



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

“Proyecto para la especialización de la oferta de paquetes turísticos para la operadora TurisWil, del cantón Salinas, provincia de Santa Elena”

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de

Licenciada en Turismo

Presentado por

Elizabeth Macharé

Sary Suárez

GUAYAQUIL-ECUADOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a cada una de las personas que me brindaron su apoyo durante mi etapa universitaria

SARY SUAREZ

A Dios por guiarme por el camino del bien.

A mi madre Gladys Mendoza por ser mi apoyo en este recorrido universitario y ayudarme en los momentos que creí imposible terminar esta fase de mi vida.

A mi esposo Rolando Samaniego que me ha dado todo su apoyo incondicional en la culminación de mi carrera y a mis hijos Wilson y Maximiliano Samaniego por quienes trabajo y lucho para darles una vida mejor.

ELIZABETH MACHARE

AGRADECIMIENTOS

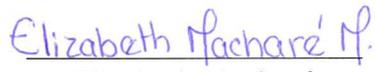
Agradezco a Dios por darme la salud y la dedicación, para llegar a la etapa final de mi preparación universitaria, también de manera especial a toda mi familia por brindarme el apoyo para poder realizar este trabajo para la obtención de mi título

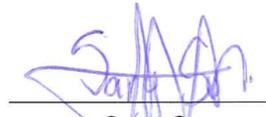
Finalmente, a cada profesor que en la duración de mi carrera me brindaron sus consejos en cada asignatura que impartieron en las aulas de clases.

SARY SUAREZ

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Elizabeth Emperatriz Macharé Mendoza, Sary Isabel Suarez Sotaminga y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"


Elizabeth Macharé


Sary Suarez

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, reading "Gabriel Castro", is positioned above a horizontal dotted line. The signature is cursive and includes a flourish at the end.

MSc. Gabriel Castro

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El proyecto es un modelo para la diversificación de paquetes turísticos para la operadora turística TurisWil, ubicada en el cantón Salinas.

Debido que la operadora tiene una oferta limitada de sus servicios, no cuenta con la diversificación de programas turísticos diferenciados, lo que trae como consecuencia la incapacidad de competir, debido a que se pierde mercado, y posicionamiento como marca. Esta situación provoca que las operadoras del sector no la reconozcan y por lo tanto se pierden alianzas estratégicas en el sector turístico.

Ante este contexto el objetivo del proyecto es el diseño un programa turístico acorde a las preferencias de los segmentos de mercados identificados, para la diversificación de la oferta de la operadora mencionada.

Para tener información de datos reales sobre la situación actual de la demanda, se realizaron encuestas dentro de la provincia de Santa Elena. Mediante este estudio se identificó las preferencias de la demanda, lo que permitió el diseño de programas turísticos en los que se incluyeron los lugares a visitar, tiempo de duración del viaje y las actividades a realizarse en el mismo.

Los resultados de la recolección de datos, determinó que el producto a ofrecer deben ser excursiones que se pueden realizar en menos de 24 horas a lugares cercanos en la región costa del Pacífico, en las que se deben incluir actividades de naturaleza, aventura y cultural a personas que buscan pasar con familiares o amistades.

Como conclusión, los estudios determinaron que la operadora TurisWil no está posicionada en el mercado y que existe más del 79% no los reconocen ni las actividades que realizan como operadora turística dentro de la provincia de Santa Elena. Esto indica que deben trabajar en los programas turísticos para diversificar su oferta y satisfacer las necesidades de la demanda que existe.

Palabras Clave: Programación turística, Operación turística, demanda turística y oferta Turística

ABSTRACT

The project is a model for the diversification of tourist packages for the tourist operator TurisWil, located in the canton of Salinas.

Because the operator has a limited supply of its services, it does not count on the diversification of differentiated tourism programs, which results in the inability to compete, due to the fact that the market is lost and positioning as a brand. This situation causes that the operators of the sector do not recognize it and therefore strategic alliances in the tourist sector are lost.

Given this context, the objective of the project is to design a tourism program according to the preferences of the segments of identified markets, for the diversification of the offer of the aforementioned operator.

To obtain information on real data on the current situation of demand, surveys were carried out within the province of Santa Elena. Through this study, the preferences of the demand were identified, which allowed the design of tourist programs in which the places to visit were included, the duration of the trip and the activities to be carried out in it.

The results of the data collection, determined that the product to offer must be excursions that can be done in less than 24 hours to nearby places in the Pacific coast, which should include nature, adventure and cultural activities to People looking to spend with family or friends.

As a conclusion, the studies determined that the TurisWil operator is not positioned in the market and that more than 79% do not recognize them nor the activities they carry out as a tour operator within the province of Santa Elena. This indicates that they must work in tourist programs to diversify their offer and meet the needs of the demand that exists

Keywords:

Tourist Programming, Tourist Operation, Tourist Demand and Tourist Offer

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 ¿Cuál es su género?.....	26
Tabla 3.2 ¿Cuál es la edad de los encuestados?.....	26
Tabla 3.3 ¿Cuál es su nivel de estudio?.....	27
Tabla 3.4 ¿Cuál es su lugar de procedencia?	27
Tabla 3.5 ¿Cuál es su situación laboral?	28
Tabla 3.6 ¿Cuál es la motivación de su visita a Santa Elena?.....	28
Tabla 3.7 ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?	29
Tabla 3.8 ¿Cuál es la forma en que organiza un viaje?.....	29
Tabla 3.9 ¿Cuál es su fuente de información para elegir un sitio turístico?	30
Tabla 3.10 ¿Cuántas operadoras turísticas conoce en la provincia de Santa Elena? 30	
Tabla 3.11 ¿Con quién le gustaría realizar un viaje?.....	31
Tabla 3.12 Resultados de las encuestas	31
Tabla 3.13 Duración de la estadía en el sitio turístico seleccionado.....	32
Tabla 3.14 ¿Cuál es el tipo de actividad de turismo que le gustaría realizar en su viaje?	32
Tabla 3.15 ¿Cuáles son los sitios o lugares que le gustaría visitar?	33
Tabla 3.16 Ud. Ha escuchado sobre la operadora de turismo TurisWil	34
Tabla 3.17 ¿Qué servicios ha utilizado de la operadora turística TurisWil.....	34
Tabla 3.18¿Como obtuvo información de la operadora turística TurisWil.....	35

ÍNDICE GENERAL

Contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
CAPÍTULO 1	11
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Marco Teórico.....	13
1.4.1 Marco Referencial	14
1.4.1 Turismo.....	14
1.4.2 Operadoras turísticas	14
1.4.2 Marco Conceptual	15
1.4.2.1 Programa Turístico.....	15
1.4.2.2 Forfait	15
1.4.2.3 Viaje Combinado	15
1.4.2.4 Viaje Todo Incluido.....	15
1.4.2.5 Demanda turística	16
1.4.2.6 Oferta Turística	16
1.4.3 Marco Legal	16
CAPÍTULO 2	18
2. METODOLOGÍA.....	18
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	18
2.1.1 Área de estudio	18
2.1.2 Tipo de estudio	18
2.2 POBLACION Y MUESTRA.....	19
2.2.1 Población Objetiva	19

2.2.2	Muestra	19
2.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.3.1	Método de Recolección de Datos:.....	20
2.3.2	Método de Investigación:	20
2.3.3	Método de Análisis de Datos.....	21
2.3.4	Criterios de Rigor y Ética	21
2.4.	PRINCIPALES COMPETIDORES.....	21
2.4.1	Mercado Objetivo	22
2.5	Árbol de Problemas	22
2.6	Análisis PESTLE	23
2.6.1	Análisis Político.....	23
2.6.2	Análisis Económico.....	23
2.6.3	Análisis Social.....	24
2.6.4	Análisis Tecnológico	24
2.6.5	Análisis Legal.....	24
2.6.6	Análisis Ecológico	25
CAPÍTULO 3		26
3.1	RESULTADOS y ANALISIS	26
3.2	DISCUSION Y PROPUESTA	35
Itinerario		38
3.1	Análisis de las encuestas	43
3.2	Análisis Financiero	43
CAPÍTULO 4		52
4.1	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
4.1.1	Conclusiones.....	52
4.1.2	Recomendaciones	53
Bibliografía		54

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Reasco López (2010) “el turismo es una de las actividades económicas que en los últimos años se ha desarrollado de forma rápida a nivel mundial. En el caso Ecuador se encuentra entre los 52 destinos más interesantes a visitar”, lo cual produce oportunidades como: desarrollo económico, generación de fuentes de trabajo, inversión nacional y extranjera, contacto con las diversas culturas y espacios naturales.

El auge de los *tours* operadores aparece en los países de Europa central en los años cincuenta. Al inicio los viajes incluían alojamiento y vuelo chárter, el que era el medio de transporte más usado en aquella época. El término usado es el de agencia de operadora de turismo, pero también se los puede mencionar como operadores de turismo, operadores de viajes, operadores de tours, *tours operator* y agencia de turismo receptivo o minoristas.

Actualmente la provincia de Santa Elena posee siete operadoras turísticas que realizan las gestiones a nivel local y se encuentran reguladas por el Ministerio de Turismo. TurisWil es una de las operadoras turísticas legalizada en el cantón Salinas, con el número 030 de la LUAF, que se obtuvo el 28 de Junio del 2018, siendo el representante legal es el Sr: Wilson Rodolfo De La Cruz Rocafuerte, quien a su vez tiene la función de ser el gerente general de la compañía.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Compañía Turística Wilson S.A. TURISWIL, localizada en José Luis Tamayo Muey, Salinas el 24 de junio del 2008, funciona de manera legal es una operadora que sigue en funciones desde la fecha de constitución hasta la actualidad; con el fin de brindar sus servicios turísticos de manera local, nacional e internacional a continuación se detalla los servicios que esta empresa brinda al turista que desee contratar los servicios de la misma.

- Servicios de transfer a las principales ciudades del Ecuador.
- Paseos a diferentes puntos turísticos dentro de la provincia de Santa Elena:
 - City Tour
 - Pesca Deportiva
- Avistamiento de ballenas en los meses de Junio a Septiembre

Es una empresa que trabaja con personas no profesionales en el área de turismo y ha venido realizando sus actividades de forma paulatina, basadas en las recomendaciones directas mientras prestaba sus funciones en un reconocido hotel de la provincia.

El problema que la operadora presenta es la oferta limitada de los paquetes turísticos que ofrece al mercado local y nacional. Dentro de su catálogo no existe la diversificación de lugares turísticos a los que se puedan realizar visitas y otras actividades según las necesidades de los clientes, es decir no tienen programas especializados como viajes combinados, tour de fin de semana y excursiones.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Una operadora en la que no exista diversificación de programas turísticos diferenciados tiene como consecuencias la incapacidad de competir, debido a que se pierde mercado y posicionamiento como marca, ya que los operadores del sector no lo reconocen. Esto da resultados negativos porque se pierden alianzas estratégicas en el sector turístico.

Su catálogo es limitado para ofrecerlos al mercado, además el no contar con profesionales en la parte de intermediación turística, tiene como consecuencia una desorganización en la elaboración de los programas turísticos para el consumidor final. La inexistencia de un producto especializado provoca que la operadora no genera ingresos.

Las mejoras de estos temas se pueden superar a través de un análisis de mercado que permita entender las preferencias de la demanda y los segmentos más accesibles y rentables. Esto permitirá a la operadora crear programas turísticos bien estructurados.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar programas turísticos acorde a las preferencias de los segmentos de mercados identificados, para la diversificación de la oferta de la operadora TurisWil.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para la identificación de los requerimientos de la demanda potencial.
- Desarrollar programas turísticos relacionados con la caracterización y perfilamiento de la demanda potencial.
- Determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio financiero.

1.4 Marco Teórico

El turismo es reconocido como uno de los importantes sectores dentro de la economía en todo el mundo, este sector actualmente es vital, y a la vez es antiguo como los viajes, según la historia hasta el siglo XVII se lo reconoce como un fenómeno social, desde ese momento se ha expandido a tal punto de que es un trabajo que genera ingresos para los empresarios que invierten en el desarrollo turístico de un lugar específico.

En el pasado se relacionaba al turismo como una forma simple de viajar o al acto de trasladarse de un punto a otro, con el transcurso del tiempo se comenzó a emplear el término turismo como el acto de realizar un viaje por recreación, en la época moderna se genera un impacto social, este llega a ser de interés para inversionistas sino también los que desean disfrutar de un lugar diferente a su residencia, además de los investigadores turísticos.

Cada territorio prevalece cuando este es productivo por la población que habita dentro de él, se trabaja de manera conjunta con los gobiernos seccionales para crear estrategias y estas ayudan a la transformación y al crecimiento de la sociedad, la participación de la comunidad es importante y esta se involucra en las principales

necesidades para elegir las medidas correctas, que sean eficientes y den frutos económicos y sociales generando estabilidad y posicionamiento en la producción turística de cada región del país.

Se habla de un lugar se debe de tomar en cuenta las relaciones como: político, social, ambiental y económico para que se expanda a los demás sectores, el ambiente de las ciudades, es la muestra del avance de la comunidad que se involucra netamente en el tema para mejorar el proceso de bienestar para los habitantes y visitantes que aman todo lo que brinda la naturaleza, esto se puede ver plasmado en áreas rurales de muchas ciudades del país.

1.4.1 Marco Referencial

En este párrafo se explica la relación que existe entre el trabajo de estudio y los diferentes conceptos que se detallan más adelante, el turismo es una actividad económica creciente en el país, de esta manera la operadora generara más oportunidades de trabajo e ingresos para ser reconocida a nivel local, la operadora turística tiene como función organizar diferentes programas según las necesidades de los clientes para lo cual es necesario seguir los debidos procesos.

1.4.1 Turismo

Comprende en las actividades que se pueden realizar cada una de las personas durante los viajes y las estancias en lugares distintos al de en donde laboran o habitan, por un período de tiempo consecutivo menor a un año con fines de ocio, por negocios sean nacionales o internacionales y otros. (Organización Mundial del Turismo, 2011)

1.4.2 Operadoras turísticas

Las operadoras turísticas son responsables de proveer los servicios durante aquellos días de vacaciones a través de la contratación, reservas (alojamiento, transporte, alimentación, guías, en ciertos casos los vuelos internos o internacionales). Entre las funciones de la operadora es la de comunicar, orientar e informar al cliente sobre las opciones que podrían escoger para realizar aquellas vacaciones (Sáez López, 2015).

1.4.2 Marco Conceptual

Para realizar el análisis a una operadora es necesario entender los conceptos bajo los cuales se desarrollará la propuesta de elaborar los Programa Turístico, Forfait, Viajes Combinado, Viajes Todo Incluido, Demanda turística y Oferta Turística.

1.4.2.1 Programa Turístico

Es un producto o servicio que se ofrece al turista, en un entorno macro, este forma parte de un producto turístico mayor, en el entorno micro es elaborado por la empresa y esta a su vez se compone por subproductos o servicios-insumos. (Chan, 2015)

1.4.2.2 Forfait

Es un viaje con el servicio de todo incluido para que la demanda pueda aceptar es opción, este viaje es elaborado en su totalidad por la Agencia, referente a las peticiones que tenga el turista. (Vogeler Ruiz & Hernández Armand, 2013)

1.4.2.3 Viaje Combinado

Definiendo un viaje combinado es aquel que sobrepasa las horas de un día es decir veinticuatro horas o este a su vez incluye una noche de alojamiento, y que puede combinar, al menos, dos servicios turísticos como: el transporte, el hospedaje, la alimentación o una visita guiada, dándole una parte significativa al viaje, y este a su vez se vende a un precio general. (Comunidad de Madrid, 2016)

1.4.2.4 Viaje Todo Incluido

Se refiere a un sistema en que, por un precio único, el turista tiene el derecho a un hospedaje, además de tener a disposición alimentos y bebidas sin límites, también la oportunidad de realizar actividades sean estas recreativas y deportivas, los impuestos y propinas ya viene incluidos en el precio, tienen la posibilidad de cambiarse de hotel, esto va a depender de la categoría que adquirieron y también de las políticas de la operadora. (Navarro, 2017)

1.4.2.5 Demanda turística

Se define como demanda turística como el conjunto de turistas, que, de manera individual o colectiva, se encuentre motivados por una variedad de productos o servicios correspondientes al turismo.

En términos de Economía, se la define como la cantidad de productos turísticos que los clientes estén dispuestos a comprar en cualquier momento y que a su vez tenga un precio determinado. (Mamani Villasante, 2016)

1.4.2.6 Oferta Turística

Se define como oferta turística el conjunto de bienes, productos y servicios, que poseen recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar. Se estructuran a disposición del mercado para que sean utilizados o consumidos por cada turista. (Pozos Salinas, 2011)

1.4.3 Marco Legal

Por la naturaleza del proyecto y con el afán de dar cumplimiento a la normativa vigente, se han considerado los siguientes aspectos legales, que se disponen en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas.

En la ley del Turismo del Ecuador redacta el **Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agencia miento; e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; se relaciona con el proyecto siendo la operadora TurisWil una empresa dedicada a la actividad de intermediación turística en el cantón Salinas y es necesario tener en cuenta este artículo.

En el Reglamento General de Actividades Turísticas **Art. 77.-** Definición. - Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la

Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

Según el Reglamento de Operación e Intermediación Turística que se encuentra en Registro Oficial 783 con fecha 24 de junio del 2016 en el **Capítulo I** de la Intermediación y Operación en el **ART.13.-** Intermediación. - Es aquella gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos; es necesario considerarlo porque explica de manera puntual lo que implica realizar el servicio de intermediación.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

El proyecto integrador es de tipo cuantitativo porque se basan en datos numéricos, que posteriormente se van analizar para elaborar la propuesta a la operadora turística, de esta manera se mejora la diversificación de programas turísticos que ofrece la operadora TurisWil, utilizando encuestas, realizando análisis estadísticos a los habitantes de provincia de Santa Elena.

El estudio de mercado es el factor principal para la realización de este trabajo de investigación, porque ayuda a corregir y mejorar la calidad de un producto que se ofrece en el mercado; de esta forma la empresa selecciona las mejores decisiones para un mejor desempeño dentro del sector turístico.

Un componente fundamental de toda investigación son las bases metodológicas que respaldan el desarrollo del proyecto, por lo tanto, se consideraron los siguientes aspectos metodológicos como: área de estudio, tipo de estudio, población y muestra, enfoque, métodos de investigación, procedimiento y las técnicas de análisis de la investigación, las cuales se van a explicar a continuación.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

2.1.1 Área de estudio

Un estudio de mercado consiste en la recolección de datos para identificar comportamientos, gustos y preferencias de los consumidores, antes de ofertar un producto al mercado dirigido a un segmento específico de la población, en este trabajo de investigación se apunta a actividades de turismo para que la empresa mencionada diversifique su catálogo de productos; antes de poner en marcha los nuevos programas turísticos

2.1.2 Tipo de estudio

La investigación es de tipo cuantitativa, por lo que se aplicó la recolección de datos para definir la demanda. La técnica que se utilizó fue la encuesta validada por el

motivo de que la población y la extensión territorial de la provincia de Santa Elena, impide que se use otro tipo de herramientas metodológicas; más adelante se detalla el total de personas encuestadas mediante la fórmula de la muestra.

2.2 POBLACION Y MUESTRA

2.2.1 Población Objetiva

Para el presente estudio se utiliza datos del INEC, según el último censo realizado en el año 2010, para determinar la población objetiva en la provincia de Santa Elena que cuenta con 308.693 habitantes, localizada en la región Costa del Pacífico.

2.2.2 Muestra

La muestra de la población a estudiar para este proyecto es finita, para determinar el número de encuestas a realizar se utilizó la siguiente fórmula:

Simbología:

$N=308.693$

Z^2_{α} (Seguridad: 90%)

p (Proporción)= 5% (0,05)

d (Precisión)= 3%

$q= 1-p$ (1-0.05=0.95)

Fórmula aplicada:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{308.693 * 1,645^2 (0,05 * 0.95)}{0,03^2 * (308.693 - 1) + 1,645^2 (0,05 * 0.95)}$$

$$n = \frac{308.693 * 2,706(0,0475)}{0,0009 * 308.692 + 2,706(0,0475)}$$

$$n = 384$$

El resultado de la muestra es de 384

2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 Método de Recolección de Datos:

La encuesta es una técnica que ayuda a obtener los resultados de la demanda sobre la importancia de realizar actividades turísticas y se midió lo siguiente:

- ✓ Promedio de días a visitar en un lugar turístico.
- ✓ Preferencia de viaje
- ✓ Actividades a realizar.
- ✓ Región a visitar

El propósito de la encuesta fue averiguar cuáles son las preferencias a aquellos lugares a visitar, precios, duración del viaje y actividades turísticas al momento de organizar un viaje. También se buscó obtener información sobre el nivel de conocimiento que tenían las personas sobre la operadora TurisWil dentro o fuera de la provincia de Santa Elena. Finalmente se buscó identificar el nivel socioeconómico de los encuestados y la disponibilidad que tienen para desarrollar actividades turísticas dentro del país.

Las encuestas fueron realizadas en lugares donde existe mayor afluencia de personas en el Paseo shopping la Península, Malecón de la Libertad y el parque central de Santa Elena) los días 4 y 5 de Agosto del 2018.

2.3.2 Método de Investigación:

En las siete primeras preguntas se encuentran datos de interés general en donde el encuestado deberá responder, para su posterior análisis y sectorizar las preferencias

de los encuestados y obtener información relevante para diseñar la propuesta de este proyecto.

Se utilizó el método de observación descriptiva la cual recolecta información de manera independiente o conjunta del lugar donde se realizó la investigación con el fin de especificar las características y los perfiles más importantes de los habitantes de Santa Elena; además conocer el problema y así dar una solución. El método de observación se cumplió a través de la visita a la operadora TurisWil y sitios de más afluencia de turistas en la provincia de Santa Elena.

Desde la pregunta 8 a la 14 los encuestados facilitan datos sobre las preferencias al momento de realizar un viaje, lugares turísticos y duración del viaje; de esta manera la operadora `posee información al momento que oferte un nuevo producto que en la actualidad no conste en su catálogo turístico.

En las cuatro últimas preguntas se consulta a los participantes sobre los lugares que desean conocer mediante una operadora turística, además la comunidad brinda información vital sobre la operadora TurisWil, de esta manera se analizan los resultados obtenidos para ejecutar estrategias que ayuden al desempeño de la operadora

2.3.3 Método de Análisis de Datos

Una vez obtenida la información se realizó la tabulación en función de cada una de las preguntas con los datos de las tablas estadísticas. Luego se procedió a elaborar las representaciones gráficas en porcentajes para el análisis de la información.

2.3.4 Criterios de Rigor y Ética

Estos datos son verídicos porque cada participante estuvo presente al momento de realizar la encuesta, no se lo hizo de forma digital por que los datos pueden ser irreales, se los hizo con el consentimiento de los participantes en llenar dichas encuestas.

2.4. PRINCIPALES COMPETIDORES

Dentro de los principales competidores que ejercen la actividad como operadores turísticos dentro del Cantón Salinas es Carol Tour S.A., entre los servicios que brindan

a turistas nacionales y extranjeros son: tour por la ruta del Spondylus, avistamiento de ballenas, reservación de hoteles, pesca deportiva entre otras actividades que atraen a los turistas.

Otro operador turístico dentro del mismo cantón es Pesca Tour S.A., esta empresa ofrece servicios como: tours de pesca deportiva, alquiler de yates dentro del cantón Salinas, así como tours de avistamiento de ballenas entre los meses de junio y septiembre.

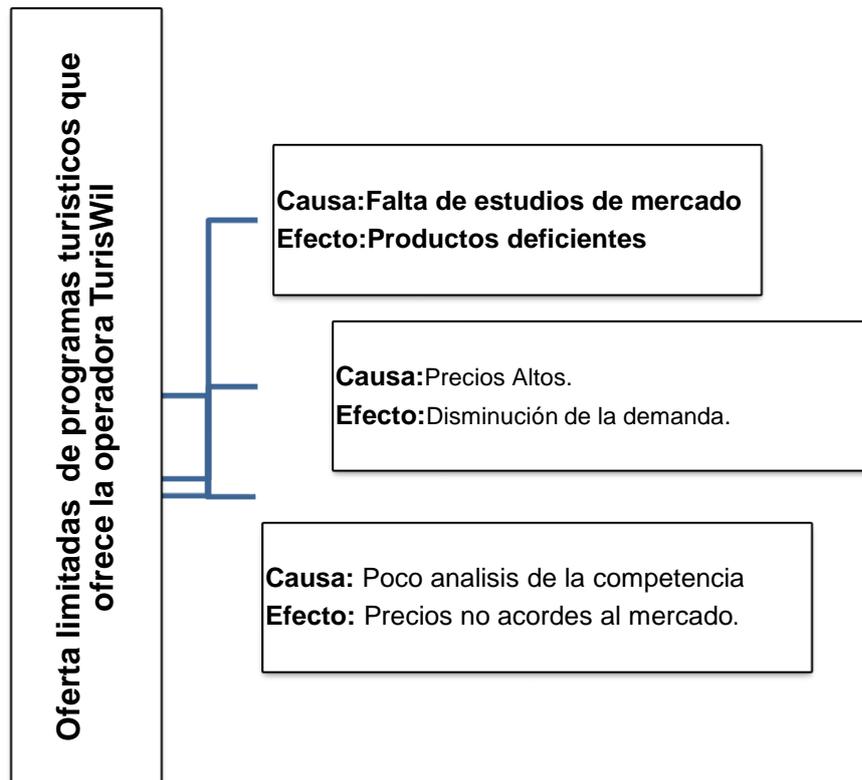
Finalmente, otra operadora turística que opera en Salinas es Piman Travel que ofrece a los turistas actividades similares a las descritas anteriormente, en total existen 7 operadores turísticos registrados por el Ministerio de Turismo y ofrecen tours dentro de toda la Península de Santa Elena. (TransPort, 2018) los precios están en promedio desde \$ 40 a \$60 por realizar tours a la ruta del sol

2.4.1 Mercado Objetivo

La mayoría de turistas que visitan este lugar del país aproximadamente son 20.000 personas que disfrutan del clima de la Costa Ecuatoriana en días de feriado nacional, la operadora está enfocada al mercado objetivo de grupos y familias que buscan escapar de la rutina que puede generar las grandes ciudades (González Villón, 2014).

2.5 Árbol de Problemas

La operadora turística TurisWil tiene poca diversificación de programas turísticos que ofrecer al mercado local y nacional; para lo cual se debe hacer un análisis de causas y efectos que producen esta situación a la empresa.



2.6 Análisis PESTLE

2.6.1 Análisis Político

- El Gobierno Nacional impulsa leyes que favorezcan al turismo, ya que es una de las principales actividades que favorecen a la economía del país, como el Plan Nacional de Buen Vivir 2017-2021. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)
- Se establece políticas turísticas, para considerarlo como objeto dinamizador del desarrollo de nuestro país, con la participación del sector público. (Ministerio del Turismo, 2017)

2.6.2 Análisis Económico

- En Ecuador el turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros, detrás del banano y del camarón, contribuyendo directamente con el 2,1% del PIB Nacional. (Ministerio de Turismo, 2017)
- El turismo interno en el 2016 se observó un decremento de 12,1% en relación al año 2015. (Ministerio de Turismo, 2017)

- El turismo es la mejor forma en que se puede captar una moneda extranjera, esto a su vez favorece a la balanza de pagos. (Banco Central del Ecuador, 2018)

2.6.3 Análisis Social

- La publicidad del país se incrementa a nivel mundial tanto en el sector turístico como en el sector social, el gobierno anterior creó una imagen de marca llamada: “Ecuador ama la vida”, que todavía se encuentra vigente a la fecha de presentación del proyecto. (Chavez, 2015, pág. 13)
- En la actualidad el turismo es uno de los proyectos de carácter especial para el Gobierno Nacional, de esta manera estimula la inversión productiva responsable, orientadas a mejorar la competitividad del colectivo turístico y de esta manera se convierte en una sociedad incluyente y responsable con el ambiente. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

2.6.4 Análisis Tecnológico

- Con los nuevos buscadores que facilitan al turista desde cualquier lugar del mundo para buscar un hotel o un paquete turístico solo a un clic de distancia sin necesidad que tenga inconveniente al que llegue al país, alrededor del 75% de viajeros planifican sus viajes por medios online. (Carrera Calderón, 2017)
- Las redes sociales se vuelven con el paso del tiempo en un canal muy importantes para promocionar cada lugar del territorio nacional, el 46% de los ecuatorianos tienen acceso a internet, y de ellos el 90% posee una red social. (DEL ALCAZAR PONCE, 2018)

2.6.5 Análisis Legal

- El Gobierno Local da seguridad jurídica según el Art. 82 de la Constitución de la República, a cada empresa que desee entrar en el mercado turístico. (García Falconí, 2013)
- Existen ventajas tributarias, con la exoneración de impuestos a la renta netamente al sector turístico como lo determina el Art. 9.1 de Codificación de

la Ley de Régimen Tributario Interno. (COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION, 2009)

2.6.6 Análisis Ecológico

- Muchas operadoras turísticas ofrecen el eco-turismo, ya que estos negocios tienen nuevas infraestructuras que son ecológicamente sustentables y con poca contaminación. (Vargas del Río, 2013)
- Ecuador es un lugar biodiverso en flora, fauna, clima, comida, etc., y esto hace que sea uno de los mejores destinos turísticos para los adultos mayores de otros lugares del planeta, el 3% de turistas de tercera edad también lo consideran a nuestro país como un lugar para poder disfrutar los últimos años de vida. (BANCHÓN VALLES & PEÑA SOLÍS, 2015)

CAPÍTULO 3

3.1 RESULTADOS y ANALISIS

Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 3.1 ¿Cuál es su género? (Elaborado por las autoras)

Género	# Personas	Porcentaje
Femenino	216	56%
Masculino	168	44%
Total muestra	384	100%

Análisis:

De los 384 encuestados, el 56% corresponde a mujeres, mientras que el 44% corresponde a hombres, lo que muestra que el mayor número de personas que respondieron la encuesta fueron mujeres.

Pregunta 2: ¿Cuál es la edad de los encuestados?

Tabla 3.2 ¿Cuál es la edad de los encuestados? (Elaborado por las autoras)

Edad	# de Personas	Porcentaje
18-34	162	42%
35-49	102	27%
50-64	96	25%
65 +	24	6%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Se aprecia en la tabla que el segmento más importante para el desarrollo del turismo se encuentra en el rango de 18 a 34 años con un 42%, le siguen personas de 35 a 49 años de edad con un 27 %, en menor proporción están las personas con

edades entre 50 y 64 años de edad 25%, mientras que los de mínima proporción 6% están las personas de 65 años en adelante.

Pregunta 3: ¿Cuál es su nivel de Estudio?

Tabla 3.3 ¿Cuál es su nivel de estudio? (Elaborado por las autoras)

Nivel de Estudio	# Personas	Porcentaje
Primaria	25	7%
Secundaria	178	46%
Tercer nivel	142	37%
Post Grado	39	10%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Se observa en los resultados de las encuestas cuentan con un nivel de estudio y que la mayor parte corresponde a estudios secundarios con un 46%, seguido de un 37% que han terminado el tercer nivel y el 10% solo tienen un Post Grado.

Pregunta 4: ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla 3.4 ¿Cuál es su lugar de procedencia? (Elaborado por las autoras)

Procedencia	# de Personas	Porcentaje
Libertad	90	23%
Salinas	140	37%
Santa Elena	154	40%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Las encuestas fueron realizadas en la provincia de Santa Elena y podemos observar en la tabla que los encuestados proceden de los siguientes cantones Santa Elena con un 40% Salinas 37% y La Libertad con 23%.

Pregunta 5: ¿Cuál es su situación laboral?

Tabla 3.5 ¿Cuál es su situación laboral? (Elaborado por las autoras)

Ocupación	# de Personas	Porcentaje
Ocupado	210	55%
Desempleado	29	7%
Jubilado	104	27%
Estudiante	35	9%
Otro	6	2%
Total muestra	384	100%

Análisis:

En esta tabla expuesta observamos que los ocupados tienen un 55%, 27% son jubilados y estudiantes 9%; con estos datos se analiza que los posibles clientes potenciales serían los ocupados.

Pregunta 6: ¿Cuál es la motivación de su visita a Santa Elena?

Tabla 3.6 ¿Cuál es la motivación de su visita a Santa Elena? (Elaborado por las autoras)

Motivo de su visita	# de Personas	Porcentaje
Ocio	97	25%
Negocio	115	30%
Religión	60	16%
Salud	76	20%
Visita amigos o familiares	36	9%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Podemos observar en la tabla que la motivación de visita de los encuestados a la provincia de Santa Elena es por negocio con un 30%, seguido de un 25% Ocio, 20% viajan por Salud, un 16% que viajan por Religión, y con un 9% su motivación es por visita a familia.

Pregunta 7: ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

Tabla 3.7 ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales? (Elaborado por las autoras)

Ingresos Promedio	# de Personas	Porcentaje
\$300 - \$400	183	48%
\$500 - \$600	186	22%
\$700 - \$800	79	21%
\$900 - \$1000	36	9%
Total muestra	384	100%

Análisis:

De acuerdo a la tabla podemos observar que de los 384 encuestados, el 48% expreso que tienen un ingreso de \$300 a \$400 mensuales, en cambio un 22% posee ingresos entre \$500 y \$600 mensuales, mientras que el 21% los ingresos mensuales fluctúan entre \$700 y \$800 mensuales y solo el 9% de los participantes reciben un sueldo mensual superior \$900 y \$1.000. La mayoría de personas reciben ingresos mensuales superior al salario básico unificado.

Pregunta 8: ¿Cuál es la forma en que organiza su viaje?

Tabla 3.8 ¿Cuál es la forma en que organiza un viaje? (Elaborado por las autoras)

Organización de viajes	# de Personas	Porcentaje
Agencia de viaje	91	24%
Lo prepara por su cuenta	293	76%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Según los resultados obtenidos de la encuesta la forma de organizar un viaje por cuenta propia abarca un 76% y el 24% acude a una agencia de viaje.

Pregunta 9: ¿Cuál es su fuente de información para elegir un sitio turístico?

Tabla 3.9 ¿Cuál es su fuente de información para elegir un sitio turístico? (Elaborado por las autoras)

Información	# de Personas	Porcentaje
Punto de información turística	54	14%
Hotel /Alojamiento	29	8%
Internet - Web	88	23%
Recomendaciones de Familiares	177	46%
Otros	36	9%
Total muestra	384	100%

Análisis:

La fuente de información para elegir un sitio turístico tiene un 46% de preferencia por las recomendaciones de familiares, un 23% a través de internet, el 14% mediante puntos de información turística, un 9% por otros medios, y un mínimo del 8% a través de un hotel.

Pregunta 10: ¿Cuántas operadoras turísticas conoce en la provincia de Santa Elena?

Tabla 3.10 ¿Cuántas operadoras turísticas conoce en la provincia de Santa Elena? (Elaborado por las autoras)

Operadoras que conoce	# de Personas	Porcentaje
Unas	78	20%
Dos	65	17%
Tres	39	10%
Ninguna	202	53%
Total muestra	384	100%

Análisis:

En relación al conocimiento de la operadora turística se observa en los datos que el 53% no conocen ninguna operadora turística en la provincia de Santa Elena, el 20% conoce solo una operadora, el 17% sabe de la existencia de dos operadoras y por último un 10% tiene conocimiento de tres operadoras dentro de la provincia.

Pregunta 11: ¿Con quién le gustaría realizar su viaje?

Tabla 3.11 ¿Con quién le gustaría realizar un viaje? (Elaborado por las autoras)

Compañía de viaje	# de Personas	Porcentaje
Solo	69	18%
Familia	125	33%
Amigos	146	38%
Otros	44	11%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Estos resultados indican que los habitantes de la provincia en un 38% llegan al lugar en compañía de amigos, un 33% prefieren realizar los viajes en familias, el 18% opta por viajar solo y un 11% lo realizan en grupos organizados.

Pregunta 3.12: ¿A qué región le gustaría viajar?

Tabla 3.12 Resultados de las encuestas (Elaborado por las autoras)

Región	# de Personas	Porcentaje
Costa del Pacífico	174	45%
Andes	95	25%
Amazonia	67	17%
Galápagos	48	13%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Existe un 45% de los participantes que seleccionó a la costa del Pacífico como región favorita a visitar, el 25% a la región Andes, 17% a la Amazonia y finalmente un 13% prefiere Galápagos.

Pregunta 13: Duración de la estadía en el sitio turístico seleccionado

Tabla 3.13 Duración de la estadía en el sitio turístico seleccionado (Elaborado por las autoras)

Información	# de Personas	Porcentaje
Menos un día	69	18%
1 día	173	45%
2 días	60	16%
3-5 días	39	10%
Mas 5 días	43	11%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Tomando en cuenta los datos obtenidos; la disponibilidad de tiempo de los encuestados en la provincia de Santa Elena para realizar turismo por un día es del 45%, seguido del 18% que se quedarían menos de un día, el 16% desea que su viaje sea de dos días, 11% expresó que más de cinco días y el 10% desearían una estadía de tres a cinco días.

Pregunta 14: ¿Cuál es el tipo de actividad de turismo que le gustaría realizar en su viaje?

Tabla 3.14 ¿Cuál es el tipo de actividad de turismo que le gustaría realizar en su viaje? (Elaborado por las autoras)

Actividad turística	# de Personas	Porcentaje
Turismo Deportivo	25	4%
Turismo Gastronómico	49	8%
Turismo Religioso	36	6%
Turismo Sostenible	43	7%
Turismo Comunitario	63	10%
Turismo Aventura	130	20%
Turismo Cultural	120	19%

Turismo Vivencial	44	7%
Turismo -Ecoturismo	46	7%
Turismo Naturaleza	76	12%
Total muestra	384	100%

Análisis:

En relación al tipo de turismo que prefieren los encuestados de la provincia es el turismo de aventura con el 20%, seguido del turismo cultural 19%, turismo de naturaleza 12% y el turismo comunitario es el de menor preferencia con el 10%.

Pregunta15: ¿Cuáles son los sitios o lugares que le gustaría visitar?

15Tabla 3.15 ¿Cuáles son los sitios o lugares que le gustaría visitar? (Elaborado por las autoras)

Costa del Pacífico		%	Andes.		%	Amazonia		%
Puerto López	163	43,94%	Quito	48	18,82%	Yasuní	48	16,90%
Naranjal	83	22,37%	Mindo	101	39,61%	Orellana	171	60,21%
Guayaquil	125	33,69%	Baños	39	15,29%	Napo	165	22,89%
			Otavalo	67	26,27%			
Muestra	371		Muestra	255		Muestra	284	

Análisis:

Las preferencias de los encuestados por región abarcan los siguientes resultados en la costa del Pacífico Puerto López 43,94%, Naranjal 22,37% y Guayaquil un 33,69%, como segunda región analizada es la de los Andes donde el mayor porcentaje de respuestas se refleja en la ciudad de Mindo con 39,61% y en tercer lugar la región de la Amazonia la ciudad con mayor número de respuestas es la ciudad Puerto Francisco de Orellana con 60,21%

Pregunta 16: Ud. Ha escuchado sobre la operadora de turismo TurisWil

Tabla 3.16 Ud. Ha escuchado sobre la operadora de turismo TurisWil (Elaborado por las autoras)

Operadora TurisWil	# de Personas	Porcentaje
Sí	136	35%
No	248	65%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Se observa que el 65% de los pobladores de la provincia de Santa Elena desconoce a la operadora TurisWil y el 35% si conocen de la operadora.

Pregunta 17: ¿Qué servicios ha utilizado de la operadora turística TurisWil?

17Tabla 3.17 ¿Qué servicios ha utilizado de la operadora turística TurisWil (Elaborado por las autoras)

Servicios prestados	# de Personas	Porcentaje
Transfer	78	53%
Avistamiento de Ballenas	45	31%
Deportes Acuáticos	13	9%
City Tour	10	7%
Total muestra	384	100%

Análisis:

En este análisis cambia la muestra debido a que en la pregunta anterior era innecesario seguir preguntando a personas que respondieron no, 136 encuestados dicen conocerla y usan sus servicios: 53% ha utilizado los servicios de transfer, el 31% ha solicitado los servicios de avistamiento de ballenas, un 9% servicios en deportes acuáticos y un 7 % en city tour.

Pregunta 18: ¿Cómo obtuvo información de la operadora turística TurisWil?

Tabla 3.18¿ Como obtuvo información de la operadora turística TurisWil (Elaborado por las autoras)

Información de TurisWil	# de Personas	Porcentaje
Internet	59	15%
Radio	0	0%
Recomendaciones de familias o amigos	242	63%
Redes Sociales	83	22%
Total muestra	384	100%

Análisis:

Finalizando la encuesta se observa que un 63% de las personas encuestadas tienen conocimiento de la operadora por recomendaciones de un familiar o un amigo, un 22% en redes sociales y 15% a través de sitios web en internet.

3.1.1 ANALISIS GENERAL

En esta sección se analizan las preguntas más importantes para la posterior elaboración de la propuesta; la región a visitar con mayor porcentaje es la costa del Pacífico, la duración del viaje a un tiempo menor de 24 horas, actividades a realizar son turismo de naturaleza, aventura y cultural; deben ser acompañados por familias o amigos; y por últimos los lugares turísticos son Guayaquil, Naranjal y Puerto López en base a estas preguntas se diseñan los nuevos programas turísticos que la operadora TurisWil podrá vender al mercado objetivo según las encuestas.

3.2 DISCUSION Y PROPUESTA

Como parte del proyecto se va a mostrar la propuesta que consiste en la creación de los diferentes programas turísticos, en el que se incluirá el itinerario explicando el recorrido a los diferentes lugares y actividades a realizar; durante la contratación de los servicios requeridos por el segmento según los resultados de las encuestas, como duración del viaje, nivel de ingresos, compañía del viaje, región, lugares de preferencia en un viaje y actividades a realizar en aquellos sitios turísticos estos puntos indicarán el perfil del cliente; además la lista de proveedores como transporte, box lunch y actividades, cálculo de costos y recomendaciones por parte de los operadores turísticos, presentación de los resultados considerados para la elaboración de la propuesta.

3.2.1 DESCRIPCION DE LOS PROGRAMAS TURISTICOS

La investigación determinó que los encuestados no quieren pernoctar, por lo que se ofrecen programas de un solo día. Estos programas consisten en excursiones divididas en tours, full day y city tour; que se pueden realizar en un tiempo menor a 24 horas. El estudio indica que los lugares preferidos se encuentran dentro de la Costa del Pacífico como Puerto López, Guayaquil y Naranjal y que los itinerarios deben de ofrecer actividades turísticas en relación a la aventura, naturaleza y cultura.

A continuación, el detalle de la organización de los programas con los respectivos proveedores:

Prototipo 1: City Tour a Guayaquil.

Este programa fue elaborado en base a los resultados de las encuestas, los lugares a visitar y las actividades a realizar; están relacionadas con el interés turístico cultural establecido por la demanda. Este programa turístico se lo realiza en la región costa del Pacífico.

Nombre del programa:	CITY TOUR GUAYAQUIL
Descripción del programa:	Visita a los lugares más significativos e importantes de Guayaquil donde conoceremos su historia, cultura gastronomía y más.
Ubicación:	La ciudad de Guayaquil está ubicada en la región litoral o costa de Ecuador, bordea al oeste con el Estero Salado y los cerros Azul y Blanco. <i>Fuente: Municipio de Guayaquil</i>
Lugares:	Descripción:
Parque Histórico de Guayaquil	Atractivos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zona de Vida Silvestre ✓ Zona de Tradiciones ✓ Zona Urbano-arquitectónica
El Parque Seminario también conocido como Parque Bolívar o Parque de las Iguanas	Atractivos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Iglesia la Catedral. ✓ Cascada Artificial. ✓ Monumento a Bolívar. ✓ El monumento de los jabalíes. ✓ La Glorieta o kiosco.
Malecón 2000	Atractivos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las letras Guayaquil. ✓ Cinema malecón. ✓ Safari Park. ✓ Museo Miniatura Guayaquil en la Historia. ✓ La Perla. ✓ Torre Morisca
Las Peñas	Atractivos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cerró Santa Ana. ✓ El Museo Naval Fortín del Cerro Santa Ana. ✓ Museo de la Música Popular Julio Jaramillo. ✓ Museo de la Cerveza. ✓ Museo de los Equipos del Astillero: Barcelona y Emelec.
Recomendaciones para la actividad:	Llevar ropa cómoda. Zapatos cómodos. Protector solar.

Itinerario

07:00 Punto de Salida desde Santa Elena

07:30 Box Lunch

09:30 Llegada a Guayaquil

10:00 Visita al centro histórico

13:00 Almuerzo libre

14:00 Parque Seminario o Parque de las Iguanas

15:00 Malecón 2000

16:00 Las Peñas

18:00 Retorno a Santa Elena.

Incluye	No Incluye
Transporte	Almuerzo
Box Lunch	Llamadas telefónicas
Entrada al Parque Histórico	Compra de artesanías
Entrada al Parque Seminario	Y lo que no esté especificado en el programa
Entrada al Malecón 2000	
Las peñas	

Proveedores

1) Transporte: el servicio de transporte será brindado por la misma operadora turística TurisWil, debido a que cuentan con un vehículo para ofrecer el servicio

2) Entrada al Parque Histórico: Valor por persona \$4.00

Prototipo 2: Tour de Aventura a Naranjal

Con los resultados obtenidos en las encuestas y observando el interés de la demanda en realizar turismo de aventura, se elabora un programa turístico en la cual sus actividades fueron diseñadas para satisfacer sus necesidades.

Nombre del programa:	TOUR DE AVENTURA NARANJAL
Descripción del programa:	Recreación en Naranjal, visita a las cascadas y a la comunidad Shuar donde se aprenderá la cultura y parte de la gastronomía del sector.
Ubicación:	Se localiza al sur de la región litoral del Ecuador, asentada en una extensa llanura, entre los ríos Chacaycu y Bucay. <i>Fuente: Municipio de Naranjal</i>
Lugares:	Descripción:
El Cerro de Hayas	Atractivos: <ul style="list-style-type: none">✓ Cascadas✓ Museo y Manifestaciones Culturales Actividades: <ul style="list-style-type: none">✓ Trekking✓ Rappel✓ Escalada
Recomendaciones para la actividad:	Llevar traje de baño y prendas adicionales Usar de preferencia pantalón largo debido a las caminatas, por los insectos de la zona. Usar calzado deportivo o botas de caucho. Llevar protector solar y repelente de insectos. Proteger a la naturaleza.

Itinerario

6:00 Concentración en Santa Elena

6:30 Salida hacia el cerro de Hayas

7:00 Box Lunch

9:30 Llegada al Cerro

10:00 Recorrido de las 7 cascadas del Cerro de Hayas

13:00 Almuerzo típico en la Comunidad 23 de Noviembre

14:00 Paseo a caballo por los alrededores de la Comunidad

17:30 Salida para Santa Elena

20:30 Fin de los servicios

Incluye	No Incluye
Transporte	Almuerzo
Box Lunch	
Entrada a las cascadas	
Entradas a la comunidad Shuar	
Actividad	

Proveedores

1) Transporte: el servicio de transporte será brindado por la misma operadora turística TurisWil, debido a que cuentan con un vehículo para ofrecer el servicio

2) Entrada a las cascadas: Valor por persona \$2.00

3) Entrada a la comunidad shuar: Valor por persona \$3.00

4) Actividades: Valor por persona \$5.00

Prototipo 3: Full day - Puerto López

Este programa se lo realizo con los resultados obtenidos en las encuestas y se elaboraron actividades en base a los gustos y preferencias.

Nombre del programa:	FULL DAY - PUERTO LOPEZ
Descripción del programa:	Este programa contiene: Turismo cultural observando las culturas como la Machalilla, Chorrera, Guangala y Bahía además atractivos turísticos playas y gastronomía.
Ubicación:	Puerto López se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, posee zonas protegidas, islas e islotes, bosques húmedos y se realizan los avistamientos de ballenas en épocas de junio a septiembre. <i>Fuente: GAD de Puerto López.</i>
Lugares:	Descripción:
Puerto López:	Atractivos: <ul style="list-style-type: none">✓ Avistamientos de Ballenas (Junio a Septiembre)✓ Laguna de Agua Sulfurosa✓ Parque Nacional Machalilla Actividades: <ul style="list-style-type: none">✓ Mirador Las Fragatas✓ Playa de los Frailes✓ Comunidad Agua Blanca✓ Museo Arqueológico de la comunidad de Agua Blanca
Recomendaciones para la actividad:	Llevar una funda plástica para regresar con sus desperdicios o ponerlos en los tachos de basura. No llevar bebidas alcohólicas ni realizar fogatas.

Itinerario

- 6:00 Punto de encuentro en el Malecón de Salinas
- 7:00 Salida en el transfer de TURISWIL a Puerto López
- 7:30 Box lunch
- 10:00 Llegada a Puerto López
- 10:30 Visita a la playa de los Frailes
- 11:30 Recorrido al Mirador de “Las Fragatas”
- 12.30 Almuerzo libre
- 13:30 Visita a la comunidad Agua Blanca
- 13:45 Entrada a la laguna de azufre
- 14:00 Actividades a realizar en el spa baños relajantes
- 15:30 Visita al museo ancestral de la comunidad
- 17:00 Regreso a Salinas
- 20:00 Fin de los servicios

Incluye	No Incluye
Transporte	Almuerzo
Box Lunch	Masaje de barro terapia
Acceso a lugares	Mascarilla de cuerpo entero
Entrada a museo	

Proveedores

- 1) Transporte: el servicio de transporte será brindado por la misma operadora turística TurisWil, debido a que cuentan con un vehículo para ofrecer el servicio.

2) Entrada a la comunidad: Valor por persona \$5.00

3) Entrada al museo: Valor por persona \$3.00

3.1 Análisis de las encuestas

Las preguntas mas primordiales para la realización de la propuesta están en tipo de region a visitar,

3.2 Análisis Financiero

Para la diversificación de la operadora turística es necesario tener en cuenta cada detalle de los costos y gastos que generarán cada uno de los programas; además se demostrara si el proyecto es viable, haciendo proyecciones durante los cinco primeros años

Tabla Cuadro de proyección de costos de los programas (Elaborado por las autoras)

FULL DAY PUERTO LOPEZ PAX 11			
SERVICIO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Bus 1 día	\$135.00	1	\$135.00
Box lunch	\$5.00	12	\$60.00
Entrada a comunidad	\$5.00	11	\$55.00
Entrada al museo	\$3.00	11	\$33.00
Parqueo	\$3.00	1	\$3.00
	SUBTOTAL		\$286.00
	IVA	12%	\$34.32
	TOTAL		\$320.32
	UTILIDAD	25%	\$80.08
	P.VENTA		\$400.40
	PRECIO X PAX		\$36.40

Tabla depreciación de activo – Elaborado por las autoras

AÑO	COSTO	V.R	V. DEPRECIABLE	VIDA UTIL	DP. ANUAL	DP. ACUMUL	SALDO
1	\$50,000	\$10,000	\$40,000	5	\$8,000	\$8,000	\$42,000
2	\$50,000	\$10,000	\$32,000	4	\$8,000	\$16,000	\$34,000
3	\$50,000	\$10,000	\$24,000	3	\$8,000	\$24,000	\$26,000
4	\$50,000	\$10,000	\$16,000	2	\$8,000	\$32,000	\$18,000
5	\$50,000	\$10,000	\$8,000	1	\$8,000	\$40,000	\$10,000

Sueldos

Los cálculos de los sueldos se realizan de acuerdo al cargo que ocupan en la operadora turística y los cuales contarán con todos los beneficios de ley.

Tabla Sueldos – Elaborado por las autoras

Cargo	Sueldo	N. de trab	Total sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto
Secretaria	\$385.00	1	\$385.00	\$385.00	\$386.00
Gerente	\$500.00	1	\$500.00	\$500.00	\$386.00

9.45%		12.15%	1%	
Aporte personal	Sueldos al año	Aporte patronal	Iece y Secap	Total seguridad social
\$36.38	\$1,068.99	\$46.78	\$3.85	\$1,044.12
\$47.25	\$1,273.00	\$60.75	\$5.00	\$1,356.00
\$2,341.99			\$2,400.12	

Proyección de Ingresos mensual

Para la proyección de ingresos de los programas turísticos se hizo un cálculo mensual y anual, el cálculo se lo realizó con 11 Pax; en cada programa con un promedio de venta de 7 programas turísticos al mes.

Tabla – Elaborado por las autoras

PROGRAMAS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Programa 1 F Puerto López	15%	25%	25%	25%	25%	15%	25%

Programa 2 City Tour Gye	25%	25%	25%	25%	15%	20%	20%
Programa 3 Tour Naranjal	20%	20%	20%	20%	15%	25%	15%

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
15%	25%	25%	20%	20%
15%	15%	15%	25%	25%
20%	20%	8%	20%	20%

Cantidad de ventas mensual

PROGRAMAS	Est. Venta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Programa 1 F Puerto López	2	1	2	2	2	2	1
Programa 2 City Tour Gye	2	2	2	2	2	1	2
Programa 3 Tour Naranjal	3	2	2	2	2	2	3
Total por mes	7	6	6	6	6	5	6

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
2	1	2	2	2	2	21
2	1	1	1	2	2	20
2	2	2	1	2	2	27
5	5	6	4	6	6	

Tabla Pronóstico de Ingresos mensual – Elaborado por las autoras

Proyección mensual en base 11 PAX

TASA DE INFLACION	-0.21%
-------------------	--------

PROGRAMAS	Enero			Febrero			Marzo			Abril			Mayo		
	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL
Programa 1 F Puerto López	1	\$400.40	\$480.48	2	\$400.40	\$800.80	2	\$400.40	\$800.80	2	\$400.40	\$800.80	2	\$400.40	\$800.80
Programa 2 City Tour Gye	2	\$317.80	\$635.60	2	\$317.80	\$635.60	2	\$317.80	\$635.60	2	\$317.80	\$635.60	1	\$317.80	\$381.36
Programa 3 Tour Naranjal	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$811.44
TOTAL			\$2,198.00			\$2,518.32			\$2,518.32			\$2,518.32			\$1,993.60

Junio			Julio			Agosto			Septiembre		
Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL
1	\$400.40	\$480.48	2	\$400.40	\$800.80	1	\$400.40	\$480.48	2	\$400.40	\$800.80
2	\$317.80	\$508.48	2	\$317.80	\$508.48	1	\$317.80	\$381.36	1	\$317.80	\$381.36
3	\$450.80	\$1,352.40	2	\$450.80	\$811.44	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$1,081.92
		\$2,341.36			\$2,120.72			\$1,943.76			\$2,264.08

Octubre			Noviembre			Diciembre		
Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL	Q	USD	TOTAL
2	\$400.40	\$800.80	2	\$400.40	\$640.64	2	\$400.40	\$640.64
1	\$317.80	\$381.36	2	\$317.80	\$635.60	2	\$317.80	\$635.60
1	\$450.80	\$432.77	2	\$450.80	\$1,081.92	2	\$450.80	\$1,081.92
		\$1,614.93			\$2,358.16			\$2,358.16

Tabla Proyección a 5 años en base 11 PAX – Elaborado por las autoras

TASA DE INFLACION	-0.21%
	AÑO 2 AÑO3 AÑO 4 AÑO 5
PORCENTAJE EN CANTIDAD DE AUMENTO DE VENTAS	4% 5% 6% 8%

PROGRAMAS	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	USD	TOTAL												
Programa 1 F Puerto López	21	\$400.40	\$8,328.32	22	\$399.56	\$8,643.26	23	\$398.72	\$9,056.37	24	\$397.88	\$9,579.59	26	\$397.05	\$10,324.23
Programa 2 City Tour Gye	20	\$317.80	\$6,356.00	21	\$317.13	\$6,596.36	22	\$316.47	\$6,911.63	23	\$315.80	\$7,310.94	25	\$315.14	\$7,879.24
Programa 3 Tour Naranjal	27	\$450.80	\$12,063.41	28	\$449.85	\$12,519.60	29	\$448.91	\$13,117.97	31	\$447.97	\$13,875.85	33	\$447.03	\$14,954.45
TOTAL			\$26,747.73			\$27,759.22			\$29,085.97			\$30,766.38			\$33,157.92

INGRESOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL	\$26,747.73	\$27,759.22	\$29,085.97	\$30,766.38	\$33,157.92

Tabla Proyección de Costos - Elaborado por las autoras

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			COSTOS VARIABLES			
Transporte		\$8,582.80	\$8,564.78	\$8,546.79	\$8,528.84	\$8,510.93
Programa 1	\$2,704.00					
Programa 2	\$2,400.00					
Programa 3	\$3,478.80					
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$8,582.80	\$8,564.78	\$8,546.79	\$8,528.84	\$8,510.93
			COSTOS FIJOS			
Servicios básicos		\$400.00	\$399.16	\$398.32	\$397.49	\$396.65
Internet		\$100.00	\$99.79	\$99.58	\$99.37	\$99.16
Seguridad social		\$2,400.12	\$2,395.08	\$2,390.05	\$2,385.03	\$2,380.02
Sueldos y salarios		\$2,341.99	\$2,337.07	\$2,332.16	\$2,327.27	\$2,322.38
Permisos y licencia		\$100.00	\$99.79	\$99.58	\$99.37	\$99.16
TOTAL COSTOS FIJOS		\$5,342.11	\$5,330.89	\$5,319.70	\$5,308.53	\$5,297.38
TOTAL CV + CF		\$13,924.91	\$13,895.67	\$13,866.49	\$13,837.37	\$13,808.31

Pérdidas y ganancias

Calculando ya los valores de los ingresos, costos y gastos que la operadora turística ha obtenido se realiza un estado de resultados el cual muestra la situación económica durante un periodo determinado.

Tabla Proyección de pérdidas y ganancias - Elaborado por las autoras

	Conceptos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos Operacionales	\$26,747.73	\$27,759.22	\$29,085.97	\$30,766.38	\$33,157.92
	Costos Variables	\$8,582.80	\$8,564.78	\$8,546.79	\$8,528.84	\$8,510.93
	Margen de Contribución	\$18,164.93	\$19,194.44	\$20,539.18	\$22,237.54	\$24,646.99
	Gastos Fijos	\$5,342.11	\$5,330.89	\$5,319.70	\$5,308.53	\$5,297.38
	Beneficio antes de Participación de empleados	\$12,822.82	\$13,863.55	\$15,219.49	\$16,929.02	\$19,349.61
15%	Participación de empleados 15%	\$1,923.42	\$2,079.53	\$2,282.92	\$2,539.35	\$2,902.44
	Beneficio antes de impuesto o Base Imponible	\$10,899.40	\$11,784.02	\$12,936.56	\$14,389.67	\$16,447.17
22%	Impuesto (IR 22%)	\$2,397.87	\$2,592.48	\$2,846.04	\$3,165.73	\$3,618.38
	Beneficio después de Impuesto o Beneficio Neto	\$8,501.53	\$9,191.54	\$10,090.52	\$11,223.94	\$12,828.79

Tabla Flujo de caja - Elaborado por las autoras

Detalle	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		\$8,501.53	\$9,191.54	\$10,090.52	\$11,223.94	\$12,828.79
Inversión Inicial	\$50,000.00					
Reinversión						
Depreciación		\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000	\$8,000
Saldo de Caja	-\$50,000.00	\$16,501.53	\$17,191.54	\$18,090.52	\$19,223.94	\$20,828.79

Análisis:

El flujo de caja ayuda a analizar la evaluación financiera del proyecto, ya que nos muestra lo que genera y también será de guía para calcular el VAN, así como, también el TIR.

Tabla Punto de Equilibrio - Elaborado por las autoras

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$26,747.73	\$27,759.22	\$29,085.97	\$30,766.38	\$33,157.92
Costos Variables	\$8,582.80	\$8,564.78	\$8,546.79	\$8,528.84	\$8,510.93
Gastos Fijos	\$5,342.11	\$5,330.89	\$5,319.70	\$5,308.53	\$5,297.38
Costos y Gastos Totales	\$13,924.91	\$13,895.67	\$13,866.49	\$13,837.37	\$13,808.31
Beneficio	\$12,822.82	\$13,863.55	\$15,219.49	\$16,929.02	\$19,349.61
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$7,866.22				

Tabla TIR VAN - Elaborado por las autoras

VAN		\$68,072.36
TIR		23%

Análisis:

Según estos indicadores financieros que son el TIR y el VAN indican que el proyecto es viable.

Para la elaboración de los nuevos programas turísticos a los diferentes lugares seleccionados por la futura demanda, los prototipos fueron presentados al Gerente de la operadora TurisWil, debido al promedio que existe entre el sector de operadores de la provincia; se considera que cada programa tendrá una ganancia del 25% más el 12% IVA para precio final de venta a la agencia de viaje y a los posibles clientes que requieran los servicios de programas turísticos a través de la o

CAPÍTULO 4

4.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.1 Conclusiones

Al inicio del proyecto se determinó que la operadora TurisWil contaba con un catálogo limitado de programas turísticos para ofrecer a visitantes locales y nacionales, siendo el servicios de transfer lo más solicitado en esta empresa, entonces el objetivo de este proyecto es diseñar programas turísticos de acuerdo a las preferencias de los segmentos de mercado identificados para la diversificación de la operadora, a través de un estudio de mercado para saber cuáles son los lugares, actividades, tiempo de permanencia al momento de contratar los servicios de un programa turístico mediante la operadora TurisWil, donde el personal estará e (Reascos López & Reasco Lopez, 2010)n capacidad de operar estos viajes según las necesidades de los visitantes

La investigación detectó que la operadora TurisWil no está posicionada en el mercado, es decir existe más del 79% de personas que no los reconocen y menos las actividades que realizan como operadora turística dentro de la provincia de Santa Elena. Esto indica que se debe trabajar en los canales de distribución y ofrecer diferentes servicios en la parte de intermediación turística, realizando programas turísticos según las necesidades de los clientes

Para que el proyecto se lleve a cabo es necesario seguir los procesos para realizar una ordenada intermediación y de esta manera elaborar los diferentes programas turísticos y diversificarlos de una mejor manera para venderlos al público, y así se pueda alcanzar una venta mayor a la establecida actualmente y ser reconocidos como operadores turísticos de la provincia.

La investigación determinó que los encuestados no quieren pernoctar, por lo que se ofrecen programas de un solo día. Estos programas consisten en excursiones divididas en tours, full day y city tour; que se pueden realizar en un tiempo menor a 24 horas. El estudio indica que los lugares preferidos se encuentran dentro de la Costa del Pacifico

como Puerto López, Guayaquil y Naranjal y que los itinerarios deben de ofrecer actividades turísticas en relación a la aventura, naturaleza y cultura.

4.1.2 Recomendaciones

Es necesario que la operadora realice alianzas estratégicas con las agencias de viaje para vender los diferentes programas turísticos elaborados en el presente proyecto.

Realizar la contratación del personal especializado en el área de Turismo para una mejor dirección en la actividad turística de la operadora.

Crear el departamento de marketing para que el personal vigente, pueda ampliar la difusión de las actividades que realizan contratando a la operadora TurisWil, estas pueden ser por anuncios contratado en redes sociales o desarrollando una aplicación para los dispositivos móviles.

Agregar rutas convenientes a regiones como los Andes y Amazonia del Ecuador mediante viajes combinados y programas especializados.

Como punto final contar con personal que conozca máximos tres idiomas y de esta manera el turista tenga extranjero tenga una mejor comunicación e información de los servicios que ofrece la operadora.

Bibliografía

- BANCHÓN VALLES, K., & PEÑA SOLÍS, M. (Noviembre de 2015). *Una agencia de turismo para personas de la*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11338/1/TESIS%20VIAJES%20DORADOS.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2018). *Boletines de Prensa*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Carrera Calderón, F. (Octubre de 2017). *Impacto de Internet en el sector Turístico*. Obtenido de <http://186.46.158.26/ojs/index.php/EPISTEME/article/viewFile/828/326>
- Chan, N. (Julio de 2015). *¿Qué es un paquete turístico y cómo se clasifica?* Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/paquete-turistico/>
- Chavez, C. (2015). *LA INSTITUCIONALIDAD DE LA IMAGEN PAIS EN EL ECUADOR*. Quito: INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES.
- COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION. (Diciembre de 2009). *CODIFICACION DE LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec051es.pdf>
- Comunidad de Madrid. (Febrero de 2016). *ConsuMadrid*. Obtenido de http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=FRAME_Contentido_FA&childpagename=PortalConsumidor%2FFRAME_Contentido_FA%2FPTCS_contenidoGenerico&cid=1343066039364&p=1343064183199&packedargs=language%3De
- CONAFIPS. (2015). *Economía y Finanzas Populares y Solidarias para el buen vivir en Ecuador*. Obtenido de https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Libro_CONAFIPS.pdf
- DEL ALCAZAR PONCE, J. (Mayo de 2018). *Ranking Redes Sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- García Falconí, J. (Mayo de 2013). *DERECHO CONSTITUCIONAL A LA SEGURIDAD JURIDICA*. Obtenido de <https://derechoecuador.com/derecho-constitucional-a-la-seguridad-juridica>
- González Villón, S. (Noviembre de 2014). *ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7781/1/ANALISIS%20DEL%20COMPORTAMIENTO%20DE%20LA%20DEMANDA-STEFANNY%20GONZALEZ%20VILLON.pdf>
- Mamani Villasante, W. (Noviembre de 2016). *Asesores de Turismo Perú*. Obtenido de <https://asesorenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Medina Villacrés, J. (Enero de 2018). *EL ECOTURISMO EN ECUADOR: ACTUALIDAD Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/ecoturismo-ecuador.html>

- Ministerio de Turismo. (Octubre de 2014). *Destino Ecuador es promocionado a tour operadores*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/destino-ecuador-es-promocionado-a-tour-operadores-alemanes/>
- Ministerio de Turismo. (Enero de 2017). *Noticias*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Ministerio del Turismo. (Mayo de 2017). *POLITICA DE-TURISMO DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/a.-2017.-POLITICA-DE-TURISMO-DEL-ECUADOR.pdf>
- Navarro, J. (Enero de 2017). *All Inclusive, Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/negocios/all-inclusive.php>
- Organización Mundial del Turismo. (Septiembre de 2011). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (Enero de 2017). *El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos*. Obtenido de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_20170126.pdf
- Pozos Salinas, J. (Junio de 2011). *Comparacion de la oferta Turistica*. Obtenido de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
- Reascos López, G. A., & Reasco Lopez, G. (2010).
- Sáez López, P. (Enero de 2015). *Plan de negocio para una agencia de viajes*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/46749/TFC%20Patricia%20S%C3%A1ez%20L%C3%B3pez.pdf?sequence=1>
- Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (Enero de 2013). *Transformacion de la Matriz Productiva*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Sotomayor Mero, T. (Octubre de 2011). *DESARROLLO LOCAL Y TURISMO*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2586/1/Sotomayor%20Mero%20Tania%20Karina.pdf>
- Vargas del Río, D. (Junio de 2013). *Ecoturismo comunitario y conservación ambiental*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572013000100002
- Vogeler Ruiz, C., & Hernández Armand, E. (Marzo de 2013). *El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Obtenido de <https://www.poraqui.net/glosario/forfait>

ANEXOS

TABLA DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

ANEXO

Modelo de encuestas realizados a la población de Santa Elena

ENCUESTAS

El objetivo de la presente encuesta es reconocer la disponibilidad del viaje de la demanda potencial y el reconocimiento de la operadora TurisWil

- 1) Género: Femenino Masculino
- 2) Edad: 18-34 35-49 50-64 65+
- 3) Nivel de estudio: Primaria Secundaria Tercer Nivel
Postgrado
- 4) ¿Cuál es su lugar de procedencia? _____
- 5) ¿Cuál es su situación laboral?
- Ocupado
- Desempleado
- Jubilado
- Estudiante
-

Otro

6) Indique cual es la motivación de su visita en la provincia de Santa Elena.

Ocio

Negocio

Religión

Salud

Visita amigos o familiares

7) Nivel de ingreso promedio

8) ¿Cuál es la forma en la que organiza su viaje?

_____ Acude a una agencia de viaje

_____ Organiza el viaje por cuenta propia

9) Indique cuál es su principal fuente de información para elegir un sitio turístico.

_____ Punto de Información turística

_____ Hotel / alojamiento

_____ Internet-web

_____ Recomendación de familiares.

_____ Otros y especifique.

10) ¿Cuántas operadoras turísticas conoce en la provincia de Santa Elena?

_____ Una

_____ Dos

_____ Tres

_____ Ninguna

11) ¿Con quién Ud. viaja?

_____ Solo

_____ Con familia

_____ Con amigos

_____ Otros.

12) ¿A qué región le gustaría viajar?

Costa del Pacífico	
Andes	
Amazonia	
Galápagos	

13) Duración de la estadía en el sitio turístico seleccionado

- _____ - 1 día
- _____ 1 día
- _____ 2 días
- _____ 3-5 días
- _____ + 5 días

14) Seleccione el tipo de actividades de turismo que le gustaría realizar en su viaje

- _____ Turismo Deportivo
- _____ Turismo Gastronómico
- _____ Turismo Religioso
- _____ Turismo Sostenible
- _____ Turismo Comunitario
- _____ Turismo Aventura
- _____ Turismo Cultural.
- _____ Turismo Vivencial
- _____ Turismo Ecoturismo
- _____ Turismo Naturaleza

15) Sugiera sitios o lugares que le gustaría visitar para realizar su viaje

Costa del Pacífico

Andes

Amazonia

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

16) Ud. ha escuchado sobre la operadora de turismo TurisWil

SÍ

NO

17) ¿Qué servicios ha utilizado de la operadora turística TurisWil?

18) ¿Cómo obtuvo la información de la operadora turística TurisWil?

___ Internet

___ Radio

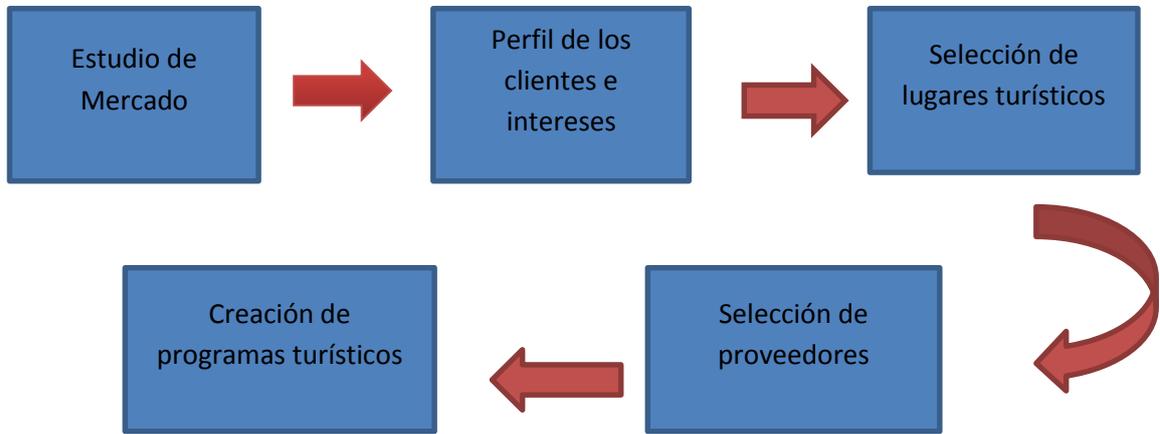
___ Recomendaciones de familiares o amigos

___ Redes sociales

___ Otros

ANEXO

Procesos para realizar un Programa Turístico



ANEXO Gráficos de las encuestas

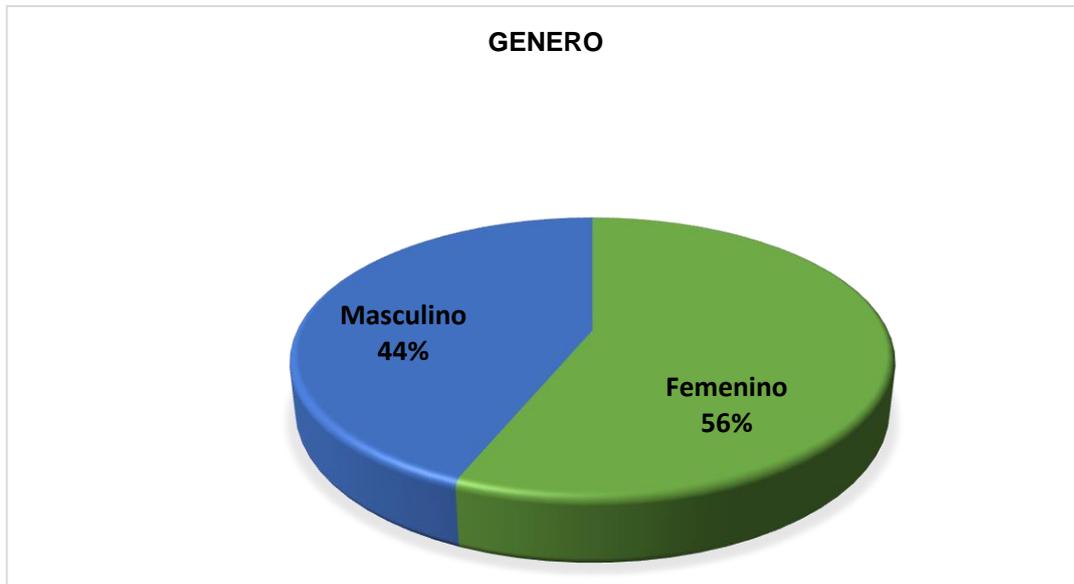


Figura 3.1 ¿Cuál es su género?

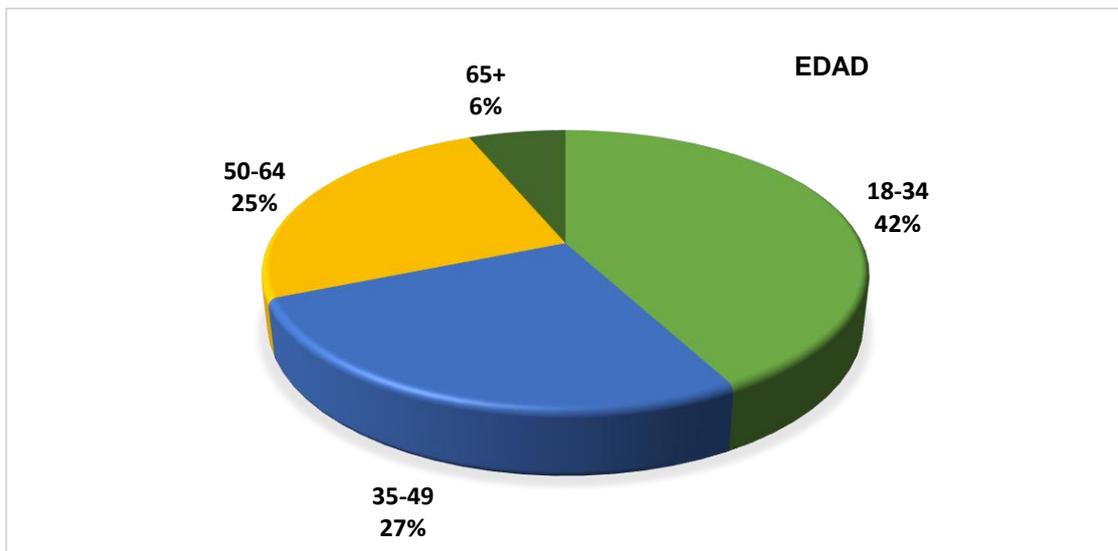


Figura 3.2 ¿Cuál es la edad de los encuestados?

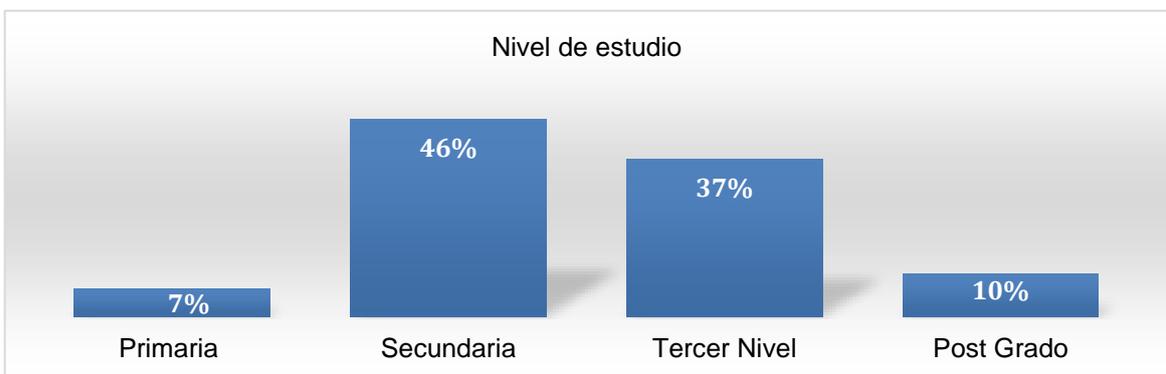


Figura 3.3 ¿Cuál es su nivel de estudio?

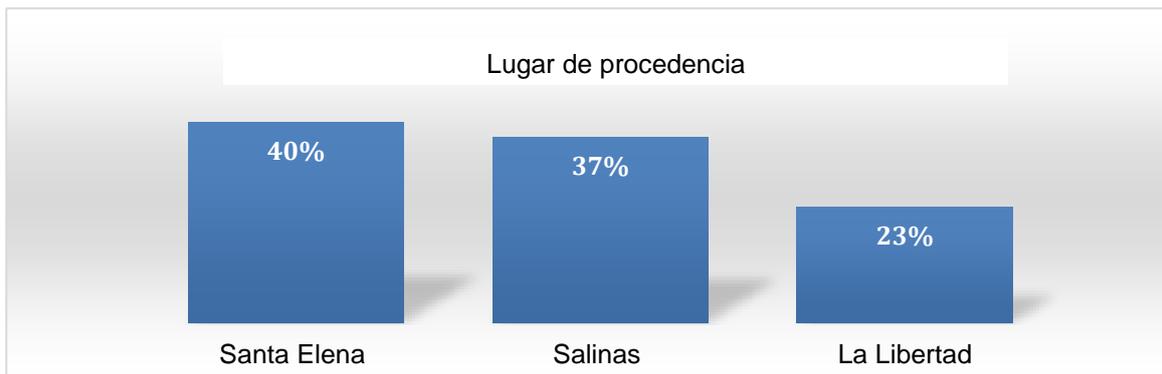


Figura 3.4 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

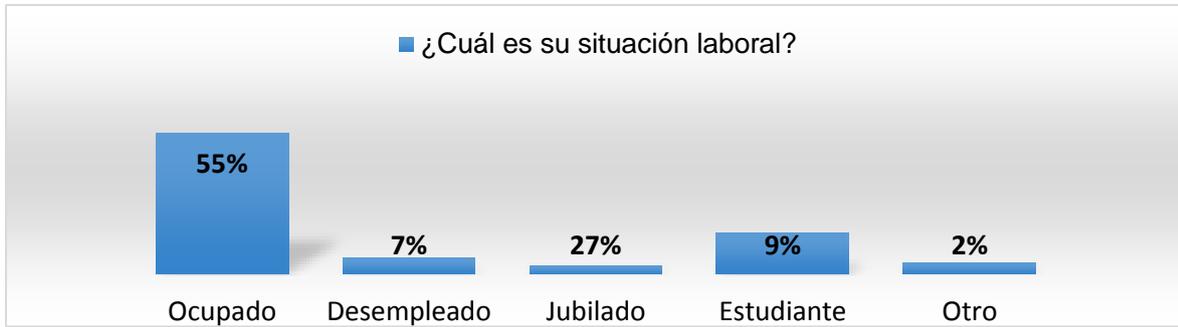


Figura 3.5 ¿Cuál es su situación laboral?

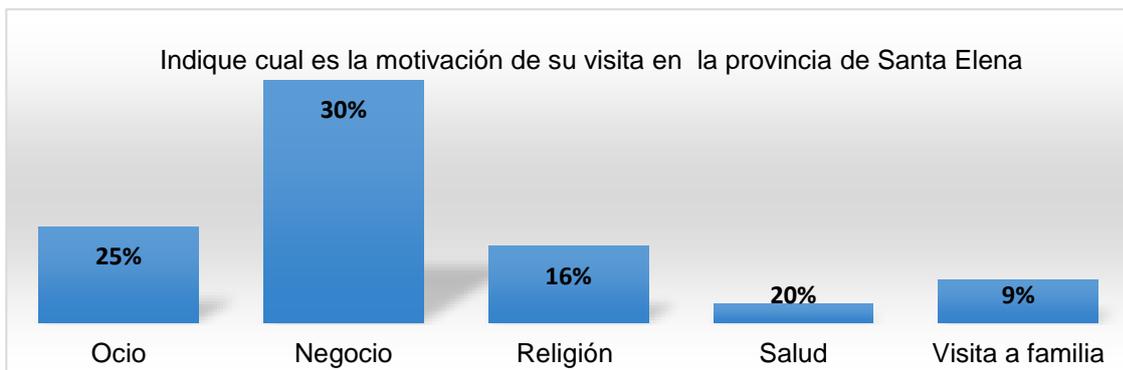


Figura 3.6 ¿Cuál es la motivación de su visita a Santa Elena?



Figura 3.7 ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

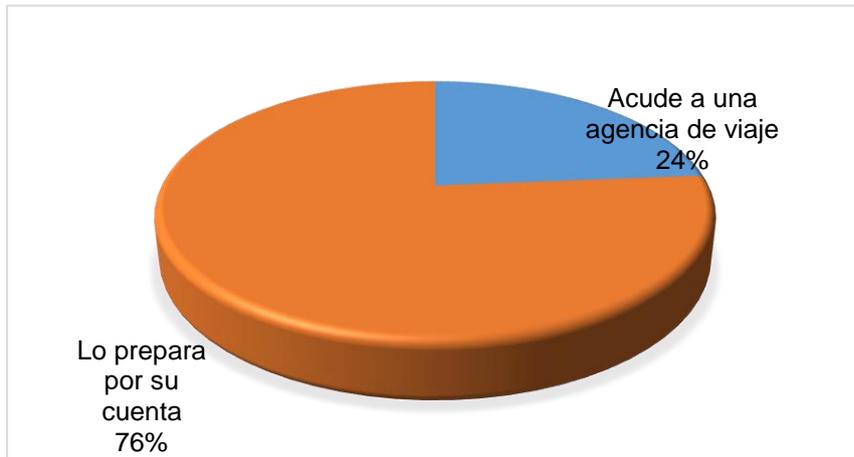


Figura 3.8 ¿Cuál es la forma en que organiza su viaje?

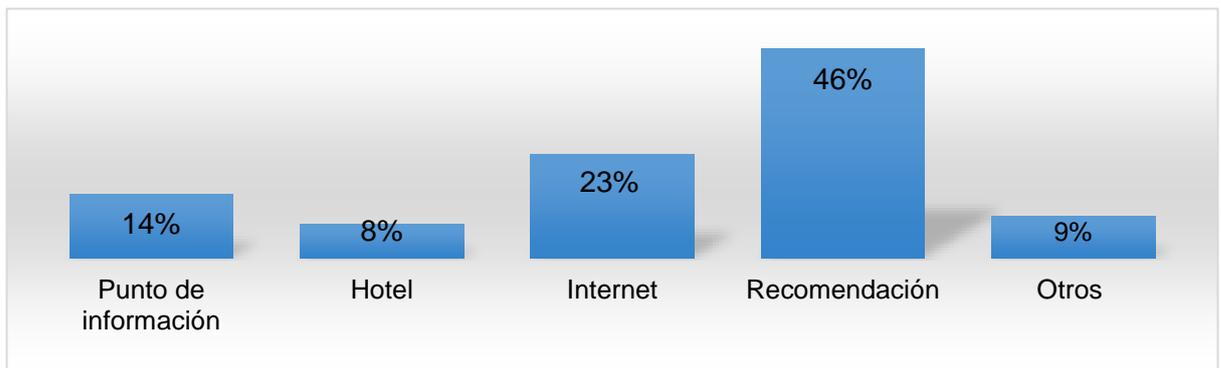


Figura 3.9 ¿Cuál es su fuente de información para elegir un sitio turístico?

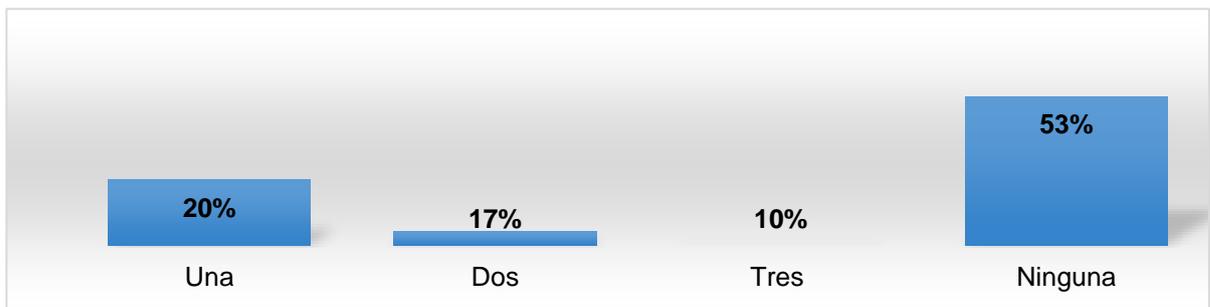


Figura 3.10 ¿Cuántas operadoras turísticas conoce en la provincia de Santa Elena?

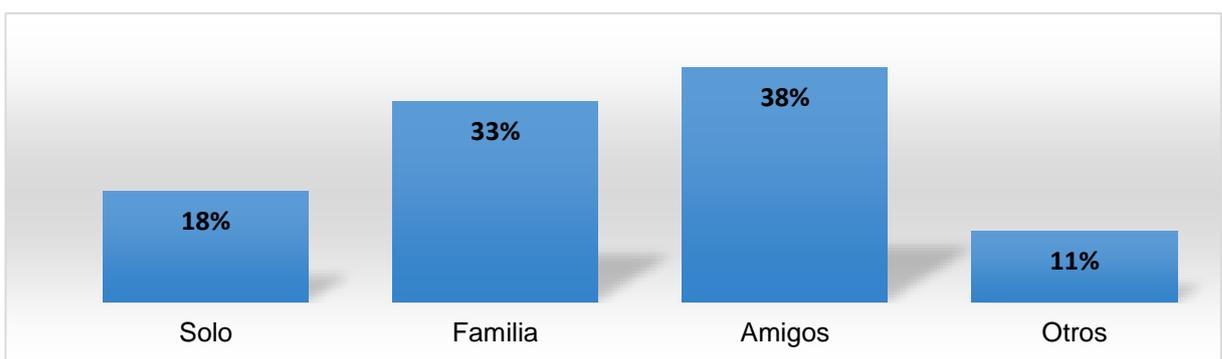


Figura 3.11 ¿Con quién le gustaría realizar su viaje?

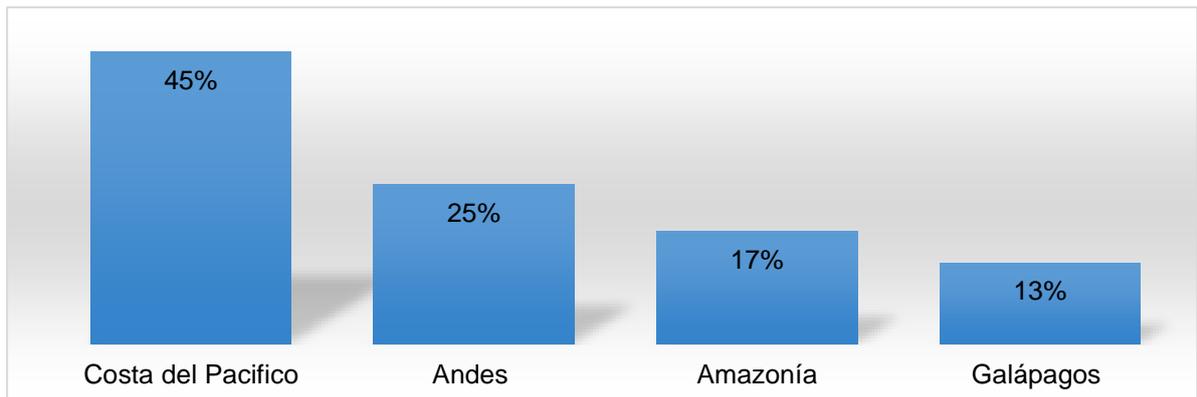


Figura 3.12 ¿A qué región le gustaría viajar?

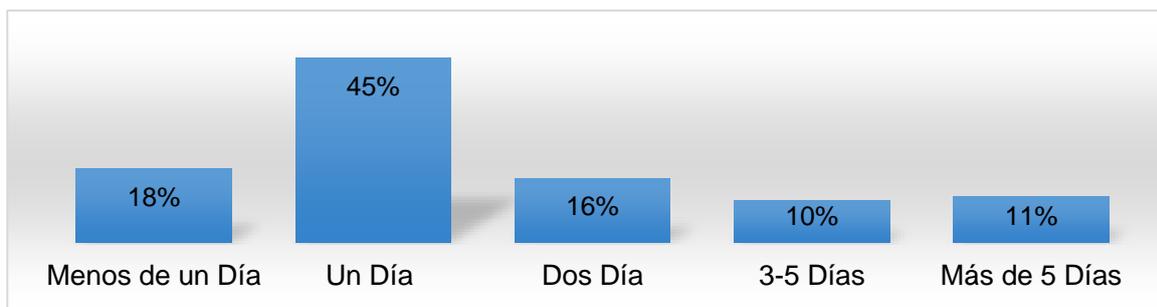


Figura 3.13 Duración de la estadía en el sitio turístico seleccionado

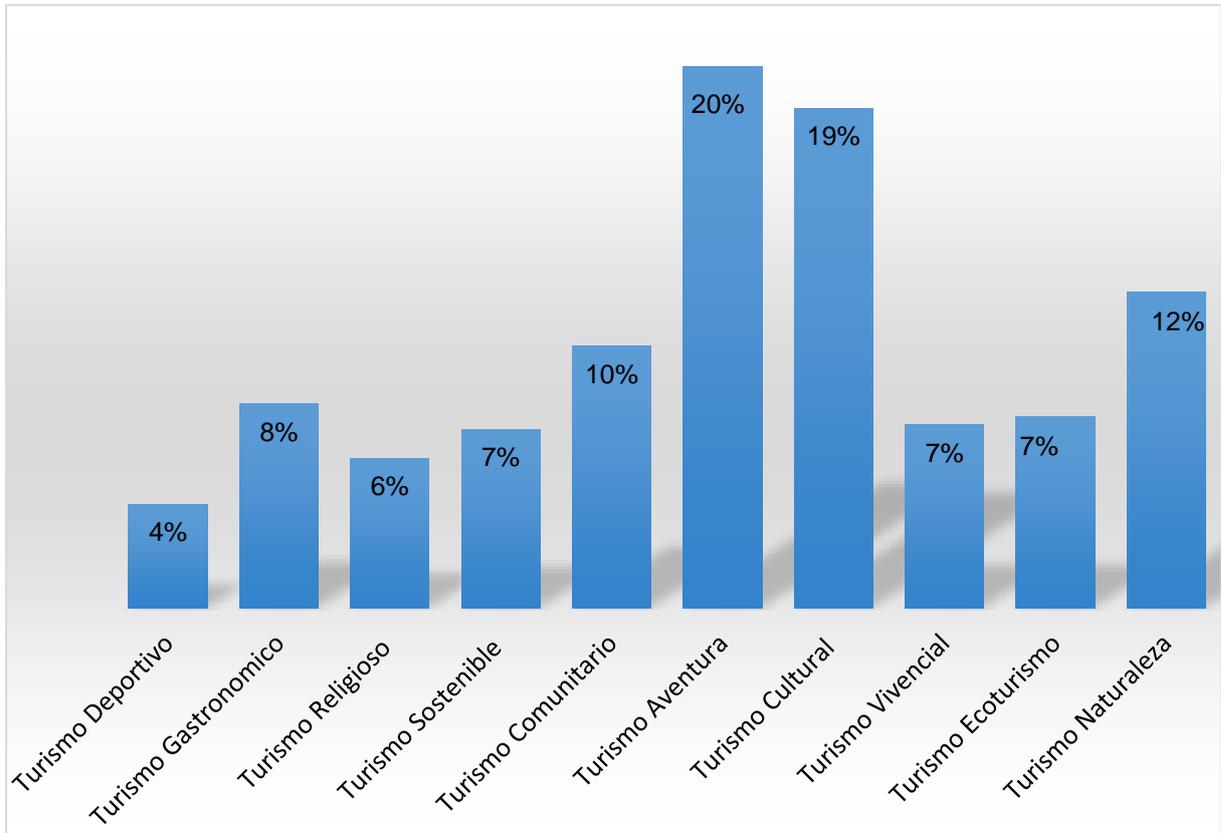


Figura 3.14 ¿Cuál es el tipo de actividad de turismo que le gustaría realizar en su viaje?

Costa del Pacifico		%	Andes.		Amazonia		
Puerto López	163	43,94%	Quito	48	Yasuní	48	
Naranjal	83	22,37%	Mindo	101	Orellana	171	
Guayaquil	125	33,69%	Baños	39	Napo	165	
			Otavallo	67			
Muestra	371		Muestra	255	Muestra	284	

Figura 3.15 ¿Cuáles son los sitios o lugares que le gustaría visitar?

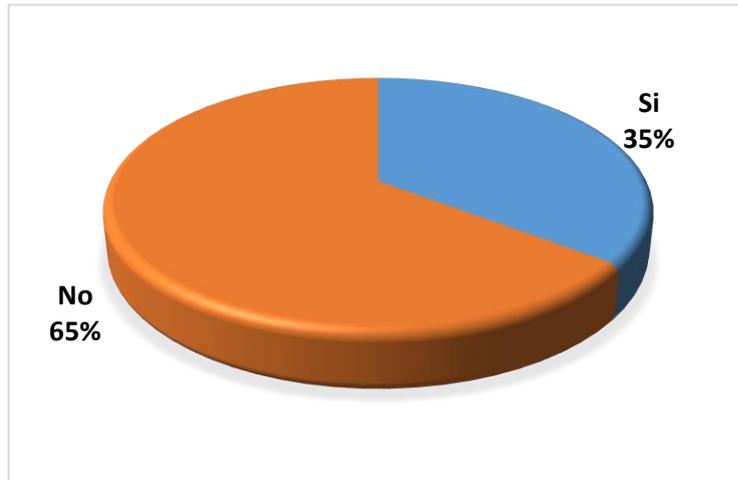


Figura 3.16 Ud. Ha escuchado sobre la operadora de turismo TurisWil

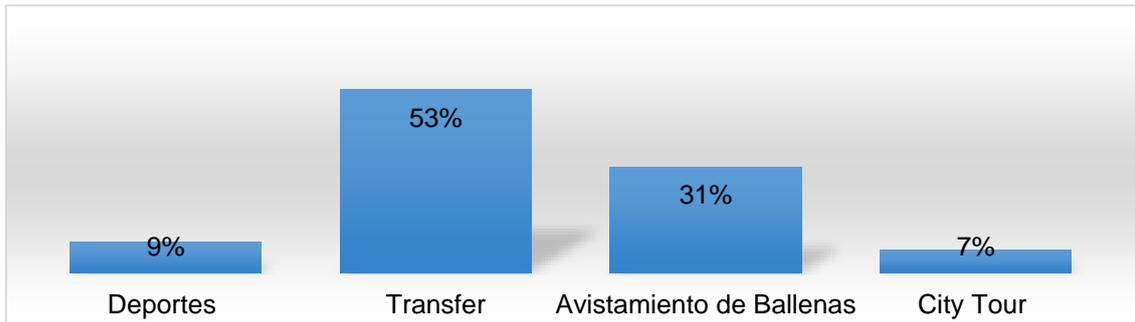


Figura 3.17 ¿Qué servicios ha utilizado de la operadora turística TurisWil?

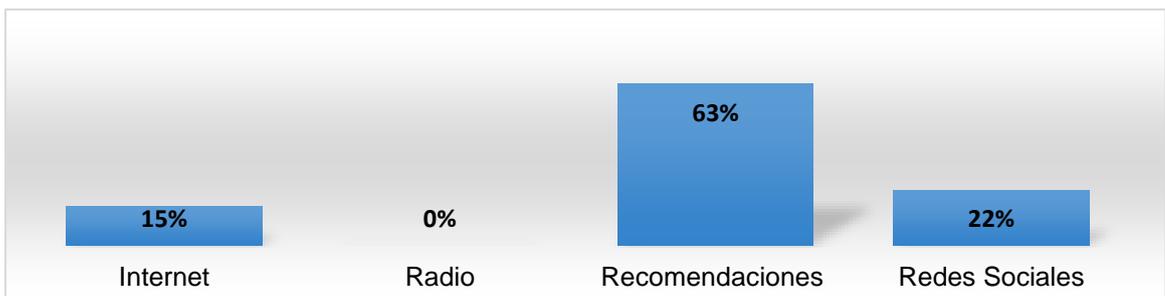


Figura 3.18 ¿Cómo obtuvo información de la operadora turística TurisWil?

ANEXO 2

PROFORMA DE TRANSPORTE OPERADORA TURISWIL

Guayaquil, 10 de Agosto del 2018

Sra. Elizabeth Macharé

Ciudad. -

Por medio de la presente pongo a consideración la siguiente proforma a lugares como Guayaquil, Naranjal y Puerto López

Ruta	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Santa Elena - Guayaquil	1	\$120	\$120
Total			\$120

Ruta	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Salinas - Puerto López	1	\$135	\$135
Total			\$135

Ruta	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Santa Elena - Naranjal	1	\$160	\$160
Total			\$160

Características de la Unidad:

Un día de transporte Full Equipo, tipo de vehículo Hyundai Vans (a/c, asientos reclinables, capacidad 12 personas). Particular que pongo a conocimiento para los fines consiguientes.

Atentamente,

Wilson de la Cruz
PROPIETARIO
Celular: 0994766903
ANEXO N

RÚBRICA DE PROPUESTA FINAL DE MATERIA INTEGRADORA TURISMO

Nombre del proyecto: Proyecto para la especialización de la oferta de paquetes turísticos para la Operador Turiswil
 Integrantes: Sary Suárez y Elizabeth Pachare Fecha de presentación:
 Nombre del evaluador: Adriana De La Cruz, Administradora Institución:
 Tipo de usuar Empresa Operadora Comunidad Turiswil Usuario final: Otro:

Instrucciones: Indicar con una X el nivel de ACUERDO con cada uno de los tres criterios listados a continuación:

CRITERIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
La propuesta es entendible y responde a las necesidades de mi empresa o institución.					X
La resultados de la propuesta se basan en el aporte de usuarios (grupos de interés) y en el análisis de datos relevantes para el proyecto .					X
La propuesta es factible y consideraría implementarla.					X
La propuesta es innovadora.				X	
La implementación de la propuesta aportaría a la sociedad.					X

