué tipo de empresa tiene convenio?

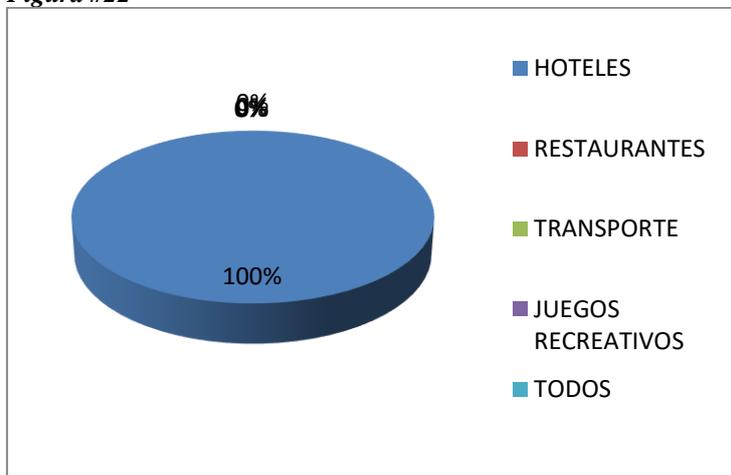
Tabla# 24 Resultado de la pregunta #5

Hoteles	10
Restaurantes	0
Transporte	0
Juegos recreativos	0
Todos	0
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #22



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #5 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta se puede observar que el 100% de las agencias encuestadas del cantón Manta mantienen convenio solo con hoteles y no más con ninguna otra empresa.

6. ¿Cuánta ganancia alcanza anualmente en dólares?

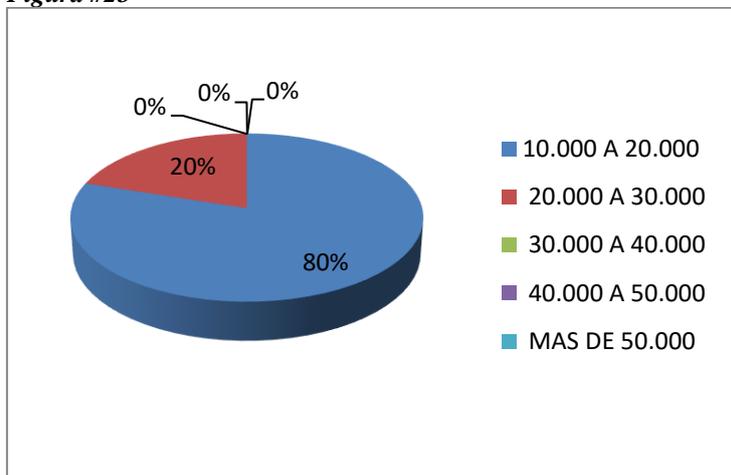
Tabla# 25 Resultado de la pregunta #6

10.000 A 20.000	8
20.000 A 30.000	2
30.000 A 40.000	0
40.000 A 50.000	0
MAS DE 50.000	0
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #23



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #6 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta podemos observar que el 80% de las agencias tienen a tener una ganancia de 10.000 a 20.000 dólares anuales y un 20% nos respondió que alcanza de 20.000 a 30.000 dólares anuales.

7.- ¿Cuáles son los precios que oscilan en sus paquetes turísticos?

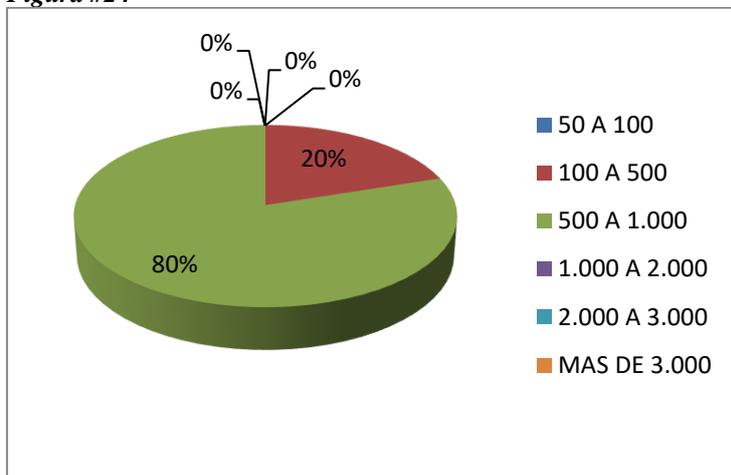
Tabla# 26 Resultado de la pregunta #7

50 A 100	0
100 A 500	2
500 A 1.000	8
1.000 A 2.000	0
2.000 A 3.000	0
MAS DE 3.000	0
TOTAL	10

Fuente: encuestas aplicadas a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas ubicadas en el cantón de Manta

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Figura #24



Análisis de interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta #7 realizada a las diferentes agencias de viajes y agencias turísticas del cantón Manta el 80% de los encuestados nos comunicaron que los paquetes turísticos que más venden son los que están entre \$500 a \$1000 y un 20% de las agencias encuestas nos comunicaron que el más venden esta entre \$100 a \$500, por tanto se puede observar que \$500 es el monto de dinero en el cual las personas tienden más a gastar en sus vacaciones.

3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

Producto:

El producto o servicio que ofrecemos se trata de una agencia turística la cual ofrece servicios online aparte del normal, en que se basa o realiza el servicio online pues esto se trata de una aplicación donde los clientes pueden elegir entre los diferentes servicios

que ofrece la empresa como lo son hospedaje, servicio de transporte, almuerzos, desayunos y meriendas en el restaurante de su preferencia entre otros servicios.

Precio:

El precio de nuestro producto o servicio varía según las capacidades económicas de nuestros clientes puesto que ellos podrán elegir entre varios hoteles de diferente gama, restaurantes o los paseos que ofrece la empresa, por supuesto todo al alcance de las necesidades y posibilidades que tenga nuestros clientes, aunque tenemos en cuenta a través de las encuestas realizadas a las agencias turísticas y a las personas del cantón Manta que el monto en dinero que más gastan en sus vacaciones es de \$500.

Promoción:

Las promociones de la empresa van acorde a las de nuestros proveedores los cuales son: los hoteles, restaurantes, Heladerías, Museos, Juegos de diversión entre otros.

Plaza

Nuestros servicios o producto llegaran a nuestros clientes a través de la aplicación, página web además de la manera presencial en el local de la agencia el cual estará ubicado en plaza Jocay, a través de la aplicación ellos podrán elegir las actividades que desean realizar, además de donde quedarse hospedado y cenar o almorzar.

3.4 Análisis competitivo (Porter).

Para iniciar Michael Porter de nacionalidad estadounidense, nació en 1947 es economista y profesor de Harvard, es autor de 18 libros y más de 125 artículos a cerca de estrategias competitivas y corporativas.

“El potencial de rentabilidad que posee una compañía viene conformado por cinco potencias las cuales son: el poder que posee los clientes, el poder de los proveedor, las nuevas empresas competitivas entrantes, las diversas amenaza que generan los servicios sustitutos y la naturaleza de la competencia” (Porter, 1980)

Según este autor lo que determina la rentabilidad de una empresa se basa en las cinco fuerzas antes mencionadas, es decir que una empresa deberá analizar los recursos que posee para enfrentarse ante estas cinco fuerzas, de esta manera podrá identificar si posee o carece de las condiciones necesarias para establecer estrategias con el fin de potencializar las fortalezas de la empresa y hacerle frente a las amenazas y debilidades. Se analizarán las cinco fuerzas establecidas por Porter:

Amenaza de nuevos competidores

Una organización que ingresa en el sector de actividad representa una amenaza para las otras organizaciones, lo cual las obliga a ser más eficaces y a aprender a competir ante nuevas dinámicas que se presenten. Debido al potencial y oferta turística que se encuentra en la industria a nivel nacional e internacional, puede influir en la creación de nuevas empresas como agencias de viajes que se especialicen en ofrecer servicios similares. Sin embargo, debido al escaso desarrollo, conocimiento y crecimiento que existe en el país con respecto a la industria del turismo y de tecnología, la amenaza de nuevos competidores es baja, ya que no es una industria que este siendo explotada y aprovechada al máximo a nivel nacional.

Poder de negociación de los proveedores

Las agencias de viajes y de turismo no cuentan con proveedores que les provean de materias primas en sí, sino cuentan con empresas que son las que les brindan el apoyo y soporte en cuanto a tarifas, ofertas y servicios que ofrecerán al público. En este caso, se pueden encontrar las aerolíneas, empresas de cruceros, alquileres de carros, oferta turística como cadenas hoteleras, restaurantes, spas, parques, entre otras. El poder de negociación de los proveedores en este caso es alto, ya que es gracias a estas empresas que las agencias turísticas pueden operar y comercializar al público. En este caso, para

nuestra empresa, el poder de negociación es alto, ya que es gracias a sus proveedores la agencia puede operar de manera correcta y eficaz. Adicionalmente, es importante resaltar que los proveedores, también necesitan de la intermediación de una agencia de turismo para ofrecer sus productos.

Poder de negociación de los compradores

En el caso el poder de negociación con clientes es alta, al ser una agencia de turismo especializada en ofrecer un tipo de turismo diferente a los demás, por lo cual los clientes tienden a adaptarse a las condiciones que la empresa maneja, al ser esta la única que se especializa en ofrecer este tipo de turismo a través de una aplicación y en donde el cliente puede elegir las actividades que desea realizar. Al ser una de las pocas agencias de viajes que se especializa en ofrecer este tipo de turismo, tiene cierto dominio ante la decisión de los clientes a la hora de la compra del producto, es decir, la agencia turística puede determinar diferentes políticas en cuanto a su operación y desarrollo, con las cuales el cliente necesita adaptarse. Por ejemplo, políticas en cuanto a precios, formas de pago, ubicación de la empresa, descuentos, entre otras.

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos son bienes o servicios diferentes que provienen de fuera del sector y desempeñan las mismas funciones que un producto producido en el sector. En este caso, la amenaza sería otras agencias turística que se especialice en este tipo de turismo y ofrezcan variedad de oferta en otros departamentos a nivel nacional. También, podrían considerarse empresas de servicios de guías turísticos, u organizadores de viajes, que se especialicen en turismo de bienestar.

Intensidad de la rivalidad entre los competidores

En cada sector hay organizaciones que compiten activamente para alcanzar la competitividad estratégica. En el caso de la agencia de Turismo, la rivalidad entre

competidores no es muy alta, ya que no existen agencias operadoras que se especializan en ofrecer este tipo de turismo.

CAPITULO IV

4. Descripción del producto

4.1 Características del producto / servicio

COMPONENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO.

Comunicación y coordinación.

Un país o una región, pueden disponer de un gran potencial turístico, pero, para darles valor y explotarlos es necesaria la existencia de empresas comunicadas y coordinadas que trabajen de forma integrada para entregar al visitante un producto original y atrayente que le permita el pleno regocijo de sus actividades turísticas.

Las empresas turísticas: Se les considera una compañía turística las cuales son de carácter profesional, habitual y mediante precio se consagran a una o más de las siguientes actividades:

Empresas que dan servicio de alojamiento: Hoteles, viviendas vacacionales, campamentos, establecimientos de turismo rural entre otros.

Alimentación y Bebidas: Restaurants, bares y similares, cafeterías, catering, cafés.

Transportación: aquellas compañías que se dedican especialmente a proporcionar sus servicios para viajeros.

Las de intermediación: congresos y convenciones, agencias de viajes y organizadoras de eventos,

APLICACIÓN

Una aplicación informática es un tipo de software que permite al usuario realizar uno o más tipos de trabajo. Los procesadores de texto y las hojas de cálculo son ejemplos de

aplicaciones informáticas, mientras que los sistemas operativos o los programas de utilidades (que cumplen tareas de mantenimiento) no forman parte de estos programas (Porto, 2021).

La aplicación con la contara nuestra empresa es de tipo PWA por lo cual funcionar tanto en iOS, Android y Windows pone. De nivel medio o conocida como aplicaciones intermedias, en la cual el cliente podrá elegir el tipo de hotel que prefiera ya sea de una estrella hasta 5 estrella, además de poder elegir un restaurante o varios donde deseen desayunar, almorzar o cenar, o pueden elegir entre otras actividades con las que cuenta la aplicación como lo son: visitas a los lugares turísticos, alquiler de autos, servicio de transporte entre otros servicios con lo que cuenta la empresa,

PAGINA WEB

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos. (Porto, 2021)

La página web de la empresa constara con un hosting web de tipo servidor VPS (servidor privado virtual), además de una plataforma de tipo Constructores de sitios web y esta será menos detalla que la aplicación por ende en esta solo se encontrara la visión y misión de la empresa, un link que envié al visitante a su tienda de play store o Apple store para que descargue la aplicación, además de la información de la empresa como el nombre, numero de celular y teléfono y correo electrónico para que los clientes pueden interactuar con la empresa.

Ejemplo de los servicios que pueden elegir los clientes.

- Hospedaje
- Transporte
- Guía
- Almuerzo

- Recorrido
- Museo central de manta
- Plaza cívica
- Playita mía
- Museo municipal
- Playa murciélago
- Vía barbasquillo
- Av. Flavio reyes
- Pacoche
- San Lorenzo
- San mateo
- Merienda
- Desayuno

4.1 Análisis comparativos con productos similares

Agencias de viajes

Son compañías que se dedican técnica y comercialmente en exclusiva al entrenamiento de mediación y/u organización de servicios turísticos, obteniendo utilizar medios propios en la prestación de los recursos de la empresa.

Su objetivo primordial es la de conseguir la satisfacción, la fidelización de los consumidores que necesitan adquirir nuestros servicios turísticos de disposición que son distribuidos por las agencias turísticas y que cubren sus diferentes necesidades y motivaciones.

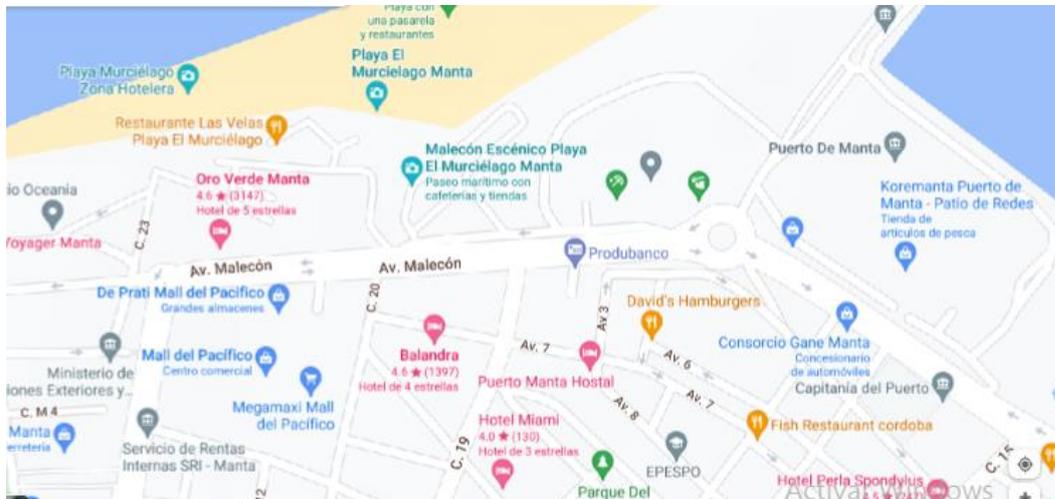
CAPITULO V

5. Estudio técnico

5.1 Descripción de las características de localización del negocio

El local está ubicado en plaza Jocay el cual está ubicado frente al terminal marítimo de la ciudad de Manta el cual es un lugar estratégico, puesto que ayuda a obtener una mayor clientela.

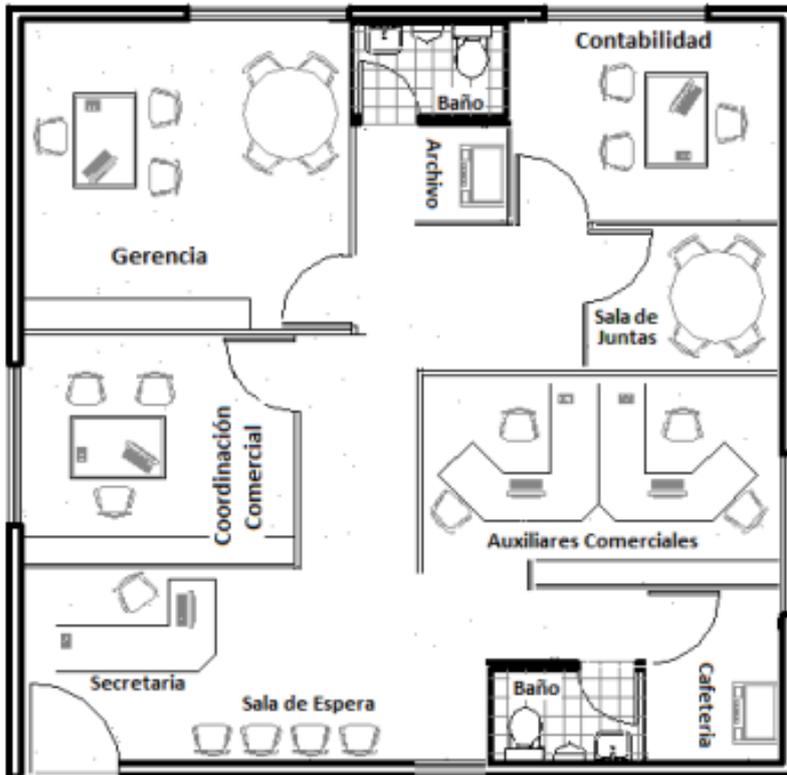
Imagen# 1 Localización del negocio



Fuente: Google Maps

5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

Imagen #2 Bosquejo del área de trabajo



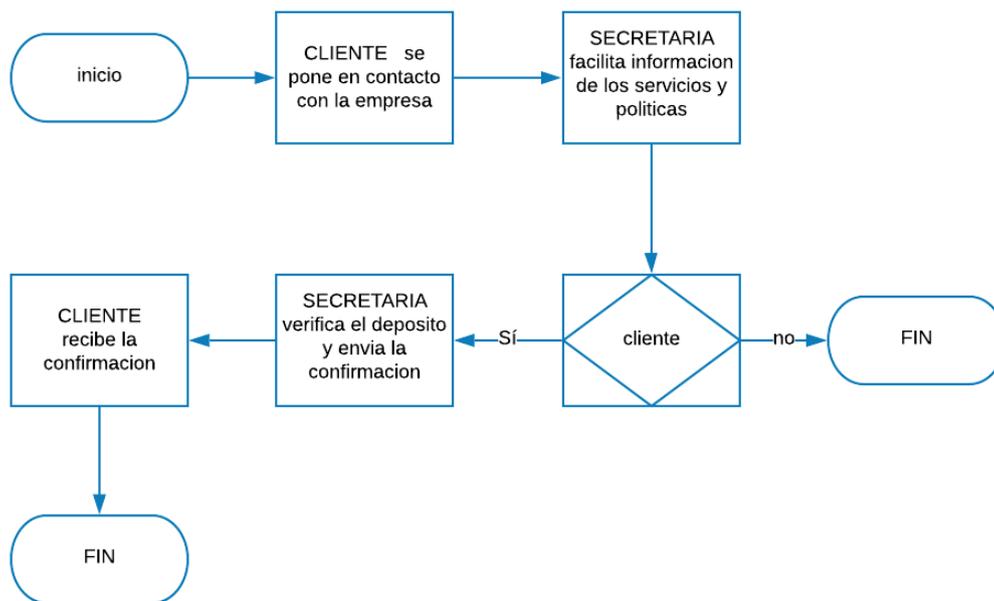
Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

5.3 Diagrama de procesos

Proceso para la reservación de los servicios.

- El cliente se pone en contacto con la compañía y solicita información.
- La secretaria avisa acerca de los servicios que la compañía ofrece y sus políticas de operación.
- La secretaria propone información al cliente y las políticas de reservaciones que tiene la compañía.
- El cliente concluye si reservar o no los servicios.
- La secretaria confirma el depósito.
- La secretaria realiza la reservación de los servicios y envía la confirmación de la reservación

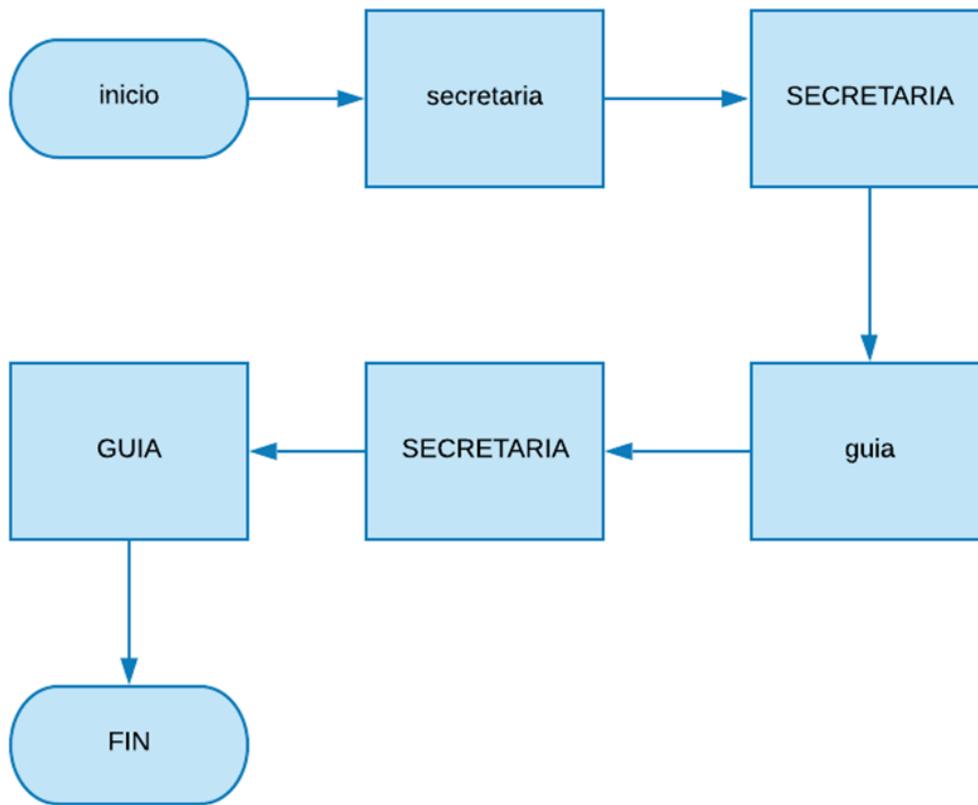
Figura #25: Proceso para la reservación de los servicios



Procesos para la asignación del tour

- Contacto con el guía.
- Secretaria brinda información acerca del tour.
- La secretaria entrega la hoja de itinerario, listado de personas que llevara, suvenires, evaluación de los productos, contrato de servicios y el documento designado deslinde y acuerdo de responsabilidad civil.
- Secretaria entrega el dinero para gastos.
- Guía firma el documento de egresos y se despide

Figura #26: Proceso para la asignación del tour



5.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas.

Tabla# 27 máquinas, equipos y herramientas.

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Archivador aéreo	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Escritorio administración	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Sillón Jefe	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillón visita	1	\$ 25,00	\$ 25,00
RECEPCIÓN			
Archivador aéreo	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Escritorio	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Sillón visita	3	\$ 25,00	\$ 75,00
			\$ 490,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	3	\$ 399,00	\$ 1.197,00
Multifunciones	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Software Financiero	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Software Antivirus	2	\$ 75,59	\$ 151,18
			\$ 2.598,18

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
Calculadora	1	\$ 480,00	\$ 480,00
impresora/ copiadora	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Teléfono Panasonic	1	\$ 74,00	\$ 74,00
Aire acondicionado	2	\$ 400,00	\$ 400,00
Split LG	1	\$ 650,00	\$ 650,00
			\$ 2.204,00
ADECUACIONES	PRECIO	TOTAL	
Pintado de paredes	\$ 100,00	\$ 100,00	
Adecuaciones del Local (90M2)	\$ 15,00	\$ 1.350,00	
Divisiones del local	\$ 215	\$ 215	
Puerta de vidrio	\$ 226	\$ 226	
		\$ 1.891,00	
UNIFORME	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
Camisetas con LOGO	6	\$ 9,32	\$ 55,92
			\$ 55,92
SERVICIOS WEB	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL
Hosting web	1	\$166,88	\$166,88
Creación de la app	1	\$3.000,00	\$3.000,00
Página Web	1	\$700,00	\$700,00
			\$3.866,88
INMOBILIARIO/VEHICULO	PRECIO	TOTAL	
local plaza Jocay	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	
Camioneta Luv D-MAX Chevrolet del 2010	\$ 20.990,00	\$ 20.990,00	
		\$ 22.590,00	
TOTAL INVERSION	\$33.695,98		

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

5.5 Listado de los proveedores.

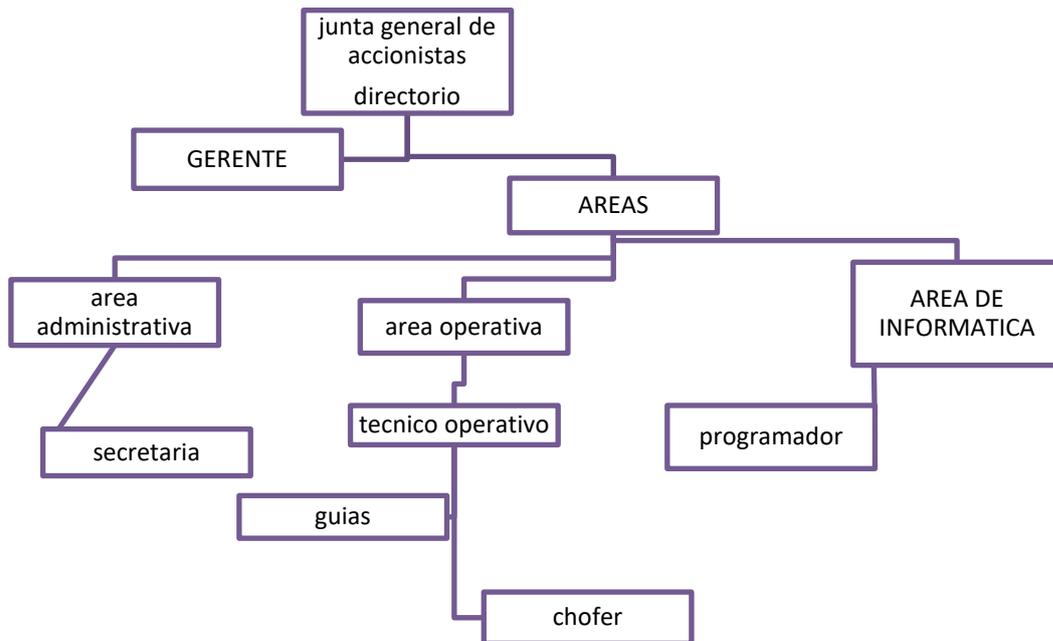
- Hoteles
- Restaurantes
- Heladerías
- Museos
- Juegos de diversión

CAPITULO VI

6. Estudio Organizacional

6.1 Organigrama estructural y funcional

Figura #27: Organigrama estructural y funcional



6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Cargo: Gerente

Requisito: Tener título de tercer nivel relacionado con administración

Naturaleza del trabajo: Administrar la empresa

Funciones:

- Elección del personal competente y conducción del mismo.
- Planificación del trabajo y elección de los ordenamientos a seguir.
- Revisión de todas y cada una de las áreas en la cual se divide el establecimiento.
- Revisión y coordinación de la información interna de la empresa.

- Motivación del personal a su cargo.
- Establecimiento de políticas e incentivos.
- Aportación de nuevas ideas y soluciones.
- Control de horarios licencias y vacaciones.
- Establecimiento de políticas empresariales.
- Fijación de sanciones y estímulos para el personal.
- Establecimiento de descuentos especiales.
- Relaciones públicas.

Conocimientos: Sobre los procesos y procedimientos primordiales administrativos, contables, de informática, sistemas de manejo de agencias de viajes operadoras, comerciales, financieros, dominio, manejo de personal.

Cargo: secretaria.

Requisito: secretaria Bilingüe.

Naturaleza del trabajo: Atender a los clientes,

Funciones:

- Redactar, transcribir y elaborar documentos que sea encomendado por los departamentos de la empresa.
- Atender a los clientes.
- Dar soporte en la relación y logística de programas y reuniones.
- Realizar los decretos de la reunión de accionistas y directorio.
- Asistir a la reunión de la junta de accionistas y directorio.
- Dar soporte a la gerencia en algunas actividades.

Conocimientos: De movimiento turístico, ventas, facturación, atención al comprador.

Cargo: Técnico Operativo

Requisito: Título de Tercer Nivel con relacionado al Turismo

Naturaleza del Trabajo: Patrullar la operatividad de la compañía

Funciones:

- Encargado del desarrollo y difusión de los servicios que facilita la compañía conjuntamente con el gerente y consejero comercial.
- Encargado de las amistades públicas de la compañía.
- Establecer alianzas estratégicas con los diferentes establecimientos y actores turísticos.
- Contratar los diferentes servicios turísticos necesarios para la ejecución del tour.
- Planificar y vigilar la operación de cada tour.
- Promover políticas de acontecimientos para el bien de la empresa.
- Realización de preparaciones con la ayuda de la secretaria.
- Estructura técnica de los servicios que ofrece la empresa.
- Fijar impulsos de los productos conjuntamente con el gerente.

Conocimientos: en boceto y elaboración de paquetes turísticos, computación, administración, manipulación turística, publicidad, manejo de personal.

Cargo: Guía Turístico

Requisito: Título de Tercer Nivel con relacionado al Turismo.

Naturaleza del Trabajo: Dar a conocer sobre los diferentes lugares turísticos.

Funciones:

- Trasladar a los turistas con responsabilidad.
- Recorrer los diferentes lugares los cuales están especificados en la hoja de ruta.
- Coordinar las actividades con los turistas.
- Comenzar en los turistas la práctica del turismo sostenible.

- Incentivar a turistas la experiencia del turismo dentro del país.
- Promover y mantener el perfil de la compañía.

Conocimientos: Manejo de personal, de los lugares a ser visitados, primeros auxilios y Antropología, historia, naturaleza, cultura tradiciones.

Cargo: Chofer

Requisito: Licencia Profesional.

Naturaleza del Trabajo: Transportar al cliente

Funciones:

- Transportar a los diferentes clientes a su destino turístico.
- Manejar con responsabilidad el vehículo.
- Cumplir con las leyes de transporte.
- Dar mantenimiento al vehículo
- Ayudar a los diferentes clientes a subir y bajar del vehículo
- Apoyar al cliente con necesidades especiales, niños y ancianos
- Ayudar el turista con su equipaje
- Registrar y devolver los artículos olvidados en el transporte por los clientes.

Conocer locales de alimentación, hoteles, sitios turísticos y estaciones
compras, servicios higiénicos, centros de asistencia médica.

Conocimientos: Rutas, Historia, naturaleza, cultura tradiciones Leyes de conducción, electrónica, y de los lugares a ser visitados, primeros auxilios.

6.3 Previsión de RRHH

Tabla# 28 Previsión de RRHH

NOMINA	DE													
PERSONAL	DE	8,33%	Sueldo/12	1SBU/12	11,15%	Sueldo/24								
AREAS														
cargo								0		1,59%			1,59%	1,59%
	fondo				aporte			egreso	egreso		fr	1 año con		
Secretaria	sueldo	de	13°	14°	patronal	vacaciones	cantidad	mensual	anual	1	anual	FR	2	3
	reserva													
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Técnico operativo	425,00	35,40	35,42	35,42	47,39	17,71	1	560,93	6.731,15	6.838,18	424,83	7.263,01	7.378,49	7.495,81
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Guía	425,00	35,40	35,42	35,42	47,39	17,71	1	560,93	6.731,15	6.838,18	424,83	7.263,01	7.378,49	7.495,81
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Chofer	425,00	35,40	35,42	35,42	47,39	17,71	1	560,93	6.731,15	6.838,18	424,83	7.263,01	7.378,49	7.495,81
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Programador							1							

	425,00	35,40	35,42	35,42	47,39	17,71		560,93	6.731,15	6.838,18	424,83	7.263,01	7.378,49	7.495,81
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	500,00	41,65	41,67	41,67	55,75	20,83	1	659,92	7.919,00	8.044,91	499,80	8.544,71	8.680,57	8.818,59

NOMINA
ADMINISTRATIVA

cargo

gerente	sueldo	de fondo de reserva	13°	14°	aporte patronal	vacaciones	cantidad	egreso mensual	egreso anual	1	fr anual	1 año con FR	2	3
	\$	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	600,00	49,98	50,00	50,00	66,90	25,00	1	791,90	9.502,80	9.653,89	599,76	10.253,65	10.416,69	10.582,3

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

CAPITULO VII

7. Estudio legal y societario

7.1 Marco legal

En este capítulo se presentará todo lo necesario en cuanto a materia legal para el funcionamiento del emprendimiento, se realizó una investigación necesaria para la constitución legal de la empresa. Se procedió a designar a la empresa con la personería jurídica denominada Sociedad Anónima debido que sus cualidades se adaptan al perfil de la microempresa, considerando que los requisitos para constituir este emprendimiento son tales como;

1. Reservar un nombre

Una vez se ha escogido el nombre que llevara la empresa se debe acudir a la superintendencia de compañías y verificar que ese nombre escogido no lo tenga ninguna otra empresa.

2. Elaborar estatutos

Es la relación social que regirá a la sociedad y se podrá regir a través de una minuta firmada por un abogado.

3. Abrir una cuenta de integración de capital

Este proceso se realiza en cualquier banco, algunos de los requisitos son:

- Capital mínimo de \$800 para la creación de la sociedad anónima.
- Carta detallando la participación de los socios.
- 2 copias tanto de cedula como de papeleta de votación de los socios

4. Elevar a escritura pública

Se acude a un notario público con la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprobar el estatuto

La escritura pública debe ser llevada a la superintendencia de compañías para que lo revisen y la aprueben mediante resolución.

6. Obtener permisos municipales

Para obtener estos servicios se debe acudir al municipio al cual pertenece la ciudad donde se creará la empresa y se deberá pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

7. Inscribir la compañía

Una vez obtenida la documentación detallada anteriormente, se debe ir al registro mercantil del cantón en el cual la empresa ha sido constituida para poder inscribir la sociedad.

8. Realizar la junta general de accionistas

En esta parte es donde se nombran a los representantes de la empresa tales como presidente, gerente, etc.

9. Obtener los documentos habilitantes

Una vez que se tiene la inscripción en el registro mercantil, se debe acudir a la superintendencia de compañías y entregar los documentos para la apertura del ruc.

10. Inscribir el nombramiento del representante

En el registro mercantil se inscribe de nuevo el nombramiento del administrador de la empresa con su razón de aceptación, esto se deberá realizar a los 30 días posteriores a su designación.

11. Obtener el RUC

El RUC, Registro Único de Contribuyentes se obtiene en el Servicio de Rentas

Internas con los siguientes requisitos.

- Formulario de inscripción de sociedades
- Único y copia de la escritura de constitución.
- Único y copia del denominación del representante legal
- Planilla de servicio básico de la dirección de la compañía
- Cedula original del representante legal.

La Sociedad Anónima está ajustada desde el Art. 143 de la Ley de Compañías, este tipo de personería jurídica requiere de al menos dos accionistas al momento de su constitución, los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones el monto del capital mínimo establecido por la Superintendencia de Compañías para las sociedades anónimas es de \$800. Por ello se debe destacar que la empresa cumplirá con todos los requisitos legales que sean necesarios, es decir, se contará con la inscripción de Industria y Comercio. En lo que respecta a los impuestos se cumplirá con la debida presentación y pago dentro de los plazos establecidos por las normas tributarias.

7.2 Requisitos para su legitimidad

7.2.1 Razón social para la organización

La razón social es el nombre con que se identifica la organización o empresa; para este caso en particular la agencia turística estará registrada con su marca “TOURIST TIME”, con la aportación y compromiso de los socios para el funcionamiento de esta empresa.

En la actualidad el ámbito laboral en el Ecuador es regido por dos organismos. La LOSEP, (Ley Orgánica de Servidores y Empleados Públicos), la cual es aplicable a todos los servidores, empleados e instituciones del sector público. Mientras que para las empresas privadas es aplicable el Código del Trabajo, en el cual se detallan todas las obligaciones, derechos y responsabilidades de los trabajadores y directivos, por esta razón “TOURIST TIME” S.A, al ser una microempresa privada se registrará en lo que determine y disponga el Código de trabajo.

Los requerimientos para afiliar a una empresa con personería jurídica en el cantón de Santa Ana se detallan a continuación:

- Duplicado de valor de la Superintendencia de Compañías.
- Llenado de Solicitud de afiliación.
- Duplicado del Documento de constitución de la compañía.
- Duplicado de nombramiento del representante legal.
- Copia de cedula de identidad.
- Dos fotos tamaños carnet.
- Copia del RUC.

En cuanto a los permisos municipales se debe comparecer en la institución gubernamental con la finalidad que otorgue el permiso de funcionamiento, por lo que deberá presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Papel de votación del representante legal.

Para obtener el permiso correspondiente de la institución del Benemérito Cuerpo de Bomberos se deberán presentar los siguientes documentos:

- 2 copias de la cédula de nacionalidad del representante legal.
- Copia del documento de votación del representante legal

CAPITULO VIII

8. Estudio económico financiero

El impacto financiero nos ayuda a obtener una visión amplia en cuanto al capital que se va a necesitar para que la empresa empiece a funcionar y busca la forma de financiamiento, las medidas en cuanto al financiamiento que se va a tomar para poder implementar la agencia turística es a través del financiamiento de instituciones financieras, financiamiento propio y la inversión por parte de socios.

El impacto económico interno en una organización está determinado por el impacto económico a nivel macro, es decir que el aumento económico va a determinar hasta cierto grado el impacto económico interno, pues si existe un crecimiento exponencial económico las personas tendrán mayor poder adquisitivo e incrementa la cantidad de bienes y servicios.

Para poderse dar una idea del crecimiento económico interno debemos acudir a indicadores con el PIB, este indicador nos muestra el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos en la economía en un periodo de tiempo, dentro de las organizaciones existen herramientas que permiten el crecimiento económico como; el capital humano, la tecnología y recursos naturales.

Es decir, cada organización crea su propio ambiente de trabajo, lo cual se refiere al nicho que cada

organización escoja para desarrollarse y la orientación de los productos y servicios, lo cual indica que el entorno interno económico lo comprenden los proveedores, mercado laboral y los clientes.

8.1 Estructura de costos y gastos.

Tabla# 29 Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
Gastos de ventas		
sueldo de las áreas operativas	\$ 2.903,63	\$ 34.843,60
Secretaria	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Técnico operativo	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Guía	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Chofer	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Programador	\$ 659,92	\$ 7.919,00
Gastos administrativos	\$ 4.013,22	\$ 48.158,60
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
Energía eléctrica	\$ 75,00	\$ 900,00
Teléfono	\$ 26,00	\$ 312,00
Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Depreciación de activos	\$ 320,32	\$ 3.843,80
Mantenimiento de maquinarias y equipo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Seguro	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Gerente	\$ 791,90	\$ 9.502,80
Mantenimiento de equipo administrativos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Arriendo	\$ 1.600,00	\$ 19.200,00

Servicios prestado contador	\$	425,00	\$	5.100,00
Gastos de activos intangibles	\$	320,00	\$	3.840,00
Mantenimiento de la app	\$	75,00	\$	900,00
Posiciones en buscadores	\$	150,00	\$	1.800,00
Mantenimiento de la página web	\$	35,00	\$	420,00
Mantenimiento de la app en tiendas web	\$	60,00	\$	720,00
Total de costos y gastos	\$	7.236,85	\$	86.842,20

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Tabla#30 costos y gastos mensual

MESES	COSTO Y GASTOS
Enero	\$ 7.236,85
Febrero	\$ 7.236,85
Marzo	\$ 7.236,85
Abril	\$ 7.236,85
Mayo	\$ 7.236,85
Junio	\$ 7.236,85
Julio	\$ 7.236,85
Agosto	\$ 7.236,85
Septiembre	\$ 7.236,85
Octubre	\$ 7.236,85
Noviembre	\$ 7.236,85
Diciembre	\$ 7.236,85
Total	\$ 86.842,20

Tabla #31 costos y gastos anuales con un crecimiento de un 5% por año

AÑOS	COSTO Y
-------------	----------------

GASTOS

1	\$	86.842,20
2	\$	91.184,31
3	\$	95.743,53
4	\$	100.530,70
5	\$	105.557,24
Total	\$	479.857,97

8.2. Proyección de ventas

Basado en las encuestas se determinó la demanda anual la cual corresponde a 1200 ventas, se espera tener un crecimiento anual del 5% para el año 2, 10% para el año 3, 15% para el año 4, 20% para el año 5.

Tabla# 32 Proyección de ventas

% De crecimiento anual		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Cantidad anual año				
	1				
Demanda	1200	5%	10%	15%	20%
Crecimiento		1260	1320	1380	1440

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

8.3. Plan de Inversión

Tabla# 33 activo fijo

Inmobiliario/vehículo	\$	22.590,00	67,04%
Adecuaciones	\$	1.891,00	5,61%
Equipos de computación	\$	2.598,18	7,71%
Equipos de oficina	\$	2.204,00	6,54%
Servicios web	\$	3.866,88	11,48%
Muebles de oficina	\$	490,00	1,45%
Uniforme	\$	55,92	0,17%
Total inversión	\$	33.695,98	100,00%

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

A continuación, se presenta los activos diferidos necesarios para el funcionamiento de la agencia turística.

Tabla# 34 activo diferido

Patentes y registros sanitarios	\$ 327
Gastos de constitución	\$ 623
Gastos de instalación	\$ 600

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

En la tabla 35 se presentan los valores correspondientes al capital de trabajo requerido anualmente.

Tabla# 35 Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
Gastos de ventas		
sueldo de las áreas operativas	\$ 2.903,63	\$ 34.843,60
Secretaria	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Técnico operativo	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Guía	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Chofer	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Programador	\$ 659,92	\$ 7.919,00
Gastos administrativos	\$ 4.013,22	\$ 48.158,60
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
Energía eléctrica	\$ 75,00	\$ 900,00
Teléfono	\$ 26,00	\$ 312,00
Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Depreciación de activos	\$ 320,32	\$ 3.843,80
Mantenimiento de maquinarias y equipo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Seguro	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Gerente	\$ 791,90	\$ 9.502,80
Mantenimiento de equipo administrativos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Arriendo	\$ 1.600,00	\$ 19.200,00
Servicios prestado contador	\$ 425,00	\$ 5.100,00
Gastos de activos intangibles	\$ 320,00	\$ 3.840,00
Mantenimiento de la app	\$ 75,00	\$ 900,00
Posiciones en buscadores	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Mantenimiento de la página web	\$ 35,00	\$ 420,00
Mantenimiento de la app en tiendas web	\$ 60,00	\$ 720,00
Total de costos y gastos	\$ 7.236,85	\$ 86.842,20

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Una vez especificado los valores que se presentaron en la tabla 33, 34 y 35 respectivamente, el plan de inversión se conforma de la manera siguiente

Tabla# 36 inversión

El plan de inversiones del modelo de negocio tiene un monto total de \$122.088,18 Constituido de la siguiente manera:

INVERSIÓN	
Activos fijos	\$ 33.695,98
Activo diferido	\$ 1.550,00
Capital de trabajo	\$ 86.842,20
Total	

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

8.4 Líneas de financiamiento

Tabla#37 Composición del capital

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL		
Detalles	Valor	%
Inversión socios	\$35.000,00	29%
Financiamiento CNF	\$87.088,18	71%

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Tabla# 38 Financiamiento

CFN	
Monto de Crédito	
Tipo de amortización	\$87.088,18
Tasa de interés anual	10%
Plazo años	3
Tasa de interés mensual	0.83%
Plazo meses	36
Cuota fija	\$1.850,37

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Tabla# 39 Amortización

RESUMEN DE LA TABLA DE AMORTIZACIÓN						
Año		1	2	3	4	5
Pago de intereses	\$8.072,76	\$6.593,00	\$4.958,28	\$3.152,38	\$1.157,39	
Pago de capital	\$14.131,64	\$15.611,40	\$17.246,12	\$19.052,01	\$21.047,01	
Total	\$22.204,40	\$22.204,40	\$22.204,40	\$22.204,40	\$ 22.204,40	

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

8.5 Proyecciones de ventas

Tabla# 40 Proyecciones de ventas

CANTIDAD:

Población de manta mayor a 18 y menor a 89 años	142,237	
Segmento captar	377	
Cantidad Consumo Proyectada diaria	5	
Cantidad Consumo Proyectada mensual	100	mes
Cantidad Consumo Proyectada anual	1200	año

PRECIO

\$
500,00

CRECIMIENTO INDUSTRIA

5% VARIACIÓN CANTIDAD

VARIACIÓN INFLACIÓN

3% VARIACIÓN PRECIO

PROYECCIÓN INGRESOS

DESCRIPCIÓN	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
CANTIDAD	1.200	1.260	1.320	1.380	1.440
PRECIO	\$ 500,00	\$ 515,00	\$ 530,45	\$ 546,36	\$ 562,75
INGRESO PROYECTADO	\$ 600.000,00	\$ 648.900,00	\$ 700.194,00	\$ 753.981,63	\$ 810.366,34

OBTENCION DE LAS GANACIAS

MENOS DE \$100 30%

DE \$101 A \$499 25%

MAS DE \$500

DE 20% A 18%

8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla# 41 Flujo de caja proyectado

ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

TOURIST TIME

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Actividad operacional						
Ventas		\$ 600.000,00	648900	\$ 701.785,35	\$ 758.980,86	\$ 820.837,80
Gastos de ventas		\$ 514.843,60	\$544.617,78	\$ 571.848,67	\$ 600.441,10	\$ 630.463,16
Costo de ventas		\$ 51.998,60	\$ 54.598,53	\$ 57.328,46	\$ 60.194,88	\$ 63.204,62
Participación de empleados 15%		\$ 2.968,20	\$ 5.669,05	\$ 9.352,94	\$ 13.484,32	\$ 18.107,34
Impuesto a la renta 25%		\$ 3.363,96	\$ 6.424,92	\$10.599,99	\$15.282,23	\$20.521,65
Total actividad operacional		\$573.174,36	\$611.310,28	\$649.130,06	\$689.402,53	\$ 732.296,77
Actividad de inversión						
Activos fijos						
Inmobiliario/vehículo	\$	22.590,00				
Adecuaciones	\$	1.891,00				
Equipos de computación	\$	2.598,18				
Equipos de oficina	\$	2.204,00				
Servicios web	\$	3.866,88				
Muebles de oficina	\$	490,00				
Uniforme	\$	55,92				
Total fijo	\$	33.695,98				

Activo diferido							
Patentes y registros sanitarios	\$	327,00					
Gastos de constitución	\$	623,00					
Gastos de instalación	\$	600,00					
Total diferido	\$	1.550,00					
Total de actividad de inversión	\$	35.245,98					
Actividad de financiamiento							
Capital social	\$	35.000,00					
Crédito bancario		\$87.088,18	\$14.131,64	\$15.611,40	\$17.246,12	\$19.052,01	\$21.047,01
Gasto de financiamiento			\$8.072,76	\$6.593,00	\$4.958,28	\$3.152,38	\$1.157,39
Total de financiamiento	\$	122.088,18	\$22.204,40	\$22.204,40	\$22.204,40	\$22.204,40	\$22.204,40
Total flujo de efectivo	\$	86.842,20	\$ 4.621,24	\$ 15.385,32	\$30.450,90	\$47.373,93	\$66.336,63
Flujo efectivo anterior			\$ 86.842,20	\$91.463,44	\$106.848,76	\$137.299,66	\$184.673,59
Flujo efectivo actual			\$91.463,44	\$106.848,76	\$137.299,66	\$184.673,59	\$251.010,22

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

8.6 Estado de resultados proyectados (5 años)

Tabla# 42 Estado de resultados

Para la realización del Estado de Resultado se tienen en cuenta la tabla # 38 Proyecciones de ventas para saber los ingresos y para los gastos de venta se tomó en cuenta #31 costos y gastos anuales con un crecimiento de un 5% por año

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

TOURIST TIME

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 600.000,00	\$ 648.900,00	\$ 701.785,35	\$ 758.980,86	\$ 820.837,80

(-) Gastos de ventas	\$ 514.843,60	\$ 544.617,78	\$ 571.848,67	\$ 600.441,10	\$ 630.463,16
(-) Pagos a Proveedores (compas)	\$ 480.000,00	\$ 504.000,00	\$ 529.200,00	\$ 555.660,00	\$ 583.443,00
(-) Sueldos y Salarios (operativos)	\$ 34.843,60	\$ 40.617,78	\$ 42.648,67	\$ 44.781,10	\$ 47.020,16
Utilidad bruta	\$ 85.156,40	\$ 104.282,22	\$ 129.936,68	\$ 158.539,75	\$ 190.374,64
Gastos de activos intangibles	\$ 3.840,00	\$ 4.032,00	\$ 4.233,60	\$ 4.445,28	\$ 4.667,54
(-) Gastos administrativos	\$ 48.158,60	\$ 50.566,53	\$ 53.094,86	\$ 55.749,60	\$ 58.537,08
Gastos de depreciación	\$ 4.987,04	\$ 4.987,04	\$ 4.987,04	\$ 4.987,04	\$ 4.987,04
Gasto de amortización	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00
Utilidad operacional	\$ 27.860,76	\$ 44.386,65	\$ 67.311,19	\$ 93.047,84	\$ 121.872,98
Gastos financieros	\$ 8.072,76	\$ 6.593,00	\$ 4.958,28	\$ 3.152,38	\$ 1.157,39
Utilidad antes de impuesto	\$ 19.788,00	\$ 37.793,66	\$ 62.352,91	\$ 89.895,45	\$ 120.715,59
Participación de trabajadores 15%	\$ 2.968,20	\$ 5.669,05	\$ 9.352,94	\$ 13.484,32	\$ 18.107,34
Utilidad antes del interés	\$ 16.819,80	\$ 32.124,61	\$ 52.999,97	\$ 76.411,14	\$ 102.608,26
Impuesto a la renta 20%	\$ 3.363,96	\$ 6.424,92	\$ 10.599,99	\$ 15.282,23	\$ 20.521,65
Utilidad del ejercicio	\$ 13.455,84	\$ 25.699,69	\$ 42.399,98	\$ 61.128,91	\$ 82.086,60
Reservas					
Reserva legal 10%	\$ 1.345,58	\$ 2.569,97	\$ 4.240,00	\$ 6.112,89	\$ 8.208,66
valor neto	\$ 12.110,26	\$ 23.129,72	\$ 38.159,98	\$ 55.016,02	\$ 73.877,94

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

8.7 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla# 43 Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

TOURIST TIME

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos						
Activo corriente						
Caja	\$ 86.842,20	\$91.463,44	\$106.848,76	\$137.299,66	\$184.673,59	\$251.010,22
Total de activo corriente	\$ 86.842,20	\$91.463,44	\$106.848,76	\$137.299,66	\$184.673,59	\$251.010,22
Activo fijos						
Inmobiliario/vehículo	\$22.590,00	\$22.590,00	\$22.590,00	\$22.590,00	\$22.590,00	\$22.590,00
Adecuaciones	\$1.891,00	\$1.891,00	\$1.891,00	\$1.891,00	\$1.891,00	\$1.891,00
Equipos de computación	\$2.598,18	\$2.598,18	\$2.598,18	\$2.598,18	\$2.598,18	\$2.598,18
Equipos de oficina	\$2.204,00	\$2.204,00	\$2.204,00	\$2.204,00	\$2.204,00	\$2.204,00
Servicios web	\$3.866,88	\$3.866,88	\$3.866,88	\$3.866,88	\$3.866,88	\$3.866,88
Muebles de oficina	\$490,00	\$490,00	\$490,00	\$490,00	\$490,00	\$490,00
Uniforme	\$55,92	\$55,92	\$55,92	\$55,92	\$55,92	\$55,92
Total fijo	\$33.695,98	\$33.695,98	\$33.695,98	\$33.695,98	\$33.695,98	\$33.695,98
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 4.987,04	\$ 9.974,07	\$ 14.961,11	\$ 19.948,14	\$ 24.935,18
Total de activo fijos	\$ 33.695,98	\$ 28.708,94	\$23.721,91	\$ 18.734,87	\$ 13.747,84	\$ 8.760,80
Activo diferidos						
Patentes y registros sanitarios	\$ 327,00	\$ 327,00	\$ 327,00	\$ 327,00	\$ 327,00	\$ 327,00
Gastos de constitución	\$ 623,00	\$ 623,00	\$ 623,00	\$ 623,00	\$ 623,00	\$ 623,00
Gastos de instalación	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Total diferido	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
Amortización acumulada	\$ -	\$ 310,00	\$ 620,00	\$ 930,00	\$ 1.240,00	\$ 1.550,00
Total de activo diferido	\$ 1.550,00	\$ 1.240,00	\$ 930,00	\$ 620,00	\$ 310,00	\$ -
Total activo	\$ 122.088,18	\$121.412,39	\$131.500,67	\$156.654,53	\$198.731,43	\$259.771,02
Pasivo						
Pasivo a largo plazo						
Crédito bancario	\$87.088,18	\$ 72.956,54	\$ 57.345,14	\$ 40.099,02	\$ 21.047,01	\$ -
Total pasivo a l/p	\$87.088,18	\$ 72.956,54	\$ 57.345,14	\$ 40.099,02	\$ 21.047,01	\$ -
Total pasivo	\$87.088,18	\$ 72.956,54	\$ 57.345,14	\$ 40.099,02	\$ 21.047,01	\$ -
Patrimonio						
Capital social						

Capital social	\$	35.000,00	\$	35.000,00	\$	35.000,00	\$	35.000,00	\$	35.000,00	\$	35.000,00
Utilidad del ejercicio			\$	12.110,26		\$23.129,72		\$38.159,98		\$55.016,02		\$73.877,94
Utilidad retenida				0		\$12.110,26		\$35.239,98		\$73.399,96		\$128.415,98
Reserva legal				\$1.345,58	\$	2.569,97		\$4.240,00		\$6.112,89		\$8.208,66
Reserva acumulada				0		\$1.345,58		\$3.915,55		\$8.155,55		\$14.268,44
Total patrimonio	\$	35.000,00	\$	48.455,84	\$	74.155,53	\$	116.555,51	\$	177.684,42	\$	259.771,02
Pasivo + patrimonio		\$122.088,18	\$	121.412,39	\$	131.500,67	\$	156.654,53	\$	198.731,43	\$	259.771,02

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

CAPITULO IX

9. Evaluación financiera

9.1 VAN

Para poder obtener el valor actual neto (VAN) es necesario primero obtener el costo promedio ponderado de capital, este es la tasa de descuento que se aplica para descontar los flujos de caja futuros al instante de valorar un plan de inversión.

Tabla# 44 Costo de Oportunidad

Costo de Oportunidad	
Ke	Costo de oportunidad de los accionistas
CAA	Capital aportado por los accionistas
D	Financiamiento Externo
Kd	Costo Financiero
T	Tasa efectiva de impuestos

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Tabla# 45 Costo de Oportunidad

Costo de Oportunidad	
ke	5%
caa	35000
d	\$87.088,18
kd	10%
t	36,25%
WACC (CPP)=	5,96%

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Tabla# 46 VAN

Se refiere a VAN (Valor Actual Neto) como el “valor presente/actual de flujos de efectivos netos” de un proyecto. (Mete, 2014)

Inversión inicial	FC 1	FC2	FC3	FC4	FC5
\$ -122.088,18	\$ 4.621,24	\$ 15.385,32	30.450,90	\$ 47.373,93	\$ 66.336,63

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

De acuerdo a lo expuesto para poder realizar el resultado del VAN es necesario tomar en cuenta las diferentes fuentes de tasa que preexisten en el país ya que estas son cambiantes, es decir, varían cada cierto periodo de tiempo, mayormente mensual, como se puede observar el VAN tiene unos ingresos fructíferos \$13.523,71 los cinco años proyectados. El VAN es positivo por lo que se puede determinar que el proyecto es viable.

9.2 TIR

Se utilizará la tasa interna de retorno (TIR) para medir la valuación del proyecto ya que toma en cuenta el dinero en el tiempo.

Tabla# 47 TIR

Inversión inicial	FC 1	FC2	FC3	FC4	FC5
\$ -122.088,18	\$ 4.621,24	\$ 15.385,32	30.450,90	\$ 47.373,93	\$ 66.336,63

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

De acuerdo con lo expuesto, se logra exponer que la tasa de retorno para la inversión realizada en el proyecto es positiva generando ingresos a partir del primer año, es decir, generar ingresos del 7,89% de su inversión inicial, siendo un proyecto viable de óptimo desarrollo.

Basándose en el resultado obtenido en el cálculo del TIR y comparando la tasa de interés anual del pago del financiamiento con la CFN que corresponde a 10% podemos indicar que el proyecto es viable ya que puede cumplir con sus obligaciones financieras.

Tabla# 48 pyback

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 86.842,20	\$ 4.621,24	\$15.385,32	\$30.450,90	\$47.373,93	\$66.336,63
FLUJO DE CAJA ACOMULADO	\$ 86.842,20	\$91.463,44	\$106.848,76	\$137.299,66	\$184.673,59	\$251.010,22

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

El cálculo de flujo de caja descontados acumulados durante los periodos proyectados se realizó con la finalidad de conocer en qué periodo se recuperará la inversión realizada, para finalidad de este proyecto se puede observar que la inversión se recuperará en el año 5.

9.3 Relación beneficio/costo (RBC)

Tabla # 49 Relación costo beneficio

AÑOS	0	1	2	3	4	5
BENEFICIOS	\$ 600.000,00	\$ 648.900,00	\$ 701.785,35	\$ 758.980,86	\$820.837,80	
COSTOS	\$ 122.088,18	\$ 563.002,20	\$ 595.184,31	\$ 624.943,53	\$ 656.190,70	\$689.000,24

1,19

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Para que un proyecto sea aceptado la relación costo beneficio debe ser mayor a 1, en este caso nos dio como resultado 1,19 lo que indica que el proyecto es aceptable.

9.4 Razones financieras

9.4.1 Endeudamiento

Tabla#50 Endeudamiento

Autofinanciamiento	29%
Endeudamiento	71%

Elaborado por: Andrade Reyes Oswaldo

Conclusiones

Basándose en el presente plan de negocios, se determina que la situación del mercado es favorable para establecer la agencia de turismo. Actualmente la tendencia por mantener actividades en contacto con la Naturaleza es un factor altamente positivo para la entrada de empresas de servicios en el mercado turístico. Además de haber un importante apoyo del gobierno ecuatoriano para fomentar un turismo consiente en aquellos lugares que han sido privilegiados por la naturaleza.

Mediante el análisis de la demanda se ha podido llegar a la conclusión que la implementación de este negocio resulta innovador y progresista para el cantón Manta, además se identificó que existe una demanda creciente la cual está muy interesada en adquirir nuestros servicios puesto que es algo innovador en la cual el cliente puede observar lo que desea realizar en sus vacaciones.

Como en cualquier otro emprendimiento en sus primeros cuatro años de funcionamiento se requerirá de una fuerte cantidad de capital para que el negocio se mantenga funcionando hasta el año cinco que es donde se prevé el negocio empiece a tener ganancias. Como se ha indicado ya en el contenido del ofrecimiento para esta empresa la atención al cliente es lo primordial por lo que todas las operaciones deberán ir encaminadas

a buscar proveedores que ofrezcan productos y servicios de excelente calidad y estén orientados al cambio.

Un buen diseño organizacional permite que una empresa sea efectiva, eficiente y eficaz diferenciando estos términos podemos observar que nuestro esquema organizacional está desarrollado de tal manera en que la empresa pueda lograr todo sus objetivos y así pueda volverse una empresa más competitiva cada día.

Al haber realizado las respectivas encuestas podemos observar que existe una gran demanda en el mercado ya que en el cantón de Manta no existe una agencia turística que preste servicios online y el estudio financiero concluyo en que el monto de inversión total es de \$118.634,58 el cual corresponde a los activos fijo, activos diferidos y capital de trabajo, los estados financieros pro forma mostraron que la situación financiera del proyecto, al menos a lo que contablemente se refiere, será estable durante el periodo de planeación (5 años), en virtud de que los ingresos pronosticados solventarán los costos y gastos involucrados.

Además, se estimó que el proyecto generará flujos de efectivo positivos una vez deducido los montos correspondientes al pago de depreciación y amortización de los activos de la empresa, lo que significa que habrá disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir los costos y gastos que realice la empresa durante el periodo de planeación considerado.

Una vez que el negocio ya esté en marcha es necesario mantener una buena administración, mantenerse a la vanguardia de las nuevas tendencias en cuanto a atención al cliente para de esta manera ir adaptándose a los nuevos mercados y poder fidelizarlos existen varios factores a favor para que la propuesta tenga acogida en el cantón Manta. Solo se debe tener presente que al ser un producto nuevo el punto clave para que tanto la

empresa como el destino turístico sea conocido es una agresiva campaña de promoción y publicidad.

Recomendaciones

Se recomienda emprender con el negocio ya que a través de la investigación de mercado se ha demostrado la aceptación por parte de los posibles clientes y a pesar que existen riesgos para el proyecto, según los criterios de valoración como el VAN Y TIR el negocio es viable.

Se recomienda también que para que el emprendimiento tenga la demanda deseada se debe cumplir con una estructura organizacional sólida, con personal capacitado y cumplir con todos los procesos.

Se debe poner en marcha actividades referente al marketing, este podría ser a través de campañas publicitarias mediante redes sociales para dar a conocer la implementación del emprendimiento, los productos y servicios con los que va a contar.

Los recursos Naturales y Culturales del cantón Manta aún se mantienen sin explotar por la falta de motivación de sus habitantes por lo que el gobierno local debe realizar continuas acciones de capacitación en el ámbito turístico para que consten personas emprendedoras y comiencen a poner en camino proyectos de microempresas en negocios turísticos de calidad.

10. Bibliografía

Pisco, L. L. (2019). Las bases del cambio de la matriz productiva en Ecuador (2006-2016). Revista Universidad y Sociedad.

Porto, J. P. (2021). Definición de aplicación.

Blank y Tarquim, S. y. (2006 2003).

Dercho Ecuador. (23 de Noviembre de 2020). Obtenido de https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1606176731_1606176739.pdf

Ecuador, C. M. (20 de Agosto de 2021). CAMAE. Obtenido de <http://www.camae.org/categoria/economia-del-ecuador/>

Farber, P. B. (1994). 199 preguntas sobre Marketing y publicidad. Bogotá.

Hernandez, N. C. (12 de Octubre de 2014). TESCO ADMINISTRACIÓN. Obtenido de <https://tescoadministracion.blogspot.com/2014/10/el-impacto-ambiental-y-social-de-un.html>

IEP. (2018). Instituto Europeo de Post grado. Obtenido de <https://www.iep.edu.es/marketing-mix-concepto-aplicacion/>

Inec. (2019).

Josue, P. O. (13 de Diciembre de 2016). gestiopolis. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/impacto-del-ambiente-externo-las-organizaciones/>

M.G.C, T. A. (1996). Escala de valores Organizacionales. Administración, 62-72.

Morales, A. (01 de julio de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/ejemplos-valores-empresariales/>

Porter, M. (1980). Estrategia Competitiva.

Seguros, S. d. (2021). Supercias. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>

TOURISM&LEISURE, Europraxis Consulting; Mintur. (2009). Plan Integral de

Marketing Turístico de Ecuador "PIMTE 2014". Quito: Ministerio de Turismo.

RUIZ, Esteban & SOLIS, Doris. Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social. Ediciones Abya Yala. Universidad de Cuenca. 2007

GÓMEZ, Miguel; MONDÉJAR, J. Antontio & SEVILLA, Claudia. Gestión del Turismo Cultural y de Ciudad. Colección Humanidades. 2005.

MELGOSA, F. Javier. Código Turismo. La Ley Wolters Kluwer. España. 2007

AUREN. Turismo de Salud en España. Fundacion Eoi, 2013.

Nadia Priscila Villena Izurieta (2015): El Ecuador y el proceso de cambio de la matriz productiva: consideraciones para el desarrollo y equilibrio de la balanza comercial, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (febrero 2015).

Portales de Internet.

<https://prezi.com/7yms8duofsy/agencias-de-viajes-y-tour-operadoras/>

<http://www.minetur.gob.es/turismo/es->

<http://www.turismo.gob.ec/carlos-vogeler-director-regional-para-las-americas-de-la-omt-aplaude-el-concepto-de-turismo-consciente-propuesto-por-ecuador12/>

[http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR- viajes](http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-viajes)
www.apivaa.es

<https://manta.gob.ec/manta-primer-puerto-pesquero-del-ecuador/>

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/matriz-productiva.html>

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400377

ANEXOS

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE
UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”**

PREGUNTAS

Nombre de la empresa:

1.- ¿Cuentan con página web?

- Si
- No

2.- ¿Trabajarían o trabajan con alguna agencia turística?

- Si
- No

3.- ¿Ha escuchado usted de alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

- Si
- No
- Talvez

4.- ¿Que piensan acerca de una aplicación en el cual los clientes puedan elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?

- Muy buena
- Buena
- Mala
- Muy mala

5.- ¿Participaría usted en esta nueva idea empresarial?

- Si
- No
- Tal vez

6.- ¿Cree usted que este tipo de emprendimiento ayudara al crecimiento turístico del cantón Manta?

- Si
- No
- Talvez



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE
UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”**

PREGUNTAS

Nombre de la agencia:

1.- Años de servicios

- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 5

2.- Cuentan con página Web

- Si
- No

3.- Posee alguna aplicación que les ayude a conseguir clientes.

- Si
- No

4.-¿Cuáles son los servicios con los que cuentan?

- Hoteles
- Restaurantes

- Transporte
- Juegos recreativo
- otros

5.- ¿Con qué tipo de empresa tiene convenio?

- Hoteles
- Restaurantes
- Transporte
- Juegos recreativos
- Otros

6. ¿Cuánta ganancia alcanza anualmente en dólares?

- 10.000 a 20.000
- 20000 a 30.000
- 30000 a 40000
- 40.000 a 50.000
- Más de 50.000

7.- ¿Cuáles son los precios que oscilan en sus paquetes turísticos?

- 50 a 100
- 100 a 500
- 500 a 1000
- 1000 a 2000
- 2000 a 3000
- Mas de 3000



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA
TURÍSTICA OFERTANDO DIVERSOS SERVICIOS ONLINE EL CUAL SE
UBICARÁ EN EL CANTÓN MANTA”**

PREGUNTAS

- 1. ¿Al salir de vacaciones que parte del Ecuador más visita?**
 - Costa
 - Sierra
 - Oriente
 - Galápagos
- 2. ¿Cuáles son los lugares que más visita al salir de vacaciones?**
 - A. Rio
 - B. Playa
 - C. Bosques
 - D. Montañas
 - E. Otros

- 3. ¿Con que frecuencia usted utiliza una empresa turística al momento de salir de vacaciones?**
- A. Siempre
 - B. Poca
 - C. Muy poca
 - D. Nunca
- 4. ¿Al buscar una agencia turística la elegiría?**
- A. Por su calidad
 - B. Por sus años de experiencia
 - C. Por los servicios que ofrece
 - D. Por el precio que tiene
- 5. ¿Ha escuchado usted de alguna aplicación o página web en la cual los clientes pueden elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?**
- Si
 - No
 - Talvez
- 6. ¿Utilizaría usted una página web o una aplicación en el cual le muestren los servicios turísticos que muestra una ciudad que desea visitar?**
- A. Si
 - B. No
 - C. Talvez
- 7. ¿Qué tipo de información desea que este en la página web o en la aplicación de una empresa de turismo?**
- Hoteles
 - Restaurantes
 - Actividades que se puede realizar en la ciudad
 - Lugares los cuales puede visitar
 - Todas las anteriores
- 8. ¿Le gustaría que la página web o la aplicación le muestre los precios de los hoteles, restaurantes, servicios que puede obtener de una agencia de turismo?**
- A. Si
 - B. No
 - C. Talvez
- 9. ¿¿Qué piensan acerca de una aplicación en el cual los clientes puedan elegir las actividades que deseen realizar en sus vacaciones?**
- Muy buena
 - Buena
 - Mala
 - Muy mala
- 10. - ¿Cuánto dinero invierte en sus vacaciones anuales en dólares?**

- 100 a 500
- 500 a 1000
- 1000 a 2000
- 2000 a 3000
- Mas de 3000

11.- ¿Cree usted que este tipo de emprendimiento ayudara al crecimiento turístico del cantón Manta?

- Si
- No
- Talvez