UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERIA Y TURISMO

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE TITULACIÓN:

MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

TEMA:

DESARROLLAR UNA PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA "GO TRAVEL JASTOUR" EN LA CIUDAD DE MANTA PARA SATISFACER LAS NECESIDADES EN EL SECTOR TURÍSTICO

AUTORES:

CHILAN ZAMBRANO STEVEN ANTONIO

TUBAY MOREIRA JONATHAN ANDERSON

TUTOR:

ING. ANGELA FÁRFAN TIGRE.

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

2020

Autoría de responsabilidad

YO, **Chilan Zambrano Steven Antonio** con cédula de identidad Nº 131683115-3 y **Tubay Moreira Jonathan Anderson** con cedula de identidad Nº 131402308-4, declaro que el siguiente proyecto de titulación es una **"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA "GO TRAVEL JASTOUR" EN EL CANTÓN MANTA",** modalidad emprendimiento es realizado de acuerdo con los métodos de estudios de la carrera Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas, obteniendo información de autores respetando los derechos y citando su cita bibliográfica correspondiente.

Declaro que el contenido desarrollado en este proyecto de titulación es de nuestra autoría, propiedad, responsabilidad y veracidad en la investigación realizada.

Lunes, 14 de septiembre del 2020

_____	_____
Steven Antonio Chilan Zambrano	**Jonathan Anderson Tubay Moreira**
C.I. 131683115-3	**C.I. 131402308-4**

Certificación

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de **380** horas, bajo la modalidad de **emprendimiento**, 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 los señores CHILAN ZAMBRANO STEVEN ANTONIO y TUBAY MOREIRA JONATHAN ANDERSON, estudiantes de la carrera de Turismo, período académico 2020-2020, 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.

Manta, 14 de septiembre de 2020.

Lo certifico,

Ing. Angela Farfán Tigre
Docente Tutor(a)

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedicamos a Dios por permitirnos estar aquí donde hemos logrado grandes retos en esta vida por darnos la fortaleza de no decaer cuando hemos tenido situaciones complicadas mas no imposibles.

Este esfuerzo es dedicado a nuestros seres queridos que siempre nos han dan ánimo y motivación para que seguir luchando por nuestros objetivos en la vida.

A nuestras familias quienes han estado desde el inicio de nuestro crecimiento personal y como futuro profesional, a nuestros padres, hermanos y a nuestra querida tutora, ellos siempre son una motivación para lograr cumplir nuestras metas, a todos ellos se lo agradecemos desde el fondo de nuestras almas.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por permitirnos estar con vida en esta etapa de estudios, donde nos han apoyado mucho nuestros familiares y amigos, siempre están deseándonos éxitos en la vida, este logro es una recompensa hacia ellos, es algo que nos motiva a seguir buscando nuestros sueños y seguir trabajando duro para el bienestar de nuestros padres porque son la parte fundamental en nuestra vida.

También agradecemos a nuestra tutora de tesis **Ing. Angela Farfán Tigre,** quien con su experiencia, conocimiento y motivación nos orientó en la investigación de este proyecto, además agradecemos a todos los docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, nos motivaron a desarrollarnos como persona y profesional en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Antecedentes metodológicos

En este proyecto se han utilizado métodos deductivos de análisis que son útiles para lograr obtener información sobre el mercado al cual se va a introducir el emprendimiento, uno de estos es el de la información del Ministerio de Turismo dando valores numéricos de la llegada de turistas y así utilizarla en las muestras que conllevan a las encuestas realizadas en la ciudad de Manta con un número de 200 personas, estos resultados han sido favorables en la búsqueda de aceptación de nuevos productos turísticos. En lo legal se ha utilizado las normas correspondientes para la constitución de una PYME como son los permisos para el funcionamiento de la Operadora Turística.

En este estudio se utilizó estratégicamente una matriz que determinan factores internos y externos siendo la Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, (FODA), que representa las variables tanto internas como externas del negocio (emprendimiento) y a la vez se aplicaron estrategias relacionadas con la matriz.

Otro método de estudio es el uso de fuentes secundarias como las páginas webs, libros, revistas que detallan información de las nuevas en tendencias relacionadas con el turismo que son necesarios para conocer acerca de las nuevas necesidades de los turistas.

Se realizó un análisis financiero, que especifica la inversión y el aporte de los socios, los costos totales, la demanda de mercado, la valoración de los equipos a utilizar para la producción, los sueldos a los integrantes de la organización, el balance general y lo más importante el tiempo de recuperación del proyecto.

Resumen ejecutivo

Este plan de negocio tiene como objetivo aplicar los conocimientos de la carrera de Ingeniería en Administración de empresas turísticas en un emprendimiento que genere una excelente rentabilidad en un mercado especifico, este proyecto se basa en la elaboración de productos turísticos y potenciando los diferentes atractivos del Ecuador.

La Operadora Turística estará dedicada a la comercialización de productos turísticos y además será intermediaria de servicios complementarios como alquiler de vehículos, hospedaje y deportes acuáticos los mismo que son muy solicitados por los turistas.

El plan de negocio se introducirá en el mercado del Ecuador con un total de 17´543.904 habitantes y con una población económicamente activa de 8´379.355, donde estarán dirigidos los productos turísticos que se van a ofertar, el plan explica el proceso de elaboración de los producto, las estrategias de marketing, publicidad y la comunicación externa, la logística, alianzas estratégicas y el análisis de los integrantes de la organización como los profesionales y colaboradores que se necesite para que la Operadora Turística realice sus actividades comerciales.

Para dar a conocer los productos y servicios se utilizará estratégicamente los convenios de las empresas que brindan servicios de actividades turísticas, para que en estos lugares se entreguen los trípticos y así dar a conocer los servicios que ofertara la operadora turística.

El estudio de mercado se utilizó la metodología de encuestas, fueron realizadas en la ciudad de Manta tomando en consideración la población económicamente activa de 113,477 usando una muestra de 200 personas. Los resultados obtenidos fueron que existe una gran aceptación en la creación de una nueva operadora turística en la ciudad de Manta con un 94% de aceptación,

mientras que un 6% no está de acuerdo en la creación de la operadora turística, siendo un resultado favorable para el proyecto.

El estudio financiero realizado muestra la inversión total del proyecto que es de $ 11.430,27 siendo un 30% de recursos propio y un 70% correspondería al crédito bancario. Los indicadores financieros son los siguientes, el VAN con 39.333,44 mayor a cero, mientras que el TIR es el 68% que es mayor a la tasa de descuento y el periodo de recuperación es de 3 años y 2 meses. Estos resultados financieros muestran que el proyecto es viable económicamente.

Índice

Introducción 1
Capítulo I 2
1. El problema 2
1.1. Planteamiento del problema 2
1.2. Formulación del problema 3
1.2. Objetivos 4
1.2.1. Objetivo general 4
1.2.2. Objetivos específicos 4
1.2.3. Objetivos estratégicos 4
1.3. Justificación del proyecto 5
1.3.1. Justificación teórica 5
1.3.2. Justificación práctica 5
1.3.3. Justificación metodología 6
1.4. Lapso y cronograma de ejecución 7
Capítulo II 9
2.1. Marco teórico 9
2.1.1. Marco teórico conceptual 9
2.1.2. Turismo… 9
2.1.3. La planificación turística y territorial 10
2.1.4. Operadora de turismo 11
2.1.5. Tipos formas o flujos del turismo 11
Viajero y visitante 12
2.2. Clasificación de los visitantes 13
2.3. Marco referencial 15
2.3.1. Turismo en el Ecuador 15
2.4. Delimitación geográfica 16
2.5. FODA… 17
2.6. Aspectos legales 18
2.6.1. Normativa legal que ampara el desarrollo de la operación de las operadoras de turismo en Ecuador…. 18
2.6.2. Reglamento General de la Ley de Turismo 21
2.6.3. Del Registro Único de Turismo 22
2.6.4. Licencia Única Anual de Funcionamiento 22
2.6.5. Ley de Compañía 23

2.7. Aspectos legales 24
2.7.1. Estructura legal para formar una nueva empresa ¨Operadora Turística¨ 25
2.7.2. Accionistas. 29
2.8 Interpretación del capítulo II 29
Capítulo III 30
3.1. Estudio de mercado 30
3.1.1. Estudios de factibilidad 30
3.1.2. Análisis del mercado 30
3.1.3. Estudio de la demanda 31
3.1.4. Análisis demanda actual del servicio 31
3.1.5. Análisis de la oferta 32
3.1.6. Matriz de Ansoff 33
3.1.7. Balance de precio entre la oferta y demanda actual 33
3.1.8. Precio promedio de la competencia 34
3.1.9. Análisis de comercialización 34
3.1.10. Interpretación Capítulo III 35
Capítulo IV 36
4.1. Diseño metodológico de la investigación 36
4.1.1. Tipo de investigación 36
4.1.2. Entrevista… 37
4.1.3. Análisis de las encuestas 39
4.2. Muestreo 52
4.2.1. Método probabilístico simple 52
4.2.2. Muestra…. 52
4.2.3. Fórmula…. 52
4.2.4. Mercado meta 54
4.3 Interpretación del capítulo IV 54
Capítulo V 55
5.1. Estudio técnico 55
5.1.1. Localización 55
5.1.2. Macro-localización 55
5.1.3. Micro-localización 56
5.2. Justificación de la ubicación 58
5.2.1. Plano arquitectónico 59
5.3. Descripción de la propuesta 60

5.4. Logotipo 61
5.5. Misión y visión de la Operadora Turística 62
5.5.1. Misión…..62
5.5.2. Visión… 62
5.6. Descripción de la operadora 63
5.6.1. Descripción de los procesos.....64
5.6.2. Gestión de compras.....65
5.6.3. Atención al cliente prestación del servicio 65
5.6.4. Estudio administrativo 65
5.7. Organigrama de la Operadora Turística "Go Travel Jastuor" 66
5.8. Políticas de la empresa 67
5.9 Interpretación del capítulo V 68
Capítulo VI.....69
6.1. Formato para presentar el plan de negocio..... 69
6.1.1. Análisis del mercado 70
Análisis del entorno empresarial,.....70
6.1.2. Análisis del mercado potencial.....71
6.1.3. Segmento del mercado: público objetivo 71
6.1.4. Ventaja competitiva 71
6.2. Análisis de la competencia 72
6.3. Estrategias de mercadeo.....73
6.3.1. Estrategiade producto o servicio 73
6.4. Estrategia de precio 74
6.4.1. Estrategia de distribución (plaza).....74
6.4.2 Estrategia de promoción 75
6.5. Estudio técnico de la producción 76
6.5.1. Describir las características de la localización del negocio 76
6.5.2. Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo) 76
6.5.3. Plano arquitectónico 77
6.6. Especificaciones técnicas 78
6.7. Diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio 81
6.8. Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido 82
6.8.1. Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso 83
6.8.2. Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la

elaboración del producto o servicio. 83
6.9. Organización de las personas en el proceso productivo 83
6.9.1. Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno 84
Estudio financiero....85
6.10. Cuadro de inversión turística 85
Balance Inicial 86
6.11. Balance Inicial.... 86
6.12. Productos turísticos 87
6.13. Precio de los productos turísticos.... 89
6.14. Costo de mano de obra 90
6.15. Capital de trabajo 91
6.16. Balance de ventas 92
6.17. Punto de equilibrio 95
6.18. Amortización.... 97
Presupuesto de gastos 98
6.21. Flujo de caja proyectado.... 101
6.22 VAN Y TIR.... 102
6.23 Interpretación del capítulo VI.... 102
Capítulo VII....103
7.1. Estudio de impacto ambiental 103
7.1.1. Diagnóstico del impacto ambiental 103
7.1.2. Conclusiones 105
7.1.3. Recomendaciones....107
7.1.4. Bibliografía 108
7.1.5. Anexos....109

Índice de tablas

Tabla 1: Objetivos estratégicos (operadora turística) 4
Tabla 2: Lapso y cronograma de ejecución del proyecto de emprendimiento..... 7
Tabla 3: Delimitación geográfica del proyecto de emprendimiento..... 16
Tabla 4: F.O.D.A..... 17
Tabla 5: Aspectos legales 24
Tabla 6: Accionistas para el proyecto de emprendimiento..... 29
Tabla 7: Estudio de factibilidad bancaria 30
Tabla 8: Matriz de Ansoff 33
Tabla 9: Precio promedio de la competencia..... 34
Tabla 10: la muestra 52
Tabla 11: Mercado meta del proyecto de emprendimiento 54
Tabla 12: Macro-Localización del proyecto de emprendimiento 55
Tabla 13: Ubicaciones de Micro Localización 57

Índice de figuras

Figura 1: ¿Sexo?..... 39
Figura 2: ¿Edad?..... 40
Figura 3: ¿Estado civil?..... 41
Figura 4: ¿Ocupación?..... 42
Figura 5: ¿Tiene pensado realizar un viaje a futuro?..... 43
Figura 6: ¿Le gustaría conocer la ciudad de Manta y los demás cantones de la provincia de Manabí?..... 44
Figura 7: ¿Cuántos días permanecería en la ciudad de Manta?..... 45
Figura 8: ¿Considera usted que en la ciudad de Manta debe contar con los servicios de una operadora turística? 46
Figura 9: ¿Con quién realiza sus viajes? 47
Figura 10: ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza por persona en un viaje en el interior del país? 48
Figura 11: ¿Para sus próximas vacaciones, que tipo de turismo planea realizar? 49
Figura 12: ¿Qué actividades le gustaría realizar?..... 50
Figura 13: ¿Por qué medio le gustaría recibir información de los paquetes turísticos de una nueva operadora turística? 51
Figura 14: Plano Arquitectónico 59
Figura 15: Logotipo..... 61
Figura 16: Descripción de los Procesos..... 64
Figura 17: Organigrama de la Operadora Turística “Go Travel Jastuor” 66
Figura 18: Full Nigth Party in Montañita 78
Figura 19: Tour Aventura por la Ruta del Pacífico de Manta – Puerto López 2 días 1 noche 79
Figura 20: Full Day Jaramijó “Una aventura que vale la pena”..... 80
Figura 21: Proceso de la elaboración de su producto o servicio 81

Introducción

La actividad turística cada vez se presenta como un contexto que involucra el desarrollo del sector económico, social y ambiental en el Ecuador, específicamente en los sectores que se encuentran en permanente gestión para lograr la conservación de la naturaleza y la importancia de mantener la identidad cultural de un país. De esta manera el Ecuador se ha ido desarrollando en el sector turístico en los diferentes ámbitos donde se vincula la zona urbana y rural para mantener ese equilibrio de los ecosistemas, además de brindar la oportunidad de los sectores más vulnerables que puedan tener una fuente de ingreso para sus hogares.

La provincia de Manabí tiene hermosos lugares naturales, una gran riqueza cultural e histórica, una deliciosa gastronomía y su gente que es muy hospitalaria, haciéndola sin duda alguna una de las provincias que los propios y extraños prefieren para realizar sus actividades turísticas, siendo la ciudad de Manta la que atrae la mayor parte de turista tanto nacionales y extranjeros, ya que se encuentra en el perfil costero del océano pacifico donde se puede disfrutar de sus hermosas playas, además de recibir la denominación como primer municipio turístico del Ecuador.

La naturaleza es fuente de vida, cuídala para que las futuras generaciones también puedan disfrutar de este paraíso terrenal llamado planeta tierra.

El presente trabajo se enfoca en el estudio para la creación de una operadora turística en la ciudad de Manta, está diseñado para obtener una visión general del mercado de servicios turísticos, el cual, mediante un enfoque en la investigación de mercado y análisis financiero, permitirán determinar la demanda potencial existente para este tipo de servicios. Además, se podrá conocer el perfil del de los clientes y las características más valoradas por los turistas al momento de elegir un paquete o servicios turísticos.

Capítulo I

1. El problema

1.1. Planteamiento del problema

El turismo es uno de los instrumentos muy importante para generar un desarrollo económico y social en los países a nivel mundial, debido a que todos formulan nuevas estrategias de competitividad para atraer una mayor cantidad de turistas (OMT, 2017). Para aquello los países utilizan nuevas herramientas como una imagen que se la pueda asociar con la calidad y seguridad de un bien o servicio, gracias a estas cualidades las personas pueden calificar la eficiencia de este. Cada nación necesita de una imagen diseñada o adquirida a través de los años, ya sea de manera positiva o negativa para el país.

Los problemas políticos y sociales que existen en Ecuador, los cuales ha generado como consecuencia el incremento de inseguridad, delitos y contaminación que afectan sustancialmente al sector turístico del país, con el pasar el tiempo se ha ido obteniendo una figura negativa en la nación. Por este motivo el gobierno de turno se ha inquietado y ha iniciado una campaña para impulsar y promover una imagen real y que esta pueda captar de una manera significativa en la parte internacional, donde se potencialice y se destaque las riquezas naturales como su diversidad cultural y gastronómica del Ecuador, para que el país se posesione como uno de los más influyentes sobre el tema de turismo en América Latina se tiene que trabajar debidamente con una planificación y coordinación con todos los ciudadanos y así quitar esa percepción negativa que el turismo nacional e internacional se le ha dado con el pasar de los años.

Desafortunadamente la gran parte de las provincias del Ecuador no cuenta con una debida planificación en las distintas áreas y especialmente en la de turismo, donde las autoridades competentes de cada ciudad no brindan el respetivo apoyo a los pequeños y medianos emprendedores para que estos puedan generar fuentes de empleos e ingresos para la ciudad y la

economía del país se dinamice, además que estos briden un servicio de calidad en conjunto con una seguridad para el turista, y estos se puedan movilizar con tranquilidad y se lleve una buena imagen de las maravillas naturales, culturales, gastronómicas y la amabilidad de los ecuatorianos, todo esto influye para que el turismo pueda ocupar el segundo puesto en ingreso económicos en el país y por qué no poder posesionarse en primer lugar en un futuro no muy lejano, ya que es un país megadiverso.

Un evidente modelo de este problema es el de la ciudad de Manta el cual cuenta con una gran riqueza natural y cultural, e histórica, además de estar localizado en un lugar estratégico del país, ya que se la conoce como "La Puerta del Pacífico" por ser uno de los principales puertos para la economía ecuatoriana y a la vez llegan miles de extranjeros anualmente a conocer parte de la provincia de Manabí. Sin embargo, el cantón Manta presenta un gran índice de contaminación que afecta directamente a las personas y a las especies marinas por lo tanto esto hace que los niveles de los turistas disminuyan cada año.

1.2. Formulación del problema

Por los antecedentes mencionados, se formula el siguiente problema:

¿De qué forma afecta la falta de promoción y comercialización de la oferta turística a la población?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

1. Desarrollar una propuesta de creación de una Operadora Turísticas de la ciudad de Manta para satisfacer las necesidades en el sector turístico.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Establecer los fundamentos teóricos y legales vinculados al emprendimiento de una Operadora Turística en Manta Ecuador.
2. Desarrollar programas de planificación de marketing a nivel de productos, servicios, precios, canales de distribución y promoción de los paquetes turísticos.
3. Elaborar paquetes turísticos o servicios que la demanda esté dispuesta adquirir.
4. Realizar el análisis económico para determinar la rentabilidad del proyecto de emprendimiento a mediano y largo plazo, para definir la viabilidad del mismo.

1.2.3. Objetivos estratégicos

Tabla 1: Objetivos estratégicos (operadora turística)

Tipo de objetivo	Objetivo	Indicador	Meta
1. Corto plazo	Captar la atención de clientes	Cartera de clientes	25%
2. Mediano plazo	Posicionamiento en la mente de los consumidores	Participación de mercado	25%
Largo plazo	Liderar el mercado de la provincia de Manabí	Prestigio de la Operadora Turística.	Provincia Manabí 50%

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

1.3. Justificación del proyecto

1.3.1. Justificación teórica

El presente trabajo se justifica principalmente debido a que el proyecto de emprendimiento se desarrollará en la Cantón Manta el cual contiene una riqueza natural, cultural y gastronómica siendo estos la carta de presentación por ser una ciudad costera que lucha cada día para salir adelante a pesar de todas las adversidades que se presentan en el diario vivir.

En el aspecto turístico se tiene la visión de variar la oferta de la ciudad a través de las generaciones dando alternativas que promuevan la integración y participación de todos los ciudadanos sean estos nacionales y extranjeros para así promover el desarrollo económico y social del Ecuador.

En el ámbito educativo el interés es desarrollar estrategias que permitan la sostenibilidad y tener la conexión del turista o visitante con las personas de la ciudad, de la provincia o del país para promover el aprendizaje y conocimiento donde podrán compartir de una gran variedad de lugares naturales, culturales, históricos y gastronómicos.

1.3.2. Justificación práctica

Palo Santo Travel; operadora turística

Es una familia muy trabajadora que tomó la decisión de emprender un negocio muy importante para el desarrollo familiar, y de su cantón, ellos optaron por poner en marcha una operadora turística con finalidad de promocionar los atractivos turísticos que posee Puerto López, con la ejecución de este proyecto se apoya a las empresas, fundaciones, vendedores de artesanías, hospedaje y transporte turístico. Esta operadora turística el año 2018 y 2019 fue dominado para los premios de viajes y hospitalidad, en la categoría de viajes de aventura y tour de vida salvaje, se

hicieron acreedores del primer lugar con un reconocimiento como el mejor Tour Operador de vida salvaje en Ecuador en el año 2019.

Desde el 2013 son una empresa de operadores directos desde Ecuador, promocionando las diferentes actividades que se pueden realizar en Puerto López, esta empresa se ha destacado mucho también por la investigación de las ballenas sin alterar la naturaleza, para esto tiene un grupo muy organizado está conformado por biólogos, investigadores y voluntarios de varios países.

1.3.3. Justificación metodología

El desarrollo de la propuesta empieza con la finalidad de los objetivos entre los cuales se establece un estudio adecuado, integrado por la misión donde se detallará la razón de la creación de una nueva operadora turística, en la visión aquí se indicará lo que aspira la empresa a futuro, así mismo el requerimiento del personal, donde se hará el organigrama estructural de la entidad, en el cual se podrá visualizar el cargo de cada talento humano.

También se toma en cuenta con los respectivos manuales de funciones, de esta manera se podrá optimizar las actividades internas y externa de la empresa.

1.4. Lapso y cronograma de ejecución

Tabla 2: Lapso y cronograma de ejecución del proyecto de emprendimiento

06/11/2019	Formulación de idea de emprendimiento
13/11/2019	Desarrollo de la creación de un proyecto de emprendimiento de servicios denominado operadora Turística " Go Travel Jastour"
18/11/2019	Investigar los permisos de funcionamiento.
27/11/2019	Desarrollo de estudio de factibilidad del proyecto.
20/04/2020	Planificar el primer recorrido turístico
24/04/2020	Ofertar o promocionar nuestro paquete turístico.
08/05/2020	Primera salida con un grupo de visitantes.
15/05/2020	Ofertar o promocionar un full Day
29/05/2020	Segunda salida con un grupo de visitantes.
03/06/2020	Analizar los balances financieros.
05/06/2020	Concluir el capítulo financiero del proyecto.
06/07/2020	Sustentación
10/08/2020	Analizar los recursos necesarios para ejecutar el proyecto, recursos propios, también crédito a la banca.

17/08/2020	Realizar el trámite para el crédito en caso de ser necesario.
21/08/2020	Realizar el contrato de arrendamiento.
07/09/2020	Realizar los trámites legales para registrar la empresa.
21/09/2020	Implementación de equipamiento
25/09/2020	Promoción y publicidad de la nueva apertura del negocio.
12/10/2020	Inauguración de una nueva operadora turística.

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

Capítulo II

2.1. Marco teórico

2.1.1. Marco teórico conceptual

El sector del turismo hoy en día se ha convertido en una actividad muy dinámica a nivel mundial, ya que la exigencia en el mercado ha sido de gran aporte para que el movimiento económico en muchos lugares (OMT, 2019). Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2018 se registraron 1.400 millones de turistas internacionales en todo el mundo, lo que da como resultado de un crecimiento del 6% sobre el año anterior, lo que equivale prácticamente a la sexta parte de la población global. Esto no hace más que evidenciar la importancia de una industria, la turística, que es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos y cuya aportación directa al PBI mundial asciende desde el año 2013 a más de dos billones de dólares estadounidenses, como hizo público el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). La actividad generada por los sectores de hotelería, las agencias de viajes, operadoras de turismo, transporte de pasajeros y el ocio en general consigue atraer, además, una importante inversión pública y de capital privado (Díaz, 2019).

2.1.2. Turismo

El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de personas, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no está relacionada con actividades remuneradas.

Según Wilhelm Morgenroth (1932), define al turismo como el tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales, y culturales o para llevar a cabo deseos de diversos indoles únicamente como consumidores de bines económicos y culturales.

Robert Gluckmann (1935), define el turismo como la suma de las relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeramente en un lugar de estancia relacionándose con los nativos.

El turismo es la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios, y otros motivos (OMT, 1994).

El turismo es del desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que se realizan durante en su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación (Mendoza P. 2014).

El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuales se desarrollan productos o servicios que llevan implícito un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando la respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año.

2.1.3. La planificación turística y territorial

El sector turístico debería de contar con un Plan de Ordenamiento para regularizar sus actividades, con la finalidad de brindar un buen servicio a los turistas, como también para conservar los medios naturales que posee cada sector para la sostenibilidad del proyecto (Guevara, 2011).

Además de plantearse ideas para la innovación y el desarrollo social, económico y cultural del país, ya que está apostando por el turismo de experiencia o de convivencia donde puedan compartir y disfrutar de los espacios recreativos que brinda cada región del Ecuador, debido a que muchas personas buscan esa forma de distraerse de lo que viven a diario. La verdadera planificación turística debe ser una vinculación de la zona urbana con la rural favoreciendo a ambos sectores y que el cliente sienta esa variación de experiencia obtenida durante su desplazamiento en los diferentes lugares turísticos.

2.1.4. Operadora de turismo

Según el Reglamento General de la Ley de Turismo las agencias de servicios turísticos se clasifican en de acuerdo con su estructura y extensión de las actividades que realizan en: mayoristas, internacionales y operadoras. Las agencias mayoristas se encargan de elaborar, organizar y vender servicios y paquetes turísticos, nacionales e internacionales, a los otros tipos de agencias. Por otro lado, las agencias de viajes internacionales comercializan el producto, elaborado por las mayoristas y operadoras, directamente al usuario final. Por último, las agencias de viajes operadoras: son aquellas que desarrollan, operan y venden servicios o paquetes turísticos, directamente al usuario o mediante las otras agencias dentro o fuera del país.

2.1.5. Tipos formas o flujos del turismo

Por motivos significativos de marco teórico, estadístico y de control, la Organización Mundial de Turismo elaboro una serie de recomendaciones sobre estadísticas, que son conceptos adoptados oficialmente por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas desde 1993, son una fuente practica de conocimientos específicos para uniformar los criterios para el entendimiento y estadística del turismo.

Algunos de los cuales se ha dispuesto para el desarrollo de este tema, a fin de evitar dudas en ciertos conceptos o teorías turísticas.

En estos conceptos se distinguen las formas de turismo, de los tipos básicos. La diferencia estriba en que los tipos son la combinación de las formas de turismo:

Turismo interno: son los visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

Turismo receptor: son los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

Turismo emisor: son los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.

Viajero y visitante

Viajero: es todo individuo que se moviliza de un lugar a otro.

Para OMT el concepto de viajero tiene un sentido más amplio, ya que abarca a cualquier tipo de persona que viaja incluyendo los que tiene motivos de lucro.

A diferencia de los viajeros, los visitantes solo se relacionan con el turismo (donde no hay motivos de lucro); es decir que en la figura del viajero puede incluirse al visitante.

Visitante: es el concepto o célula básicos del desarrollo de todo sistema del turismo: la industria en su totalidad depende de él.

Según la OMT lo refiere como:

Toda persona que viaje, por un periodo no superior a los 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

2.2. Clasificación de los visitantes

Turista: son todos los visitantes que pernotan por lo menos una noche en un lugar que no es su residencia y cuyos motivos de viaje pueden ser una de las siguientes razones; viajes de placer, distracción, vacaciones, estudios, religión, o misión.

Excursionistas: es la persona en cuyo viaje permanece menos de 24 horas y no pernoctan en lugar visitado, se incluye los pasajeros de los cruceros.

2.2.1. Conceptos relacionados con el turismo

Viajar*:* desplazarse de un lugar a otro, generalmente distante, por cualquier medio y por cualquier motivo: negocios, familia, enfermedad, religión. Deportes, migración, entre otros.

Viaje: acción o efecto de viajar, traslado que se hace de una parte y hacia un lugar.

Ocio: el ocio es una medida de tiempo que se usa habitualmente para significar el tiempo sobrante después del trabajo, el sueño, quehaceres personales y domésticos, pero para temas de turismo se identifica como un sinónimo de descanso.

Tiempo libre: es un periodo que enteramente le pertenece a la persona y no debe emplearse o sujetarse a necesidades u obligaciones.

Vacaciones: descanso temporal de una actividad habitual.

Recreo: es empleado para representar la variedad de actividades creativas y productivas que se disfruten, emprendidas durante el tiempo de ocio, como actividades físicas, deportivas, culturales, artísticas, sociales, entre otros.

Descanso: reposo o pausa en el trabajo.

Ausento*:* vacación por un día o una tarde.

Entretenimiento: acción de entretener, distraer o pasar el tiempo. No necesariamente puede ser algo divertido o recreativo, aunque se tome como tal. Es sinónimo de diversión o crear ánimo.

Distracción*:* apartar la atención de alguien, del objeto a que la aplicaba o a que se debía aplicar. Es sinónimo de entretenimiento y sugiere más como diversión.

Placer*:* satisfacción, sensación agradable producida por la realización de algo que gusta o complace. Sinónimo de aprobación o goce.

Experiencias: conocimiento o acontecimiento de vida adquirido. Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo.

Turismo: en su sentido más simple, solo es una serie de actividades recreativas; pero también desplazamientos no relacionados con el recreo, convenciones, ferias, congresos, negocios, entre otros.

Es lo que resulta de ejercer las actividades recreativas que hacen las personas durante sus viajes y estancias a otros lugares distintos de donde viven por un periodo mayor de 24 horas y menor de un año y en forma estricta no deben estar vinculados con motivos de remuneración (Mendoza P. 2014).

2.3. Marco referencial

2.3.1. Turismo en el Ecuador

El Ecuador tiene una posición muy privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Según los datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 a 70% de la biodiversidad del planeta.

Según Jarrín Paucar (2009), Ecuador presenta grandes expectativas para el desarrollo en diferentes áreas en la actividad económica, debido a que el campo turístico está teniendo un aumento aceleradamente en todo el territorio ecuatoriano. El Ministerio de Turismo ha realizado un proyecto estratégico para aprovechar las fuentes de ingreso que genera el turismo y erradicar la pobreza en los pueblos y comunidades.

2.4. Delimitación geográfica

Tabla 3: Delimitación geográfica del proyecto de emprendimiento

Tipo de variable	Descripción
Geográfica	**Zona:** Ciudad de Manta
	Extensión: 306 km2. INEC
	Población: 226.477
Demográfica	Todas las edades
	Sexo: ambos
Económico	**Nivel de ingresos:** Bajo, medio y alto
Psicográfica	**Estilo de vida:** Personas que desean descubrir y aventurarse en un nuevo viaje.
Comportamiento	**Momento de uso:** Todo el año.
Limites	**Norte:** Limita con el Océano Pacifico
	Sur: Limita con el cantón Montecristi
	Este: Limita con los cantones de Jaramijó y el cantón Montecristi
	Oeste: Limita con el Océano Pacifico
Rango altitudinal	6m.n.s.m
Clima	23-28 ° C

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

2.5. FODA

Tabla 4: F.O.D.A

F	**D**
• Ciudad en vía de desarrollo • Sistema de alcantarillado • Playas y el Bosque Pacoche • Puerto de aguas profundas	• Incremento de la delincuencia • Contaminación ambiental • Falta de servicios básicos en algunos sectores • Incremento de los impuestos en la ciudad.
O	**A**
• Ciudad muy comercial • Mayor centro turístico de la provincia • Tener el mejor puerto del país • Construcción del terminal de cruceros • Crédito financiero para los emprendedores.	• Desastres naturales • Malas decisiones políticas • Crisis económicas

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

2.6. Aspectos legales

2.6.1. Normativa legal que ampara el desarrollo de la operación de las operadoras de turismo en Ecuador

La normativa jurídica que ampara el desarrollo de la operación de las operadoras turísticas en el Ecuador está sujeta a un cuerpo legal que se inicia con la Carta Magna "La Constitución de la República del Ecuador", Ley de Turismo, Reglamento General a la Ley de Turismo y Ley de Compañía.

La Constitución del Ecuador manifiesta que:

Art. 3, literal 7. Se menciona que se debe proteger el patrimonio natural y cultural del país

Art. 14 Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, "Sumak Kawsay"

Art. 24 Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 276, literal 2. La Constitución del Ecuador nos menciona que se debe construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo de los medios de producción y en generación de trabajo digno y estable.

Ley de turismo

Art. 1.- La Ley de Turismo tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa y la generación de empleo, la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico dentro del marco de la descentralización, la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previsto por la Ley y sus reglamentos.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigente.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El ministerio de Turismo o los municipios y concejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que le permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley
b. Dar publicidad a sus categorías
c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esta categoría cuando mencione ese empresario instalación o establecimiento

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencia de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 15.- El ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en Quito, estará dirigido por el ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1 Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional

2 Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país

3 Planificar la actividad turística del país

4 Elaborar el inventario de las áreas o sitios de interés turísticos y mantener actualizada la información

5 Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución

6 Presidir el Consejo Consultivo del Turismo

7 Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestaciones de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respetivas localidades

8 Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes

9 Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional

10 Calificar los proyectos turísticos

11 Dictar los instrumentos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo y

12 Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen a los Reglamentos.

2.6.2. Reglamento General de la Ley de Turismo

a) De las actividades turísticas y su categorización

El Reglamento General de la Ley de Turismo define la operación turística como las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operaciones o modalidad que son aceptados por el Ministerio de Turismo.

Esta se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluido los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte de la operación turística.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas. – por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificaciones y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,
b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de República del Ecuador.

2.6.3. Del Registro Único de Turismo

Art. 47.- obligación del Registro Único de Turismo. – Toda persona natural, jurídica empresa o sociedad previo inicio de cualquier de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos en el Ministerio de Turismo.

Art. 48.- Pago por concepto de registro. – El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado una sola vez, siempre que se mantenga la actividad, en caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

2.6.4. Licencia Única Anual de Funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación. – Para dar inicio y ejercicio de las actividades turística se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrá operar, y tendrá vigencia durante el año en que se otorgue y los sesenta días de calendario del año siguiente.

2.6.5. Ley de Compañía

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por la disposición de esta Ley, por la del Código del Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

1) La compañía en nombre colectivo
2) La compañía en comandita simple y dividida por acciones
3) La compañía de responsabilidad limitada
4) La compañía anónima
5) La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La ley reconoce, además, la compañía accidental o cuenta en participación.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía. Que deberá ser claramente designada de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

2.7. Aspectos legales

Tabla 5: Aspectos legales

Razón social	**Sociedad anónima**
Tipo de industria	**Servicios**
Capital inicial	**$800**
Nacionalidad	**Ecuatoriana**
Lugar	**Manta-Tarqui**

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

2.7.1. Estructura legal para formar una nueva empresa ¨Operadora Turística¨

Reserva un nombre

Una vez que tengas elegido el Nombre de tu Empresa debes acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

Elabora los estatutos

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una cuenta de integración de capital

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de $400 para compañía limitada y un capital de $800 para compañía anónima.
- Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

Eleva a escritura pública

Debes ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprueba el estatuto

Debes llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publica en un diario

La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado.

Obtén los permisos municipales

Debes ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Inscribe tu compañía

Con toda la documentación anterior, debes ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

Realiza la junta general de accionistas

Debes realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtén los documentos habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscribe el nombramiento del representante

Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Obtén el RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

Obtén la carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Realizados estos pasos, ya podrás hacer la constitución de tu compañía limitada o anónima.

Siempre es recomendable apoyarse con un abogado de confianza.

Recuerda que ser emprendedor requiere esfuerzo y constancia.

Requisitos para la obtención de la licencia anual de funcionamiento de locales industriales, comerciales, financieros y profesionales persona natural

- Copia de ruc
- Copia de cedula y certificado de votación
- Copia de licencia de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Presentar la cancelación de la patente municipal
- Presentar la original certificación de activos de Manta, fecha, nombres completos, lugar, nombre del establecimiento, valor económico y firmado.
- Los establecimientos que inicien sus operaciones y los no sujeto a llevar contabilidad presentaran el detalle del activo fijo firmado por un CPA (contadora publica autorizada) declaración de impuesto a la renta desde hasta más reparto proporcional.
- En caso de ser arrendado contrato de arrendamiento debidamente legalizado por un juzgado, o en el centro de arbitraje y mediación de cámara de comercio.
- Si es un bien propio estar al día impuesto predial.
- Portar el código catastral del bien inmueble donde va a operar.

2.7.2. Accionistas

Tabla 6: **Accionistas para el proyecto de emprendimiento**

Nombre de los Accionistas	Porcentaje %
Chilan Steven	50%
Tubay Jonathan	50%

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

2.8 Interpretación del capítulo II

El primer capítulo describe la presentación y descripción del proyecto de emprendimiento partiendo del análisis del estado actual de esta disciplina, así mismo hace una clasificación del tipo de investigación y presenta de las premisas rectoras del estudio.

Presenta una revisión bibliográfica de los temas principales sobre los que se fundamenta la propuesta relacionada con las actividades turísticas: El turismo en el mundo (Díaz, 2019), Introducción al Turismo (Mendoza P. 2014), Economía en el Turismo (Guevara, 2011).

Capítulo III

3.1. Estudio de mercado

3.1.1. Estudios de factibilidad

Tabla 7: Estudio de factibilidad bancaria

Cooperativa de la policía			**Banco Mutualista Pichincha**		
Monto de inversión		$11.500,00	**Monto de inversión**		$11.500,00
Plazo		1 año	**Plazo**		1 año
Tasa de interés %		6 %	**Tasa de interés %**		4 %

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

3.1.2. Análisis del mercado

Mediante este estudio se busca obtener un análisis profundo de todos aquellos factores que puedan amenazar o frenar el desarrollo de la propuesta, teniendo en cuanta esos factores, podremos determinar si es factible o no desarrollar el proyecto y de ser aceptado se determinará cuan beneficioso sería la puesta en marcha de este, así como el lugar donde se establecería, los costos y la competencia.

Por la accesibilidad y aceptación de las personas encuestadas se vio positivo la necesidad de construir una Operadora turística en Tarqui, la cual brinde lo mejor de sus servicios.

3.1.3. Estudio de la demanda

Para realizara un análisis adecuado del proyecto es preciso considerar la clasificación de la demanda la cual nos permite recolectar información mediante los siguientes puntos:

• Oportunidad. se clasifica en demanda insatisfecha ya que la producción y la oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado, además la demanda satisfecha saturada se da cuando no es posible hacerla crecer en ninguna circunstancia, y la demanda satisfecha no saturada por lo general se da cuando es posible hacerla crecer mediante la publicidad, marketing, etc.

• Temporalidad. La demanda según su temporalidad es demanda continua la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento.

• Destino. Se clasifica por demanda de bienes finales: bienes directamente por el cliente para su uso o aprovechamiento. Demanda de bienes industriales: son los que requieren algún procesamiento para ser intermedios o bienes de consumo final.

3.1.4. Análisis demanda actual del servicio

Una definición más acertada que la comúnmente utilizada de la demanda, es aquella que la especifica como la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en cada uno de los sitios que visita; pero como no siempre los turistas encuentran lo que solicitan y necesitan, pues se puede hablar de una demanda turística actual la que tenemos y una potencial la cual presenta una doble vertiente: la potencial representada por aquella demanda que se quiere captar para nuestro destino o producto , y la que se refiere al turista real que no ha satisfecho su capacidad de consumo, sea por desconocimiento de la oferta o porque no está bien identificada o definida la estructura de gastos de ese producto turístico; para diferenciar más acertadamente las dos potencialidades se puede hablar del "turista potencial" y del "turista real, consumidor potencial.

3.1.5. Análisis de la oferta

En la provincia de Manabí se encuentra una gran cantidad de operadoras turísticas que pone a disposición de todas las personas todos los servicios para adquirir productos o servicios, para hacer que su compra sea más cómoda e inmediata, además hay agencias de viajes que ofrecen diferentes servicios turísticos.

3.1.5.1. Oferta directa

La oferta directa son aquellos productos turísticos que se encuentra en el mercado que se dirigen a un mismo público, con los mismos canales de distribución, yson una competencia similar. En el mercado del sector turístico aventura por la ruta del Spondylus hay para todo tipo de segmentación que se encuentran disponible en la provincia de Manabí, en el cual se puede encontrar ofertas de paquetes turísticos, la operadora de turismo Hola Aventura - Manta, operadora de turismo Ceibostour – Portoviejo, operadora de turismo Palo Santo -Puerto López.

3.1.5.2. Oferta indirecta

Las ofertas indirectas son aquellas que de una u otra manera ofrecen servicios de hospedajes con salidas de excursión o de aventuras para darle una mejor experiencia a sus clientes con la finalidad de satisfacer sus necesidades es este el caso de Cabalonga, el cual es un Glamping que se ubica en Puerto Cayo, en sus servicios de hospedajes brindan pequeños paquetes turísticos haciendo que los turistas puedan disfrutar de momentos únicos y así captar la atención de los turistas.

3.1.6. Matriz de Ansoff

Tabla 8: **Matriz de Ansoff.**

		Productos y Servicios	
		Productos y servicios existentes	Productos y servicios nuevos
Mercado	Mercado existente	**Penetración de mercado:** Vender más a clientes actuales sin cambiar de productos y servicios.	**Desarrollo de producto:** Productos y servicios nuevos o modificados para los mercados actuales
	Mercado nuevo	**Desarrollo de mercado:** Identificación y desarrollo de nuevos mercados para productos y servicios actuales	**Diversificación:** Nuevos productos y servicios en nuevos mercados

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

3.1.7. Balance de precio entre la oferta y demanda actual

Los precios de los productos turísticos van a hacer de acuerdo con la temporada, habrá un precio con una mayor utilidad en temporada alta y el precio de los productos en temporada baja van a hacer un poco más económicos para que los turistas puedan adquirir los productos de una manera más accesible.

Se brindará incentivos como descuentos a personas con capacidades especiales, y descuento del 25% a la persona que lleve a un grupo de turistas para compren cualquiera de los productos en la Operadora Turística.

3.1.8. Precio promedio de la competencia

Tabla 9: Precio promedio de la competencia

Empresa	**Producto**	**Precio**
Agencia de Viajes EYV TOURS	Tour Aventura Manta-Puerto López	$132,00
Operadora de Turismo Ceibostour	Full day in Montañita	$36,00
Operadora de Turismo Hola Aventura	Full Day Jaramijó	$45,00

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

3.1.9. Análisis de comercialización

Las operadoras turísticas que existen en el Ecuador han ido estructurándose poco a poco diversificando la oferta de productos y servicios de manera organizada para ofrecerles a los turistas, superando las dificultades provenientes por falta de operadoras turísticas que ofrezcan productos innovadores.

De acuerdo con la evolución de la comercialización y los cambios tecnológicos la Operadora Turística se ira adaptando los cambios sociales, económicos, culturales y políticos para llegar a los futuros clientes.

La Operadora Turística como parte de estrategia para la comercialización utilizará el sistema Odoo porque ofrece un conjunto de aplicaciones para empresas fácil de utilizar y permite añadir aplicaciones dependiendo del crecimiento de la empresa, añadiéndolas de acuerdo con las necesidades.

3.1.10. Interpretación Capítulo III

El segundo capítulo describe a la promoción, comercialización y operación de los diferentes servicios turísticos, en planes paquetes y servicios individuales, según sea la necesidad de los clientes y la población objetivo está representada por:

Grupos familiares

Grupos de tercera edad

Instituciones educativas

Grupos amigos

Grupos de colaboradores de empresas públicas y privadas.

Capítulo IV.

4.1. Diseño metodológico de la investigación

4.1.1. Tipo de investigación

Para recopilar los datos investigativos de este trabajo, se ha requerido de una investigación de tipo bibliográfica, de campo y descriptiva.

-Bibliográfica: Porque la información que se ha recopilada, para la elaboración de este proyecto en sus distintas etapas ha sido de libros, revistas, folletos, e Internet, esta información adquirida fue de mucho ayuda para ampliar los conocimientos sobre el tema de la investigación.

-De campo: Porque las informaciones recogidas fueron de manera directa con los clientes, que son quienes visitan y compran en los distintos locales comerciales.

-Descriptiva: Porque utiliza una descripción de las variables e indicadores del estudio; es decir, se procedió a describir las características y elementos que conforman dicha investigación.

4.1.2. Entrevista

Nombre: Ing. Estefanía Yánez

Ocupación: Propietaria de EYV TOURS

1) **¿Cuáles serían los principales requisitos para tener el permiso de funcionamiento de una operadora turística?**

   Reservar un nombre

   Inscribe tu compañía

   Obtener los permisos municipales

2) **¿Considera usted que el mercado de servicios turísticos es muy competitivo?**

Si porque nuestro país tiene muchos atractivos turísticos y gracias a estos cada día hay más empresas que se dedican a brindar servicios de actividades turísticas, y existe mucha competencia.

3) **¿Cuáles han sido sus principales estrategias que le han permitido captar el interés de los clientes?**

Mi negocio ofrece una atención personalizada en base a la necesidad del cliente.

Ofrecemos servicios de calidad y también nos mantenemos en contacto con nuestros clientes le hacemos llegar información de nuestras ofertas, descuentos de los servicios turísticos.

4) **¿Cuáles han sido sus principales fortalezas y debilidades al momento de emprender una operadora turística o agencia de viajes?**

Debilidades: El poco interés de los turistas nacionales para conocer los atractivos de nuestro país.

Falta de innovación en los productos turísticos.

Fortalezas: Ecuador posee muchos atractivos turísticos que pueden ser potenciados de mejor manera.

La diversidad gastronómica y cultural que tiene nuestro país.

4.1.3. Análisis de las encuestas

1) ¿Sexo?

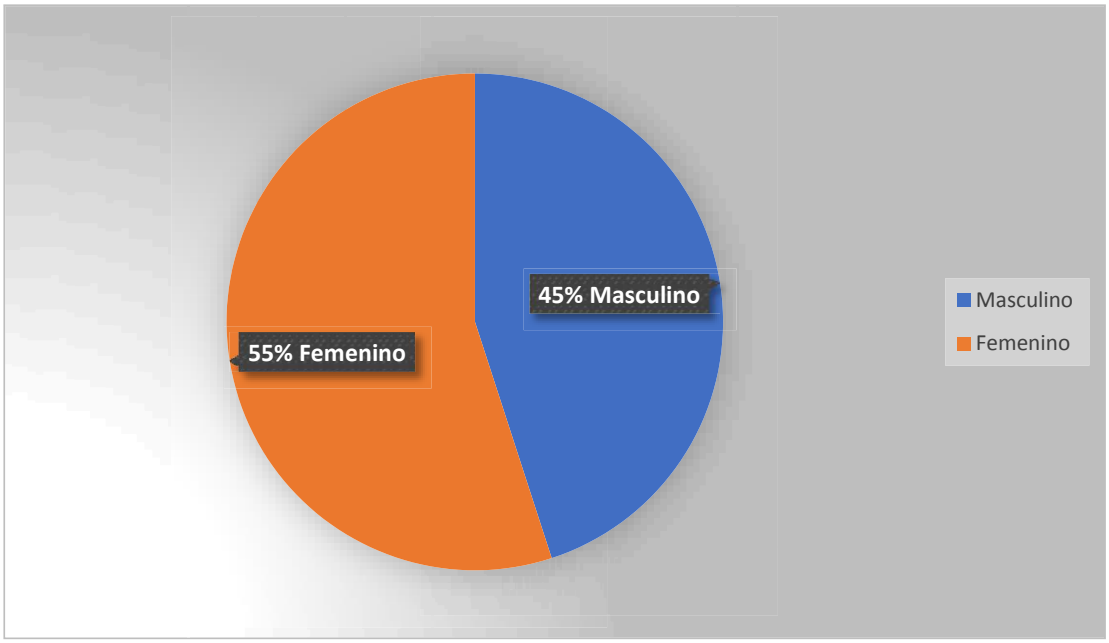


Figura 1: ¿Sexo?

Según los resultados obtenidos fueron encuestadas 200 personas con un 55 % femenino con un total de 110 personas, un 45 % masculino con un total de 90 personas, existe la posibilidad de que las mujeres son las que más frecuentan viajar.

2) ¿Edad?

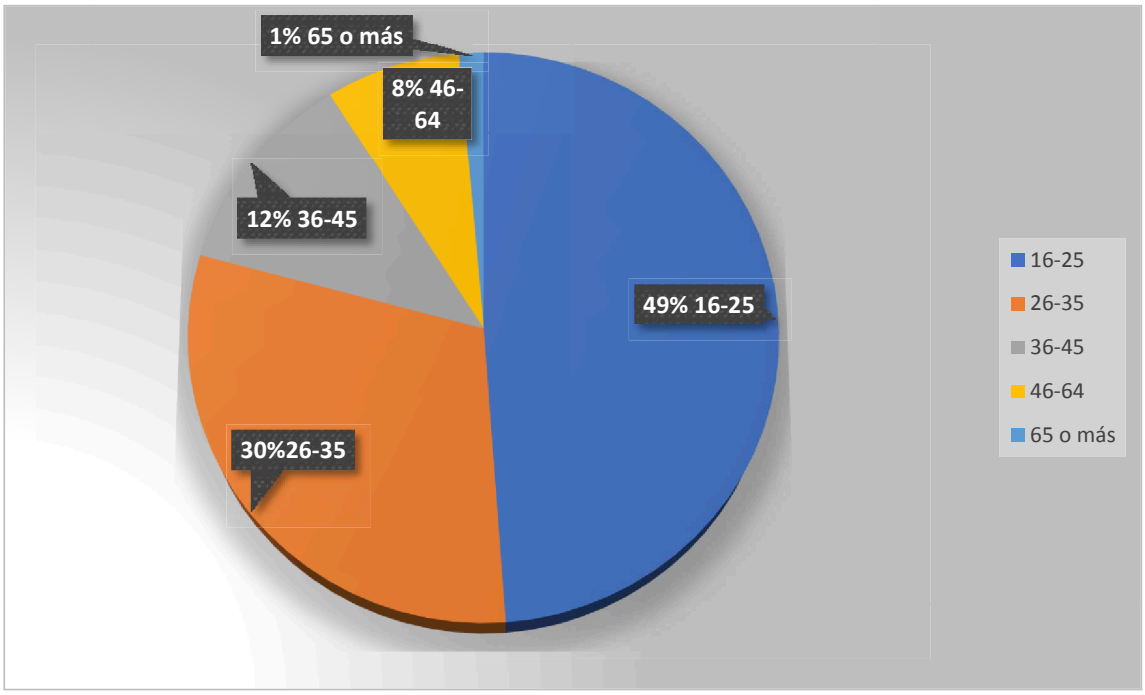


Figura 2: ¿Edad?

El rango de edad utilizado para este estudio es a partir de los 16 años hasta los 65 o más, tenemos con un 49% a las personas de 16-25 años, con un 30% tenemos a las personas de 26-35 años, con un 12% a las personas de 36-45, tenemos con un 8% a las personas 46-64, y por último tenemos a las personas de 65 o más años con un 1% ya que estas personas viajan con menos frecuencia.

3) ¿Estado civil?

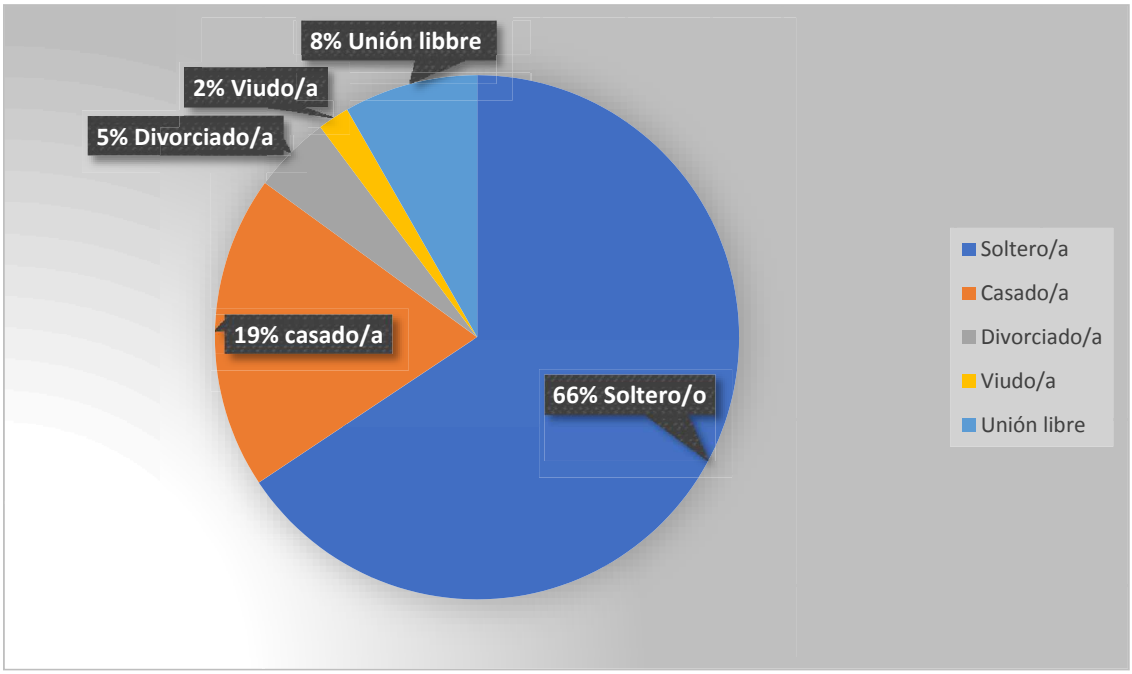


Figura 3: ¿Estado civil?

De acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta, se refleja que el 66% de las personas encuestadas son solteras, y las personas casadas con un 19%, y con el 5% las personas divorciadas, y con un 2% a las personas viudas y por último con un 8% las personas de unión libre.

4) ¿Ocupación?

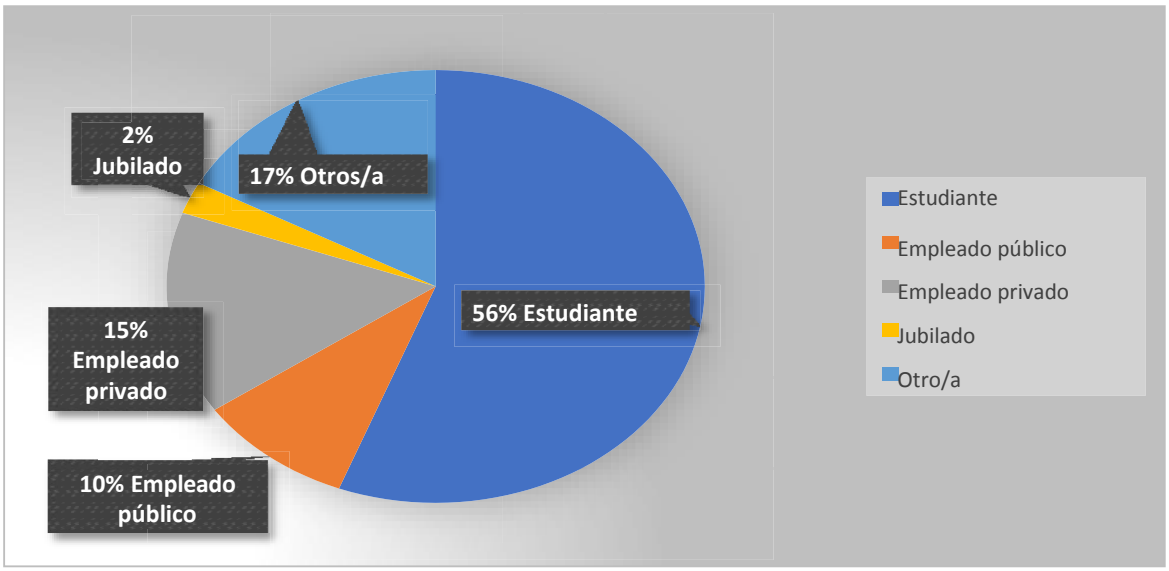


Figura 4: ¿Ocupación?

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, el porcentaje más alto es 56% donde la mayoría son estudiantes, con un 17% personas que se dedican a otra actividad, con un 15% los empleados privados, con un 10% los empleados públicos, y un 2% los jubilados. El resultado de esta información ayudará crear los productos turísticos que van a vender y también enfocarse en un segmento en especial, así mismo poder dar un precio accesible para todo tipo de mercado en especial a los estudiantes que tienen la motivación de realizar un viajar.

5) ¿Tiene pensado realizar un viaje a futuro?

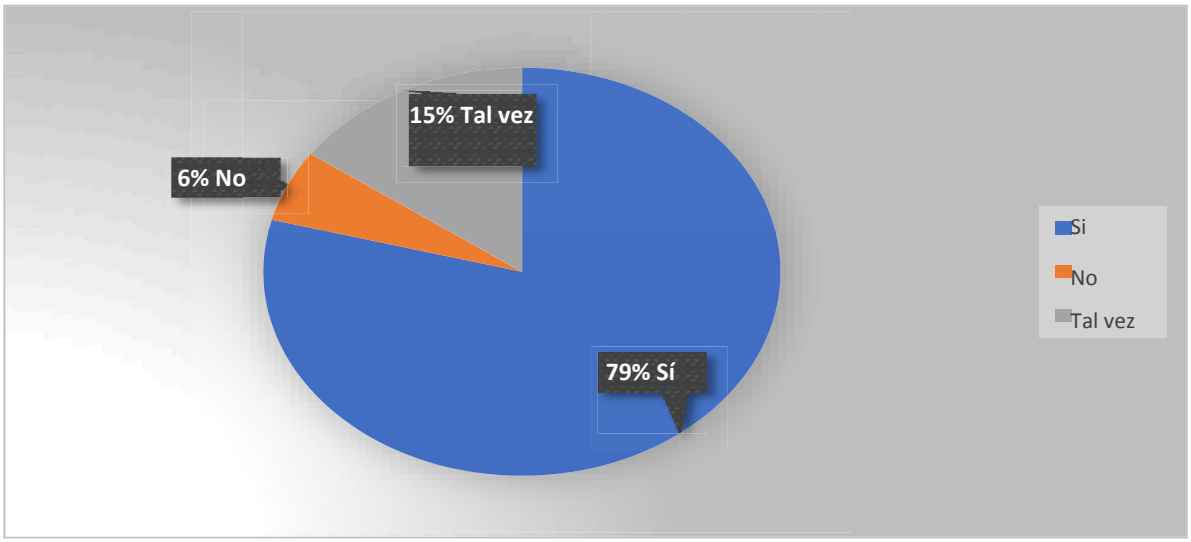


Figura 5: ¿Tiene pensado realizar un viaje a futuro?

De acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta, podemos decir que el 79% de los encuestados tienen pensado realizar un viaje a futuro, un 15% de las personas tal vez realizarían un viaje y un 6% no quiere realizar un viaje. Gracias a este resultado se puede determinar que un buen grupo de personas si está dispuesta a realizar un viaje y es ahí donde oferta diferentes paquetes turísticos.

6) ¿Le gustaría conocer la ciudad de Manta y los demás cantones de la provincia de Manabí?

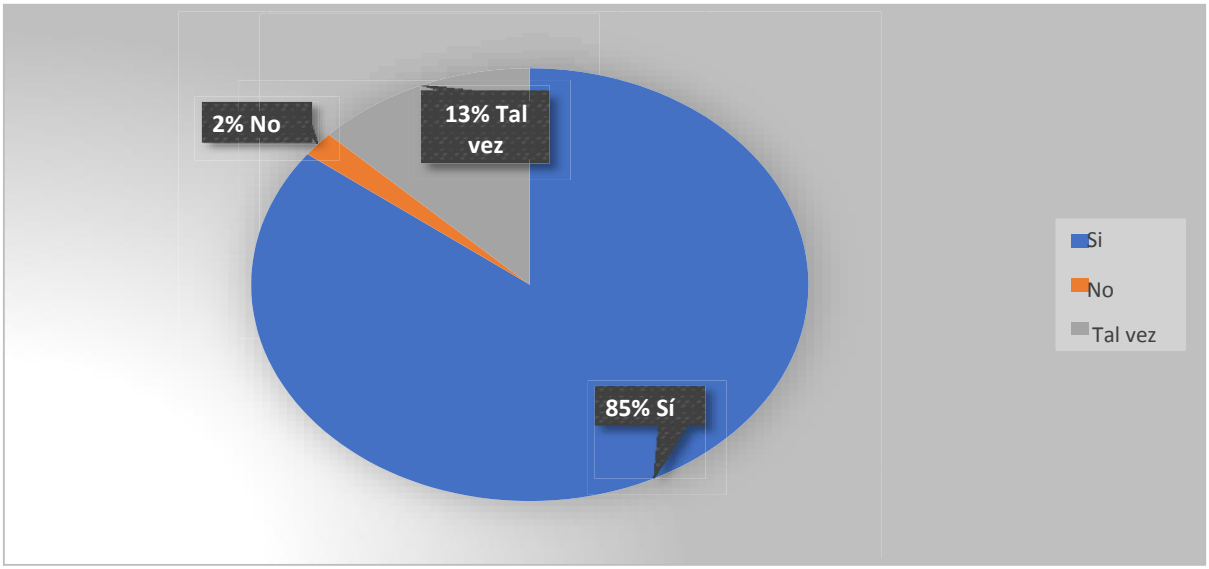


Figura 6: ¿Le gustaría conocer la ciudad de Manta y los demás cantones de la provincia de Manabí?

El resultado de esta pregunta es muy importante para analizar si los posibles clientes estarían interesados en adquirir paquetes turísticos de Manabí, de acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta tenemos que al 85% de las personas les gustaría conocer la ciudad de Manta, con el 13% las personas que tal vez quieran conocer Manta, y con un 2% las personas que no tienen interés en conocer Manta.

7) ¿Cuántos días permanecería en la ciudad de Manta?

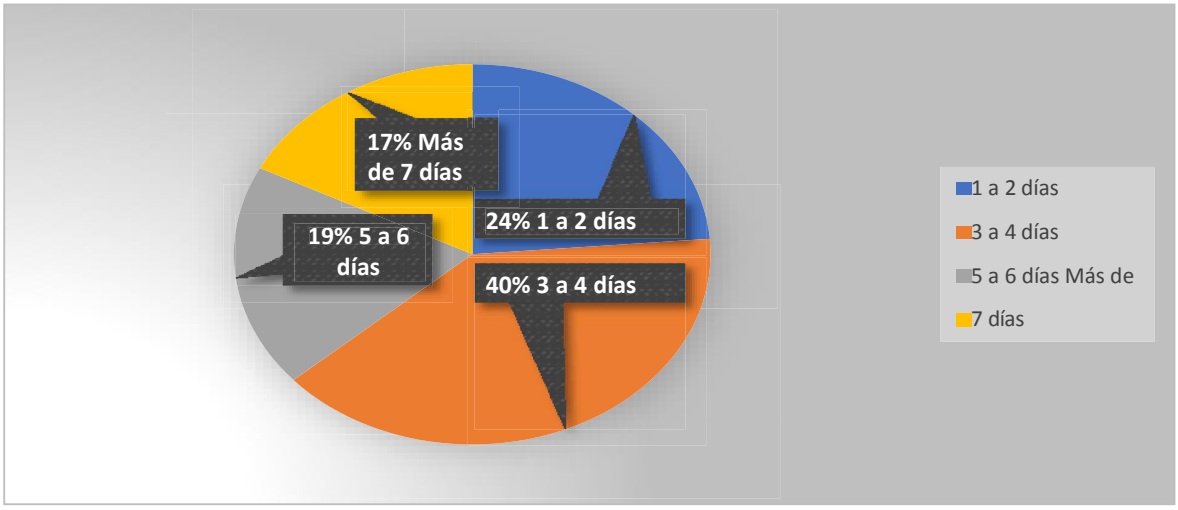


Figura 7: ¿Cuántos días permanecería en la ciudad de Manta?

Después de haber realizado la encuesta se puede conocer que el 40% de los encuestados permanecería de 3 a 4 días dentro de la ciudad, un 24% permanecería de 1 a 2 días, un 19% permanecería de 5 a 6 días, y con un 17% de las personas permanecería más de 7 días en la ciudad de Manta. Con los resultados obtenidos puede elaborar paquetes turísticos que se adapten a los días que disponga los turistas.

8) ¿Considera usted que en la ciudad de Manta debe contar con los servicios de una operadora turística?

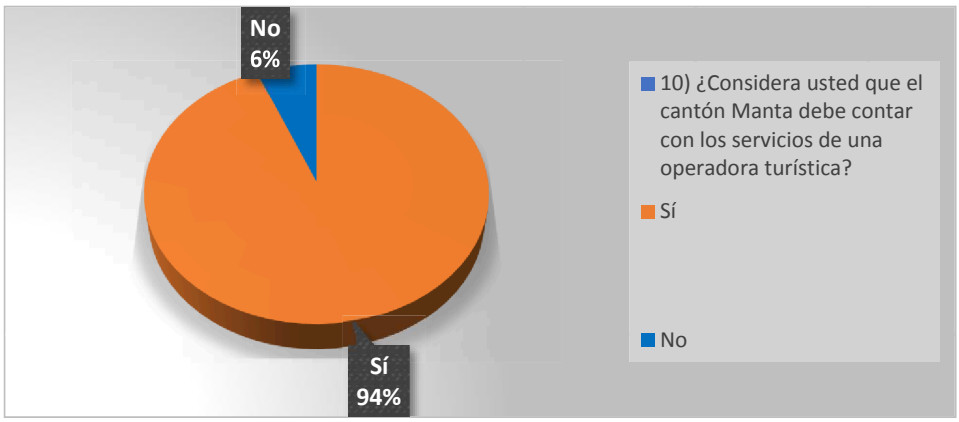


***Figura 8:** ¿Considera usted que en la ciudad de Manta debe contar con los servicios de una operadora turística?*

De las 200 personas encuestadas, 194 personas respondieron que en la ciudad de Manta debería tener una operadora turística y 6 personas respondieron que no, al analizar se puede evidenciar que los turistas si necesitan que una operadora turística en la ciudad de Manta les brinde este servicio ya que muchos de ellos vienen de otra provincia y no conocen bien la ciudad y los lugares turísticos que tiene Manta y la provincia de Manabí. Gracias a este resultado puede determinar que sí crea una operadora turística, si va a tener una buena aceptación por parte del mercado.

9) ¿Con quién realiza sus viajes?

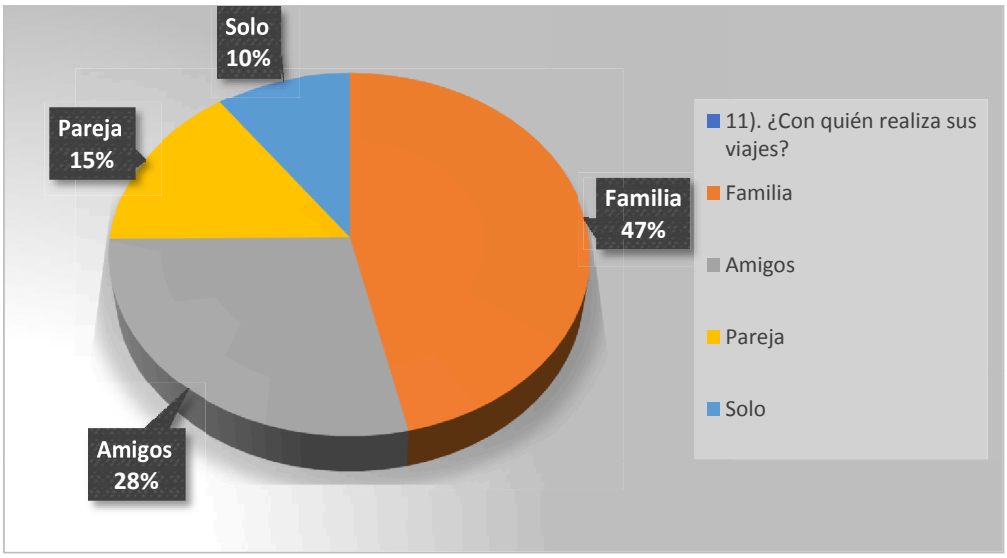


Figura 9: ¿Con quién realiza sus viajes?

De las 200 personas encuestadas, 96 personas respondieron que siempre viaja en familia, 56 personas respondieron que prefieren viajar con amigos, 28 personas respondieron que para ellos es más como viajar en pareja y 20 personas dieron como respuesta que para ellos es mejor viajar solo, al realizar el análisis se puede evidenciar que la mayoría de las personas realizan sus viajes acompañados, siendo un factor muy positivo para el turismo porque entre mayor masa de gente se desplace de un lugar a otro, en un cierto porcentaje van a solicitar que les realicen un circuito turístico.

10) ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza por persona en un viaje en el interior del país?

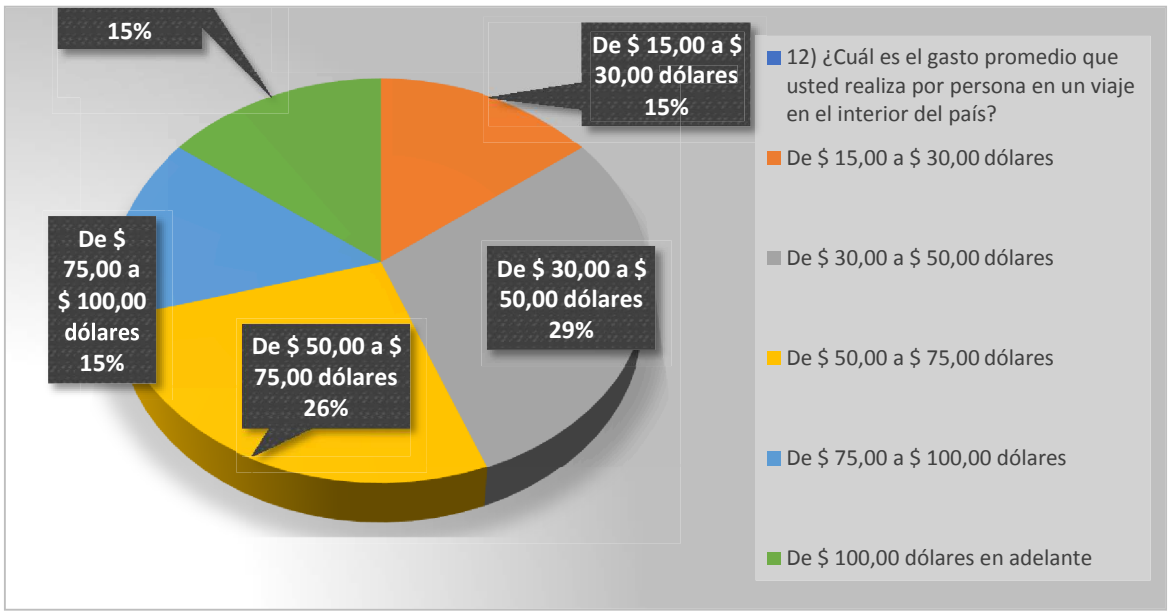


Figura 10: ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza por persona en un viaje en el interior del país?

De las 200 personas encuestadas, 28 personas respondieron que sus gastos van de $ 15,00 a $ 30,00 dólares, 62 personas respondieron que sus gastos promedio van de $ 30,00 a $ 50,00 dólares, 54 personas respondieron que sus gastos en los viajes oscilan entre los $ 50,00 a $75,00 dólares y 28 personas respondieron que sus gastos van más allá de los $ 100,00 dólares, se puede evidenciar que el gasto promedio de un viaje por persona es $30,00 a $ 75,00 dólares siendo un valor aceptable para realizar un full day, con los resultados de esta pregunta poder elaborar productos de acuerdo al valor que los clientes estén dispuesto a pagar.

11) ¿Para sus próximas vacaciones, que tipo de turismo planea realizar?

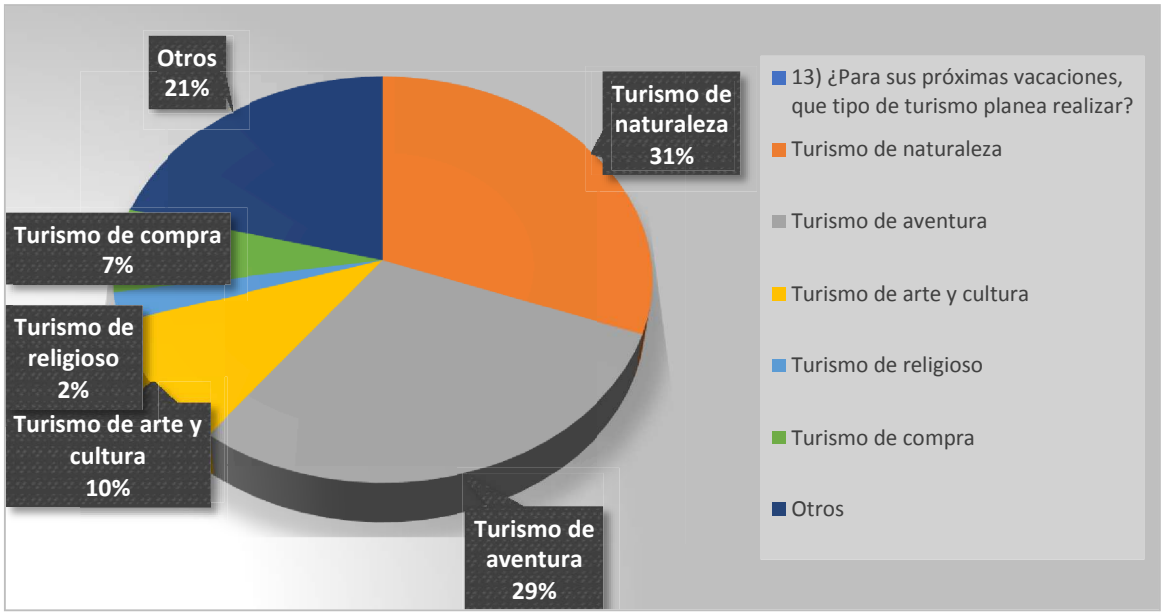


Figura 11: ¿Para sus próximas vacaciones, que tipo de turismo planea realizar?

De las 200 personas encuestadas, 64 personas respondieron que más se gustaría hacer un turismo de naturaleza, 60 personas respondieron que le gustaría realizar un turismo de aventura, 20 personas respondieron que el turismo que a ellos le llama la atención es el de arte y cultura, 4 personas respondieron que se inclinación en el turismo es de religión, 12 personas respondieron que ellos realizarían un turismo de compras y 40 personas que respondieron a otros. Esto nos da a entender que la mayoría de las personas se inclinan por un turismo de naturaleza y aventura, siendo uno de los principales productos que se les debe ofertar a los futuros clientes.

12) ¿Qué actividades le gustaría realizar?

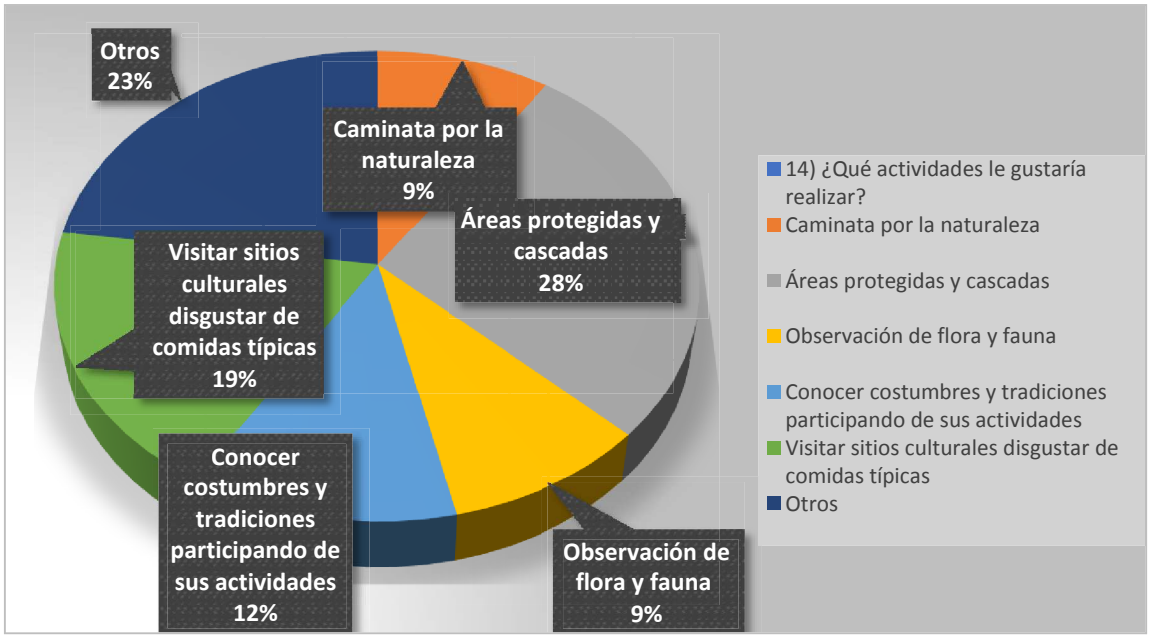


Figura 12: ¿Qué actividades le gustaría realizar?

De las 200 personas encuestadas, 18 personas respondieron que les gustaría realizar senderismo por medio de la naturaleza, 56 personas respondieron que les gustaría realizar actividades en áreas protegidas y cascadas, 18 personas respondieron que las actividades que les gustaría es realizar observación de flora y fauna, 24 personas respondieron que les gustaría conocer costumbres y tradiciones pudiendo participar de sus actividades, 38 personas respondieron que les gustaría visitar sitios culturales y degustar de sus comidas típicas y 46 personas respondieron otros que en si no tenían una en mente que actividades les gustaría realizar. Como se puede evidenciar la mayoría de las personas se inclinan por realizar actividades visitar áreas protegidas y cascadas, y visitar sitios culturales y degustar de sus comidas típicas, dando como resultados que las personas les gustaría realizar un turismo vivencial, el cual lo pueden encontrar la ciudad de Manta y en la provincia de Manabí.

13) ¿Por qué medio le gustaría recibir información de los paquetes turísticos de una nueva operadora turística?

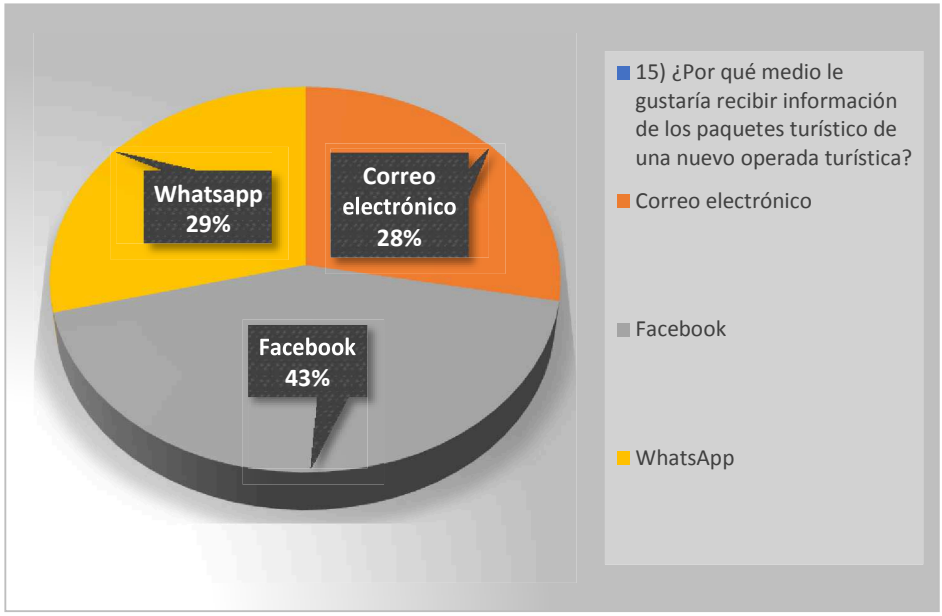


Figura 13: ¿Por qué medio le gustaría recibir información de los paquetes turísticos de una nueva operadora turística?

De las 200 personas encuestadas, 58 personas respondieron que la información les gustaría que les llegara directamente al WhatsApp, 90 personas respondieron toda la información se las enviaran a Facebook y 52 personas respondieron que la información debería enviársela al correo electrónico. Se puede evidenciar que la mayoría les gustaría que esa información sea más directa, porque las personas revisan constantemente el Facebook y el Whatsapp, siendo estas redes sociales una herramienta de gran apoyo para hacer publicidad de los paquetes turísticos que vaya a armar la operadora turística, con estos resultados se puede generar estrategias de ventas para poder llegar a más clientes.

4.2. Muestreo

4.2.1. Método probabilístico simple

Este método será utilizado ya que se necesita incluir a toda la población a estudiar en este caso es la ciudad de Manta y se elegirá una muestra de la población.

4.2.2. Muestra

La muestra se obtiene de la cantidad total de la población de la ciudad de Manta que es de 226.477, lo cual se realizó el análisis de la población económicamente activa con un 130.540 según el censo 2018 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

4.2.3. Fórmula

$$n = \frac{(N)\,(Z)^2\,(P)\,(Q)}{(e)^2\,(N-1) + (Z)^2\,(P)\,(Q)}$$

Tabla 10: la muestra

n= Incógnita de la muestra	n=?
Z= Nivel de confianza	Z= 1.96
P= Probabilidad de concurrencia	P= 0,5
Q= Probabilidad de no concurrencia	Q= 0,5
N= Población	N= 130,540
e= Nivel de significación	e= 0,07

$$n = \frac{(130{,}540)\,(1{,}96)^2\,(0{,}5)\,(0{,}5)}{(0{,}07)^2\,(130{,}540-1) + (1{,}96)^2\,(0{,}5)\,(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(130{,}540)\,(3{,}8416)\,(0{,}5)\,(0{,}5)}{(0{,}0049)\,(130{,}539) + (3{,}8416)\,(0{,}5)\,(0{,}5)}$$

$$n = \frac{125.370{,}616}{639{,}6411+0.9604}$$

$$n = \frac{125.370{,}616}{640{,}6015}$$

$$n = 196$$

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

Se aplicó la fórmula de la muestra y se obtuvo un resultado 196 a las cuales se realizó las encuestas a efectivamente a las 200 personas de la ciudad de Manta llevando el resultado para tomar decisiones para la ejecución de la Operadora Turística.

4.2.4. Mercado meta

***Tabla 11:** Mercado meta del proyecto de emprendimiento*

MERCADO	Detalle	PORCENTAJE	PERSONAS
Mercado Total		100,00%	226.477
Población Urbana	*% de habitantes en la ciudad de Manta*	96,10%	217.644
Población económicamente Activa	*% de personas con ingresos fijos*	50,00%	113.238
Mercado Potencial	*% de persona que aceptan el servicio*	94,00%	212.888
Rango de edades del mercado Potencial	*% de personas comprendidas entre 18-70 años*	86,75%	196.468
Mercado Meta	*Mercado que la empresa está dispuesta a atender*	4%	9,059

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

4.3 Interpretación del capítulo IV

Este capítulo permitió analizar e interpretar la información arrojada en la entrevista y encuestas, en base a esos resultados se hace una representación gráfica de los datos que permiten presentar mejor y con más eficacia la situación actual de la actividad turística.

Capítulo V

5.1. Estudio técnico

5.1.1. Localización

La ubicación es un factor importante para la determinación del proyecto, ¿Dónde estratégicamente se ubicará la operadora? para todo aquello hay que considerar las variables que beneficien a los recursos de proyecto, por ejemplo, la macro localización y micro localización.

5.1.2. Macro-localización

Para determinar el lugar donde se debe ubicar el proyecto se va a considerar puntos de gran importancia en el desarrollo turístico de cada una de las siguientes opciones:

1 Manta

2 Montecristi

3 Jaramijó

Tabla 12: Macro-Localización del proyecto de emprendimiento

Factores	**1. Manta**	**2 Montecristi**	**3 Jaramijó**
Afluencia turística	10	7	6
Ubicación Geográfica	10	7	7
Plaza hotelera	10	2	3
Riqueza cultural e Histórica	10	10	5
Playas	8	7	5
Atractivos turísticos	9	7	7
Restaurante	9	7	7
Puntaje	**66**	**47**	**40**

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.1.3. Micro-localización

Para determinar el lugar donde se debe ubicar el proyecto se va a considerar el método por punto o método por factores que determinen la mejor ubicación, para ello se tendría tres opciones y factores para elegir la mejor:

1. Barbasquillo
2. Flavio Reyes
3. Tarqui

Factores determinantes de la ubicación:

Ubicación geográfica

Acceso a servicios básicos

Precio de alquiler

Tráfico vehicular

Acceso a parqueaderos

Tabla 13: Ubicaciones de Micro Localización

		Barbasquillo		**Flavio reyes**		**Tarqui**	
Factores	Ponderación	Puntaje máximo 10	Valor ponderado	Puntaje máximo 10	Valor ponderado	Puntaje máximo 10	Valor ponderado
Ubicación geográfica	0,40	9	3,60	9	3,60	10	3,60
Acceso a servicios Básicos	0,20	10	2,00	10	2,00	10	2,00
Precio en el alquiler	0,20	8	1,60	8	1,60	10	2,00
Tráfico vehicular	0,10	7	0,70	9	0,90	9	1,00
Acceso a parqueadero	0,10	8	0,80	6	0,60	10	1,00
	1,00		**8,70**		**8,60**		**9,60**

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.2. Justificación de la ubicación

Después del análisis se puede decir que desde el método cuantitativo es la mejor elección en ubicación desde lo macro es el cantón Manta por ser el primer municipio turístico del Ecuador, además de tener un puerto de aguas profunda donde anclan los cruceros con miles de turistas internacionales, por su parte la planta hotelera durante el terremoto se vio muy afectada, en especial la ubicada en la parroquia Tarqui. Información coincide con reporte del Catastro municipal de Manta, que señala la existencia de 2.908 plazas hoteleras distribuidas en 140 hoteles den el 2016, y que después del terremoto se redujeron a 2.451 plaza en 122 hoteles, respetando una reducción, 15,71% de la capacidad. Con la recuperación de 14 hoteles afectados la afección se ha reducido paneas al 5,75% sin embargo en el 2018 se ha incrementado el número de plazas a 3.866 (GAD, Alojamientos turísticos en Manta, 2018)

5.2.1. Plano arquitectónico

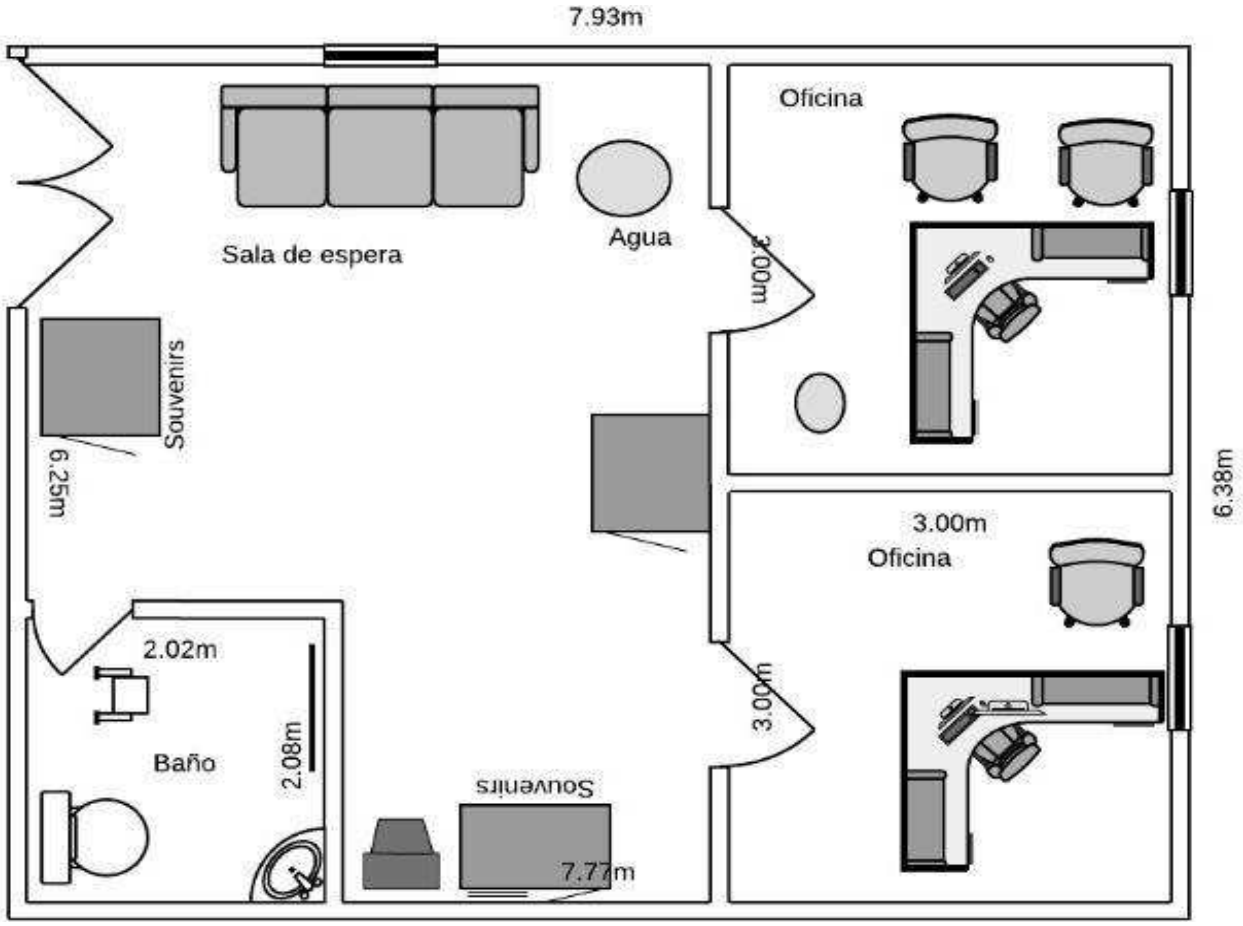


Figura 14: Plano Arquitectónico

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.3. Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en la creación de una nueva Operadora Turística en la ciudad de Manta para mejorar el desarrollo económico de la población, apuntando a la cooperación con otras empresas que ofrecen servicios relacionados con el turismo.

La idea principal es ofrecer servicios con calidad y seguridad para satisfacer las necesidades de los clientes en el cual se brindará una atención personalizada, la operadora turística estará siempre actualizándose con los avances tecnológicos, para ofrecer los servicios como paquetes turísticos, hospedaje, transporte, alimentación y deportes acuáticos, y se dará la facilidad a que los usuarios puedan realizar su compra de manera física y virtual.

5.4. Logotipo

Figura 15: Logotipo

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.5. Misión y visión de la Operadora Turística

5.5.1. Misión

La operadora de turismo “Go Travel Jastour” será una empresa dedicada a ofertar servicios de paquetes turísticos que permitan tener una experiencia y conexión distinta con la naturaleza, brindando una atención cómoda, adecuada, inclusiva, responsable, eficiente, sostenible para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Para el cual se contará con un personal altamente capacitado y con valores

5.5.2. Visión

La operadora turística “Go Travel Jastour” se proyecta al año 2025 en ser pioneros a nivel regional, y nacional en la modalidad de ofertar servicios turísticos de manera vivencial o experimental, donde se fomente el cuidado y protección del medio ambiente a través de las normas ambientales, sin dejar atrás el compromiso de brindar un servicio de la más alta calidad.

5.6. Descripción de la operadora

La Operadora turística será un modelo de negocio que se dedique al diseño, elaboración y comercialización de paquetes turísticos dirigidos en el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales del país, complementados con servicios de alojamiento, transporte alimentación y recreación, creando así variadas y atractivos opciones de paquetes turísticos para que el turista nacional y extranjero pueda conocer y disfrutar de los diferentes destinos turísticos del Ecuador.

La producción de los paquetes turísticos se realizará dentro de la oficina, tomando en cuenta las necesidades y deseos de los clientes, la capacidad de carga de los atractivos y la calidad de los servicios complementarios, por lo cual, la operadora turística trabajará juntamente con los propietarios de servicios para programar, itinerarios, eventos, tarifas. Se aplicará diferentes estrategias de marketing turísticos basadas en el estudio de mercado, los beneficiarios serán los actores sociales, públicos, privados, y quienes estén vinculados a las actividades turísticas de los diferentes atractivos.

5.6.1. Descripción de los procesos

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevaran a los atractivos naturales y culturales, así como los servicios de hospedajes, alimentación, transporte y recreación, a transformarse en productos turísticos terminados, los procesos de ventas de los servicios turísticos se realizaran mediante una planificación organizada por parte de la empresa siendo de manera física y virtual.

Para su, mejor entendimiento se presenta en diagramas de flujo.

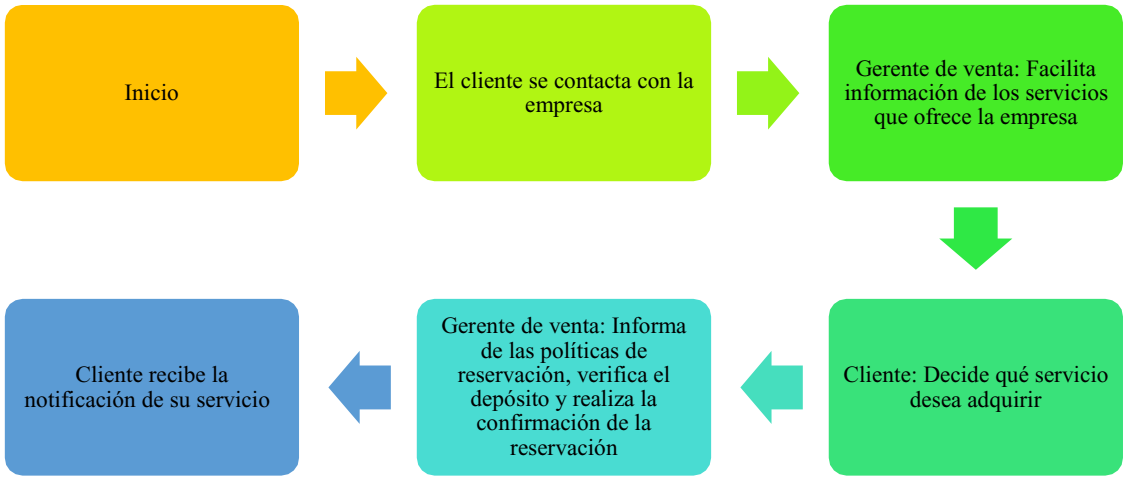


Figura 16: Descripción de los Procesos

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.6.2. Gestión de compras

Este proceso ayudara mucho para tener una buena relación con los demás negocios que ofrecen servicios turísticos, en el caso de la operadora de turismo la gestión de compra seria la técnica de negociación con las empresas de hospedajes, alimentación, transporte, entre otros. Con la finalidad de que la operadora gane un porcentaje por hacer de que los turistas adquieran el servicio de empresas relacionadas con la actividad turística.

5.6.3. Atención al cliente prestación del servicio

Se va a brindar un servicio personalizado para cada cliente antes, durante y después de la compra con la finalidad de fidelizar a las personas que han adquirido los servicio, con algunas estrategias que son ofertas, descuentos y facilidades de pago.

5.6.4. Estudio administrativo

La parte administrativa es muy importante en todo negocio y es el que se va a encargar de que la empresa tenga una buena rentabilidad para poder cubrir todos los costos, gastos para que la operadora turística no tenga problemas económicos. Para esto se capacitará de manera constante al personal de la empresa en temas de administración, tendencias turísticas, idiomas, entre otros con la finalidad de que se pueda trabajar de manera adecuada y así administrar bien los recursos de la empresa.

5.7. Organigrama de la Operadora Turística “Go Travel Jastuor”

Figura 17: Organigrama de la Operadora Turística “Go Travel Jastuor”

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

5.8. Políticas de la empresa

- Los colaboradores deben respetar el horario de trabajo.
- Los compañeros de trabajo deben mantener un trato respetuoso entre ellos y con los clientes.
- Las capacitaciones se considerarán obligatoria y ningún colaborador se puede negar a recibirla.
- Los reclamos deben ser recibidos por el área de administración
- Los colaboradores deben llevar siempre el uniforme de la empresa
- Se aceptará que cada colaborador tome una pausa de 10 minutos de descanso por cada 2 horas de permanencia en el escritorio.
- Para que los clientes reserven su viaje deberán abonar el 50% del precio del paquete turístico que deseen adquirir.
- De no poder realizar el viaje el valor cancelado no será reembolsable.
- Los valores de reservas y pagos realizados por los clientes pueden ser transferible a otros viajes.
- El guía turístico encargado del viaje será quien incentive a los visitantes para que no arrojen desechos en los atractivos turísticos, playas, calle, entre otros.

5.9 Interpretación del capítulo V

En este capítulo se tomó la decisión de la ubicación de la operadora turística que es un factor muy importante dentro de un proyecto, ya que determina en gran parte el éxito económico, pues esta influye no solo en la determinación de la demanda real del proyecto, sino también en la definición y cuantificación de los costos e ingresos.

Se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Accesibilidad al lugar
- Disponibilidad del local
- Facilidad de medio de transporte
- Cercanías a la playa y al centro de la ciudad, entre otros.

Capítulo VI

6.1. Formato para presentar el plan de negocio

Nombre de la idea de negocio: Elaboración y Ventas de Paquetes Turísticos
Razón social: Operadora de Turismo “Go Travel Jastour” S. A.
Nombre comercial: La Fantasía de Viajar en Jastour la vas a encontrar
1.- Planeamiento estratégico
Visión del negocio El negocio se proyecta para el año 2025 en ser pioneros a nivel regional, y nacional en la modalidad de ofertar servicios turísticos con la finalidad de ir fidelizando a los clientes, sin dejar atrás el compromiso con el medio ambiente y de brindar un servicio de la más alta calidad.
Misión del negocio Esta idea de negocio se enfocará en brindar servicios turísticos para que el cliente pueda tener esa conexión tanto en la zona urbana y rural, donde las experiencias vividas queden impregnadas en la memoria de los turistas, además de dar una atención cómoda, adecuada, inclusiva, responsable, eficiente y sostenible para satisfacer las necesidades de los clientes. Para el cual se contará con colaboradores altamente capacitados y con valores.

6.1.1. Análisis del mercado

Análisis del entorno empresarial, evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

La operadora de turismo tendrá convenio con tres empresas de alquiler de vehículo:

1. Manta Express
2. Alquiler de autos Manta Car
3. Tour Rent a Car

Por parte de las empresas hoteleras se tendrá convenio con los siguientes hoteles:

1. Hotel pacifico Tarqui (Manta)
2. Hotel Manta Airport (Manta)
3. Las Brisas de Montañita
4. Hotel Alcazaba (Puerto López)

6.1.2. Análisis del mercado potencial

Concepto	Nº
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	200 Pax mensuales
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	150 Pax mensuales
Establecer la cantidad que compran por período	130 Pax mensuales
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	170 Pax mensuales

6.1.3. Segmento del mercado: público objetivo

Mediante la encuesta se pudo evidenciar que el público objetivo que se interesó en la propuesta de una operadora turística en la ciudad de Manta en la mayoría fueron estudiantes y personas que trabajan en el sector privado de las siguientes ciudades: Portoviejo, Manta, Guayaquil, Cuenca y Quito.

6.1.4. Ventaja competitiva

Los productos van a tener un precio accesible para los visitantes, se brindará descuentos a grupos prioritarios, personas de la tercera edad, personas con capacidades especiales.

6.2. Análisis de la competencia

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de Cliente Que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Agencia de Viajes EYV TOURS	X			Turistas nacionales y extranjeros	Por variedad y calidad de productos	Av Flavio Reyes y calle 24 Cc Manicentro Local A4	Mido - alto
Operadora de Turismo Hola Aventura		X		Visitante local y turista nacional	Porque ofrecen precios accesibles	Manta km 1.5 vía a Barbasquillo	Medio
Operadora de Turismo Ceibostour		X		Visitante local y turista nacional	Porque ofrecen precios accesibles	Quiroga, Portoviejo 130105	Medio - alto

6.3. Estrategias de mercadeo

6.3.1. Estrategia de productoo servicio

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios postventa, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Los clientes que adquieran los productos obtendrán las siguientes:

Ventajas

Precios accesibles

Atención personalizada

Beneficios

Transporte climatizado

Descuentos

Servicios

Guías

Hospedaje

Transporte

Alimentación

Entradas

Postventa

En el servicio de postventa se hará el seguimiento a los visitantes cuando ya han utilizado los servicios, el cual se pueda aplicar una pequeña encuesta para verificar en que se ha fallado y que pude mejorar para brindar una mejor atención.

Garantías

Seguros

Imprevisto

6.4. Estrategia de precio

¿Cuál será el precio del producto?	El precio va a hacer en base a la competencia del mercado.
¿Cómo se ha determinado el precio?	En base a la competencia y al costo de la elaboración de los productos
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Se va a ingresar con un precio de introducción normalmente bajo para atraer al máximo número de posibles compradores.
Otra información relevante para la fijación de precios La fijación de precios en nuestros productos turísticos es de acuerdo con la temporada.	

6.4.1. Estrategia de distribución (plaza)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación con los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa y venta online

6.4.2. Estrategia de promoción

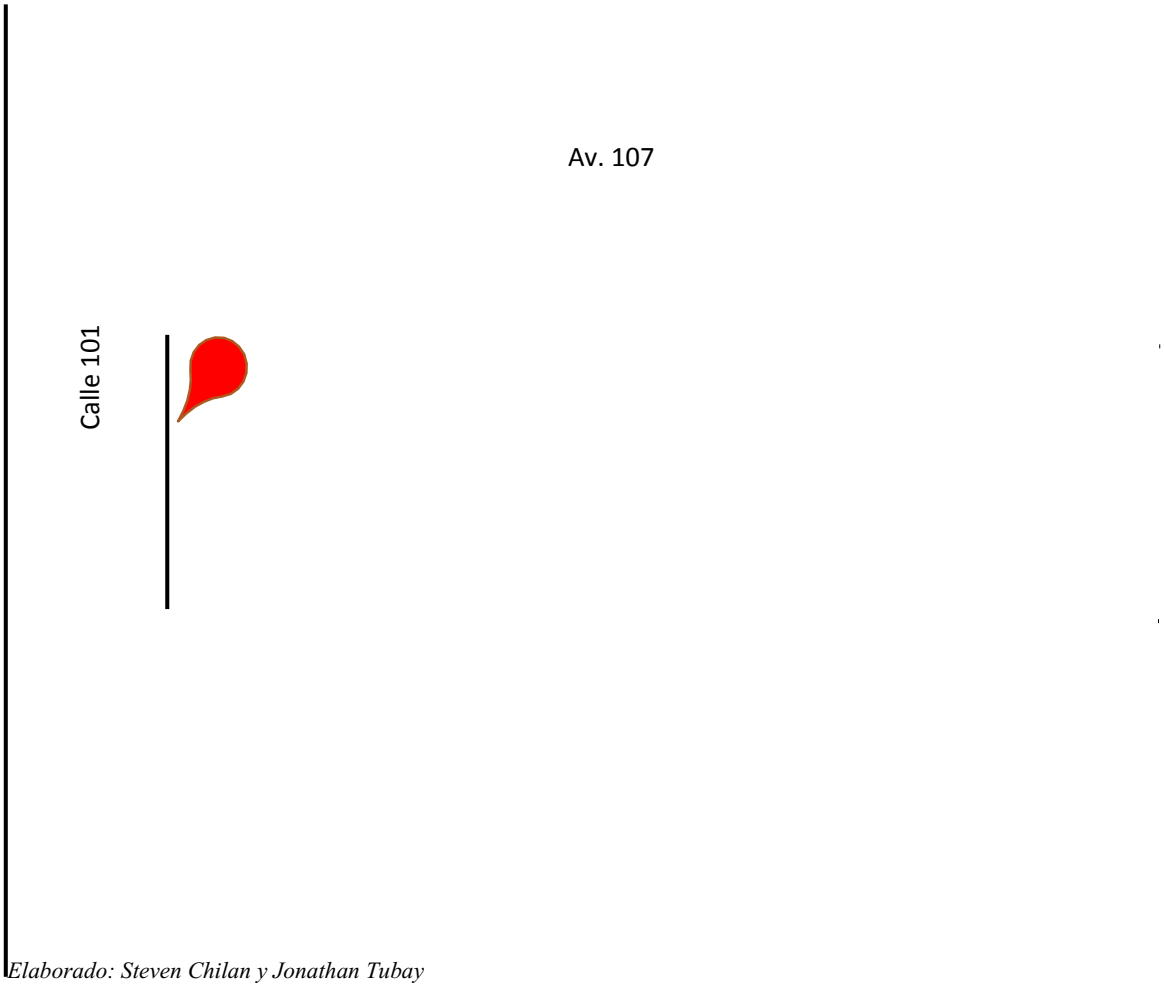
¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Publicidad en redes sociales, tríptico y diseño de página web
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 70,00 mensual
Otros mecanismos que emplear para la promoción de los productos Volates Correo electrónico	

6.5. Estudio técnico de la producción

6.5.1. Describir las características de la localización del negocio

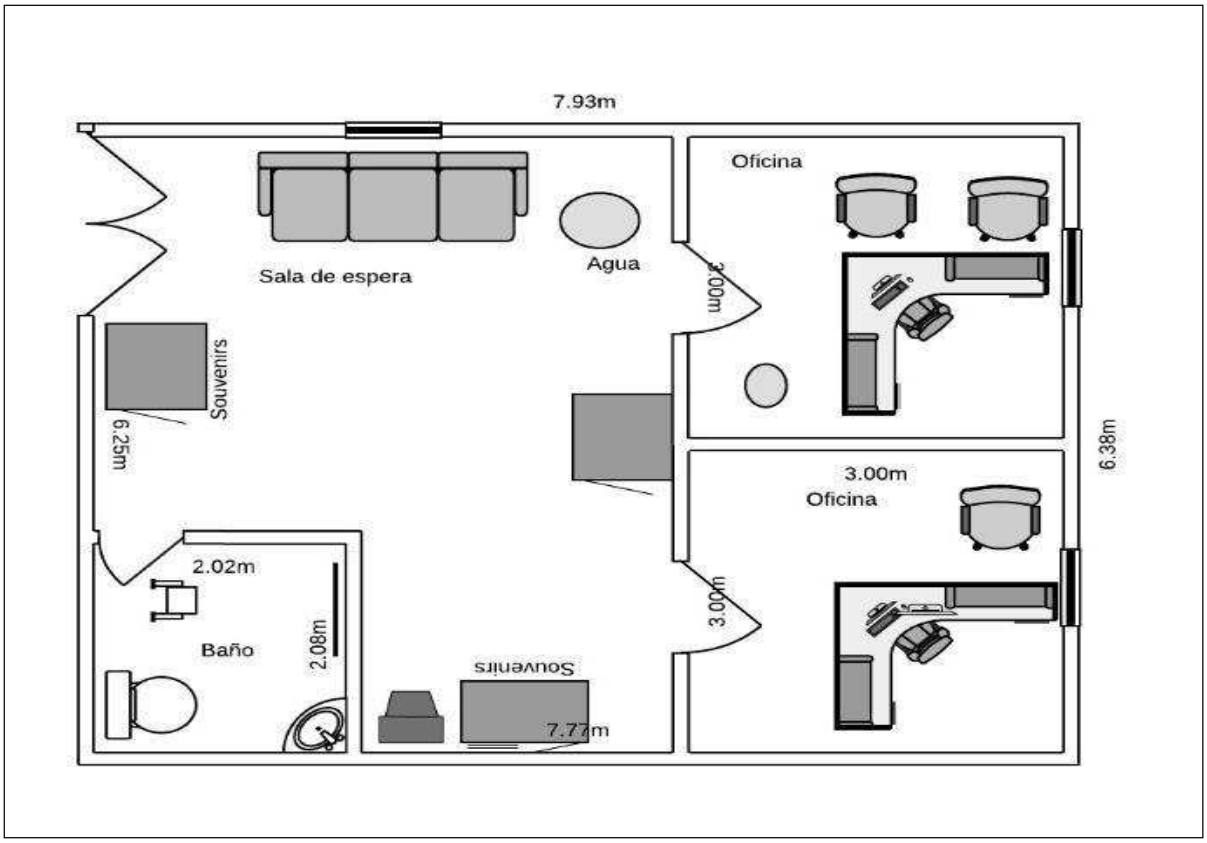
El negocio se ubicará en la parte del antiguo Tarqui lo que se busca es darle vida comercial, además de tener un tráfico descongestionado, esto favorece para que los clientes puedan visitar con mucha más tranquilidad.

6.5.2. Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo)



Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

6.5.3. Plano arquitectónico



Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

6.6. Especificaciones técnicas

Full Nigth Party in Montañita

Este producto se lo diseñó con la experiencia que han vivido los turistas en poder ir a disfrutar de una noche con alegría y diversión a Montañita, en el cual puedan ir acompañado de un guía turístico y bajo la responsabilidad de un chofer que les pueda trasladar de un lugar a otro, además que van a ir con todas las medidas de seguridad para que su convivencia sea la carta de presentación de Jastour.

Figura 18: Full Nigth Party in Montañita

Elaborado por Steven Chilan y Jonathan Tubay

Tour aventura por la ruta del pacífico Manta - Puerto López

Este producto se lo diseñó ya que es el punto referencial en la provincia de Manabí y los turistas sean estos tanto a nivel nacional e internacional le encanta visitar durante todo el año porque se puede disfrutar de la playa, la naturaleza, y disfrutar de una la gastronomía es exquisita para compartir entre familia y amigos, además que es símbolo de un legado cultural

Figura 19: Tour Aventura por la Ruta del Pacífico de Manta – Puerto López 2 días 1 noche

Elaborado por Steven Chilan y Jonathan Tubay

Full day Jaramijó "Una aventura que vale la pena"

Este producto se lo diseñó con la experiencia que han vivido los turistas en poder ir a conocer más de Jaramijó, disfrutar del mar y realizar deportes acuáticos como buceo, snorkeling y pesca deportiva, también van poder degustar de la gastronomía manabita una de las mejores del Ecuador, en el cual puedan ir acompañado de un guía turístico y bajo la responsabilidad de un chofer que les pueda trasladar de un lugar a otro, además que van a ir con todas las medidas de seguridad para que su convivencia sea la carta de presentación de Jastour.

Figura 20: Full Day Jaramijó "Una aventura que vale la pena"

Elaborado por Steven Chilan y Jonathan Tubay

6.7. Diagrama de operaciones en proceso de la elaboración de su producto o servicio

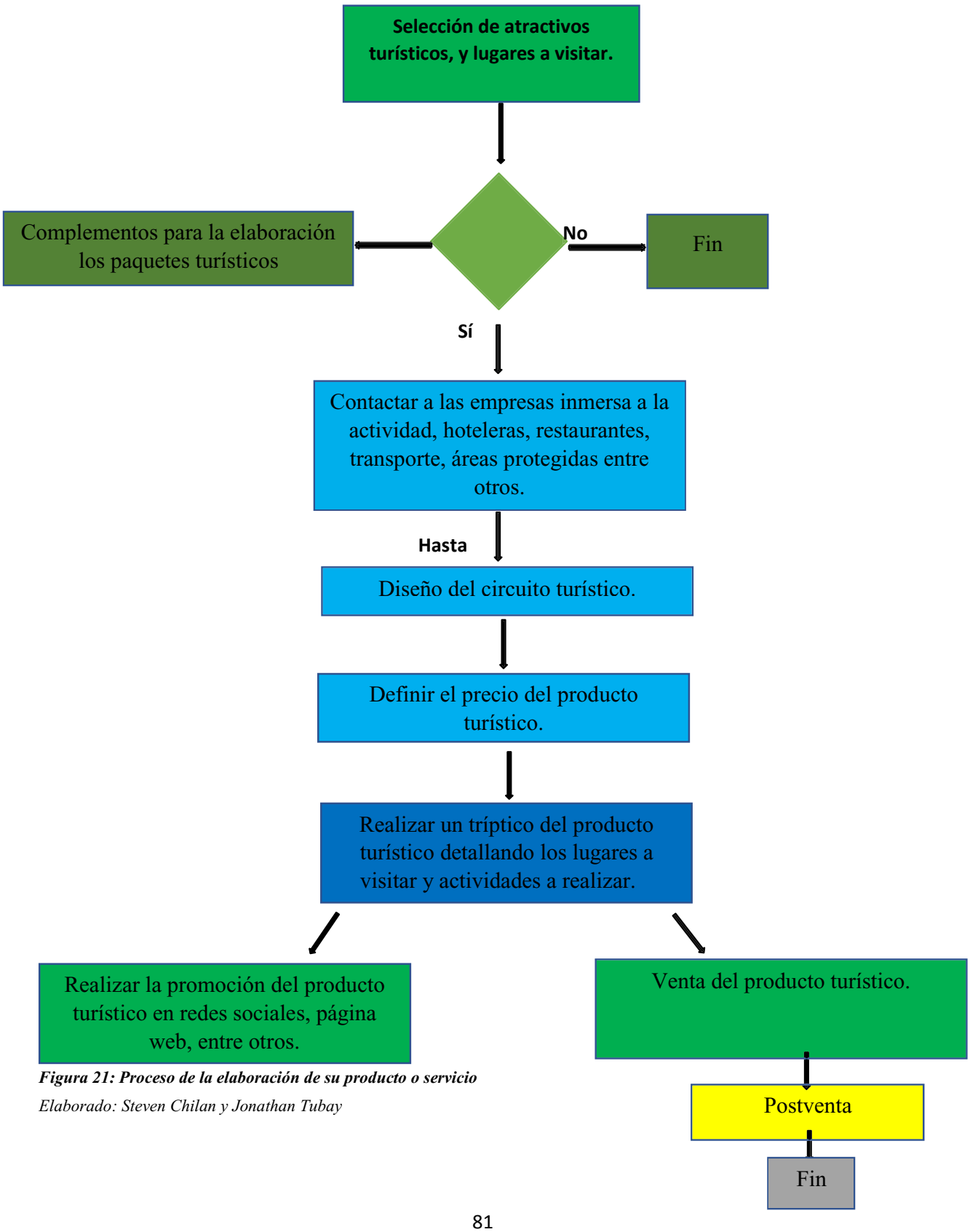


Figura 21: Proceso de la elaboración de su producto o servicio

Elaborado: Steven Chilan y Jonathan Tubay

6.8. Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinarias	**Cantidad (Unidades Requeridas)**	**Equipos y Herramientas**	**Cantidad (Unidades Requeridas)**
Vehículo	1	Aire acondicionado	1
		Computadoras	2
		Plasma	1
		Impresora	1
		Escritorios	2
		Sillas de oficina	2
		Teléfono	1
		Datafax	1
		Estantería	2

6.8.1. Realizar el cálculo de materiales y/o materias primas que usarán en el proceso productivo

Productos o servicios	Cantidad Unidades Requeridas	Unidades a Producir	Necesidad de Materiales
Tour Aventura Manta - Puerto López	3 paquetes turísticos mensual de 16 Pax	48 Pax mensual	Hojas para imprimir, tinta,
Full Nigth Party in Montañita	4 paquetes turísticos mensual de 16 Pax	64 Pax mensual	
Full day Jaramijó	3 paquetes turísticos mensual de 16 Pax	48 Pax mensual	

6.8.2. Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

Novicompu	Resma de papel, tinta, equipo de Computación
Coarte	Mueble de oficina

6.9. Organización de las personas en el proceso productivo

Hacer un listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio**.**

Puesto de Trabajo	Numero
Administrador	1
Gerente de Ventas	1
Guías Turísticos	1
Vendedores	2

6.9.1. Enumerar las tareas según las responsabilidades de cada uno

Puesto de Trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la Idea de Negocio u Otra
Administrador y Guía	Encargado de administrar los recursos de la empresa, supervisar a los colaboradores y realizar guianza	
Gerente de Venta y Guía	Encargado de supervisar y dirigir todas las ventas y realizar guianza	Guía en el Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro.
Guías turísticos	Realizar guianza	
Vendedores 2	Vender los productos bajos comisiones	

Estudio financiero
Operadora Turística "Go Travel Jastour"

6.10. Cuadro de inversión turística

POSIBLES RUBROS PARA LA INVERSION EN SU NEGOCIO		VALOR	FINANCIAMIENTO		DEPRECIACIÓN		
			PROPIO	TERCEROS (crédito)	VIDA ÚTIL (años)	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIACIÓN
ACTIVOS FIJOS					ACTIVO NO DEPRECIABLE		
	Equipos y Herramientas (Audio y video, televisor y acondicionadores de aire)	$ 2.370,00		$ 2.370,00	5	$ 237,00	$ 426,60
	Equipos de Oficina (fax, teléfonos y otros relacionados)	$ 400,00		$ 400,00	5	$ 40,00	$ 72,00
	Equipos de computación (computadoras, impresoras)	$ 1.000,00		$ 1.000,00	3	$ 330,00	$ 223,33
	Equipamiento para la seguridad de la Operadora Turística (Sistema de tuberías, luces, extintores Señaléticas y manguera contra incendio)	$ 760,00		$ 760,00	3	$ 76,00	$ 228,00
	Muebles y Enseres (Sillas, estanterías, mesas, muebles, dispensador de agua)	$ 1.090,00		$ 1.090,00	10	$ 109,00	$ 98,10
	Muebles de Oficina (Escritorio y sillas de oficina)	$ 740,00		$ 740,00	10	$ 74,00	$ 66,60
					ACTIVO NO DEPRECIABLE		
VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		$ 6.360,00	-	$ 6.360,00			$ 1.114,63
CAPITAL DE TRABAJO	Mano de obra operativa (Guía todo tipo de personal de operación valor aproximado para operar máximo 1 mes).	$ 506,27		$ 506,27			
	Otros costos y gastos administrativos	$ 1.414,00		$ 1.414,00			
	Material de publicidad	$ 70,00		$ 70,00			
VALOR TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		$ 1.990,27	-	$ 1.990,27			
ACTIVOS DIFERIDOS (todo rubro en el que se incurre antes de la operación del proyecto)	Costos por diseños del proyecto	$ 200,00	-	$ 200,00			
	Costos por trámites o impuestos (Patente)	$ 600,00	-	$ 600,00			
	Alquiler de oficina para funcionamiento de la Operadora Turística	$ 1.200,00		$ 1.200,00			
	Útiles de oficina (Resaltadores, borradores, lápices, esferos, carpetas, calculadora, sacapuntas, marcadores, grapadoras, grapas, tijeras, clips, cinta adhesiva, Post it, entre otros.)	$ 80,00		$ 80,00			
	Vehículos para transporte turístico (actuales y/o alquiler)	$ 200,00	-	$ 200,00			
	Costos de constitución de la empresa	$ 800,00	-	$ 800,00			
VALOR TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		$ 3.080,00	-	$ 3.080,00	$ 308,00	Amortización	
TOTAL, DE LA INVERSIÓN (sumar los totales de activo fijo, capital de trabajo y activos diferidos)		$ 11.430,27	-	$ 11.430,27			

6.11. Balance Inicial

Operadora Turística "Go Travel Jastour"					
Balance Inicial.					
Del 01 de enero 2021					
Activo			**Pasivo**		
Activo Corriente	**$**	**1.990,27**	**Pasivo Corriente**		
Caja	$	1.990,27			
Activo Fijo	**$**	**6.360,00**	**Pasivo Largo Plazo**	**$**	**8.000,00**
	$	-	Prestamos Largo Plazo	$	8.000,00
Equipo y herramientas	$	2.370,00	**Patrimonio**	**$**	**3.430,27**
Equipos de oficina	$	400,00			
Equipos de computación	$	1.000,00	Capital	$	3.430,27
Útiles de oficina	$	-			
Equipamiento para la seguridad	$	760,00			
Mueble y enseres	$	1.090,00			
Muebles de oficina	$	740,00			
	$	-			
Activo diferido	$	3.080,00			
Costo por diseño del proyecto	$	200,00			
Costo por tramites o impuestos (Patente)	$	600,00			
Costos de constitución de la empresa	$	800,00			
Alquiler de oficina pagado por anticipado	$	1.200,00			
Útiles de oficina	$	80,00			
Vehículo	$	200,00			
Total Activo	**$**	**11.430,27**	**Total Pasivo + Patrimonio**	**$**	**11.430,27**

6.12. Productos turísticos

Tour aventura por la ruta del pacífico a Puerto López 2 días 1 noche				
Descripción del producto turístico de 16 Pax	**Precio por pax**		**Precio total**	
Transporte 16 personas	$	25,00	$ 400,00	
Hospedaje 16 personas	$	15,00	$ 240,00	
2 almuerzo 16 personas	$	8,00	$ 128,00	
1 cena 16 personas	$	3,00	$ 48,00	
Entrada Pacoche	$	2,00	$ 32,00	
Entrada Comuna Agua blanca	$	5,00	$ 80,00	
Tickets para la Isla de la Plata	$	30,00	$ 480,00	
Imprevisto	$	7,00	$ 112,00	
Total, del paquete turístico	**$**	**95,00**	**$ 1.520,00**	**total, de costo**
Precio al PVP	**$**	**129,99**	**$ 2.079,84**	

Full Nigth Party in Montañita				
Descripción del producto turístico de 16 Pax	**Precio por pax**		**Precio total**	
Transporte 16 personas	$	12,50	$ 200,00	
Break	$	0,75	$ 12,00	
Cena	$	5,00	$ 80,00	
Imprevisto	$	3,50	$ 56,00	
Total, del paquete turístico	**$**	**21,75**	**$ 348,00**	**total, de costo**
Precio al PVP	$	34,99	$ 559,84	

Full day Jaramijó "Una aventura que vale la pena"				
Descripción del producto turístico de 16 Pax	**precio**		**Precio por Pax**	
Transporte 16 personas	$	12,50	$ 200,00	
Desayuno 16 personas	$	3,00	$ 48,00	
Almuerzo 16 personas	$	4,00	$ 64,00	
Recuerdo a los visitantes	$	1,50	$ 24,00	
Paseo en lancha, buceo.	$	2,50	$ 40,00	
Pesca deportiva	$	2,00	$ 32,00	
Imprevisto	$	3,50	$ 56,00	
Total del paquete turístico	**$**	**29,00**	**$ 464,00**	**total, de costo**
Precio al PVP	**$**	**42,99**	**$ 687,84**	

6.13. Precio de los productos turísticos

Temporada alta	Salidas por mes	Pax	Nivel de venta por mes	Nivel de venta por trimestre	Precio por pax/ utilidad
Tour aventura por la ruta del Pacífico a Puerto López 2 días 1 noche	3	16	48	144	**$ 2.079,84**
Full Nigth Party in Montañita	4	16	64	192	**$ 559,84**
Full Day Jaramijó	3	16	48	144	**$ 687,84**

Temporada baja	Salidas por mes	Pax	Nivel de venta por mes	Nivel de venta por trimestre	Precio por pax/ utilidad
Tour aventura por la ruta del Pacífico a Puerto López 2 días 1 noche	2	16	32	96	**$ 119,99**
Full Nigth Party in Montañita	2	16	32	96	**$ 27,99**
Full Day Jaramijó	2	16	32	96	**$ 36,99**

6.14. Costo de mano de obra

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA									
Cargo	**No. Empleado**	**Sueldo**	**Aporte Patronal (12,15%)**	**Sueldo + Aporte (mensual)**	**Sueldo Anual**	**Décimo Cuarto**	**Décimo Tercero**	**Sueldo + Décimos**	**Total, Sueldos**
Guía	1	$ 400,00	$ 48,60	$ 448,60	$ 5.383,20	$ 292,00	$ 400,00	$ 6.075,20	$ 6.075,20
SUMA	1	$ 400,00	$ 48,60	$ 448,60	$ 5.383,20	$ 292,00	$ 400,00	$ 6.075,20	$ 6.075,20

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO									
Cargo	**No. Empleado**	**Sueldo**	**Aporte Patronal (12,15%)**	**Sueldo + Aporte (mensual)**	**Sueldo Anual**	**Décimo Cuarto**	**Décimo Tercero**	**Sueldo + Décimos**	**Total, Sueldos**
Administrador	1	$ 500,00	$ 60,75	$ 560,75	$ 6.729,00	$ 292,00	$ 500,00	$ 7.521,00	$ 7.521,00
Gerente de ventas	1	$ 500,00	$ 60,75	$ 560,75	$ 6.729,00	$ 292,00	$ 500,00	$ 7.521,00	$ 7.521,00
SUMA	2	$ 1.000,00	$ 121,50	$ 1.121,50	$ 13.458,00	$ 584,00	$ 1.000,00	$ 15.042,00	$ 15.042,00

6.15. Capital de trabajo

CAPITAL DE OPERACIÓN				
Días de efectivo en caja para capital de operación: 30				
	Unidad	**Costo Primer Año**	**Costo Diario**	**Necesidad Capital de Trabajo**
Remuneración de Personal:				
Mano de obra directa	Sueldo	$ 6.075,20	$ 16,88	$ 506,27
Personal administrativo	Sueldos	$ 15.042,00	$ 41,78	$ 1.253,50
Otros costos y gastos administrativos:				
Mantenimiento de Instalaciones	Global	$ 450,00	$ 1,25	$ 37,50
Servicio Eléctrico	Global	$ 900,00	$ 2,50	$ 75,00
Teléfono	Global	$ 156,00	$ 0,43	$ 13,00
Internet	Global	$ 240,00	$ 0,67	$ 20,00
Suministros de oficina	Global	$ 180,00	$ 0,50	$ 15,00
Promoción:				
Publicidad (radio, prensa, tv)	Global	$ 840,00	$ 2,33	$ 70,00
			TOTAL, CAPITAL DE OPERACIÓN:	$ 1.990,27

6.16. Balance de ventas

	Enero-Marzo			Abril-Junio		
Productos	Unidades	P.U	**P. Total**	Unidades	P.U	**P. Total**
Tour Aventura Manta-Puerto López	144	$ 129,99	**$ 18.718,56**	96	$ 119,99	**$ 11.519,04**
Full Night Party in Montañita	192	$ 34,99	**$ 6.718,08**	96	$ 27,99	**$ 2.687,04**
Full day Jaramijó	144	$ 42,99	**$ 6.190,56**	96	$ 36,99	**$ 3.551,04**
Totales	**480**	**$ 207,97**	**$ 31.627,20**	**288**	**$ 184,97**	**$ 17.757,12**

Julio-Septiembre			Octubre-Diciembre			Total
Unidades	P.U	**P. Total**	Unidades	P.U	**P. Total**	
144	$ 129,99	**$ 18.718,56**	96	$ 119,99	**$ 11.519,04**	**$ 60.475,20**
192	$ 34,99	**$ 6.718,08**	96	$ 27,99	**$ 2.687,04**	**$ 18.810,24**
144	$ 42,99	**$ 6.190,56**	96	$ 36,99	**$ 3.551,04**	**$ 19.483,20**
480	**$ 207,97**	**$ 31.627,20**	**288**	**$ 184,97**	**$ 17.757,12**	**$ 98.768,64**

Detalle	Presupuesto venta para los próximos 5 años				
Productos	2021	2022	2023	2024	2025
Tour Aventura Manta-Puerto López	$ 60.475,20	$ 64.103,71	$ 70.514,08	$ 79.680,91	$ 92.429,86
Full Night Party in Montañita	$ 18.810,24	$ 19.938,85	$ 21.932,74	$ 24.784,00	$ 28.749,44
Full Day Jaramijó	$ 19.483,20	$ 20.652,19	$ 22.717,41	$ 25.670,67	$ 29.777,98
TOTAL	$ 98.768,64	$ 104.694,76	$ 115.164,23	$ 130.135,58	$ 150.957,28

Intermediarios de deportes acuáticos y complejos deportivos.	$ 2.000,00	$ 2.140,00	$ 2.354,00	$ 2.660,02	$ 3.085,62
Intermediarios de hoteles y renta de vehículos	$ 3.500,00	$ 3.745,00	$ 4.119,50	$ 4.655,04	$ 5.399,84
Total intermediarios	$ 5.500,00	$ 5.885,00	$ 6.473,50	$ 7.315,06	$ 8.485,46
Total de venta de paquetes turísticos e intermediarios	$ 104.268,64	$ 110.579,76	$ 121.637,73	$ 137.450,64	$ 159.442,74

Costo de Venta de los Productos					
Productos	**Enero-Marzo**	**Abril- Mayo**	**Julio-Septiembre**	**Octubre-Diciembre**	**Total. Anual**
Tour Aventura Manta-Puerto López	$ 13.680,00	$ 9.120,00	$ 13.680,00	$ 9.120,00	**$ 45.600,00**
Full Night Party in Montañita	$ 4.176,00	$ 2.088,00	$ 4.176,00	$ 2.088,00	**$ 12.528,00**
Full day Jaramijó	$ 4.176,00	$ 2.784,00	$ 4.176,00	$ 2.784,00	**$ 13.920,00**
Total de Costo de los productos	**$ 22.032,00**	**$ 13.992,00**	**$ 22.032,00**	**$ 13.992,00**	**$ 72.048,00**

Mano Obra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	$ 72.048,00	$ 73.488,96	$ 74.929,92	$ 76.370,88	$ 77.811,84
Total, de costo de mano de obra (Guía)	$ 6.075,20	$ 6.196,70	$ 6.318,21	$ 6.439,71	$ 6.561,22
Total, de los costos	**$ 78.123,20**	**$ 79.685,66**	**$ 81.248,13**	**$ 82.810,59**	**$ 84.373,06**

6.17. Punto de equilibrio

Productos	Nivel de ventas	%	Precio	Costo del producto
Tour Aventura Manta-Puerto López	144	30%	$ 129,99	$ 95,00
Full Night Party in Montañita	192	40%	$ 34,99	$ 21,75
Full Day Jaramijó	144	30%	$ 42,99	$ 29,00
Mezcla Total	480	100%	$ 65,89	$ 45,90

M.C.U	Rb/v	VT	CVT	MCT
$ 34,99	27%	$ 18.718,56	$ 13.680,00	$ 5.038,56
$ 13,24	38%	$ 6.718,08	$ 4.176,00	$ 2.542,08
$ 13,99	33%	$ 6.190,56	$ 4.176,00	$ 2.014,56
$ 19,99	30%	$ 31.627,20	$ 22.032,00	$ 9.595,20

	U.F	U.M	%
P.E. Mezcla	100	$ 6.589,69	21%
P.E. Tour Aventura Manta-Puerto López	30	$ 3.900,11	21%
P.E. Full Night Party in Montañita	40	$ 1.399,75	21%
P.E. Full Day Jaramijó	30	$ 1.289,84	21%
M.S. Mezcla	380	$ 25.037,51	79%
M.S. Tour Aventura Manta-Puerto López	114	$ 14.818,45	79%
M.S. Full Night Party in Montañita	152	$ 5.318,33	79%
M.S. Full Day Jaramijó	114	$ 4.900,72	79%

Gráfico de Punto de Equilibrio				
Unidades	C.F	C.V	C.T	V.T
0	$ 1.999,21	0	$ 1.999,21	0
100	$ 1.999,21	$ 4.590,48	$ 6.589,69	$ 6.589,69
480	$ 1.999,21	$ 22.032,00	$ 24.031,21	$ 31.627,20

La operadora turística presenta un total de ventas de 480 pax que equivale a $31.627.20, en el grafico se representa el punto de equilibrio encontrado en vender 100 pax con un total de $6.589,69 donde se cubren los costos Fijos y Variables. Dando un margen de seguridad de 380 pax como utilidad de la empresa con un valor de $25.037,51.

6.18. Amortización

	Tabla de Amortización			
	Tipo de crédito: Pequeñas y Medianas Empresas-PYMES			
	Forma de pago: Trimestral			
	Tasa efectiva: 10.12%			
	Plazo: 3 años			
	Fecha de emisión: 12-07-2020			
	Destino: Activo Fijo			
	Tasa: 9.76%			
	Monto Deseado: 8000			
	Sistema de Amortización: Cuota Fija			
Cuota	**Saldo-Capital**	**Capital**	**Interés**	**Cuota**
0	$ 8.000,00			
1	$ 7.418,13	$ 581,87	$ 195,20	$ 777,07
2	$ 6.822,07	$ 596,06	$ 181,00	$ 777,07
3	$ 6.211,46	$ 610,61	$ 166,46	$ 777,07
4	$ 5.585,95	$ 625,51	$ 151,56	$ 777,07
5	$ 4.945,19	$ 640,77	$ 136,30	$ 777,07
6	$ 4.288,78	$ 656,40	$ 120,66	$ 777,07
7	$ 3.616,36	$ 672,42	$ 104,65	$ 777,07
8	$ 2.927,53	$ 688,83	$ 88,24	$ 777,07
9	$ 2.221,90	$ 705,63	$ 71,43	$ 777,07
10	$ 1.499,05	$ 722,85	$ 54,21	$ 777,07
11	$ 758,56	$ 740,49	$ 36,58	$ 777,07
12	0	$ 758,56	$ 18,51	$ 777,07

Operadora Turística "Go Travel Jastour"
Presupuesto de gastos

6.19. Presupuesto de gastos

Detalle	Enero-Marzo			Abril-Junio		
	Q	C.U	CT	Q	C.U	CT
Gastos Administrativos						
Administrador	3	$ 626,75	$ 1.880,25	3	$ 626,75	$ 1.880,25
Gerente de Venta	3	$ 626,75	$ 1.880,25	3	$ 626,75	$ 1.880,25
Suministro de Oficina	3	$ 25,00	$ 75,00	3	$ 15,00	$ 45,00
Limpieza de Oficina	3	$ 20,00	$ 60,00	3	$ 20,00	$ 60,00
Seguro	3	$ 50,00	$ 150,00	3	$ 50,00	$ 150,00
Capacitaciones	1	$ 50,00	$ 50,00	1	$ 50,00	$ 50,00
Total, Gastos Administrativos	**16**	**$ 1.398,50**	**$ 4.095,50**	**16**	**$ 1.388,50**	**$ 4.065,50**
Gastos de Ventas						
Comisiones de Ventas (2%)	3	$ 152,30	$ 456,91	3	$ 152,30	$ 456,91
Publicidad (Pagina web-Redes Sociales)	3	$ 70,00	$ 210,00	3	$ 70,00	$ 210,00
Total, Gastos de Ventas	**6**	**$ 222,30**	**$ 666,91**	**6**	**$ 222,30**	**$ 666,91**
Gastos Financieros						
Comisiones Bancarias	3	$ 20,00	$ 60,00	3	$ 20,00	$ 60,00
Gastos de Interés	1		$ 195,20	1		$ 181,00
Total, Gastos Financieros	4		$ 255,20	4		$ 241,00
Total, Gastos	**26**	**$ 1.620,80**	**$ 5.017,61**	**26**	**$ 1.610,80**	**$ 4.973,41**

Julio-Septiembre			Octubre-Diciembre			Total
Q	**C.U**	**CT**	**Q**	**C.U**	**CT**	
3	$ 626,75	$ 1.880,25	3	$ 626,75	$ 1.880,25	$ 7.521,00
3	$ 626,75	$ 1.880,25	3	$ 626,75	$ 1.880,25	$ 7.521,00
3	$ 25,00	$ 75,00	3	$ 15,00	$ 45,00	$ 240,00
3	$ 20,00	$ 60,00	3	$ 20,00	$ 60,00	$ 240,00
3	$ 50,00	$ 150,00	3	$ 50,00	$ 150,00	$ 600,00
1	$ 50,00	$ 50,00	1	$ 50,00	$ 50,00	$ 200,00
16	**$ 1.398,50**	**$ 4.095,50**	**16**	**$ 1.388,50**	**$ 4.065,50**	**$ 16.322,00**
3	$ 152,30	$ 456,91	3	$ 152,30	$ 456,91	$ 1.827,65
3	$ 70,00	$ 210,00	3	$ 70,00	$ 210,00	$ 840,00
6	**$ 222,30**	**$ 666,91**	**6**	**$ 222,30**	**$ 666,91**	**$ 2.667,65**
3	$ 20,00	$ 60,00	3	$ 20,00	$ 60,00	$ 240,00
1		$ 166,46	1		$ 151,56	$ 694,22
4		$ 226,46	4		$ 211,56	$ 934,22
26	**$ 1.620,80**	**$ 4.988,87**	**26**	**$ 1.610,80**	**$ 4.943,97**	**$ 19.923,87**

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Total, de gastos administrativos	$ 16.322,00	$ 16.811,66	$ 17.820,36	$ 19.424,19	$ 21.755,09
Total, de gastos de ventas	$ 2.667,65	$ 2.747,68	$ 2.912,54	$ 3.174,67	$ 3.555,63
Total, Comisiones Bancarias	$ 240,00	$ 247,20	$ 262,03	$ 285,61	$ 319,89
Gastos de Interés	$ 694,22	$ 449,85	$ 180,73		
Total	**$ 19.923,87**	**$ 20.256,39**	**$ 21.175,66**	**$ 22.884,47**	**$ 25.630,61**

Operadora Turística "Go Travel Jastour"					
6.20. Estados de resultados proyectado					
Rentas Operacionales	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ventas	**$ 104.268,64**	**$ 110.579,76**	**$ 121.637,73**	**$ 137.450,64**	**$ 159.442,74**
Paquetes turísticos	$ 98.768,64	$ 104.694,76	$ 115.164,23	$ 130.135,58	$ 150.957,28
Intermediarios de deportes Acuáticos	$ 2.000,00	$ 2.140,00	$ 2.354,00	$ 2.660,02	$ 3.085,62
Intermediarios de hoteles y renta de vehículos.	$ 3.500,00	$ 3.745,00	$ 4.119,50	$ 4.655,04	$ 5.399,84
Costo de Ventas	**$ 78.123,20**	**$ 79.685,66**	**$ 81.248,13**	**$ 82.810,59**	**$ 84.373,06**
Utilidad bruta en ventas	**$ 26.145,44**	**$ 30.894,09**	**$ 40.389,61**	**$ 54.640,05**	**$ 75.069,69**
Gastos Operacionales	$ 24.637,17	$ 25.235,37	$ 25.808,82	$ 26.367,99	$ 27.210,56
Sueldos y Salarios	$ 15.042,00	$ 15.493,26	$ 15.944,52	$ 16.395,78	$ 16.847,04
Servicios Básicos	$ 1.296,00	$ 1.334,88	$ 1.373,76	$ 1.412,64	$ 1.451,52
Suministro de oficina	$ 240,00	$ 247,20	$ 254,40	$ 261,60	$ 268,80
Servicio de limpieza	$ 240,00	$ 247,20	$ 254,40	$ 261,60	$ 268,80
Honorarios profesionales	$ 1.827,65	$ 1.882,48	$ 1.937,31	$ 1.992,14	$ 2.046,97
Gasto de arriendo	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00
Servicio de publicidad	$ 840,00	$ 865,20	$ 890,40	$ 915,60	$ 940,80
Seguros	$ 600,00	$ 618,00	$ 636,00	$ 654,00	$ 672,00
Depreciaciones	$ 1.114,63	$ 1.114,63	$ 1.114,63	$ 1.114,63	$ 1.114,63
Amortización de activo diferido	$ 102,67	$ 102,67	$ 102,67		
Gastos financieros	$ 694,22	$ 449,85	$ 180,73		
Servicios Bancarios	$ 240,00	$ 480,00	$ 720,00	$ 960,00	$ 1.200,00
Utilidad Operacional	**$ 1.508,27**	**$ 5.658,73**	**$ 14.580,79**	**$ 28.272,06**	**$ 47.859,13**
Otros Gastos	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 1.000,00
Utilidad Antes de Participación de Empleados	**$ 508,27**	**$ 4.658,73**	**$ 13.580,79**	**$ 27.272,06**	**$ 46.859,13**
15% Participación empleados	$ 76,24	$ 698,81	$ 2.037,12	$ 4.090,81	$ 7.028,87
Utilidad menos Participación de Empleados	**$ 432,03**	**$ 3.959,92**	**$ 11.543,67**	**$ 23.181,25**	**$ 39.830,26**
25% Impuesto a la Renta Empresarial	$ 108,01	$ 989,98	$ 2.885,92	$ 5.795,31	$ 9.957,56
Utilidad Neta del Ejercicio	**$ 324,02**	**$ 2.969,94**	**$ 8.657,75**	**$ 17.385,94**	**$ 29.872,69**

6.21. Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectado						
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Ingresos operacionales						
Ventas de paquetes turísticos		$ 98.768,64	$ 104.694,76	$ 115.164,23	$ 130.135,58	$ 150.957,28
Intermediarios		$ 5.500,00	$ 5.885,00	$ 6.473,50	$ 7.315,06	$ 8.485,46
Total de Ingreso Operacionales	**$ -**	**$ 104.268,64**	**$ 110.579,76**	**$ 121.637,73**	**$ 137.450,64**	**$ 159.442,74**
Egreso Operacionales						
Costo de venta		$ 78.123,20	$ 79.685,66	$ 81.248,13	$ 82.810,59	$ 84.373,06
Presupuesto de gasto		$ 19.923,87	$ 20.256,39	$ 21.175,66	$ 22.884,47	$ 25.630,61
Gastos Diferidos	$ 3.080,00					
Total de egresos operacionales	**$ 3.080,00**	**$ 98.047,07**	**$ 99.942,05**	**$ 102.423,79**	**$ 105.695,07**	**$ 110.003,67**
Flujo operacional	$ -3.080,00	$ 6.221,57	$ 10.637,71	$ 19.213,95	$ 31.755,57	$ 49.439,08
Ingresos no operacionales						
Crédito a largo plazo	**$ 8.000,00**					
Aportación propia	$ 3.430,27					
total de ingresos no operacionales	$ 11.430,27	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Egresos no operacionales						
Pago de interés al banco		$ 694,22	$ 449,85	$ 180,73		
Pago de crédito al banco		$ 2.414,05	$ 2.658,42	$ 2.927,53		
Pago participación utilidades 15%		$ 76,24	$ 698,81	$ 2.037,12	$ 4.090,81	$ 7.028,87
Pago de impuesto 25%		$ 108,01	$ 989,98	$ 2.885,92	$ 5.795,31	$ 9.957,56
Adquisición de activo fijo						
Equipamiento	$ 6.360,00					
Total de egreso no operacionales	$ 6.360,00	**$ 3.292,52**	**$ 4.797,06**	**$ 8.031,30**	**$ 9.886,12**	**$ 16.986,43**
Flujo no operacional	$ 5.070,27	$ -3.292,52	$ -4.797,06	$ -8.031,30	$ -9.886,12	$ -16.986,43
Flujo neto generado	$ 1.990,27	$ 2.929,05	$ 5.840,65	$ 11.182,65	$ 21.869,45	$ 32.452,64
Saldo inicial caja	0	$ 1.990,27	$ 4.919,32	$ 10.759,97	$ 21.942,62	$ 43.812,08
Saldo final caja	$ 1.990,27	$ 4.919,32	$ 10.759,97	$ 21.942,62	$ 43.812,08	$ 76.264,72

6.22 VAN Y TIR

	Periodo o	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Inversión inicial	$ 11.430,27					
Flujo de caja	$ -11.430,27	$ 2.929,05	$ 5.840,65	$ 11.182,65	$ 21.869,45	$ 32.452,64

COK	10,12%

VAN	$ 39.333,44
TIR	68%

6.23 Interpretación del capítulo VI

La parte financiera es muy importante en todos los proyectos ya que permite conocer cuánto se necesita de dinero para poner en marcha un negocio, permite calcular el costo total los procesos de producción y los ingresos que se estiman recibir en cada periodo del proyecto.

La información obtenida en este estudio dirá la viabilidad del proyecto en términos económicos, la evaluación financiera es muy utilizada para determinar si un proyecto es rentable o no en un futuro y permite la toma de decisiones.

Capítulo VII

7.1. Estudio de impacto ambiental

7.1.1. Diagnóstico del impacto ambiental

El diagnóstico ambiental tiene como finalidad identificar y analizar las tendencias del comportamiento de los procesos de deterioro natural y el grado de conservación presente dentro del área donde operará la operadora turística "Go Travel Jastour" y los destinos turísticos los cuales sean objeto del desplazamiento de los turistas para satisfacer sus necesidades.

Se prevé que desde el inició de las actividades de la operadora turística en las zonas adyacentes sean objeto de desarrollo económico, en el cual se platea que dentro del emprendimiento se tomen medidas tanto con el personal que vaya a trabajar dentro y fuera de la empresa. Además, se les brindará capacitaciones a los colaboradores ya que ellos serán portavoces en educar a los turistas para contrarrestar el impacto ambiental que está afectando a la sociedad y a los ecosistemas terrestres y marítimos a nivel mundial.

Como medidas para reducir con el impacto ambiental estarán las siguientes:

- Las facturas se las hará llegar al correo electrónico o mediante redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram entre otras.)
- Al imprimir alguna documentación se lo debe hacer por los dos lados de la hoja, de esta manera se contribuirá a la excesiva tala de árboles.
- Se mantendrá apagado los equipos electrónicos que no estén siendo utilizados
- La mayor parte de la publicidad de la operadora turística será manejada por el internet.
- Se usarán focos de bajo consumo de energía eléctrica.
- Se separará los desechos orgánicos, de los plásticos y sólidos para contribuir a la mejora del reciclaje.

- Los equipos que cumplan con su vida útil serán reciclados para que el impacto ambiental sea mínimo.
- Durante las salidas de viajes se ubicará fundas biodegradables en los asientos del carro para impedir que se arroje la basura a la calle.
- Se les mencionará a los turistas que, durante la visita a las áreas protegidas, playas y ríos se deberá sacar la basura que generaron para luego ser depositada en el respectivo lugar.
- El personal de la empresa siempre que se encuentre disponible será parte de las mingas que se realicen en la ciudad de Manta.

7.1.2. Conclusiones

- En conclusión, este proyecto de emprendimiento realizado durante el periodo de titulación sirve de estrategia para ser grandes emprendedores en el futuro. La investigación realizada en este trabajo permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los niveles cursados en la carrera de turismo, ya que todas las materias fueron de gran importancia para realizar este proyecto de emprendimiento.

- Los proyectos de emprendimiento que tienen una buena viabilidad son muy importantes para generar empleos y dinamizar la economía, además permite crecer profesionalmente a los futuros empresarios, pero para aquello se necesita de un mayor apoyo de las autoridades y voluntad de las personas para participar en las actividades emprendedoras y así lograr el cambio de ser un país empresarial o ser uno con cultura emprendedora.

- En este trabajo de emprendimiento se realizó un estudio bibliográfico y de campo para determinar las potencialidades que tiene la actividad turística, permitiendo el aprovechamiento de los recursos y destinos turísticos que tiene el Ecuador, en la investigación se estudió las experiencias de turistas nacionales y extranjeros, en los últimos años las operadoras turísticas han intentado innovar en cuanto a lo que paquetes turísticos se refiere, lo que ha conllevado a una mayor exigencia por parte de la demanda en cuanto a la diversificación de la oferta, por ellos se elaboró paquetes turísticos con un valor agregado y precios accesibles, también se realizará convenios con empresas que ofertan servicios de hospedaje, alimentación, transporte, entre otros.

- Para concluir este trabajo hay que mencionar el estudio para la creación de una operadora turística se lo realizó antes de la pandemia del Covid-19, para esto en los costos de los productos se le sumó un costo adicional (para adquirir guates, alcohol y mascarillas), y de manera precautelar la salud y seguridad de los turistas.

7.1.3. Recomendaciones

Por parte de las autoridades académicas motivar a los estudiantes a realizar este tipo de proyectos, ya que al momento de realizarse o ejecutarse generara fuentes de empleo y dinamizaran la economía local.

Los recursos naturales y culturales del Ecuador que aún se mantiene sin potenciar por falta de motivación de sus habitantes por lo que el Ministerio de Turismo debe realizar campañas de capacitación en el ámbito turístico para que existan personas emprendedoras y comiencen a poner en marcha proyectos de emprendimientos y ofrezcan servicios turísticos de calidad.

Que los gobiernos de turno continúen con el mejoramiento de la infraestructura turística como: museos, parques, áreas protegidas, entre otros. Y dar seguimiento a aquellos servicios turísticos para que superen las expectativas de los turistas.

Fomentar una cultura ambientalista con los turistas y también con las personas locales de la ciudad para que los visitantes se lleven una buena imagen de nuestros atractivos y preservar nuestro patrimonio, natural y cultural.

7.1.4. Bibliografía

- Díaz, A. (2019). El turismo en el mundo - datos estadísticos.
- Guevara, A. A. (2011). Economía en el Turismo. Bogotá Colombia: Ediciones de la U.
- Mendoza, P. E. (2014). Introducción al turismo. México: Grupo Editorial Patria.
- Mendoza, P. G. (2004). Introducción al turismo. Patria.
- OMT. (1994). Introducción al Turismo. Madrid: OMT. 1-200
- OMT. (2017). El turismo hacia el 2030. Organización Mundial del Turismo, 1-16.
- OMT. (2019). Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Portela, A. F. (2018). Paisajes y Turismo. Edición digital epub.
- TURISMO, M. D. (s.f.). Obtenido de www.turismo.gob.ec
- LEY DE TURISMO, Decreto Ejecutivo 1424, Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, última modificación 29 de diciembre del 2014, estado vigente.
- REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO, Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 224 de 05 de enero del 2004, última modificación 22 de enero del 2015, estado vigente.
- LEY DE COMPAÑÍA, Registro oficial 312 de 05 noviembre de 1999, última modificación 29 de diciembre del 2017, estado reformado.

7.1.5. Anexos

Entrevista

Nombre:

Ocupación:

1) **¿Cuáles serían los principales requisitos para tener el permiso de funcionamiento de una operadora turística?**

2) **¿Considera usted que el mercado de servicios turísticos es muy competitivo?**

3) **¿Cuáles han sido sus principales estrategias que le han permitido captar el interés de los clientes?**

4) **¿Cuáles han sido sus principales y fortalezas al momento de emprender una operadora turística?**

Encuesta de estudio de la demanda turística en el cantón Manta

Desarrollar una propuesta de creación de una operadora turística "Go Travel Jastour" en la ciudad de Manta para satisfacer las necesidades en el sector turístico

Estimado amigo/a toda la información proporcionada por Ud. es estrictamente confidencial por lo tanto será utilizada solo para fines estadísticos y de carácter académico

1) Sexo

a. Masculino.....

b. Femenino.....

2). Edad

A	8-25
B	26-35
C	36-45
D	46-64
E	65-más

3) Estado civil

a. Soltero/a..... b. Casado/a..... c. Divorciado/a.……

d. Viudo/a..... e. Unión libre.....

4) Ocupación

a. Estudiante.....

b. Empleado Público.....

c. Empleado Privado.....

d. Jubilado.....

e. Otra, especifique.....

5) ¿Tiene pensado realizar un viaje a futuro?

Si No Tal vez

6) ¿Le gustaría conocer la ciudad de Manta y los demás cantones de la provincia de Manabí?

Si.....

No.....

7) ¿Cuántos días permanecería en la ciudad de Manta?

1 a 2 días.....

3 a 4 días.....

5 a 6 días.....

Más de 7 días.....

8) ¿Considera Ud. que el cantón Manta debe contar con los servicios de una operadora turística?

Si.....

No.....

¿Por qué? .....

9) ¿Con quién realiza sus viajes?

Familia.....

Amigos.....

Pareja.....

Solo

10) ¿Cuál es el gasto promedio que Ud. realiza por persona en un viaje en el interior del país?

A	De 15 a 30 dólares
B	De 30 a50 dólares
C	De 50 a 75 dólares
D	De 76 a 100 dólares
E	De 100 dólares en adelante

11) ¿Para sus próximas vacaciones, que tipo de turismo planea realizar?

Turismo de Naturaleza.....

Turismo de aventura.....

Arte y Cultura

Turismo Religioso.....

Turismo de Compras.....

Otros....

12) ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Caminata por la naturaleza.....

Áreas protegidas y cascadas.....

Observación de flora y fauna.....

Conocer costumbres y tradiciones Participar de festividades.....

Visitar sitios culturales Degustar de comida típica.....

Otros.....

13) ¿Por qué medio le gustaría recibir información de los paquetes turístico de una nuevo operada turística?

Correo electrónico

Facebook

WhatsApp

Gracias por su gentileza.

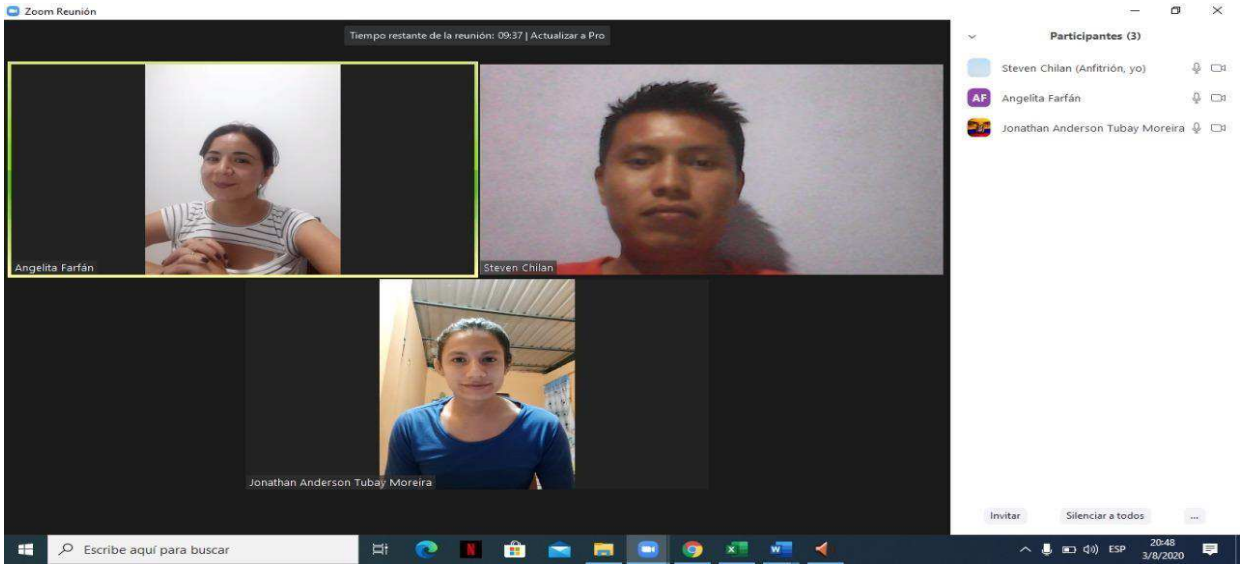
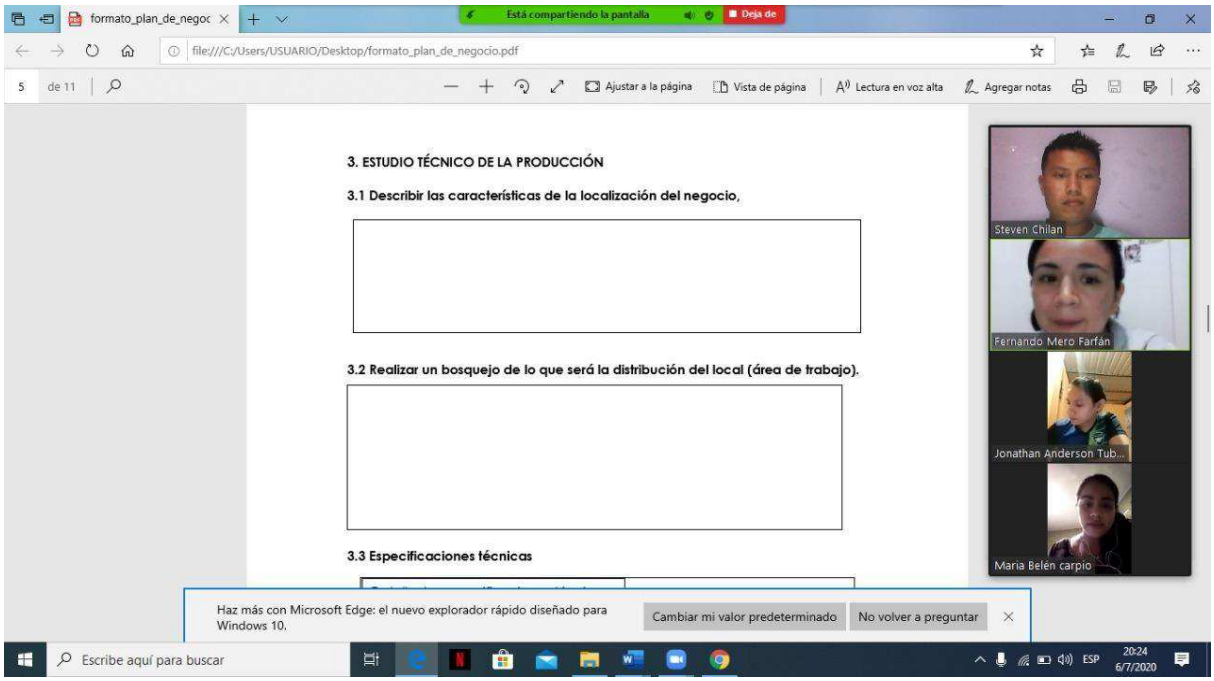
Bitácora de la Operadora de Turismo Go Travel Jastour

Fecha

Nombre del chofer

Nombre del guía turístico

Cantidad de pasajeros o turistas

Números Numbers	Nombres y Apellidos Names and Lastnames	Cédula I.D	Numero de Celular Cell Pone Number	País o Ciudad Country or City

Evidencia de trabajo de titulación