



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
SEDE ESMERALDAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE DISERTACIÓN DE GRADO**

**TEMA:**

**“CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE  
ESMERALDAS QUE OFERTE PAQUETES COMERCIALES CON CONEXIÓN  
NACIONAL E INTERNACIONAL”**

**PROYECTO DE GRADO:**

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE TÍTULO DE INGENIERÍA EN  
COMERCIO EXTERIOR**

**AUTOR:**

**KATHERINE ELIZABETH SALGUERO ÁVILA**

**DIRECTOR DE DISERTACIÓN:**

**ING. JESUS GÓMEZ**

**ESMERALDAS - ECUADOR**

**ENERO 2012**

Disertación aprobada luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del Título de **INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR.**



**DIRECTOR DE DISERTACIÓN**



**LECTOR 1**



**LECTOR 2**

**DIRECTOR DE ESCUELA**

**DIRECTOR DE TESIS**

**Fecha:** \_\_\_\_\_

## **AUTORÍA**

Yo Katherine Elizabeth Salguero Ávila declaro que la presente investigación enmarcada en el actual informe de proyecto es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

**Katherine Elizabeth Salguero Ávila**

**C.I.: 080304567-3**

**Autora**

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de vivir, de tener salud y sabiduría para llegar a la meta propuesta.

A mi familia por ser los mediadores de transmitir los valores y conocimientos necesarios de la vida.

A todos y cada una de las personas involucradas quienes han estado a mi lado como testigo y apoyo en este caminar.

## **DEDICATORIA**

Con amor incondicional a mis padres, hermanos por el apoyo brindado y la confianza depositada en mí y a mi querida hija, Emily Valentina, principal motivación en la culminación de este proyecto.

## **INDICE GENERAL**

Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice general	vi
Índice de gráficos y tablas	xi
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1

### **CAPITULO I**

#### **MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION**

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 GENERAL	6
1.3.1.1 ESPECÍFICOS	6

### **CAPITULO II**

#### **MARCO TEORICO**

2.1 ORIGEN Y EVOLUCION DEL TURISMO	7
2.1.1 EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ECUADOR	7
2.2 EL TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	8
2.3 EL TURISMO SOSTENIBLE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO	9
2.4 PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR	10
2.5 CARACTERISTICAS A REUNIR EL TURISMO	10
2.6 EL TURISMO DE NEGOCIOS	11
2.7 RELACIÓN EXISTENTE ENTRE EL TURISMO Y EL COMERCIO EXTERIOR	12
2.8 DESARROLLO TURISTICO EN ESMERALDAS	13
2.9 HISTORIA DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS	16
2.10 OPERADORAS TURISTICAS EN ESMERALDAS	17

**CAPITULO III**  
**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

3.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	18
3.1.1 Método (Deductivo)	18
3.1.2 Método (Estadístico)	18
3.1.3 Técnica de Campo	18
3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	18
3.2.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	19
3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	19
3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA	19
3.4.1 Información Primaria	19
3.4.2 Información Secundaria	20
3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	20
3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	20
3.6.1 POBLACIÓN Y MUESTRA	21
4.1 3.7 CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN	22

**CAPITULO IV**

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO	35
4.1.1 Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto	35
4.1.2 Efectos de las Restricciones con tratados internacionales	37
4.1.2.1 Efecto del Tratado de Libre Comercio u otros convenios internacionales	37
4.1 FUNCIÓN DE LA DEMANDA	39
4.1.1 Naturaleza de la demanda del producto o servicio que generará el proyecto	39
4.1.2 Estructura de preferencias o gustos de la demanda de consumo	41
4.1.3 Nivel de ingresos de la Demanda	43
4.1.4 Precios de los servicios relacionados	44
4.1.5 Demanda del servicio	45
4.1.6 Condiciones del mercado para su comercialización	46
4.1.7 Durabilidad del Servicio	46
4.1.8 Condiciones de consumo del servicio	47

4.2 OFERTA DEL PRODUCTO	48
4.2.1 Incentivos nacionales para la comercialización del servicio	48
4.2.2 Requerimientos tecnológicos para la comercialización	49
4.3.3 Incidencia climática para la producción	50
4.3.2 Servicios sustitutos existentes en el mercado	50
4.4 ESTUDIO DE MERCADO	51
4.4.2 Mercado Proveedor	51
4.4.3 Mercado Competidor	54
4.4.3.1 Competencia en el mercado nacional e internacional	54
4.4.4 Posición del proyecto frente a la Competencia	55
4.4.5 Estrategia Comercial	57
4.4.5.1 Mercado Distribuidor	57
4.4.5.2 Variables externas	59
4.4.5.3 Análisis FODA	60
4.4.5.3.1 Fortalezas	60
4.4.5.3.2 Oportunidades	61
4.4.5.3.3 Debilidades	61
4.4.5.3.4 Amenazas	61
4.4.5.4 Estrategias de ventas, promoción y publicidad	62
4.4.6 Proyección de Ventas	63
4.5 INGENIERÍA DE PROYECTO	66
4.5.2 Características del Producto	66
4.5.3 Proceso de Producción y comercialización	67
4.5.4 Descripción del Proceso	67
4.5.5 Flujo de Proceso	70
4.5.6 Sistema de Comercialización	72
4.5.7 Tamaño del Mercado (niveles de producción)	72
4.5.8 Disponibilidad de Materia Prima	73
4.5.9 Disponibilidad de Capital	77
4.5.10 Programa de Producción	77
4.5.11 Localización y Tamaño	94
4.5.12 Distribución de la Planta	95
4.5.12 Inversión de Equipo y Maquinaria	97
4.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	97

4.4.1	Nombre del Negocio	97
4.4.2	Logo	97
4.4.3	Propuesta de Ventas (Slogan)	97
4.4.4	Características y Tipo de Organización	98
4.4.5	Misión, visión y Objetivos	98
4.4.6	Requerimiento del Capital Humano para la puesta en marcha	99
4.4.7	Organigrama Estructural y Funcional de la Organización	101
4.4.7.1	Estructural	101
4.4.7.2	Funcional	102
4.4.8	Trámites y permisos para funcionamiento	104
4.4.9	Controles de calidad	109
4.5	ESTUDIO ECONÓMICO	110
4.5.1	Inversión Fija	110
4.5.2	Gastos de Constitución	113
4.5.3	Recurso Humano	114
4.5.4	Capital de Trabajo	115
4.5.5	Resumen de Inversión	116
4.5.6	Financiamiento	117
4.5.7	Tabla de Amortización	118
4.5.8	Estado Financiero Inicial	120
4.5.9	Depreciación de Activos Fijos	121
4.5.10	Resumen de Gastos Operativos	125
4.5.11	Cuadro de Ingresos y Costos	126
4.5.12	Punto de Equilibrio	127
4.5.13	Flujo de Caja	129
4.5.14	Indicadores Financieros del Proyecto	132
4.6	ANÁLISIS DE IMPACTOS	133
4.6.1	Impacto Económico	134

4.6.2	Impacto Socio-Cultural	135
4.6.3	Impacto Educativo	136
4.6.4	Impacto General	137

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	Conclusiones	138
5.1	Recomendaciones	139
	Glosario	141
	BIBLIOGRAFÍA	145
	ANEXOS	147

## INDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

	<b>Gráfico</b>	<b>Página</b>
Porcentaje de viajes por turismo	1	22
Destinos turísticos con mayor demanda	2	23
El viaje lo realiza sólo o en familia	3	24
El viaje de ser con familia	4	25
Existencia de lugares turísticos en Esmeraldas	5	26
Operadoras en Esmeraldas con paquetes comerciales	6	27
Utilización del servicio de las operadoras	7	28
Motivos de no utilización del servicio	8	28
Calificación de las operadoras existentes en esmeraldas	9	29
Aceptación de una operadora turística en esmeraldas	10	30
Disposición del contrato de servicio de la operadora	11	31
Beneficios que aportaría la operadora	12	32
Días de instancia en el viaje	13	33
Forma de pago del paquete turístico	14	34
Naturaleza de la demanda	15	39
	<b>Tabla</b>	<b>Página</b>
Proveedor de paquetes locales, nacionales e internacionales	1-2	51
Proveedor de transporte, computación y suministros	3-4-5	52
Proveedor de muebles oficina, internet, telecomunicación	6-7	53
Agencias de viajes Guayaquil	8	54
Agencias de viajes Esmeraldas	9	55
Consumo de turismo, estadísticas INEC	10	63
Consumo de turismo, jefaturas de migración	11	63
Proyección de ventas en años	12	65
Croquis de ubicación de la empresa, gráfico	17	95
Distribución de la planta, gráfico	18	96
Inversión de equipo y maquinaria	13	97
Nómina laboral	14	100
Equipos informáticos	15	110
Equipos de oficina	16	110
Muebles de oficina	17	111

Arriendo de local	18	111
Suministros de oficina	19	112
Publicidad	20	112
Suministros de limpieza	21	113
Gastos de constitución	22	113
Capital de trabajo	23	115
Resumen inversión total	24	116
Fuentes de financiamiento	25	117
Tabla amortización gradual	26	118
Balance situación inicial	27	120
Depreciación activos fijos, equipo computación	28	121
Depreciación activos fijos, muebles de oficina	29	122
Depreciación activos fijos, equipos oficina	30	123
Resumen de depreciaciones	31	124
Resumen gastos operativos	32	125
Cuadro de ingresos y costos	33	126
Resumen de costos fijos y variables	34	127
Cálculo del punto de equilibrio	35	128
Estado de resultados del proyecto	36	129
Indicadores financieros del proyecto	37	132
Nivel interpretativo de impactos	38	133
Nivel de impacto económico	39	134
Nivel de impacto socio-cultural	40	135
Nivel de impacto educativo	41	136
Nivel de impacto general	42	137

## RESUMEN

El turismo es considerado actualmente en una de las principales fuentes generadoras de recursos del país y una gran industria que permite explotarla en diferentes tipos de actividades, entre ellas, una Operadora Turística que permita ofrecer servicios de calidad y garantía y poder difundirse a nivel local, nacional e internacional.

A través de este proyecto se pretende mostrar una nueva alternativa de negocio en la ciudad de Esmeraldas que permitirá promover el turismo dentro de la provincia y por ende el crecimiento económico de los esmeraldeños.

Con la realización del un Estudio de Mercado se demuestra un porcentaje alto de 72% de aceptación de personas, dispuestos a contratar el servicio de paquetes turísticos, teniendo varios motivos como la: seguridad, garantía a través de la imagen de una empresa consolidada y responsable en la organización, planeación, diseño y comercialización de los servicios.

Este estudio establece un gran mercado por explotar, con ayuda de la información recolectada como son: destinos, porcentaje de gastos, edad, número de veces de viajes al año y otros que permiten establecer las pautas y las condiciones de mercado para la puesta en marcha de este proyecto.

A través de buenas estrategias comerciales que permitan ofrecer de manera excelente el servicio de los paquetes turísticos y comerciales se implementarán estrategias de ofertas para los usuarios que ingresen a la página de la Operadora o a través de otros medios de comunicación y puedan conocer todas las ofertas, destinos de viajes, formas de pago y promociones para los mismos.

La inversión requerida es considerable y la recuperación total de la misma estimada en un año de trabajo. Reconocer que Esmeraldas necesita un servicio excelente a la hora de buscar destinos de viajes seguros, para el descanso y comodidad de las personas y segunda potencia generadora de ingreso de divisas al país como lo es una Operadora Turística, fueron motivos principales en la creación de este proyecto.

## **ABSTRACT**

Tourism is now considered one of the main sources of resources of the country and a great industry to exploit different types of activities, including a tourism operator to offer services and guarantee quality and power available at local level, nationally and internationally.

Through this project we try to display a new business alternative in the city of Esmeraldas that will promote tourism within the province and thus economic growth of the people of Esmeraldas.

With the realization of a market study, showed that a higher percentage of acceptance of 72% of people are willing to hire the service of tourist packages, taking several reasons such as security, a guarantee through the image of a company consolidated and responsible in the organization, planning, design and marketing services.

This study establishes a large untapped market, using information collected including: destinations, expense ratio, age, number of trips per year and others that establish patterns and market conditions for the implementation of this project.

Through good commercial strategies to provide excellent service in a package tourist and commercial offers will be implemented to permit the users entering to the website of the Operator or through other media and can meet all bids, travel destinations, payments and promotions of them.

The investment required is significant and its total recovery is like a working year. Recognize that Esmeraldas need and excellent service when looking for safe travel destination for relaxation and comfort of the people and, as a second potential generating foreign exchange earnings to the country like a Tour Operator, were major reasons in the creation of this project.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo y avance de la tecnología, trae consigo nuevas oportunidades de trabajo que engloban ideas productivas, ejecutándose así el crecimiento de las empresas y el desarrollo del país y de cada una de las personas que trabajan por un fin común que es fortalecer y enriquecer el crecimiento personal en lo humano, económico, social y cultural.

Uno de esos avances es el turismo, que ha llegado a posesionarse en nuestro país, como la tercera fuerza de producción, manteniendo un desarrollo sustentable, obteniendo resultados a mediano plazo y de esta manera convertir la actividad turística en la más importante para los ecuatorianos.

El conjunto de las características territoriales climáticas, topográficas, productivas, humanas y sociales engloban las ventajas de nuestro hermoso país, mostrando al Ecuador y al mundo el potencial turístico que poseemos.

El presente trabajo de investigación tiene como Objetivo General **la Creación de una Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas que oferte paquetes comerciales a nivel nacional e internacional.**

Para un mejor entendimiento del trabajo de investigación sobre la viabilidad de la puesta en marcha de la Operadora Turística, se detalla a continuación de una manera sintetizada en cada uno de los cinco capítulos que comprende este proyecto, toda la información recopilada a través de las encuestas, entrevistas, e investigaciones varias que ayudaron a darle cuerpo al siguiente trabajo.

En el **CAPITULO I**, se extiende la problemática del proyecto en el que se recalca la poca oferta que existe en la ciudad de Esmeraldas en la venta de los paquetes a nivel nacional y por ende internacional, este último siendo el menos comercializado ante los turistas, enfatizar de la misma manera la biodiversidad, social y cultural con la que cuenta la provincia de Esmeraldas ofreciendo un servicio garantizado y de alta calidad tanto en sus destinos como en sus precios competitivos.

La justificación de esta problemática se encuentra también enmarcada en la aceptabilidad que esta empresa tendría trayendo así varios beneficios a la ciudad y al país, teniendo en claro los objetivos planteados que nos llevarán al cumplimiento de este trabajo de investigación.

**En el CAPITULO II**, se encuentra el desarrollo del Marco Teórico, donde se encuentran recopilado los temas, que de acuerdo a la necesidad de explicación y entendimiento del proyecto, se fueron incrementando cada uno conforme se extendía el proceso de investigación de mercado, donde se sustente la información con su comprometida fuente bibliográfica.

El Marco Teórico comprende la estructura de todo el proyecto, en base a la teoría científica investigada.

**En el CAPITULO III**, se extiende la Metodología utilizada en el Proyecto, así como las diferentes técnicas, formas y tipos de investigación que son de gran importancia para la determinación de la muestra de población, parte importante a la hora de conocer el número de personas a encuestar, dando así los resultados esperados en el desarrollo del trabajo.

**En el CAPITULO IV**, se encuentra la distribución del desarrollo del proyecto, en base a los análisis e interpretaciones de los resultados, con los objetivos propuestos al inicio, el mismo que está fragmentado de la siguiente manera:

- En la Estructura del mercado encontramos las características del mismo en cuanto a los efectos que el proyecto traería para el país, así mismo la función de la demanda y la oferta en la comercialización de los paquetes turísticos, tanto en precios, destinos, gustos y preferencias del servicio brindado, los incentivos que provocarán la exposición del producto y el comportamiento que este tendrá en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.
- En el Estudio de Mercado está basado a través de los proveedores que participarán en la comercialización de este producto, la competencia que tienen a su alrededor, el sistema de distribución, entre otros.
- Así también el estudio técnico que sirvió para conocer los montos de inversión

de la empresa tanto en infraestructura, recurso humano y todo el equipo de trabajo que se necesita, esta información se obtuvo con los datos proporcionados por los profesionales en el área.

- De la misma manera incluye el análisis económico financiero del proyecto, los gastos administrativos a incurrirse, equipos y materiales a utilizarse y los medios de difusión, que ayudó a determinar la viabilidad y aceptabilidad del mismo en el mercado esmeraldeño y de sus pobladores.
- Estos puntos y entre otros más está contenido en este capítulo, así como su estudio organizacional y legal para la puesta en marcha del trabajo de investigación

**En el CAPITULO V**, se hace referencia a las conclusiones en orden de los objetivos específicos y las recomendaciones en relación a la propuesta del proyecto de grado.

# CAPITULO I

## MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION

### 1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

En la ciudad de Esmeraldas existen pocas Operadoras Turísticas que brinden un servicio de venta de paquetes turísticos con destinos nacionales e internacionales a los esmeraldeños, muchas veces las personas tienen que viajar a otras ciudades como Quito y Guayaquil en busca de estas operadoras porque su nivel de marketing publicitario es demasiado bajo dejando incluso de lado a Esmeraldas, sin difusión y promoción de su imagen como unos de los más primordiales destinos turísticos, apostando así a una opción de desarrollo en crecimiento.

Muy pocas personas brindan este servicio ofertando paquetes a nivel nacional e internacional con destinos turísticos repetitivos que muchas veces no llegan a cubrir las expectativas y necesidades del cliente, provocando que la gran demanda de personas particulares, instituciones y estudiantes queden insatisfechas.

Existen precios demasiados elevados si un turista busca por sí solo este servicio. Con la creación de una empresa Operadora de Turismo se conseguirán precios más cómodos para los clientes y se trabajará para brindar un servicio garantizable y de alta calidad en la oferta de los paquetes que alcancen la satisfacción plena y confiable del consumidor.

De esta manera si llegara a existir alguna queja, directamente concurrirían con la Agencia Operadora, lo que llevaría a la optimización de la empresa.

No existe un lugar de información turística relacionada con los paquetes turísticos flexibles a necesidad y condición del cliente; tomando muy en cuenta sus condiciones económicas, compañías, estados de ánimo, preferencias, gustos y otros.

Poner entonces en las manos del turista todas las comodidades necesarias que permitan optimizar recursos y beneficios para todos.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Mediante la creación de esta empresa se ha buscado como primera instancia concebir y articular un conjunto de acciones dirigidas a posicionar Esmeraldas como destino en el Mercado Mundial, promocionando a través de innovadores y garantizados paquetes turísticos a los extranjeros, para que hagan de esta provincia su primordial opción de viaje.

A su vez, es clave mediante estos paquetes, la valorización de los recursos existentes tanto naturales como culturales de otros países, para que las personas de Esmeraldas y por supuesto de Ecuador puedan incentivarse y viajar a otros lugares con el objetivo y seguridad de tener agradables experiencias.

Como segunda instancia, también se busca generar competitividad en el turismo con los hoteles, restaurantes y otras empresas de Esmeraldas para que ofrezcan mejor servicio, con precios cómodos y excelentes momentos de diversión.

Con la creación de esta operadora se va a generar nuevas fuentes de trabajo que ayuden en conjunto alcanzar más altos niveles de productividad, calidad y rentabilidad en el servicio a través de sus paquetes comerciales tanto a nivel nacional e internacional.

## **1.3 OBJETIVOS:**

### **1.3.1 GENERAL:**

Creación de una Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas que oferte paquetes comerciales a nivel nacional e internacional.

#### **1.3.1.1 ESPECÍFICOS**

- Investigar los gustos y preferencias de destino de los usuarios de turismo de Esmeraldas a través de un estudio de mercado.
- Realizar un análisis de las empresas matrices que ofertan paquetes turísticos nacionales e internacionales que permita desarrollar las directrices para la aplicación de estrategias y la comercialización de paquetes turísticos y elaboración de calendarios.
- Determinar la inversión requerida para la instalación de la empresa, así como también la cuantificación de los costos y los gastos a invertirse que permita conocer la rentabilidad del negocio y la recuperación de la inversión.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 ORIGEN Y EVOLUCION DEL TURISMO**

La sociedad moderna ha influido en la organización del tiempo que dedicamos a nuestras actividades, donde una parte es dedicada a la rutina habitual y el resto es TIEMPO LIBRE que puede aprovecharse para la recreación y los viajes.

Desde tiempos remotos, el ser humano ha viajado, ya sea para explorar mas allá de sus fronteras o conocer cómo viven otras culturas, realizar intercambio comercial, mejorar su salud o simplemente dar un paseo.

Es así como en nuestros días, los viajeros y las viajeras disfrutan de una gama de actividades asociadas al descanso, a la diversión, al deporte, al disfrute de la naturaleza y al enriquecimiento cultural; y además, afirman su identidad. Esta realidad ha permitido que todos nos involucremos directa o indirectamente en el desarrollo turístico de nuestro país convirtiéndonos en grandes anfitriones y anfitrionas; y de nuestra hospitalidad dependerá que todos nos beneficiemos de sus frutos.

##### **2.1.1 EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN ECUADOR**

Sin duda el Ecuador es un gran atractivo turístico y hoy en día es el lugar predilecto de algunos turistas, pero esto se ha logrado a través de los años y gracias a entidades y gobiernos que se preocuparon de la explotación del turismo ecuatoriano. En un principio los gobiernos nacionales se preocuparon en la actividad turística, por lo cual, algunos gobiernos crearon legislaciones turísticas:

- “La primera creada en el gobierno del Dr. Isidro Ayora, en 1930, la cual facilitaba el ingreso de viajeros al país y establecía la facultad a la administración pública para que mediante las delegaciones diplomáticas realice la promoción e información turística del país.

- En 1935 el gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo, se crea la ley exterior denominada la ley de turismo, la cual consistía en otorgar una cedula al turista como

documento para ingresar al país; extiende exoneraciones tributarias a aquellos que establezcan hoteles y posadas modernas, crea La Dirección de Turismo del Estado. - En el gobierno de Sr. Galo Plaza Lazo (1948) se Reforma la legislación al crearse la tarjeta de turismo que era usada por personas del continente Americano, pero los de otro continente seguía en uso la Cedula del turismo.

La Dirección de Turismo (DITURIS) la cual era la encargada de la promoción de los recursos turísticos, funcionando como dependencia del Ministerio de Economía durante el gobierno de José María Velasco Ibarra (1952-56) se efectuó campañas publicitarias internas e internacionales, pero por la limitación en recursos disminuyó la gestión de esta. Revitalizada en enero de 1958, como dependencia adscrita a la Presidencia de la República, efectuando varias actividades promocionales y participando en conferencias internacionales de turismo inicia una nueva etapa vinculando al Ecuador con otros países de América Latina mediante la suscripción de convenios Turísticos multinacionales.” (*Luxakd, 2011, p2, Buenas tareas, Historia de turismo en Ecuador* )

De los años 90 al 2000, la industria turística, transitó desde la tercera posición para coronarse en el primer puesto de la economía mundial, diversos factores, nos hacen pensar que se mantendrá por mucho tiempo.

## **2.2 EL TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

“En las últimas dos décadas aproximadamente se han comenzado a iniciar nuevas vías de desarrollo en el turismo, tanto en la demanda como en la oferta. Estos cambios son consecuencia de una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, pues son bien conocidos los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado a numerosas áreas del mundo.

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.” (Gascón, J. y Cañada, *Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, 2005, *Wikipedia*)

Este cambio en la concepción del turismo contemporáneo se inscribe en un contexto más amplio: la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social.

El turismo no debe entenderse como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente. Por el contrario, el turismo depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.).

### **2.3 EL TURISMO SOSTENIBLE COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO**

“Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.” (Gascón, J. y Cañada, *Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, 2005, *Wikipedia*)

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estratégica de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales, donde también abre las puertas a nuevas ofertas de trabajo para todas las personas y por ende para los esmeraldeños.

## 2.4 PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR

Son varios los medios a través de los cuales se realiza la promoción turística del país; destacándose la participación en ferias internacionales de turismo, publicidad a través de medios de comunicación, producción de material, entre otros.

“En comparación con países de la región que tienen atractivos turísticos similares a Ecuador, en cuanto acciones promocionales ha participado en 12 ferias turísticas y 4 "workshops" a nivel internacional, además realizó 16 "press trips" y 7 "fam trips" con un resultado de 27 publicaciones internacionales.” (Medina, Barómetro turismo Ecuador, 2011, vol1)

Entre las formas de promocionar al Ecuador para el resto del mundo tenemos: *El PLANDETUR 2020*, y *El Plan de Marketing Turístico de Ecuador*.

## 2.5 CARACTERÍSTICAS A REUNIR EL TURISMO

De acuerdo a la Sra. Helena Ullasters, geógrafa y responsable de campañas de sensibilización y educación ambiental de la organización Eco mediterránea, el Turismo debe reunir las siguientes características:

### **Debe ser:**

“**PLANIFICADO:** debe tomar en cuenta las condiciones actuales (diagnósticos) y las perspectivas futuras para definir una estrategia de sostenibilidad, tomando en cuenta el contexto humano, físico, social, económico y ambiental.

**INTEGRADO:** la oferta turística debe ser el resultado natural de todos los recursos turísticos locales, (ecológicos, culturales, monumentales, artísticos, gastronómicos, folklóricos, mágico religiosos, etc.).

**ABIERTO:** siendo local, debe estar abierto al contexto y a los espacios territoriales próximos.

**DIMENSIONADO:** temporal y espacialmente. Es decir, propender a eliminar la estacionalidad en periodos y territorios limitados.

**PARTICIPATIVO:** participación de todos los agentes que intervienen en el proceso turístico (gobiernos, empresas, población local)

**DURADERO:** orientado a un crecimiento de largo plazo.

**VIABLE:** económica, social y ambientalmente.” (*Helena, U., (n, d), Turismo sostenible y las agendas 21, naya*)

Estas características son las principales en las que se debe fijar al turismo para el enfoque de un servicio de calidad y mejores estrategias de ofertas al turista.

La cercanía del Ecuador, la conectividad y el hecho de que es un destino pionero y líder de desarrollo sostenible en el mundo hace del turismo una herramienta esencial para el desarrollo y crecimiento del país.

## 2.6 EL TURISMO DE NEGOCIOS

“Por turismo de negocios se entienden las actividades de esparcimiento realizadas paralelamente al viaje de negocios. Quienes lo practican se preocupan menos de los precios que los turistas vacacionales, y en promedio gastan al día el doble que éstos.

Sus gastos los deciden esencialmente en función de su capacidad para aprovechar cabalmente el tiempo de que disponen según su programa de viaje profesional. Dado que dos tercios de las personas en viaje de negocios tratan de prolongarlo para disfrutar y divertirse, es evidente que este mercado tiene un enorme potencial.” (*Anónimo, n,d, Forum de Comercio Internacional*)

Se prevé que, en los próximos años, el turismo de negocios será uno de los segmentos con mayores oportunidades de crecimiento para los proveedores del sector.

Los países en desarrollo y las economías en EVOLUCION tienen buenas perspectivas de ocupar nichos especializados en este subsector, realzando, por ejemplo, sus méritos de destinos turísticos exóticos pero de costo razonable, donde los empresarios pueden ocuparse de sus asuntos profesionales en un ambiente reconfortante y vigorizador.

La dificultad reside en determinar una oferta competitiva y dar satisfacción al viajero que busca reposo y una atención eficaz.

Los países en desarrollo y las economías en transición que se interesen por aumentar los ingresos provenientes del turismo de negocios deberían dar prioridad tanto al viajero individual como al mercado de los congresos y convenciones.

## 2.7 RELACIÓN EXISTENTE ENTRE EL TURISMO Y EL COMERCIO EXTERIOR

“El turismo receptivo constituye una de las principales fuentes de ingresos en la balanza de pagos de numerosos países.

Tanto es así, que en algunas naciones con una intensa especialización turística, los ingresos recogidos bajo la rúbrica de *viajes* llegan a superar a las exportaciones de mercancías.

Resulta también significativa en esos casos la comparación de los saldos de las sub-balanzas de mercancías y de *viajes*, puestos que es frecuente que el déficit en la primera se compense en gran medida con un superávit en la segunda.” (Raúl, H. M., n.d, *Impacto económico del turismo*)

El turismo puede interpretarse desde una perspectiva de demanda como un determinante del déficit comercial, puesto que la presión que ejerce sobre la demanda interior del destino tiende a fomentar las importaciones.

Sin embargo, desde una perspectiva de oferta, el sector turístico puede contribuir de forma positiva al equilibrio de las cuentas exteriores a través de los ingresos reflejados en la balanza de servicios. Esta dualidad en el enfoque, evidencia la estrecha relación existente entre el turismo y el comercio exterior.

## 2.8 DESARROLLO TURISTICO EN ESMERALDAS

La provincia verde, como se la conoce popularmente, debido a su abundante naturaleza, está situada en la costa noroccidental del país. Gran parte de la población es afro descendiente, quienes han mantenido sus influencias culturales africanas a lo largo de 400 años.

Esmeraldas ha sido siempre y seguirá siendo destino turístico para nacionales y extranjeros, una tierra virgen por explotar y explorar gracias a la bellezas de sus playas, ríos, lagos y entre otros enigmáticos atractivos que la hacen uno de los destinos turísticos más típicos del Ecuador.

Hablar de Esmeraldas es hablar de la belleza mágica de sus playas, de su arena suave y del mar tibio que las baña. Escalonadas en la costa están situadas las playas a donde convergen los turistas.

Las más conocidas son: Atacames, Súa, Tonsupa, Playa Ancha, Tonchigüe, Camarones, Muisne, Same, y Mompiche.



Mompiche



Atacames



Súa

La playa más cercana a la ciudad es la playa de las Palmas que se ha reducido por el crecimiento de la ciudad.



Así también Esmeraldas cuenta con otros lugares de encanto como lo es: San Lorenzo, Borbón, Rocafuerte, Rio verde, Mutilus.

“Entre sus reservas Ecológicas para poder visitar tenemos las de:

- Cayapas–Mataje: Esta Reserva Ecológica, ubicada al norte de Esmeraldas, se caracteriza principalmente por el bosque del Majagual, donde se levantan los manglares más altos del mundo.



- Mache-Chindul: Desde Esmeraldas, Atacames, Muisne o Pedernales (en Manabí), se puede llegar a esta Reserva que tiene entre sus muchos atractivos, bosques húmedos tropicales, cascadas y piscinas naturales.



- “Otras Reservas como: Cotacachi-Cayapas, la del Majagual con los manglares más altos del mundo y la Laguna de Timbre.



De la misma manera la Provincia cuenta con Reservas Arqueológicas que constituye un acervo cultural turístico importante y son:

- La Isla Tolita: Es una interesante zona arqueológica en la que existió una de las culturas precolombinas más antiguas del Ecuador.
- Entre otros como: Pampa de Oro, Cueva del Duende, Súa, Tabiazo, Galera y Cumilínche.” (Carlos San Martín, n.d, *Historia y belleza de Esmeraldas, Editorial*)

Ante lo expuesto se puede dar cuenta de las maravillas naturales con las que cuenta esta provincia y lo necesario que sería difundirla a los diferentes países como lo es: Galápagos, Europa, Uruguay, Estados Unidos, Perú, Israel, Japón, entre muchos otros para que conozcan de ella y pueda ser difundida alrededor del mundo.

El Ecuador es un paquete completo, así como también Los cuatro mundos del Ecuador (Costa, Andes, Amazonía y Galápagos), están de moda en la mente de lo mejor de la industria turística de Estados Unidos y otros países.



Por lo tanto, la presencia del destino turístico Ecuador es una gran oportunidad para continuar con el posicionamiento e imagen positiva de nuestro país en este mercado prioritario, frente a la industria y prensa estadounidense.

Es ahí donde ingresa la Operadora Turística encargada de buscar los mejores paquetes comerciales y turísticos con precios variados y económicos para que todas las personas y empresas puedan incentivarse y tomar decisiones de realizar viajes ya sea dentro del país o fuera de él.

## 2.9 HISTORIA DE LAS OPERADORAS TURÍSTICAS

“Se remonta a los años 50 en los países centro Europeos, que solían utilizar hoteles vinculados empresarialmente a ellos.

Como tipo de vuelo, utilizaban el vuelo charter, de esta manera se obtenían precios mucho más reducidos a los de aquel momento: vuelos regulares con precios o tarifas caras. Sucedió después de la Guerra Mundial, muchos pilotos y aviones militares experimentados se dedicaron al turismo.

Originó, el nacimiento de los vuelos programados (gracias a las compañías que tenían participación en hoteles) los cuales promovieron un tipo de viaje económico adaptado a la clase media industrial Europea. Este tipo de personas disfrutaban de unas vacaciones retribuidas y tenían ganas de viajar, los bajos precios desencadenaron el turismo masivo.

Los primeros viajes fueron de Sol y Playa, a playas mediterráneas y bastante más adelante se continuó con los viajes culturales.

A mediados de los años 70, aparecieron las vacaciones de invierno y los grandes viajes intercontinentales, potenciados por la bajada de tarifas de las compañías aéreas.”  
*(Anónimo, n,d, Agencias de viajes, rincón del vago)*

Es así como ha venido revolucionando el turismo de viajes y llegando a todos los países del mundo con la necesidad de trasladarse de un país a otro, ya sea por trabajo o por conocimiento de otras culturas y formas de vida; de la misma manera por pasar unos días de vacaciones que permitan una distracción diferente a la habitual en sus vidas.

En toda esta trayectoria es como nacieron las Operadoras o Agencias de viajes turísticas con el objetivo de brindarle al turista mayor facilidad, calidad y garantía en la oferta del servicio para guardar la seguridad de las personas y obtener así diversidad de precios al alcance de la situación económica del viajero o de la familia.

## 2.10 OPERADORAS TURISTICAS EN ESMERALDAS

Con el crecimiento turístico y los incentivos y preocupación por parte del Gobierno Ecuatoriano dirigido al mercado de Turismo es como en la ciudad de Esmeraldas existen Agencias de viajes que permiten el desarrollo y crecimiento económico del país. Entre las que concurren registradas legalmente en el Ministerio de Turismo tenemos:

- Freeland
- Marimbas Tour
- Azul Marina Tours Travel
- Spondylus
- Ecoturismo Malvinas
- Tickets & Tours

Estas Agencias de viajes dos de ellas como Freeland y Ecoturismo Malvinas han dejado de funcionar en Esmeraldas y todas ellas tienen la línea de ventas de paquetes locales, nacionales e internacionales pero con un marketing publicitario medio, por lo que el Proyecto de creación de la Operadora Turística de paquetes de viajes en el mercado esmeraldeño con conexiones internacionales y sobre todo nacionales tendrá un mercado acogedor y entrará con planes estratégicos de producción, comercialización y publicidad, logrando captar en un tiempo determinado clientes satisfechos que elegirán siempre nuestro servicio convirtiéndonos en líderes del mercado y demostrando, eficiencia, responsabilidad, seguridad y garantías a los turistas.

Es así como la Operadora Costa Tour elevará un crecimiento económico para la empresa y por ende a la ciudad y al país en ingresos de divisas por el sector turístico.

## CAPITULO III

### METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

#### 3.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.

De conformidad con los objetivos planteados en el presente Proyecto de investigación se ha hecho uso de los métodos, formas y técnicas vinculados con los propósitos que afianzan y viabilizan el trabajo:

##### 3.1.1 Método (Deductivo)

- Con este método se comenzó la investigación de lo general que es a nivel nacional a lo particular que es provincial; con un análisis de las personas que viajan al año para hacer turismo o por motivos de trabajo el cual ayudó a decidir sobre el Proyecto de la Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas.

##### 3.1.2 Método (Estadístico)

Se trabajó con este método al momento de realizar las encuestas las cuales se tabularon para lograr un buen análisis de la información recolectada.

##### 3.1.3 Técnica de Campo

Porque a través de esta técnica se encuestó a las personas para saber con qué frecuencia viajan al año, cuáles son sus preferencias turísticas, entre otras. Tener un contacto personal con ellos de esa manera poder obtener datos e informaciones más relevantes para que luego puedan ser analizados y concluidos en el presente Proyecto Turístico.

#### 3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor de proyecto que ha tenido como fin común presentar un trabajo coherente a través de los resultados obtenidos para que la universidad determine la puesta en marcha del mismo.

### **3.2.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

- Esta investigación es de tipo descriptiva, porque permitió analizar las funciones de las agencias turísticas que existen en Esmeraldas.

Si estas fomentan el turismo para que las personas residentes de Ecuador viajen a otros países y conozcan nuevos lugares y para que los extranjeros y los mismos ecuatorianos puedan disfrutar de la cultura y biodiversidad de maravillas con las que cuenta este país y por supuesto la Provincia de Esmeraldas, ofertándose a todos los usuarios los servicios y destinos requeridos en conformación con sus gustos y preferencias.

### **3.3 ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO**

El marco teórico se lo ha desarrollado en base a conceptos básicos, definiciones y con información diaria de lo que sucede en el mercado turístico, los cambios de demanda y oferta que día a día va obteniendo el turismo en beneficio del país y los ecuatorianos y por aspectos generales relacionados en sí con el análisis de factibilidad para la creación de una Operadora de Turística en la ciudad de Esmeraldas que oferte paquetes comerciales con conexión nacional e internacional.

### **3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA**

#### **3.4.1 Información Primaria**

La información primaria, se la obtuvo a través de las técnicas de estudio como la:

**3.4.1.1 Encuesta.-** Se realizó a una muestra de un determinado número de personas (*307 encuestados*) en la provincia de Esmeraldas, para conocer sus gustos y preferencias tanto en los destinos de viajes, el número de personas que viajan de manera general, la forma de pago con la que realizan los paquetes comerciales, el rango de edad, el tiempo de estadía, y la frecuencia de viajes, los beneficios que aportaría la Operadora Turística, y la aceptabilidad de la misma en la ciudad de Esmeraldas.

**3.4.1.2 Entrevista.-** Estuvo dirigida a las agencias y operadoras turísticas, de la misma manera a las personas que elaboran en la administración turística en la provincia, Cámara de Comercio, de turismo, etc., el cual permitió unificar la información de las encuestas realizadas y perfilar el Proyecto con los objetivos planteados en el mismo y así lograr los mejores resultados.

### **3.4.2 Información Secundaria**

Se ha recopilado toda la información necesaria libros, documentos, revistas, folletos, leyes y reglamentos, búsqueda respectiva en las páginas web, entre otros; para así contar con información verídica que certifique el trabajo que se realizó.

## **3.5 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA**

Para el estudio se utilizaron fuentes primarias y secundarias, para el desarrollo de las primarias se utilizaron las técnicas de la encuesta y la entrevista. Para el desarrollo de las encuestas se tuvo que trasladar a varios lugares de Esmeraldas y poder obtener la información necesaria de los encuestados que permitió perfilar más el Proyecto y cumplir así con los objetivos planteados; de la misma manera las fuentes secundarias como la entrevista, nos trasladamos a las ciudades de Quito y Guayaquil para alcanzar datos relevantes de las operadoras y agencias turísticas.

## **3.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

**Donde:**

n Tamaño de la muestra

Z Nivel de confiabilidad

$$95\% \quad 0.95/2 = 0.4750 \quad Z = 1.96$$

P Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0.5 = 0.50$

N Población 1549

e Error de muestreo 0.05 (5%)

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,50 * 0,50 * 1549}{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 + 1549(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1487,6596}{4,8329}$$

$$n = 307,82$$

n= 307 personas a encuestar en Esmeraldas

### 3.6.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el cumplimiento de este proyecto se procedió a realizar una investigación de mercado con la creación de un cuestionario que estuvo dirigido hacia los pobladores de la ciudad de Esmeraldas y a un número de turistas que ingresaron a la ciudad, información que fue analizada y plasmada en este trabajo para el sustento de la viabilidad que tendría la creación de la Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas.

De la misma manera se desarrollaron preguntas dirigidas a las operadoras y agencias en entrevistas que fueron de gran ayuda para la base del proyecto.

En el desarrollo del cuestionario y las entrevistas se cuidó de cada detalle para que el entendimiento del mismo sea de una manera clara y con respuestas puntuales que lleven al cumplimiento de los objetivos específicos y objetivo general.

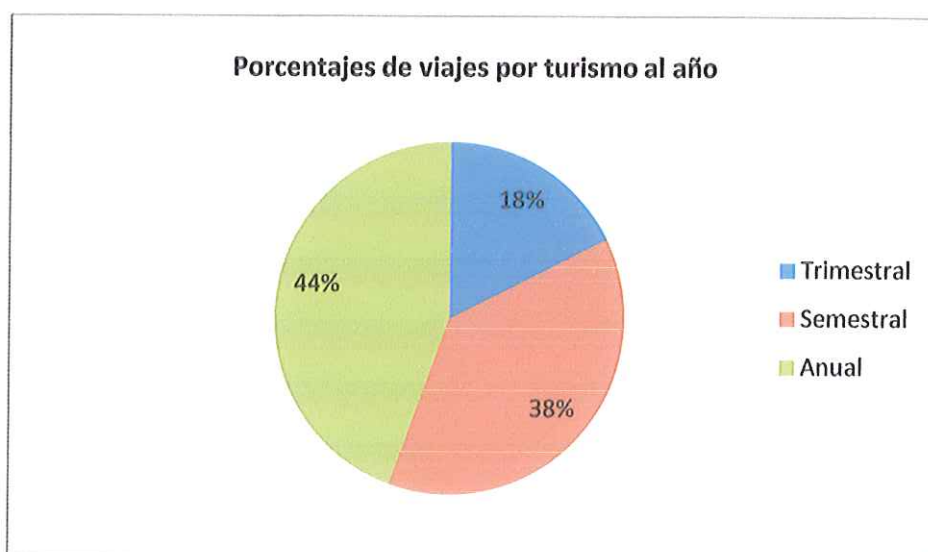
### 3.7 CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

Se presentan a continuación los resultados que dieron lugar a la formación del proyecto mediante la Investigación de Mercado realizado a un número determinado de turistas de la ciudad de Esmeraldas.

#### 1. Cuántas veces viaja Ud. Al año por hacer turismo?

##### CONTROLADOR

Trimestral	54
Semestral	117
Anual	137



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-1

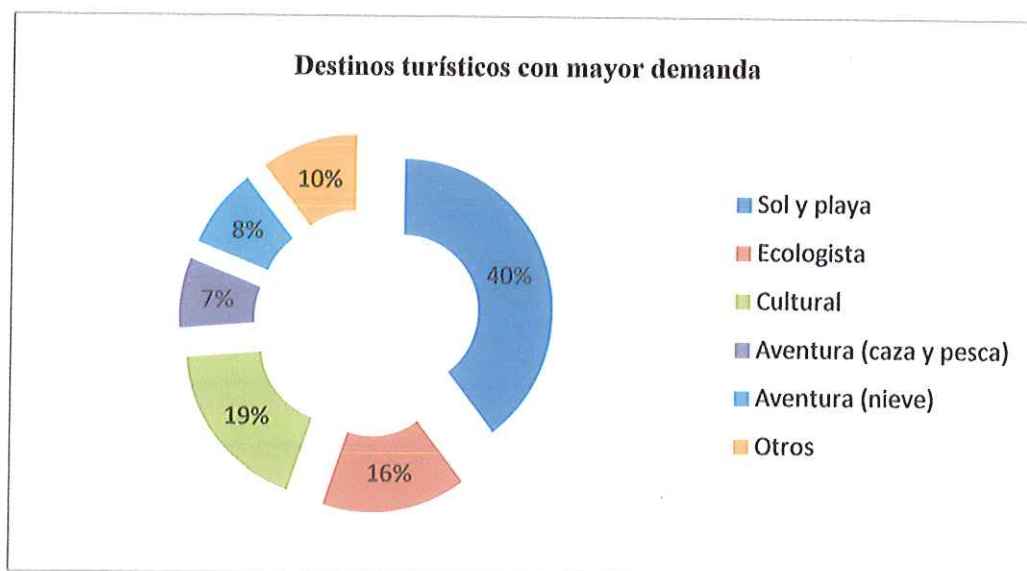
#### **Análisis:**

Como podemos observar en el gráfico N.-1 un 44% de personas viajan una vez al año por hacer turismo, un 38% lo hace de manera semestral y un 18% trimestral. El enfoque a la oferta de los paquetes turísticos tendrá entonces mayores ofertas al año y buenas promociones de créditos o descuentos para diferirlos en lo que va del mismo (a plazo 12 meses) y que el cliente obtenga la mejor experiencia de viaje.

**2. Qué destinos turísticos consideraría Ud. se debe comercializar en mayor porcentaje?**

**CONTROLADOR**

Sol y playa	122
Ecologista	48
Cultural	57
Aventura (caza y pesca)	23
Aventura (nieve)	26
Otros	32



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-2

**Análisis**

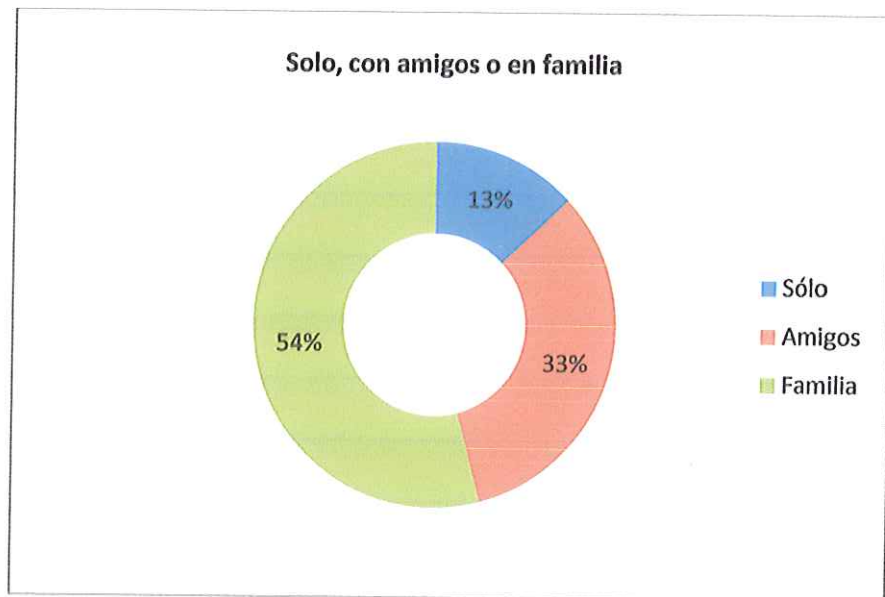
Como podemos ver en el gráfico los destinos que mayor se oferten serán a los que se refiere “Sol y Playa” con un 40%, siguiéndole con un 19% “Cultural”, un 16% “Ecologistas”, con el 10% “Otros destinos”, con un 8% “Aventura (nieve)”, y con un mínimo de 7% que respondieron “Aventura (caza)”.

Quiere decir que los paquetes turísticos con más publicidad serán los tres primeros antes mencionados.

### 3. Por lo regular viaja sólo con amigos o en familia?

#### CONTROLADOR

Sólo	40
Amigos	101
Familia	167



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-3

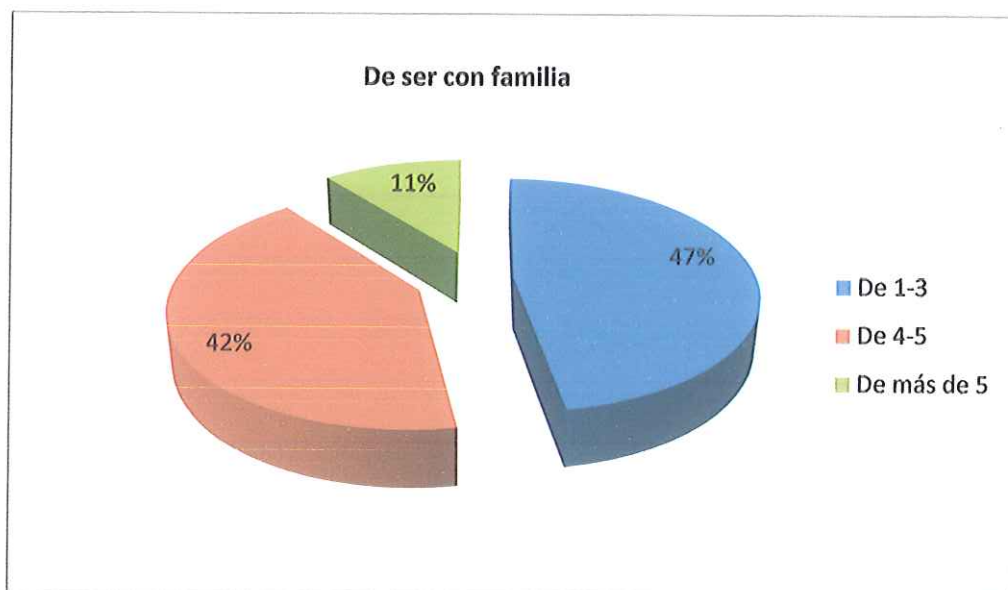
#### Análisis

Como podemos ver en el gráfico N.-3 El 54% de nuestro cuadro estadístico corresponde a los viajes en familia, porcentaje que se lo interpreta en la oferta de paquetes turísticos dirigidos a paquetes familiares con un buen marketing de venta para la atracción del turista, de la misma manera como podemos ver el 33% de las personas respondieron que por lo regular viajarían con amigos y el 13% realizarían viajes solos de acuerdo a la circunstancia de viajes ya sea por trabajo.

### De ser con familia:

#### CONTROLADOR

De 1-3	79
De 4-5	70
De más de 5	18



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-4

### Análisis

De acuerdo al gráfico N.-4 podemos observar que los paquetes familiares estarían dirigidos para familias de 1 a 3 integrantes correspondiendo al 47% y el 42% con un paquete de 4 a 5 personas y de más de 5 para adelante le corresponde el 11%. Con estos porcentajes se podrán armar los paquetes de viajes turísticos.

4. Considera Ud. que exista en Esmeraldas sitios turísticos para ser visitados por nacionales y extranjeros?

**CONTROLADOR**

Si	228
No	80



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-5

**Análisis**

El gráfico muestra que el 74% de personas encuestadas considera que en esmeraldas existen sitios turísticos para ser visitados por personas nacionales y extranjeras y el 26% considera que no.

**5. Conoce Ud. si en la ciudad de Esmeraldas existe alguna Operadora que oferte paquetes turísticos y comerciales?**

CONTROLADOR	
Si	126
No	182



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-6

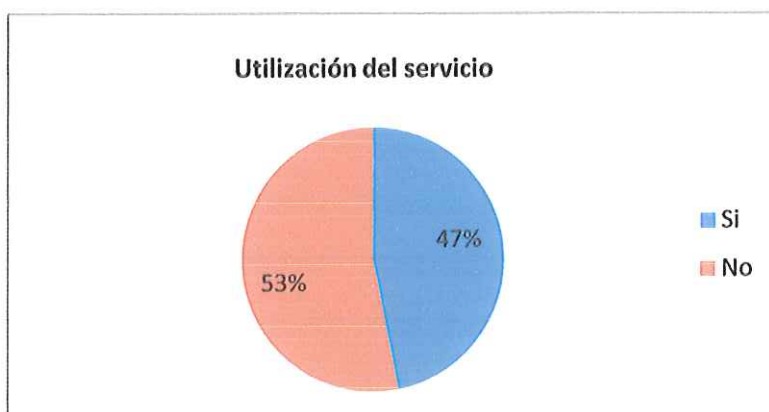
**Análisis**

Según el Gráfico n.-6 nos muestra que un 59% de los encuestados no conocen la existencia de operadoras turísticas en la ciudad de esmeraldas lo que nos da a entender que el marketing publicitario tiene poca oferta en el mercado, mientras tanto el 41% respondió que si conoce operadoras en la ciudad.

## 6. Ha utilizado los servicios de esas Operadoras Turísticas alguna vez?

### CONTROLADOR

Si	59
No	67



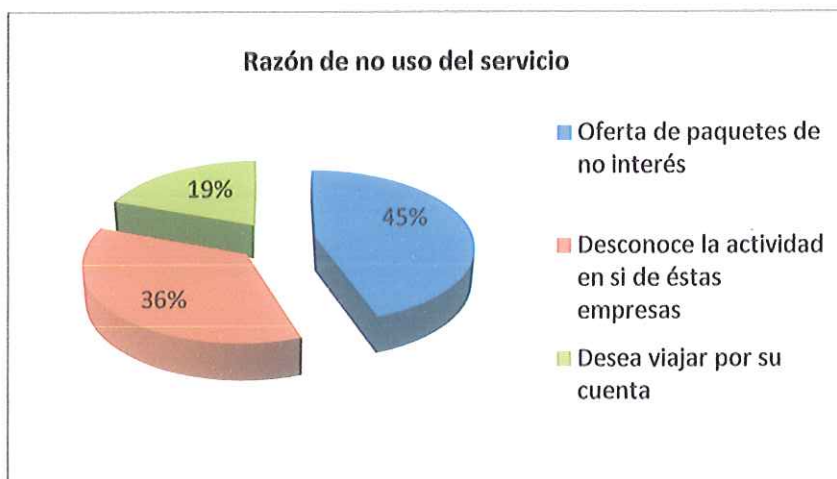
Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-7

## Motivos de no utilización de servicios

### CONTROLADOR

Oferta de paquetes de no interés	30
Desconoce la actividad en si de éstas empresas	24
Desea viajar por su cuenta	13



Fuente: Investigación de Mercado realizado por la Autora.

Gráfico N.-8

## Análisis

Según nos muestra el Gráfico n.-7 el 47% respondió que sí ha utilizado los servicios de esas operadoras, mientras que el 53% respondió que no ha utilizado los servicios porque desconoce todas las actividades específicas a que se dedican estas empresas correspondiendo a un 45% según lo podemos ver en el Gráfico n.-8, el 19% respondió que no ha hecho uso de ese servicio por lo que ha deseado viajar por su cuenta y el 36% porque los paquetes turísticos que le han ofertado no han sido de mucho interés para ellos.

### 7. Cómo califica el servicio que le ha brindado esa Operadora?

#### CONTROLADOR

Malo	1
Bueno	32
Muy bueno	20
Excelente	6



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-9

## Análisis

De acuerdo al Gráfico n.-9 el 47% de la pregunta anterior que respondieron que sí han hecho uso del servicio de esas operadoras calificaron a las mismas con un 54% como un servicio Bueno, dándonos a entender que existe una mala atención al cliente o que los precios no son cómodos para los turistas, etc.; El 10% calificó el servicio como excelente, el 34% como muy buena, y el 2% como una mala atención.

**8. Le gustaría que en Esmeraldas exista una Operadora turística que oferte paquetes turísticos a nivel nacional e internacional?**

**CONTROLADOR**

Si	222
No	86



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-10

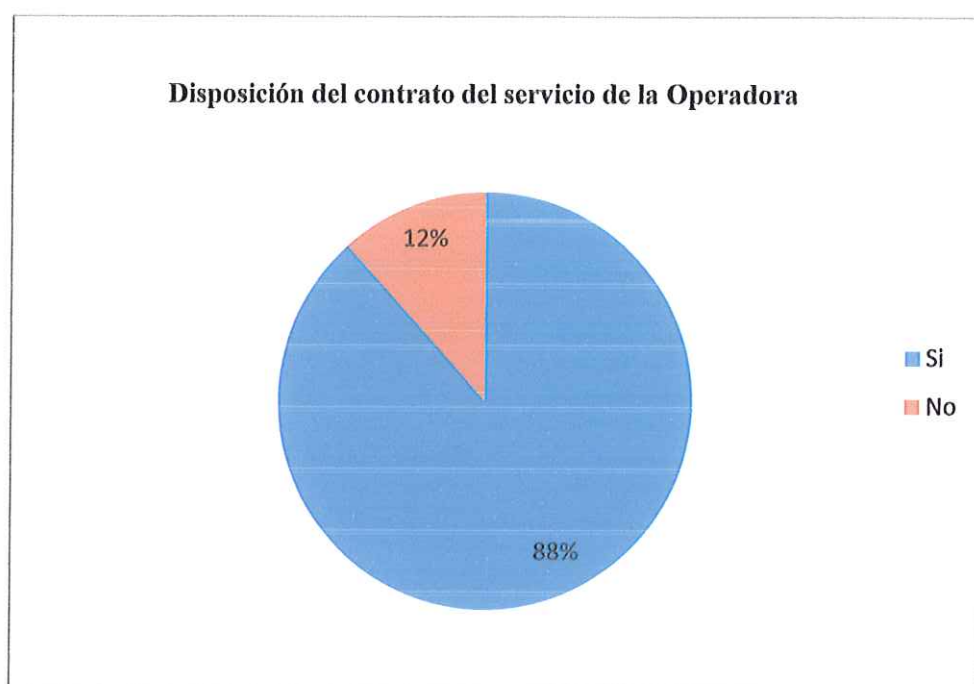
**Análisis**

Del total de los encuestados el 72% respondieron con una buena aceptación la existencia de una operadora turística en la ciudad de Esmeraldas según lo podemos observar en el gráfico n.-10, mientras que el 28% respondió con negatividad la creación de otra operadora turística.

## 9. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una Operadora de Turismo?

### CONTROLADOR

Si	272
No	36



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-11

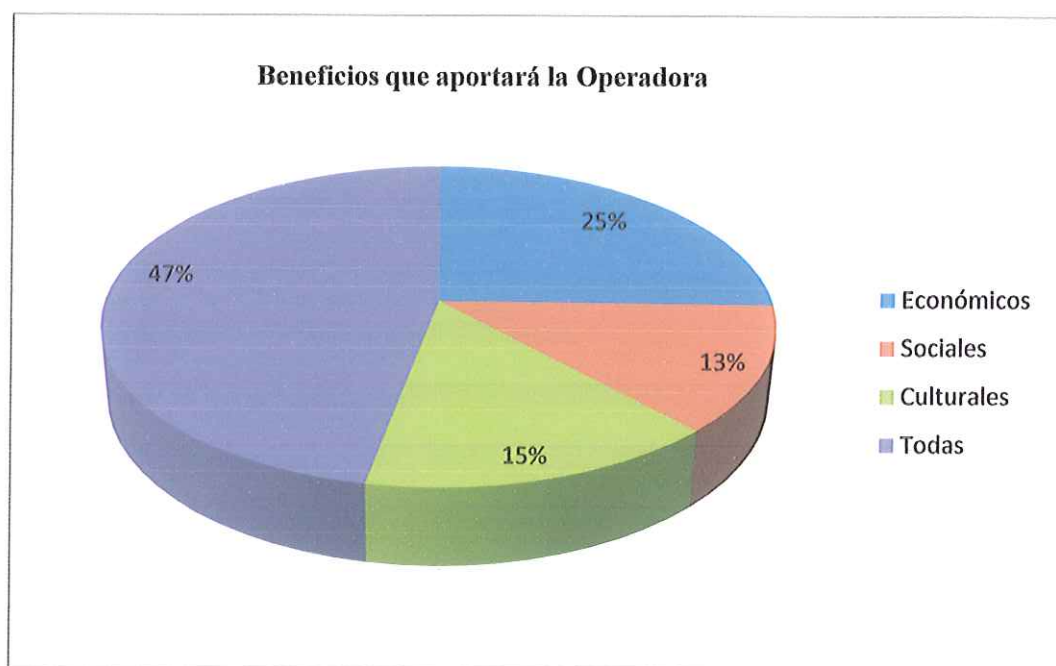
### Análisis

Según el Gráfico n.-11 observamos que el 12% no estaría dispuesto a contratar los servicios de la operadora por lo que preferiría viajar por su cuenta, mientras que el 88% si estaría dispuesto a contratar los servicios y dejar organizar sus vacaciones por empresas profesionales.

**10. Qué beneficios cree Ud. que aportará una Operadora de Turismo en Esmeraldas?**

**CONTROLADOR**

<b>Económicos</b>	78
<b>Sociales</b>	39
<b>Culturales</b>	46
<b>Todas</b>	145



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-12

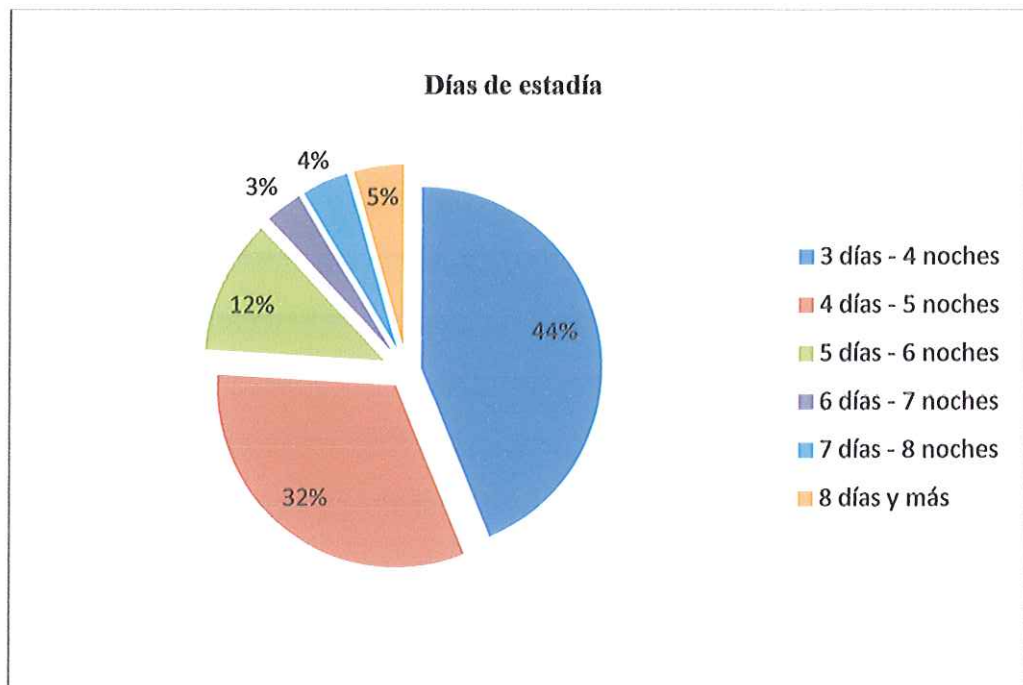
**Análisis**

Según el Gráfico n.-12 el aporte que brindará la creación de la operadora turística sería Social con un 13%, económico con un 25%, cultural con un 15% y con un 47% respondiendo que los beneficios serían todos por lo que Esmeraldas se difundiría de mejor manera a todas las personas y hacia todo el país dándole mayor realce en la economía turística.

**11. Por cuántos días viajaría si tuviera la oportunidad de vacacionar en el país o fuera de él?**

**CONTROLADOR**

3 días - 4 noches	135
4 días - 5 noches	99
5 días - 6 noches	37
6 días - 7 noches	10
7 días - 8 noches	13
8 días y más	14



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-13

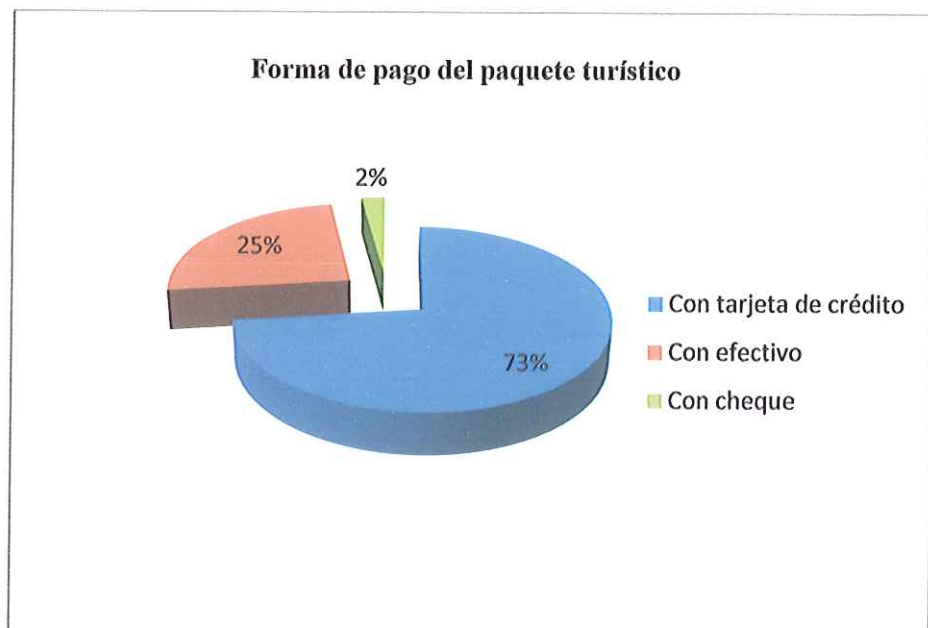
**Análisis**

Según el Gráfico el 44% alargaría sus días de estancia entre 3 días y 4 noches, el 32% de 4 días y 5 noches, el 12% con 5 días y 6 noches mientras que el 5% con 8 días y más. De acuerdo a estas respuestas se crearán los paquetes turísticos en cuanto a los días de estancia en el lugar de destino de los turistas o viajeros.

## 12. Cómo pagaría la compra de su paquete turístico?

### CONTROLADOR

Con tarjeta de crédito	225
Con efectivo	76
Con cheque	7



Fuente: Investigación de Mercado realizada por la Autora

Gráfico N.-14

### Análisis

Como podemos ver en el Gráfico n.-14 los paquetes serán cancelados la mayoría con las tarjetas de crédito lo que actualmente está sucediendo en las transacciones de pago esto corresponde al 73% del total de los encuestados, con un 25% los pagos se efectuarán en efectivo y un 2% lo realizarán a través de cheques.

## CAPITULO IV

### 4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO.

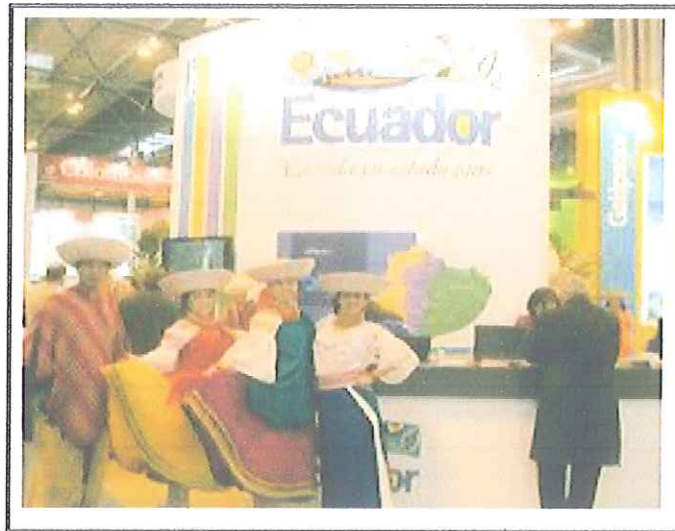
#### 4.1.1 Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto.

El Gobierno del presidente de la República, Rafael Correa Delgado, está empeñado en lograr que el turismo se convierta en uno de los principales ejes de desarrollo del país, así lo menciona la ex ministra de turismo.

“El turismo debe ser la segunda o la primera actividad económica del país, por su gran potencial cultural, natural, gastronómico y por la calidez de su gente, uno de los valores agregados más importantes para atraer a los turistas.” (*Ex ministra de Turismo, Verónica Sion, Turismo, n.d, Turismo fomenta desarrollo humano*)

El turismo fomenta el desarrollo humano y también el manejo sostenido de los recursos naturales, una de las tareas en la cual el Ministerio ha puesto especial énfasis.

El estado fomenta el turismo y una de esas formas es: En la FITUR 2008. Una presentación del “Destino Ecuador” que se desarrolló en Madrid-España. Cuatro pantallas gigantes colocadas estratégicamente en el stand sirvieron para difundir de manera continua el documental de: *Ecuador la vida en estado puro*, que atrapó la atención de los cientos de visitantes donde se exhibieron todos los destinos de Latinoamérica y el Caribe.



Otro de los proyectos en los que el Gobierno trabaja para incentivar el turismo es en la vitrina turística que organizó en Bogotá la Asociación Nacional de Agencias de Viajes (ANATO) donde el ministro de Turismo Freddy Elhers lanzó la marca país “Ecuador ama la vida”, cruzada para atraer turistas colombianos a visitar los cuatro mundos que tiene el Ecuador en la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos.

Así mismo El Estado puso en marcha dos proyectos que se realizan bajo los lineamientos de las dos herramientas de planificación: Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 (PLANDETUR) y Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE).

- “El PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.
- El PIMTE 2010 – 2014 es una herramienta de planificación en la promoción turística de Ecuador que actúa como guía de gestión de las actividades de marketing; estableciendo objetivos, políticas estratégicas, programas, proyectos y acción.” (Medina, Febrero 2011, *Turismo Ecuador, issue*)

Existe también la página Web del Ministerio de Turismo donde se publica toda información del Ecuador para que locales y turistas conozcan más y estén bien informados de cómo se vive y convive en el país.

Este y muchos más son los trabajos que el gobierno ha venido realizando en cuanto a la promoción turística del Ecuador hacia el resto del mundo; son muchos los proyectos a ejecutarse con el fin de realzar y posicionar el destino Ecuador como uno de los primeros en la selección de los turistas.

#### **4.1.1 Efectos de las Restricciones con tratados internacionales**

##### **4.1.1.1 Efecto del Tratado de Libre Comercio u otros convenios internacionales.**

Los efectos de un TLC (Tratado de Libre Comercio), en el comercio internacional y en el turismo se pueden constatar lo siguiente:

Teniendo en cuenta que es indispensable facilitar y simplificar el control del movimiento de personas que ingresan y salen de los países andinos a fin de favorecer el proceso de integración andina y crear una conciencia y cohesión comunitaria entre los nacionales de los Países Miembros, a la vez de una identificación internacional de la Comunidad Andina con un proyecto integrador común, es que en la CAN ha emitido un reglamento sobre una serie de documentos, tales como:

- **Tarjeta Andina de Migración (TAM)**

“Esta tarjeta constituye el único documento de control migratorio y estadístico de uso obligatorio para el ingreso y salida de personas del territorio de los Países Miembros. Su uso no excluye la presentación del pasaporte, visa u otro documento de viaje previstos en las normas nacionales o comunitarias, así como en los convenios bilaterales vigentes.” *(Comunidad Andina, febrero 2005, Integración y trabajo, Consejo Consultivo Laboral)*

- **“Pasaporte Andino**

El Pasaporte Andino es una decisión soberana de los Países Miembros el cual entró en vigencia el 31 de Diciembre del 2005.

- **Reconocimiento de documentos nacionales de identificación**

Los nacionales de cualquiera de los Países Miembros podrán ser admitidos e ingresar a cualquiera de los otros Países Miembros, en calidad de turistas, mediante la sola presentación de uno de los documentos nacionales de identificación, válido y vigente en el país emisor y sin el requisito de visa consular.

Los turistas andinos gozarán de los mismos derechos que los nacionales del País Miembro en donde se encuentren.”(*Comunidad Andina, febrero 2005, Integración y trabajo, Consejo Consultivo Laboral*)

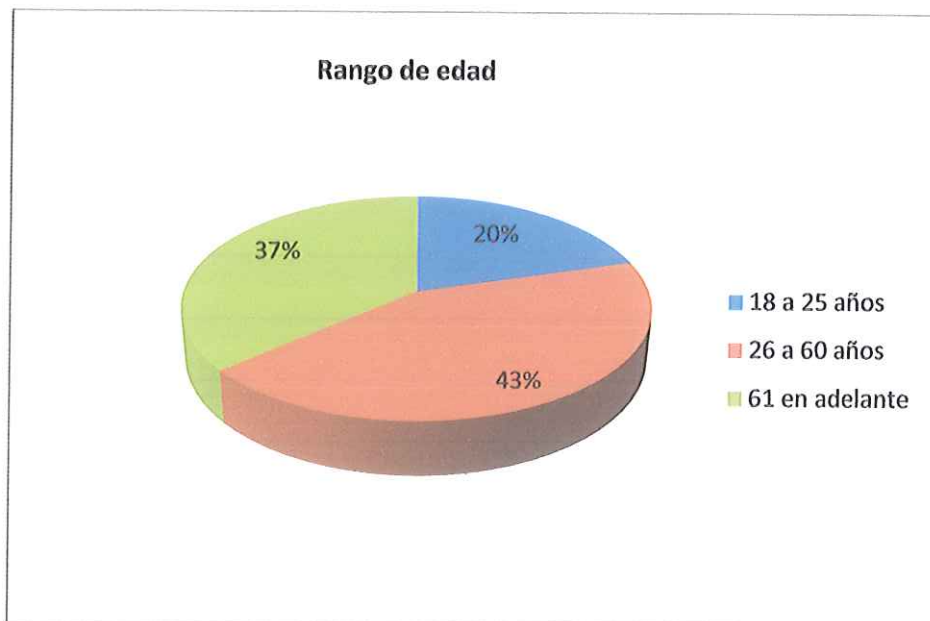
## 4.2 FUNCIÓN DE LA DEMANDA.

### 4.2.1 Naturaleza de la demanda del producto o servicio que generará el proyecto.

Quienes demandan este producto son todas las personas que desean hacer turismo, como por ejemplo los jóvenes en sus meses vacacionales o terminación del año lectivo o estudio bachillerato realizan excursiones o viajes hacia países o destinos diferentes a los de residencia con el objetivo de divertirse, recrearse, pasar un momento a meno con las personas que quieren, de la misma manera en otro ejemplo tenemos a los empresarios quienes desean tener unos días que les permitan salir de la rutina laboral en sus tiempos de vacaciones por el trabajo o ya sea para recibir charlas o capacitaciones empresariales.

#### FINANCIAMIENTO PROPIO

18 a 25 años	33
26 a 60 años	70
61 en adelante	59

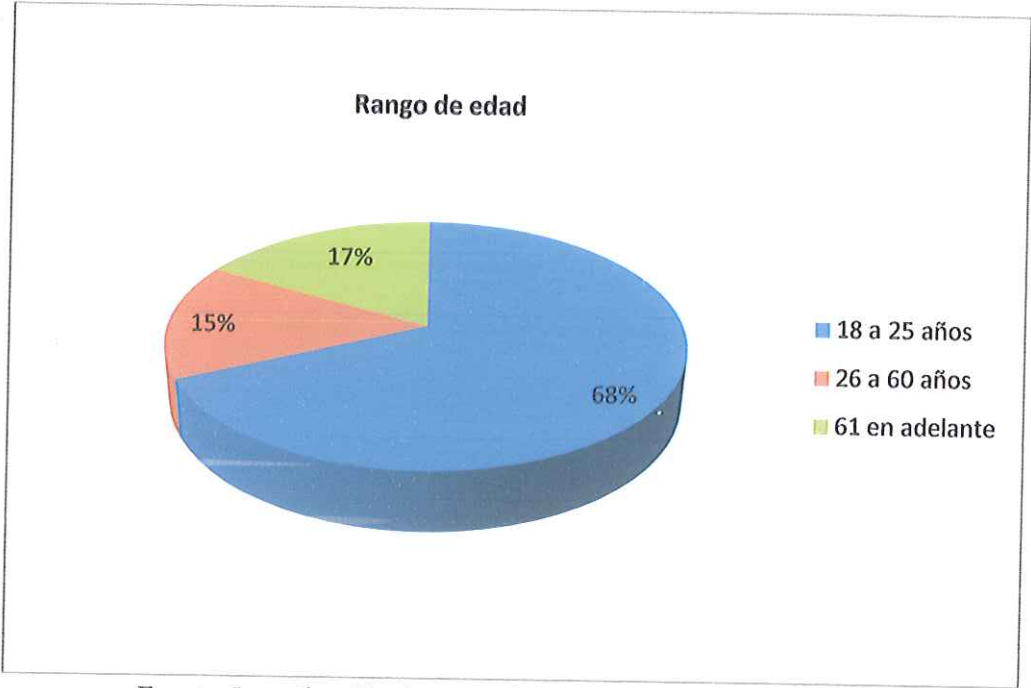


Fuente: Investigación de mercado realizado por la Autora

Gráfico n.-15

**FINANCIAMIENTO POR PADRES O TERCEROS**

18 a 25 años	99
26 a 60 años	22
61 en adelante	25



Fuente: Investigación de mercado realizado por la Autora

Gráfico n.-16

**Análisis:**

Como podemos observar en el Gráfico n.-15 y el gráfico n.-16 las personas quienes más demandan este servicio se encuentran en los rangos de edad entre: los 26 a 60 años quienes realizan el pago o financiamiento de su paquete por financiamiento propio, mientras que por financiamiento por terceros en su mayoría por padres se encuentran el rango de edad entre: los 18 a 25 años.

#### 4.2.2 Estructura de preferencias o gustos de la demanda de consumo.

Estos clientes prefieren estos productos porque buscan distracción, conocer lugares muy diferentes a los que frecuentan normalmente lo que los lleva a optar por una empresa operadora de turismo con un servicio personalizado y de calidad.



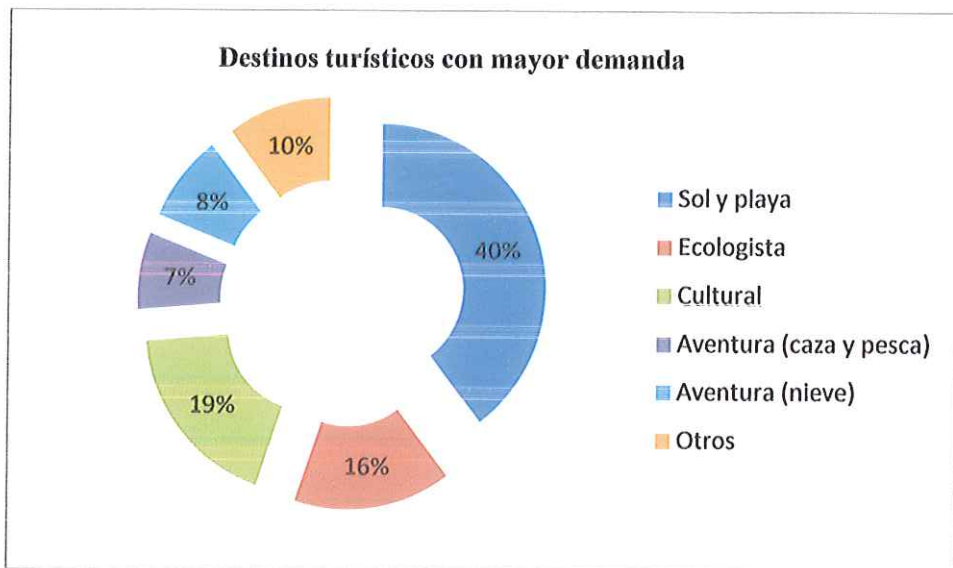
También empresas que organizan viajes a otros países ya sea por capacitaciones, foros o encuentros para sus empleados o trabajadores y utilizan el servicio de Operadoras Turísticas.



Encontrar las mejores ofertas de viajes y que por medio de esta empresa se pueda visualizar las mejores alternativas de precios para todo tipo de estatus social. Es mucho mejor conocer diferentes lugares del mundo a través de una Operadora de Turismo porque la oferta de los paquetes comerciales resulta más económico y garantizable.

**CONTROLADOR**

Sol y playa	122
Ecologista	48
Cultural	57
Aventura (caza y pesca)	23
Aventura (nieve)	26
Otros	32



Fuente: Investigación de mercado realizado por la Autora

Gráfico n.-2

**Análisis:**

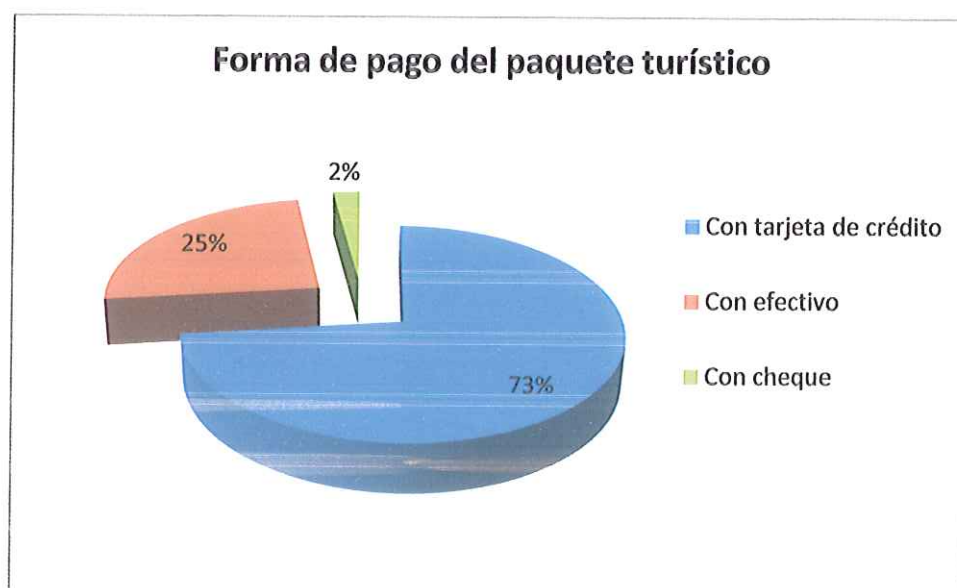
De acuerdo a este Gráfico n.-2 se puede observar que los lugares o los destinos turísticos de preferencia de las personas están dirigidos más a los destinos turísticos de sol y playa, también le sigue los destinos culturales y ecologistas. Quiere decir que más crearán y ofertarán paquetes turísticos en relación a estos destinos de preferencias o gustos.

### 4.2.3 Nivel de ingresos de la Demanda.

Hoy en día el nivel de ingresos de la demanda que invierte un porcentaje del mismo para realizar actividades o paseos turísticos fluctúa entre un rango de USD 600 en adelante, de sus ingresos económicos; tomando en cuenta la semejanza de los valores de los paquetes de viajes, los días de instancia y el destino elegido.

Cabe recalcar que los pagos de los paquetes turísticos se harán en su gran mayoría y gracias al avance tecnológico con las Tarjetas de Crédito, correspondiente a un 73% según las encuestas realizadas a las personas.

Si por el contrario el pago se lo realiza en efectivo correspondiente a un 25% o transferencias bancarias el ingreso mínimo que debe tener una persona para acceder a esta clase de servicios de forma segura a través de una Operadora Turística es de USD 450, sueldo base analizada en el mercado laboral y que le permita tener un buena estabilidad en su estilo de vida.



#### 4.2.4 Precios de los servicios relacionados.

<b>CISOMA TRAVEL AGENCY (QUITO)</b>		
<b>DESTINOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>DIAS</b>
Galápagos	768 USD	4 días
Miami de compras	345 USD	3 días
Miami y Orlando	996 USD	4 días
Argentina-Buenos	440 USD	4 días
Colombia-Carta Gen	449 USD	4 días

<b>SOL CARIBE (QUITO)</b>		
<b>DESTINOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>DIAS</b>
Punta Cana	580 USD	4 días
Miami de compras	358 USD	3 días
Miami y Orlando	989 USD	4 días
Argentina-Buenos	324 USD	3 días
Colombia-Carta Gena	550 USD	5 días

<b>ECUATOURS (GUAYAQUIL)</b>		
<b>DESTINOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>DIAS</b>
Punta Cana	539 USD	4 días
Miami de compras	420 USD	3 días
Argentina-Buenos	350 USD	3 días
Colombia-Carta Gen	560 USD	5 días

<b>REPRESENTACIONES INTERNACIONALES (GUAYAQUIL)</b>		
<b>DESTINOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>DIAS</b>
Punta Cana	578 USD	4 días
Miami de compras	396 USD	3 días
Argentina-Buenos	398 USD	3 días
Colombia-Carta Gen	460 USD	4 días

#### **4.2.5 Demanda del servicio.**

La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios:

Tiende a ser Demanda Elástica a los cambios económicos del mercado, puesto que en esta clase de servicio o producto las empresas operadoras siempre tratan de hacer las mejores ofertas para sus clientes y lo hacen poniendo a disposición del turista los mejores paquetes comerciales con precios sumamente alternativos ajustados a sus ingresos mensuales.

Un ejemplo de ser demanda elástica tenemos los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores. Esto hablando del tipo de segmentación a quienes va dirigida la oferta donde el objetivo de un segmento es satisfacer sus motivaciones tanto como sea posible.

Otro dato en las condiciones de consumo como un servicio complementario está en las variaciones de los precios de todos los agentes que participan en la creación de los paquetes turísticos y su propia difusión en el mercado.

Si los precios de un producto o servicio llegara a subir, como por ejemplo: el transporte o los hoteles, esto ocasionaría que el paquete genere otro costo en la oferta lo cual puede disminuir la demanda del mismo, pero si el turista cuenta con un buen ingreso salarial puede omitir esta contrariedad siempre y cuando el servicio brindado por dicha Operadora sea de muy buena calidad y excelente seguridad.

#### **4.2.6 Condiciones del mercado para su comercialización.**

Este producto operará en las condiciones de una Competencia Perfecta; hablando a nivel nacional ya existen otras empresas que ofertan el mismo producto por lo tanto se está en las mismas condiciones de ofrecer este servicio turístico en la ciudad de esmeraldas y demás personas de todo el país, así mismo a los turistas extranjeros.

El mejoramiento de la oferta se concretará en dar un servicio de calidad, variaciones de precios y destinos que promueven la innovación empresarial que pueda establecer la diferencia en el mercado turístico ante la competencia.

#### **4.2.7 Durabilidad del Servicio.**

Uno de las principales razones en el que se está sustentando este proyecto es con una buena comercialización de servicios turísticos. El margen de crecimiento o durabilidad es muy bueno, considerando que el Gobierno siempre está pendiente de la fomentación turística en Ecuador para el acogimiento de cientos de turistas y el ingreso de divisas que se genera de los mismos para el desarrollo y crecimiento del país.

El servicio de paquetes turísticos a través de las operadoras o agencias de viajes nunca va a desaparecer por lo que las personas estarán continuamente dispuestas a escoger un momento de ocio o vacaciones que les proporcionen el descanso necesario y diferente a su lugar de residencia.

#### **4.2.8 Condiciones de consumo del servicio.**

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de los medios de transportes, hoteles, lugares recreativos, etc., dan lugar a la satisfacción y necesidades de los turistas.

En este caso en la oferta de paquetes turísticos actúan como un servicio complementario, tomando en cuenta los ingresos de los turistas como un factor importante para acceder a esta clase de servicios que conlleva a la toma de decisión de buscar una Operadora de Turismo para la compra de cualquier paquete comercial acorde a los gustos y necesidades de la persona.

## **4.3 OFERTA DEL PRODUCTO**

### **4.3.1 Incentivos nacionales para la comercialización del servicio.**

“Ministerio de Turismo ha dejado a punto el proyecto de la nueva Ley Orgánica de Turismo, que se socializó con todos los actores involucrados en esta actividad, a partir del viernes 19 de febrero, tras intensas jornadas de trabajo.

El nuevo instrumento legal recoge temas relevantes como:

- La Declaratoria de la promoción y desarrollo de las actividades turísticas en el Ecuador como Política Prioritaria de Estado y de interés nacional.
- El Objeto de la Ley.
- La Creación del Sistema Nacional de Turismo: Principios y nueva propuesta institucional.
- Inclusión de nuevas formas de turismo.
- Servicios turísticos: derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, así como de los turistas que visitan el Ecuador.
- Régimen de Incentivos a favor del Sector Turístico, etc

Dentro del Régimen de Incentivos a favor del Sector Turístico está:

- La Inclusión en el Catálogo de Oferta Turística.
- Reinversión de utilidades.
- Crédito para el Sector Turístico.
- Capacitación a las empresas prestadoras de estos servicios.
- Facilidades para los viajes de estudio e investigación de estudiantes;
- Devolución del IVA a favor de los turistas.
- Devolución del IVA a favor los prestadores de servicios turísticos que vendan paquetes de turismo receptivo.
- Depreciación acelerada de activos; y
- Dedución de gastos.

Adicionalmente, se identifican Incentivos Especiales tales como:

- Devolución de derechos arancelarios a favor de personas naturales o las sociedades o empresas turísticas, que cuenten con proyectos calificados.
- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones relacionadas con la prestación de servicios de turismo interno y/o receptivo.
- La promoción del Ecuador en mercados externos.” (*Andes, AR, marzo 2010, “Nueva Ley orgánica de turismo, andes info)*

El Gobierno de la república ecuatoriana está cada día trabajando por el bienestar y crecimiento del país con la capacitación a todos los sectores socioeconómicos que generen fuertes ingresos para el mismo. Entre estos está el sector Turístico enfocado hoy en día como la segunda potencia económica que genera mayor divisas al Ecuador. El turismo es y siempre será prioridad para las personas que van en busca de nuevas alternativas de distracción en sus vidas cotidianas.

#### **4.3.2 Requerimientos tecnológicos para la comercialización:**

Sin lugar a dudas, las tecnologías de información han revolucionado el panorama de los negocios en el mundo las cuales juegan un papel fundamental en las reglas que rigen el mundo de negocios y en la forma de acercarse a los clientes. Las ventajas de las nuevas tecnologías en cuanto a incremento de la competitividad, reducción de errores y creación de nuevas funcionalidades son incuestionables en cualquier sector, incluyendo el turístico.

El requerimiento tecnológico con el que se contará para la promoción de los paquetes turísticos comerciales a nivel local, nacional e internacional será: la utilización del Internet, medio por el cual a través de mensajes (e-mails) se enviarán a los correos de las personas las promociones de paquetes con las que se cuenta, o a través de la página web de la empresa como medio de comunicación en el sector turístico en el que se consigue una respuesta directa y además de crear experiencias virtuales del producto.

### **4.3.3 Incidencia climática para la producción**

Una de las características más importantes de la demanda turística es la estacionalidad. Varios factores contribuyen a la estacionalidad, entre los cuales tienen importancia el clima, los días de fiesta y las vacaciones escolares y empresariales.

La consecuencia de esto es que tanto los oferentes de servicios turísticos como los propios turistas se enfrentan a varias posiciones de equilibrio de mercado según la época del año.

Relacionados con la estacionalidad se encuentran los términos «temporada alta» y «temporada baja», que corresponden a épocas del año con niveles de precios distintos para los mismos bienes y con una oferta de productos turísticos que también varía según el momento del año.

Las Operadoras Turísticas trabajan también de acuerdo al tiempo o a la incidencia climática en los destinos comercializados.

- La temporada baja va desde el 1 de Mayo al 14 de Junio y del 15 de Septiembre al 31 de Octubre.
- La temporada alta por el contrario va desde el 15 de Junio al 14 de Septiembre y del 1 de Noviembre al 30 de Abril.

Por lo general a nivel nacional las temporadas altas se caracterizan por las vacaciones colegiales de los jóvenes en el término de su año lectivo y vacaciones que aprovechan las personas que trabajan en las diferentes Instituciones o a su vez los empresarios.

A nivel internacional las temporadas altas se dan en relación a los precios de acuerdo al tiempo climático que exista en el país de destino o de la misma manera a la temporada de clases.

### **4.3.3 Servicios sustitutos existentes en el mercado**

Una opción para un turista puede ser el reemplazar o sustituir un tour “todo incluido” por la adquisición de cada servicio por separado, representando esto un ahorro relativo en su economía, el mismo que no es real, ya que al adquirir tours “todo incluido” se ve beneficiado en los descuentos que se obtienen por la negociación entre las agencias de viajes o prestadores de servicios.

## 4.4 ESTUDIO DE MERCADO

### 4.4.1 Mercado Proveedor

El estudio de mercado de los proveedores tiene la finalidad de conocer sus características y estrategias de ventas hablando tanto de proveedores nacionales, como internacionales que permiten estar en concordancia con la competencia. Estos a su vez ayudarán con el equipamiento necesario en lo que es paquetes comerciales, equipos de oficina, computación, suministros y demás componentes el inicio de operación de la empresa.

Los proveedores con los que comenzará a contar la Operadora de Turismo son los que se mencionan a continuación:

#### Proveedores de paquetes comerciales nacionales e internacionales

Tabla 1

Operadoras	Dirección
MANGLAR ROJO (Receptiva)	Guayaquil – Ríos 818 y Hurtado
REPRESENTACIONES INTERNACIONALES (Mayorista)	Guayaquil – Córdova y 9 de Octubre (P3-Of2)
CISOMA TRAVEL AGENCY (Internacional)	Quito – Av. América N34-503 y Hernández de Girón

#### Proveedores para los paquetes locales y nacionales

Tabla 2

Proveedores	Dirección
HOTEL PERLA VERDE	Esmeraldas – Piedrahita entre olmedo y sucre
HOTEL EL MARQUEZ	Esmeraldas – Atacames sector el malecón
HOTEL JUAN SEBASTIÁN	Esmeraldas – Atacames sector el malecón
CABAÑAS SAN FERNANDO	Esmeraldas – Playa Súa

**Proveedores de transporte**

**Tabla 3**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>
Transporte ejecutivo Esmetour	Esmeraldas – Calle espejo y Eloy Alfaro
Transporte ejecutivo P.B.I.	Esmeraldas – Calle 10 de agosto entre colón y olmedo

**Proveedores de equipos de computación**

**Tabla 4**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>
Tecno Home Computer	Mejía 418 entre Olmedo y Colón
Compu & Libros	Manuela Cañizares 406 y Olmedo
Vassystems Technology	Av. Libertad 7-03 y Manabí (Esq.)

**Proveedores de suministros de oficina**

**Tabla 5**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>
Librería “Nuestro Mundo”	Sucre y Juan Montalvo (Esq.)
Librería “ABC”	Mejía entre Colón y Olmedo

**Proveedores de muebles de oficina**

**Tabla 6**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>
Indumaster	Sucre entre Salinas y Mejía
Indumuebles	Olmedo 8-22 y Salinas

**Proveedores de servicio de internet y telecomunicación**

**Tabla 7**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>
Wireless	Sucre y Rocafuerte Esquina
CNT S. A.	Av. Libertad

#### 4.4.2 Mercado Competidor

##### 4.4.2.1 Competencia en el mercado nacional e internacional

El mercado turístico abarca una gran variedad de empresas o negocios que buscan directamente mejorar el nivel económico de sus familias e indirectamente ayuda al desarrollo económico, social y cultural de su ciudad y el país.

Entre esas variedades tenemos a las Agencias de viajes y Operadoras turísticas que a través de las ofertas de paquetes turísticos logran la promoción y difusión de su país generando divisas o ingresos económicos para el mismo y creando vínculos comerciales, sociales y culturales con países de la región y otros continentes, como también en las propias ciudades del país promotor.

Hoy en día en la ciudad de Esmeraldas se cuenta con seis Agencias turísticas registradas legal y oficialmente en el Ministerio de turismo, organismo encargado de vigilar y autorizar la apertura de estos negocios, cumpliendo los derechos y obligaciones ya estipulados a nivel de gobierno:

**Tabla 8**

<b>Agencias</b>	<b>Dirección</b>
ECUATOURS	Guayaquil - Vélez 1807 y Tulcán
JOIN TOURS	Guayaquil - Avenida 9 de Octubre y Córdova

**Tabla 9**

<b>Agencias</b>	<b>Dirección</b>
FREELAND	Esmeraldas - Barrio Río esmeraldas 104
MARIMBAS TOUR	Esmeraldas - Calles colón y salinas
SPONDYLUS	Esmeraldas - Calles pichincha y olmedo
AZUL MARINA TOURS TRAVEL	Esmeraldas - Juan Montalvo y Luis Tello
ECOTURISMO MALVINAS	Esmeraldas – Imbabura s/n y malecón Simón Bolívar
TICKETS & TOURS	Esmeraldas – Calle Rocafuerte y av. Bolívar altos ferretería López

#### **4.4.3 Posición del proyecto frente a la Competencia.**

La puesta en marcha de la Operadora Turística con paquetes comerciales a nivel nacional e internacional **COSTA TOUR**, trabajará en un mercado competitivo buscando prestar el mejor servicio a los ciudadanos y generando mecanismos y ofertas de viajes con una gama de precios y destinos que satisfagan los gustos de los turistas, se buscará la innovación de paquetes que ayudará a posicionar la empresa a corto plazo como líder en el mercado esmeraldeño.

Esto forjará a los esmeraldeños ya no acudir más a las ciudades como lo es Quito y Guayaquil donde la gran mayoría busca el servicio de estas operadoras por la aptitud de servicio que le brindan.

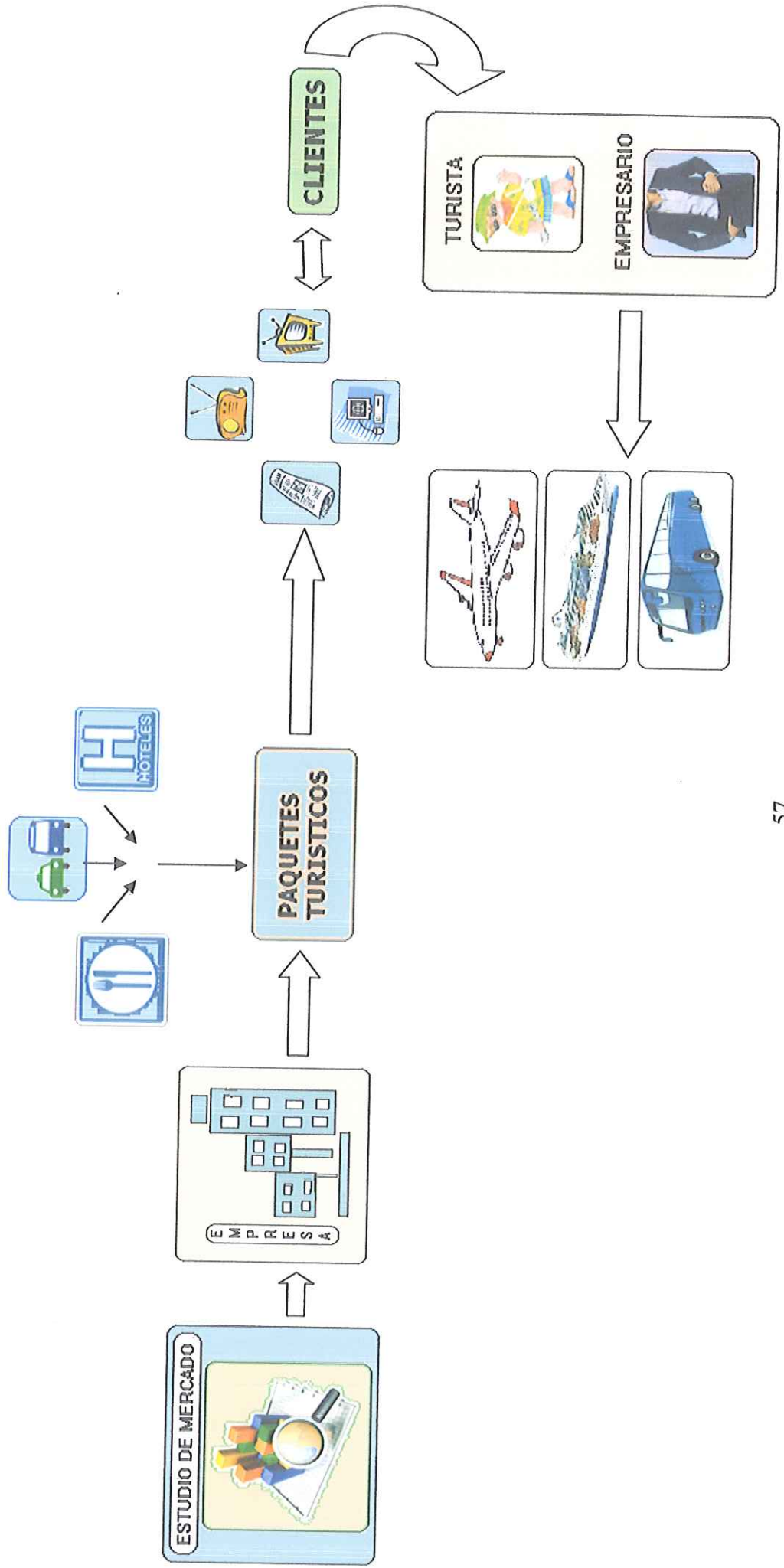
La empresa ofrecerá los paquetes con el siguiente sistema:

- Se ofrecerá paquetes comerciales a nivel nacional e internacional.
- Los precios de venta estarán siempre con relación a los precios de la competencia ubicados en la ciudad de Guayaquil y Quito donde los esmeraldeños concurren más para el adquirir este servicio.
- Las condiciones de pago estarán de acuerdo a la condición del cliente como puede ser en: efectivo o con tarjetas de crédito que puede ser de 12 a 24 meses de plazo que por lo general se puede extender el pago del paquete.
- Ingresará lo que es también los descuentos dependiendo el número de personas que viajen, el lugar de destino, o descuentos por pronto pago, etc.
- A través de un buen marketing publicitario se ofrecerán los paquetes a los turistas garantizándoles toda la calidad en el servicio.

Esto y mucho más, hará posible lograr el posicionamiento de la empresa a través de una estrategia de servicio personalizado y permanente.

El beneficio del proyecto para los Esmeraldeños se refiere al hecho de llevar y poner un producto o servicio cerca del consumidor para que no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo. El beneficio de tiempo se refiere a que el producto esté al alcance del consumidor en el momento preciso.

4.4.4 Estrategia Comercial  
4.4.4.1 Mercado Distribuidor



Los canales de distribución, son el instrumento de estrategia comercial o de marketing que relaciona el producto (paquete turístico) con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento y lugar en que lo necesite satisfaciendo sus gustos y preferencias.

En el caso de la Operadora turística, ésta una vez analizado el comportamiento de las personas, gustos de la demanda, destinos turísticos de mayor predicción, los beneficios que aportaría la puesta en marcha de la Operadora Turística, etc.; la empresa armará los paquetes turísticos locales, nacionales y recepta los paquetes internacionales para ofrecerlos y comercializarlos a través de los diferentes medios de comunicación como: televisión, radio, internet, prensa escrita, entre otros; a los clientes corporativos y a los turistas nacionales y extranjeros, siendo éstos a su vez los que tomen la decisión de consumo y realizar el viaje al destino de preferencia.

Una vez escogido el paquete turístico de preferencia por el cliente se procederá a negociar la forma de pago del servicio a brindar, para luego proceder a realizar el viaje por los medios de transportes ya sea aéreo, terrestre o marítimo que lleven al cliente al destino escogido.

Se llevará siempre un permanente análisis de las nuevas tendencias del mercado con el propósito de identificar en dónde están las oportunidades, la demanda y su relación con la oferta, buscando siempre una meta única tanto para el turista como para la empresa.

Los Canales de Distribución permitirán posicionarse a la empresa en el mercado a través de interesantes estrategias de ventas con relación a innovadoras formas de marketing en el mercado Esmeraldeño.

#### 4.4.4.2 Variables externas

Aquellas variables que tienen incidencia en el proyecto como la Política Exterior donde los turistas ingresan con más facilidad a Ecuador con la presentación de su cédula debido a muchos acuerdos de integración entre los países, con el objetivo de difundir el turismo y mantener un crecimiento estable de divisas por ese mercado.

Es así como El Gobierno Ecuatoriano ofrece al mundo cada día más señales de ser un país acogedor. “Hoy en día los visitantes extranjeros no necesitan obtener una visa de turismo para ingresar al territorio ecuatoriano. Esto, según las autoridades gubernamentales, tiene como intención aplicar el concepto de ciudadanía universal y dar un paso adelante en espera de que otros países tomen decisiones similares.” (Anónimo, n.d, *Visitantes no requieren visa para visitar Ecuador, Turismo Quito,* )

Este es un suceso que llama la atención pues mientras que los grandes países del mundo, hacen lo imposible por crear enormes muros o imponer directivas que criminalizan la migración, el Ecuador hace todo lo contrario, abriendo sus puertas a todos los “turistas” que lo quieran “visitar”.

“La eliminación de visas de turismo rige únicamente para aquellos que tienen previsto permanecer hasta 90 días, luego de los cuales deberán justificar su permanencia. Esto no los exime de otros requisitos como la obligación de ingresar por lugares autorizados (aeropuertos internacionales, puestos de control fronterizo, puertos marítimos) con el fin de ser registrados por la Dirección Nacional de Migración.” (Anónimo, n.d, *Visitantes no requieren visa para visitar Ecuador, Turismo Quito,* )

Los primeros viajeros beneficiados con esta medida se mostraron complacidos al igual que las agencias de viajes y operadores de turismo ecuatorianos.

Otra de las Políticas, como la de empleo, debido a situaciones económicas por la que está pasando el Ecuador y el resto de los países, como lo es la desestabilización del precio del crudo, han traído desniveles en la economía de cada país y ha generado una tasa de crecimiento un poco elevado en el desempleo.

Con estos antecedentes el proyecto lo que también busca es incentivar y generar empleo, ya que se necesitará muchas personas en un largo plazo y empresas que ayuden

en la oferta y difusión de este servicio de paquetes turísticos para en conjunto buscar el desarrollo de la ciudad de Esmeraldas y posicionarla en el mercado.

Así mismo las políticas fiscales que está tomando el gobierno en el sector turístico influyen de gran manera al proyecto porque Ecuador está difundiendo más al país en otros mercados con el objetivo de tener una mayor demanda de turistas por otros países como lo está haciendo ahora en Estados Unidos, Europa Perú y Colombia, entre otros.

#### **4.4.4.3 Análisis FODA**

El análisis FODA va a permitir analizar la situación competitiva de mi empresa con el entorno del mercado para así diseñar las estrategias adecuadas y elegir un buen plan de marketing de oferta de los paquetes turísticos con conexión nacional e internacional.

##### **4.4.4.3.1 Fortalezas**

- Estar ubicados en un área estratégica que permita captar en su gran mayoría a los usuarios.
- Contar con el personal calificado para brindar los servicios de información turística al público.
- Contar con una página web en internet lo que permitirá llevar de una forma directa la oferta de paquetes turísticos a las personas permitiendo el ahorro de los recursos económicos que incurren en la comercialización.
- La Operadora proporcionará facilidades de pago en todos sus servicios, el turista podrá cancelar en efectivo, tarjetas de crédito en corriente o diferido y también con cheques, accediendo a descuentos de acuerdo al número de personas que contraten el tour.

#### 4.4.4.3.2 Oportunidades

- Un Gobierno que apoya a la inversión del sector turístico (Promoción Turística), como lo es Ecuador.
- El nivel de crecimiento de turistas hacia el Ecuador y la cultura que está posicionándose en la mente de los ecuatorianos y extranjeros en conocer y disfrutar más de un país virgen y biodiverso en la explotación sostenida de turismo.
- La existencia de un aeropuerto que permite la llegada de turistas por este medio de transporte.
- El avance de las comunicaciones lo que permitirá abrir puertas para conseguir clientes, como lo es la internet y las redes sociales.
- Ubicación geográfica privilegiada de Ecuador siendo este destino turístico en costa, sierra, oriente y amazonia.

#### 4.4.4.3.3 Debilidades

- Poca experiencia turística en mercados internacionales.
- Ingresar a un mercado y lograr posicionamiento ante la competencia como lo es Esmeraldas.
- Disminución de los ingresos previstos en un año y reflejado en los cuadros financieros.

#### 4.4.4.3.4 Amenazas

- Crecimiento numérico de operadoras turísticas en el mercado esmeraldeño y a nivel nacional.
- Fenómenos naturales a gran escala que azotan constantemente algunos países alrededor del mundo como desastres naturales, guerras territoriales o políticas y no poder ingresar a ese mercado.
- La inestabilidad política, económica y jurídica que ataca las más altas esferas del país y afecta por lo tanto a la ciudadanía y a la prosperidad de todos los negocios existentes.
- Existencia de un alto grado delincencial ubicadas en algunas ciudades del Ecuador restando confianza del turista hacia el destino a escoger

para su próximo viaje y además esta imagen negativa se multiplica alrededor de los contactos de los viajeros que han sido perjudicados.

#### **4.4.4.4 Estrategias de ventas, promoción y publicidad**

Las estrategias de ventas que se utilizaran para persuadir al cliente a que compre o prefiera nuestro servicio serán los siguientes:

- A través de un buen marketing publicitario se llegará a ofertar los paquetes turísticos internacionales y diseñando variedades de paquetes nacionales para los clientes, que incurren en: nuevos destinos, paquetes con todo incluido, alternativas de fechas de viaje, hoteles, restaurantes y puntos de destino de diferentes calidades, mayores asesorías para su viaje, nuevas garantías, facilidades de pagos, créditos, entre otras opciones.
- La empresa operadora de turismo estará ubicada en todo el centro de esmeraldas para lograr la mayor captación de los clientes o usuarios siendo un punto de venta exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).
- Las promociones y ofertas directas a los estudiantes universitarios y los colegios que se encuentren en la terminación del año colectivo y puedan disfrutar de unas mejores vacaciones.
- La fijación de un precio inicial bajo para que, de ese modo, lograr una rápida penetración de mercado, una rápida acogida, o para hacerlo rápidamente conocido. Una vez que tengamos una buena demanda, es posible ir aumentando los precios poco a poco en comparación con la competencia y de ese modo crear una sensación de calidad o trabajando con los descuentos por cantidad de personas que deseen adquirir un paquete turístico.
- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1 (se hace el pago de una persona y viajan dos). Con referencias a las temporadas.
- Crear una página web para los usuarios en especial para los clientes corporativos (empresas) donde encuentren toda información necesaria

para seguridad, calidad y garantía de su pago y viaje; se enviarán mensajes publicitarios a los sitios donde los jóvenes más visitan como el facebook, twitter, skype; logrando que la empresa y el producto (paquetes) sea más reconocido en el mercado.

- Así mismo obsequiar regalos por la compra de determinados paquetes.
- Los medios de publicidad serán también de forma radial, televisiva, inserciones esporádicas en prensa escrita, publicación de dípticos divulgativos dentro y fuera de la ciudad de Esmeraldas.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios. (Marketing Directo).
- Participación en ferias y muchas más estrategias que se irán creando y desarrollando a medida que se analice la demanda y oferta.

#### 4.4.5 Proyección de Ventas

**Tabla 10**

<b>AÑOS</b>	<b>Consumo de turismo (estadísticas Jefatura de migración e INEC)</b>
<b>2007</b>	395
<b>2008</b>	972
<b>2009</b>	1549
<b>2010</b>	2126

Fuente: Jefatura de migración y estadísticas, INEC turismo

**Tabla 11**

<b>años</b>	<b>x</b>	<b>y</b>	<b>x2</b>	<b>xy</b>	<b>y2</b>
<b>2007</b>	-3	395	9	3552	155767,2505
<b>2008</b>	-1	972	1	972	945561,76
<b>2009</b>	1	1549	1	1549	2399401
<b>2010</b>	3	2126	9	19134	4519876
<b>SUMAN</b>	<b>0</b>	<b>5042</b>	<b>20</b>	<b>25207</b>	<b>8020606</b>

Fórmulas:

$$b = \frac{\frac{\sum (xy) - (\sum x) (\sum y)}{N}}{\frac{\sum (x^2) - (\sum x)^2}{N}}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

$$y = a + b \cdot (x)$$

$$b = \frac{25207 - (0) (5042)}{4}$$

$$20 - \frac{0}{4}$$

$$b = 1260,37 //$$

$$a = \frac{5042 - (1260,37) (0)}{4}$$

$$a = 1260,51 //$$

$$y = a + b \cdot (5)$$

$$y = 1260,51 + 1260,37 (5)$$

$$y = 7562,38 //$$

**Tabla 12**

<b>AÑOS</b>	<b>TURISTAS</b>
2011	7562
2012	8823
2013	10083
2014	11344
2015	12604
2016	13864
2017	15125
2018	16385
2019	17645
2020	18906
2021	20166

En el cuadro anterior esta detallada la proyección de las ventas de personas que realizaron viajes por concepto de turismo, partiendo de la información proporcionada por la Jefatura de Migración y Porcentajes del INEC periodo 2007- 2010, y aplicando la formula estadística indica que la variación de este producto en 10 años estaría estimado el incremento de cada año en 1260 **turistas**; teniendo en cuenta esta variación, y analizando que la empresa Operadora Turística prestará sus servicios en un 25% lo que permitirá el fortalecimiento del turismo en el país.

## 4.5 INGENIERÍA DE PROYECTO

### 4.5.1 Características del Producto

Las características que componen un paquete turístico son las siguientes:

- Un paquete turístico aporta un servicio de alojamiento, facilitando la estancia a los usuarios de estos servicios brindándoles la comodidad necesaria en su lugar de destino.
- Un servicio de restauración, proporcionando la variedad de platos típicos de la región o el lugar de destino para la degustación de los mismos ya sea en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Un servicio de intermediación en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios.
- Un servicio de información idónea a los clientes sobre los recursos turísticos, planes de viajes, días de estancia, detalles de destinos y entre otras más que puedan esclarecer y garantizar la venta del paquete.

Los paquetes turísticos se dedican a la planificación de un viaje ya sea por turismo o de negocios aportando calidad, garantía y seguridad en el viaje, permitiendo el ahorro de tiempo y dinero a la hora de armar el viaje a la medida de cada usuario, los costos de un paquete “todo incluido”, que hoy en día tiene una gran demanda en el mercado, permite escoger de una variedad de precios el destino del viaje, descuentos especiales, servicios adicionales, etc., llevando a un ahorro económico por todo un servicio en un solo paquete.

#### 4.5.2 Proceso de Producción y comercialización

Para la venta y creación de un paquete turístico la empresa recepta todos los gustos y demandas que tiene el cliente turístico como: preferencias de destino, días de hospedaje, centros de recreación, turismo ecológico, gastronómico, sol y playa, aventura, etc., a través de encuestas pequeñas y directas vía internet que ayuden a caracterizar la oferta del mismo.

Luego de haber sido analizada la información recolectada se realiza la oferta a los estudiantes y clientes corporativos los mismos que decidirán la compra o no de un paquete turístico.

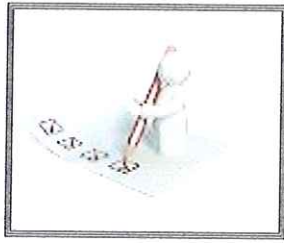
Si la respuesta es positiva se procede a realizar el contrato de venta del paquete y las formas de pago que puede ser cancelado. El cliente realiza su viaje hacia el país de destino y una vez de regreso la empresa concluye con una entrevista vía telefónica y grabada sobre su experiencia en el viaje, sus apreciaciones del servicio de nuestra Operadora y el siguiente tour que estaría dispuesta a conocer.

#### 4.5.3 Descripción del Proceso

- La empresa Costa Tours realiza una investigación de la demanda turística a través de encuestas, vía internet y teléfono a los clientes corporativos, estudiantes y turistas en general que están pensando en realizar un viaje para disfrutar las vacaciones o ejecutar viajes de negocios empresariales.



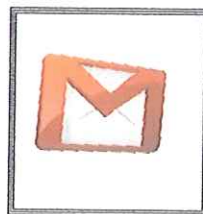
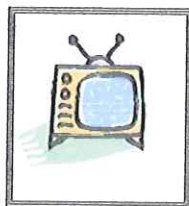
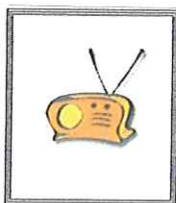
- En las encuestas estará presente cual sería el destino de preferencia, la fecha de salida aproximada, el tiempo de estadía promedio, el número de integrantes en el viaje y el precio que estaría dispuesto a pagar por el paquete; esto ayudará a tener una perspectiva más amplia de los gustos y preferencias de la demanda.



- Una vez analizado las respuestas en las encuestas nos comunicaremos con los proveedores de los servicios para los paquetes nacionales y locales como son: los hoteles, transportes, restaurantes, centros de recreación, etc., y con los proveedores de los paquetes internacionales como: las operadoras turísticas internacionales y mayoristas que se encuentran en las ciudades de Guayaquil y Quito.



- Realizado este paso se llevará a cabo en conjunto la creación de los paquetes y se ofertará al mercado a través de los diferentes medios de comunicación donde el cliente podrá ingresar a la oficina asistiéndolo con la información necesaria y concreta de los paquetes y servicios que se están ofreciendo.



- El cliente tomará la decisión de No querer por el momento uno de los paquetes y a través de una evaluación las razones de no utilización del servicio ya sean positivas o negativas para tenerlas presentes y poder en un futuro perfeccionar nuestros servicios, lo que automáticamente pasarán a una base de datos donde se los podrá integrar a la compra del próximo paquete.

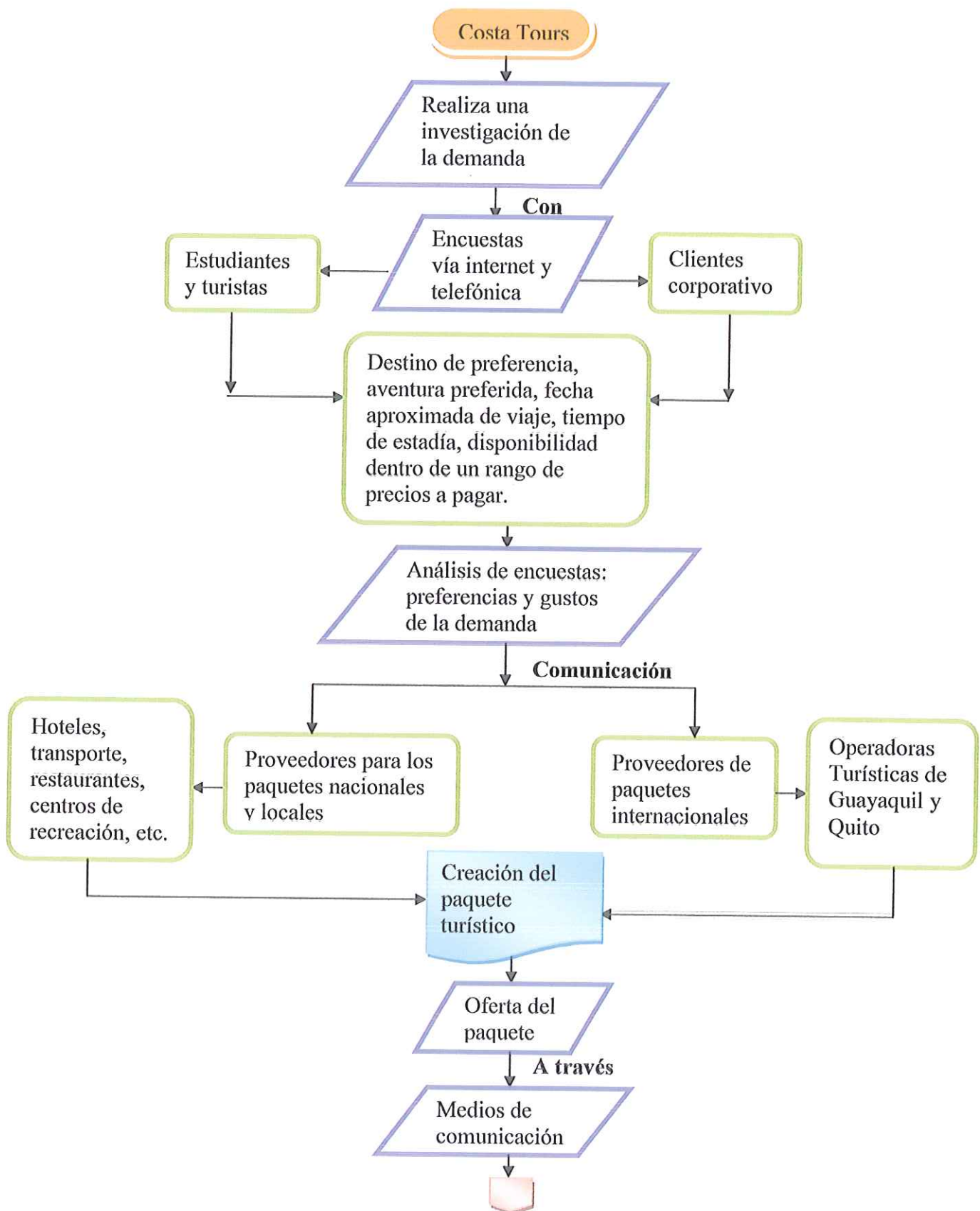


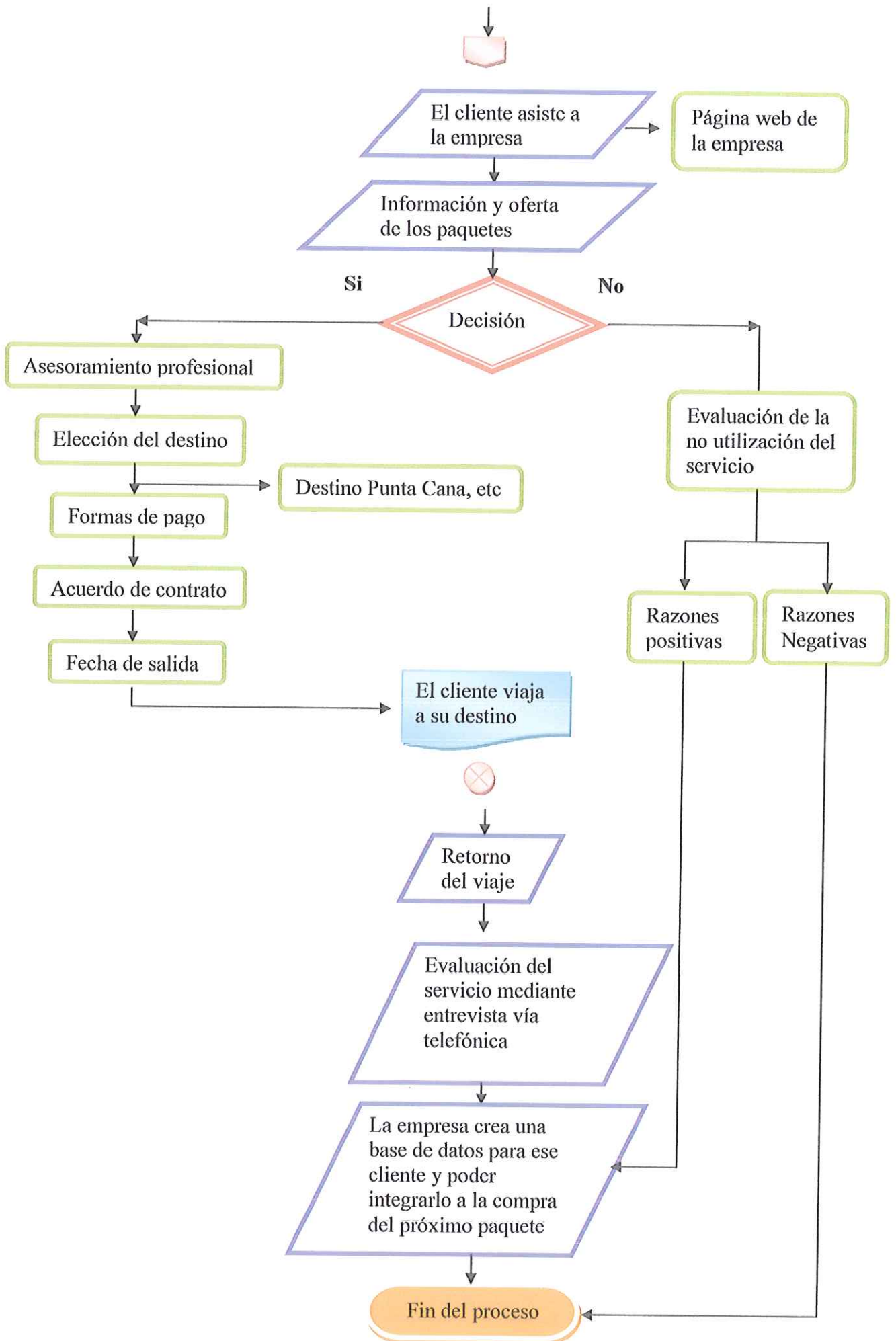
- Si el cliente se decidiera por uno de ellos, se le brindará el asesoramiento profesional, donde elegirá el destino, las formas de pago, cierre de acuerdo del contrato y la fecha de salida aproximada. El mismo, viaja a su destino elegido y al retorno del viaje se procederá de la misma manera haciéndole una evaluación mediante vía telefónica de los pro o contras encontrados en el proceso de excursión y pasará así mismo a una base de datos de la empresa para integrarlo a la compra de próximo paquete.



- De esta manera termina el proceso de selección de un paquete turístico.

#### 4.5.4 Flujo de Proceso





#### **4.5.5 Sistema de Comercialización**

La venta de los paquetes turísticos locales, nacionales e internacionales se les ofrecerá vía internet, medios de chats sociales, correos electrónicos, a los estudiantes y clientes corporativos de las empresas públicas y privadas. Las formas de pago a utilizar serían pago en efectivo o con tarjetas de crédito de contado o plazos de seis y doce meses. Una vez efectuado el pago o investigado la capacidad de pago de la persona con la tarjeta de débito a través de la entidad bancaria correspondiente, se procederá a la entrega del paquete turístico con la firma del contrato de venta y pueda de esa manera darse uso del mismo en la fecha, y destino estipulado.

El número de venta de paquetes turísticos será de nueve paquetes al año con un cupo aproximado de 5 a 22 personas por cada paquete, incluido nacionales e internacionales.

#### **4.5.6 Tamaño del Mercado (niveles de producción)**

El mercado actualmente es un gran potencial teniendo en consideración que el actual gobierno ecuatoriano optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional, dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y, sobre todo, a generar nuevos empleos.

Es así como el municipio de Esmeraldas está trabajando en la coordinación, organización y elaboración de nuevas alternativas y rutas de viajes para las personas locales, nacionales y extranjeras que implementen el “Destino Esmeraldas” como uno de los más primordiales de su lista de viajes; logrando así satisfacer las necesidades y gustos de la ciudadanía en sus día de ocio, descanso y recreación.

Por esta razón la empresa Operadora Turística Costa Tour logrará incursionar en este mercado a través de sólidas estrategias de ventas y comercialización logrando cubrir los requerimientos totales de la demanda que se darán según las proyecciones e investigaciones en el mercado ecuatoriano.

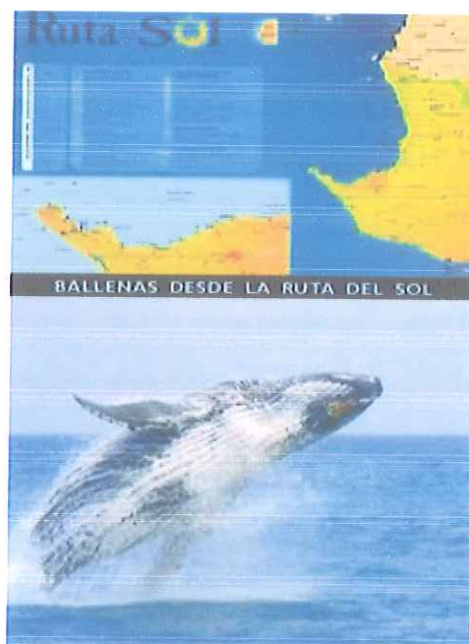
#### 4.5.7 Disponibilidad de Materia Prima

La materia prima en este caso son los destinos turísticos que hoy en día y gracias a la promoción turística del Gobierno alrededor del mundo, ha demostrado que Ecuador es un país que tiene gran cantidad de sitios turísticos, convirtiéndolo en el destino más visitado por los extranjeros y haciendo énfasis también en los ecuatorianos en “consumir primero lo nuestro”, eligiendo excursionar en nuestro país; descubriendo así la magnitud de la belleza natural que posee, tales como:

- **Tour Galápagos:** Realmente un paraíso natural en la tierra siendo uno de los parques nacionales más visitados en el mundo.



- **Ruta del Sol:** La costa ecuatoriana, desde Salinas hasta Puerto Cayo en Manabí, es uno de los escenarios turísticos más importantes del Ecuador, dicho trayecto recibe el nombre de Ruta del Sol. Ruta con excelentes playas, acantilados, bahías, parques nacionales, observación de ballenas y mucho más...!!



- **Las Siete Cascadas en San Lorenzo:** Las siete cascadas es un paraíso natural ubicado entre las provincias de Esmeraldas e Imbabura, tiene un clima sub tropical y un paisaje único.



De la misma manera encontramos variedad de destinos alrededor del mundo permitiendo conocer otras culturas y lugares de ocio, descanso y diversión tales como:

- **Panamá:** Un país de hermosa belleza con grandes atractivos naturales, hermosas playas, 49 parques naturales, reservas y refugios que tiene la ciudad incluyendo el comercio en la Zona libre de Colón donde se pueden realizar compras a precios cómodos.



- **Punta Cana:** Las playas de Punta Cana son sin lugar a dudas las más bonitas del Caribe. Las hileras de cocoteros frente un mar turquesa de aguas transparentes, con arena blanca y fina. Dan un aspecto salvaje y paradisíaco. Esto hace de las playas de Punta Cana una de las playas más famosas y valoradas de la República Dominicana.



- **Curacao:** La mejor bebida de licor de la corteza de las naranjas. Sus playas con arenas blancas, son sensacionales Seaquarium Beach, Playa Porto Marie tiene el agua cristalina y un arrecife doble de coral, Playa Cas Abao playa de arena blanca, palmeras y parasoles, la mayoría de sus playas son ideales para los nadadores, buceadores y los que practican el esnórkel, submarinismo, nadar con los delfines.



- **Nicaragua:** Granada Nicaragua Turismo, es la Ciudad más bella de Nicaragua, resguardada por el Gran Lago Cocibolca y rodeado de Belleza Natural, es la joya por excelencia de Nicaragua.

Nicaragua es una ciudad completa, Hoteles, Restaurantes, Bares, Artesanias, Cultura, Belleza Arquitectonica, y muchos lugares para pasarla bien; Una ciudad segura, tan segura que puedes hacer recorrido a pie y en bicicletas en toda la ciudad.



- **Brasil:** Ciudad capital del Estado Río Grande del Norte. Considerada la capital más soleada de Brasil, es conocida por sus hermosas playas de arenas blancas, mar azul, dunas, cocotales y piscinas naturales creadas por los arrecifes de coral. Con 399 kilómetros de litoral, Río Grande do Norte es dueña de playas tranquilas, pero también otras con olas buenas para el surf.



- **Perú:** en América del Sur, es indiscutiblemente uno de los centros más importantes de las antiguas civilizaciones. El Tahuantinsuyo, conocido como el Imperio Inca, (adoradores del sol), constituye una de las culturas más destacadas de entre las que alcanzaron un alto desarrollo y florecieron antes de la llegada de los europeos. Sus ruinas han fascinado en todos los tiempos tanto a arqueólogos como a los turistas de todo el mundo.



#### **4.5.8 Disponibilidad de Capital**

El proyecto va a ser financiado con recursos familiares en una asociación que permita crear una sociedad familiar de inversión, legalmente constituida y con objetivos claros correspondientes al 33.43%, la otra parte del capital se lo obtendrá a través del Banco del Pichincha el cual direcciona créditos para proyectos de industrialización, producción y comercialización; todo esto cumpliendo los requerimientos necesarios para poder tener acceso al crédito, cubriendo el 66.57% de la inversión.

#### **4.5.9 Programa de Producción**

El programa estimativo de producción de venta de paquetes turísticos es el siguiente: nueve paquetes al año con un cupo aproximado de 5 a 22 personas, cada uno con las características y servicios incluidos en cada paquete.

## PAQUETES NACIONALES

# GALAPAGOS ENCANTADOR

**SALIDAS: MIÉRCOLES Y SÁBADOS.**

**Categoría:** Turista (3\*)

**Capacidad:** 60 Pasajeros

**Tour:** 4 días – 5 noches

**Servicios del Hotel:** Cuenta con 19 habitaciones entre dobles, triples y minisuites familiares con baño y ducha privada, restaurante, bar, piscina, TV en cada habitación, con aire acondicionado, agua caliente.

### ITINERARIO:

DIA 1.- TRANSFER IN Y ESTACIÓN CHARLES DARWIN.

DIA 2.- TOUR DE BAHIA Y GRIETAS

DIA 3.- TORTUGA BAY Y PARTE ALTA CON TÚNELES DE LAVA.

DIA 4.-CRÁTERES GEMELOS Y TRANSFER OUT.

### EL PRECIO INCLUYE:

- Alojamiento en el Hotel Tortuga Bay
- Alimentación completa
- Ticket aéreo
- Tours navegables y terrestres.
- Transporte terrestre
- Guía del parque
- Equipo de Snorkel en el Tour de Bahía

### EL PRECIO NO incluye:

- Ingreso al Parque Nacional: \$3 niños - \$6 adultos Nacionales, \$100 extranjeros, \$50 Pacto andino.
- Tarjeta INGALA \$10.

## RESERVACIÓN

Con abono inicial de 100 USD por pasajero, también pueden pagar con tarjeta de crédito.

## RECOMENDACIONES

Para el tour a Galápagos se recomienda que viajen con zapatos cerrados para las caminatas; en la Isla no hay mariscos excepto pescado, llevar documentación personal.

## PRECIOS POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS

<i>RUTAS</i>	<b>PROGRAMAS</b>			<b>GPS 2010</b>		
	<i>CUATRO DIAS</i>			<i>CINCO DIAS</i>		
	<i>ADT</i>	<i>CHD</i>	<i>3ra.EDAD</i>	<i>ADT</i>	<i>CHD</i>	<i>3ra.EDAD</i>
QUITO	609	509	524	629	529	549
GUAYAQUIL	579	489	504	599	509	529
<b>EXT GYE</b>	<b>719</b>	<b>559</b>	-	<b>819</b>	<b>669</b>	-
<b>EXT UIO</b>	<b>759</b>	<b>579</b>	-	<b>859</b>	<b>679</b>	-

Reservas sujetas a disponibilidad aérea y hotelera. Consultar habitación sencilla.

Tarifas sujetas a cambios con previo aviso.

A partir de 15 personas con un estimado del 20% de descuento.

Para pagos con tarjeta de Crédito consultar.

# GALÁPAGOS FABULOSO

## SALIDAS: MIÉRCOLES Y SÁBADOS.

**Tour:** 5 días – 4 noches

Hotel Lobo del Mar: 2 noches – Isla Santa Cruz

Hotel Sierra Negra: 2 noches – Isla Isabela

### ITINERARIO:

**DIA 1.- BALTRA – SANTA CRUZ – ESTACION CIENTIFICA CHARLES D.**

**AM:** Baltra. Recibimiento y traslado al Grand Hotel Lobo de Mar, almuerzo.

**PM:** visita de la Estación Científica Charles Darwin y Centro de Exposiciones de Van Stralen, cena y coctel de bienvenida.

**DIA 2.- SANTA CRUZ – ISABELA**

**AM:** desayuno y traslado en lanchas rápidas hacia la Isla Isabela, llegada al hotel Sierra Negra, registro y salida para visitar: el Muro de Las Lagrimas (Antigua Colonia Penal en la Isla), Cerro Orchilla (observación de paisajes naturales y aves endémicas), Humedales (piscinas naturales provocadas con un alto endemismo de flora y fauna; y, Playa del Amor (sitio de anidación de iguanas terrestres con vegetación de la zona), almuerzo.

**PM:** tarde playera para deportes como: vóley, fútbol, surf y bodi borde.

Cena y noche de discoteca donde disfrutaremos de un ambiente Tropical galapaguero.

**DIA 3.- ISABELA**

**AM:** desayuno y salida para realizar tour de Bahía donde visitaremos: Laguna de las Tintoreras (Lugar para observar tiburones “tintoreras”, colonias de lobos marinos, iguanas terrestres, pingüinos tropicales endémicos de Galápagos, piqueros de patas azules, tortugas marinas y variedad de peces).

Concha de Perla: en este arrecife coralino realizaremos snorkeling, disfrutando de una gran variedad de flora y fauna, al medio día almuerzo.

**PM:** visitas de: Cuenca de Sucre (túnel de origen volcánico), Centro de Crianza de galápagos (observación de galápagos en corrales y evolución de los huesos de tortugas), tarde de playa y cena.

**DIA 4.- SANTA CRUZ – TORTUGA BAY**

**AM:** desayuno y salida hacia Puerto Ayora, llegada y registro en Grand Hotel Lobo de Mar, almuerzo.

**PM:** visita de Tortuga Bay, playa de aproximadamente 2 Km de longitud, arena blanca formada por huesos de peces y coral blanco, considerada santuario de tortugas marinas y otras especies.

Parrillada de despedida y discoteca.

**DIA 5.- SANTA CRUZ – GEMELOS – BALTRA – RETORNO**

**AM:** desayuno y traslado hotel – aeropuerto “Baltra”, apreciaremos los cráteres Gemelos, en el trayecto disfrutaremos de impresionantes paisajes al cruzar el Canal de Itabaca, admirando por última vez el paraíso único que nos ofrecen las Islas Encantadas.

**SALIDAS DESDE:**

- **QUITO.-** Precio por persona en hab. doble/adulto USD768.00  
Niño USD627.00
- **GUAYAQUIL.-** Precio por persona en hab. doble/adulto USD741.00  
Niño USD613.00
- **CUENCA.-** Precio por persona en hab. doble/adulto USD768.00  
Niño USD624.00

**EL PRECIO INCLUYE:**

- Boleto aéreo
- Transporte aeropuerto – hotel – aeropuerto
- Guía Naturalista certificado
- Visita en lanchas a las Islas de acuerdo al itinerario
- (Habitaciones múltiples: dobles, triples, cuádruples)
- noches en Santa Cruz y 2 noches en Isabela
- Alimentación completa: desayuno, almuerzo, cena tipo menú
- Self-service (en Sta. Cruz)
- Jugos ilimitados durante las comidas
- Coctel de bienvenida (Sta. Cruz e Isabela)
- Entrada a la discoteca (1 noche en Isabela – 1 noche en Sta. Cruz) con 1 bebida en cada una
- Parrillada de despedida en el Restaurante “Bucaneros” del Hotel.
- Seguro de Viaje “ASSIST CARD”
- Deportes en playa Isabela (Vóley, tabla surf, bodyboard).

**EL PRECIO NO incluye:**

- Impuesto de entrada al Parque Nacional Galápagos
- Ecuatoriano: Adulto \$ 6.00 Niño \$ 3.00
- Tarjeta de Control Migratorio “Ingala” Todo pasajero \$ 10.00

## PAQUETES INTERNACIONALES

# CHARTERS PANAMÁ CIUDAD O COLÓN

### PAQUETE INCLUYE:

- Boleto Aéreo UIO/GYE / Panamá / GYE/UIO - Vuelo Charter
- Asistencias y traslados Aeropuerto Hotel Aeropuerto
- Programa de servicios de acuerdo a su elección
- Alojamiento de acuerdo a su elección
- Desayunos Buffet diarios en ciudad Panamá
- City Tour + Canal + Tour de compras Albrook Mall (Sólo en PKT con estadía ciudad)
- Cortesía: 1 Tour a Zona Libre (Sólo en programas de 4 noches)
- Guía acompañante especializado en recorrido
- Uso de las instalaciones de los hoteles
- Impuestos Hoteleros
- Impuestos Aéreos
- IVA

### NOTA:

Precios por persona

\*Suplemento Feriado USD 55 P/PAX

### PESO PERMITIDO

1 Maleta de 40 kilos y 8K La de mano P/PAX

Gratuidad paga USD 190 netos + tasas de salidas de GYE y PTY

### ACOMODACION EN TRIPLE (BASE 2 CAMAS DOBLES)

Niños hasta 11 años comparten habitación con 2 adultos

Infantes menores 2 años pagan sólo impuestos y tasas

### PARA RESERVAR

Abono de USD 200 P/PAX NO REEMBOLSABLES en caso de anulación por parte del pasajero

Espacio sujetos a disponibilidad

### PAQUETE NO INCLUYE

Tasas de salida de Ecuador \$ 40.22

Tasa de salida de Panamá \$ 40

Entrada a Esclusas Miraflores \$ 8 O \$ 5 P/PAX

Gastos personales & Servicios no detallados

SALIDAS 2011	
SEP	NOV
01 AL 05	29 OCT - 02** (MEC)
05 AL 09	31 OCT - 03**
09 AL 13	02 - 06** (MEC)
OCT	03 - 06**
09 AL 12	18 AL 22
12 AL 16	22 AL 26
16 AL 20	26 AL 30
20 AL 24	DIC
24 AL 28	30-nov-04
28 AL 31	04 AL 08
	08 AL 12

**\*\* FECHAS FERIADOS APLICA SUPLEMENTO**

	DBL/TPL	SENCILLA	CHD 2 -11	DBL/TPL	SENCILLA	CHD 2 -11
	3 NOCHES			4 NOCHES		
CATEGORIAS	SÓLO CIUDAD DE PANAMÁ					
HOTELES 3*	<b>515</b>	669	447	567	771	475
HOTELES 4*	562	669	490	629	877	533
HOTELES 5*	622	834	511	708	991	562
HOTELES 5* S	688	1031	517	803	1261	575
	SÓLO CIUDAD DE COLÓN					
HOTELES 3*	<b>524</b>	610	455	559	674	468
HOTELES 4* S	556	696	494	602	789	569
HOTELES 5*	620	824	494	687	959	507
	COMBINADO CIUDAD Y COLÓN					
HOTELES 3*	<b>556</b>	672	511	608	775	527
HOTELES 4*	697	764	519	664	894	556
HOTELES 5*	645	863	539	733	1020	582

*Una GRATUIDAD cada 10 paxs PAGADOS*

# CHARTER CURACAO

- **El paquete incluye:**
- Ticket aéreo en vuelo Charter Guayaquil-Curacao-Guayaquil vía TAME.
- Asistencia y Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto.
- Alojamiento en el HOTEL BREEZES CURACAO 4\*\*\*\*
- Acomodación a su elección
- **Sistema All Inclusive.**
- Desayunos- Almuerzos – Cenas tipo buffet
- Snacks y Bocaditos **ILIMITADOS!!!**
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas nacionales **ILIMITADAS!!!**
- Recreación en la playa y la piscina
- Deportes acuáticos no motorizados
- Disfrute de noches temáticas con música y entretenimiento en vivo.
- Impuestos hoteleros
- IVA
- Impuestos de boleto aéreo

## TARIFA EN BASE A:

	HAB SGL	HAB DBL	HAB TPL	NIÑOS (2-12 AÑOS)
<b>HOTEL</b>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>
<b>BREEZES CURACAO 4*</b>	<b>1162</b>	<b>916</b>	<b>885</b>	<b>680</b>
	HAB SGL	HAB DBL	HAB TPL	NIÑOS (2-12 AÑOS)
<b>HOTEL</b>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>	<u>4NTS</u>
<b>BREEZES CURACAO 4*</b>	<b>1162</b>	<b>916</b>	<b>885</b>	<b>680</b>

\*La acomodación en habitación TPL es en base a 2 camas dobles más cama adicional bajo disponibilidad

\*\*NIÑOS hasta 12 años en una habitación en compañía de un adulto (mayor de 18 años)

## GRATUIDADES POR CADA 15 PAXS PAGADOS – 1 FREE

### IMPORTANTE:

- ✓ Infantes de 0-2 años pagan solo impuestos
- ✓ Precios sujetos a cambio sin previo aviso y disponibilidad de hotel y espacios aéreos
- ✓ Para reservas en firme Indispensable abono de \$150
- ✓ Es necesario pasaporte vigente. Los **ecuatorianos NO necesitan VISA**

### NO INCLUYE:

- ✓ TKT Interno en las rutas internas Ecuador CONSULTAR TARIFAS
- ✓ Impuestos aeroportuarios de salida en Ecuador USD 43.80 y Curacao USD 32.00
- ✓ No incluye gastos NO especificados en el programa

# PUNTA CANA FERIADO NOVIEMBRE 2012

## 1 GRATUIDAD POR CADA 15 PAX ADT

### PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo en vuelo chárter en la ruta GYE- REP. DOMINICANA – GYE
- **SALIDA DEL 29 OCT AL 2 NOV RUTA Guayaquil- Manta- REP.DOMINICANA – Manta- Guayaquil.**
- Asistencia y traslados aeropuerto – hotel- aeropuerto
- Alojamiento En Hotel a su Elección BAHIA PRINCIPE O AMSHA MARINA
- Sistema **ALL INCLUSIVE**: Desayunos-Almuerzos-Cenas tipo buffet
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas nacionales **ILIMITADAS!!!**
- Snacks y Bocaditos **ILIMITADOS!!!**
- Programas de animación diurno para niños y adultos.
- Instalaciones del complejo incluyen: .... piscinas, sauna, jacuzzi, gimnasio, casino (24 horas), Discoteca, tiendas de compras, centro médico, entre otros.
- Deportes acuáticos no motorizados como; snorkel, kayak, windsurf, vela, aeróbicos (equipo de animación el hotel), entre otros.
- Impuestos hoteleros
- IVA
- Impuestos de boleto aéreo

### TARIFA POR PERSONA EN USD:

Hotelería	HAB TPL	HAB DBL	HAB SGL	CHD 2-12 AÑOS
<b>Gran Bahía príncipe bávaro 5*(para grupos)</b>	<b>773</b>	773	1008	691
<b>Gran Bahía príncipe bávaro 5*(para individuales)</b>	<b>814</b>	814	1008	691
<b>Amsha Marina Grand Paradise Bávaro 4*</b>	<b>722</b>	742	906	660

**\*PARA LA SALIDA DEL 29 OCT-02 NOV SUPLEMENTO DE \$50 POR PERSONA NETO.**

### NO INCLUYE:

- Tasa Aeroportuaria de República Dominicana USD \$ 83 (pagar a **CISOMATRAVEL**)
- Tasa aeroportuaria de Ecuador Guayaquil USD28 / Quito USD 43,80 - No incluye gastos no especificados en el programa
- Tasa de servicio de seguridad aeroportuaria USD 5,11 SOLO SALIENDO DESDE Guayaquil (Pagar a **CISOMATRAVEL**)

**IMPORTANTE:**

La acomodación en habitación TPL en BAHIA PRINCIPE es en base a 2 camas dobles + Sofá cama

La acomodación en habitación TPL en AMSHA MARINA es en base a 2 camas dobles más cama adicional **bajo disponibilidad**

Para reservaciones indispensable abono de **\$150.**

**GRATUIDADES PAGAN: 90.00 + 70.00 + 83.00 (Tasa de República Dominicana)+ 5.11 (SALIENDO DESDE GYE TASA SEGURIDAD AEROPORTUARIA)**

# UNA NICARAGUA INTENSA

**(6 noches, 7 días)**

**Día 1:**

Traslado aeropuerto-hotel en Managua Mansión Teodolinda

**Día 2:**

Desayuno

Salida hacia Masaya y Granada

(visita al volcán Santiago- Laguna de Apoyo y mercado de artesanías).

1. Tours por las isletas y estadía la tarde en una de ellas para almuerzo y diversión.
2. City tours por Granada
3. Alojamiento en Hotel Alhambra

**Día 3:**

Desayuno

1. Mañana libre para pasear en Granada
2. Salida a las 12:00 hs. para Ometepe
3. Salida en lancha hacia Ometepe y tours por Charco Verde y Punta Jesús María.
4. Alojamiento hotel Villa Paraíso

**Día 4:**

Desayuno

1. Visita al museo de Altagracia y recorrido por la isla
2. Mediodía: salida de Ometepe hacia León a través de la carretera Panamericana sur, donde pasará por las ciudades de Jinotepe y Diriamba.
3. Llegada a León
4. Alojamiento en hotel Los Balcones

**Día 5:**

Desayuno

1. City tours por la ciudad de León
2. Visita a la playa de Poneloya ( ahí se puede degustar un excelente pescado )
3. Tarde libre

Alojamiento hotel Los Balcones

**Día 6:**

Desayuno

1. Salida hacia los hervideros de San Jacinto.
2. Paso por Nagarote para degustar quesillo nicaragüense
3. Tours en las ruinas de León Viejo.
4. Llegada a Managua
5. City tours en Managua y visita al museo de la Loma.
6. Alojamiento hotel Mansión Teodolinda.

**Día 7:**

Desayuno y transfer al aeropuerto.

**Opcionales:**

1. Salida nocturna por Managua el último día. (precios adicionales)
2. Noche o noches adicionales en Montelimar con transfer incluido.

Precio por pax: usd 850.00

Precio por pax en base a 2: usd 750.00

Precio por pax en base a 3-5 : usd 700.00

Precio por pax en base 6-9 : usd 600.00

Precio por pax en base a 10-12 : usd 550.00

Suplemento adicional por alojamiento en hotel SEMINOLE (Managua)-  
El Convento (León)- Sto. Domingo (Ometepe) y La Gran Francia (Granada)

**Nota:**

No incluye tasas aeroportuarias de \$145.00

# NICARAGUA PACIFICO

## **Deleite Cultural y Marítimo en el Pacífico de Nicaragua**

**7 noches, 8 días**

### **Día 1**

Traslado aeropuerto-hotel Seminole en Managua

### **Día 2:**

Desayuno hotel Seminole

Salida Volcán Santiago

Visita al mercado de artesanías en Masaya

Visita al mirador de Catarina y almuerzo en el lugar (incluido)

Recorrido por San Juan de Oriente para observar la elaboración de cerámica

Alojamiento en Hotel Alhambra en Granada

### **Día 3**

Desayuno en el hotel

City tours en Granada

Traslado hacia la Bahía de San Juan del Sur

Alojamiento en Morgan's Rock Hacienda and Ecolodge

Cena

### **Días 4, 5 y 6 :**

Estadía en Morgan's Rock Hacienda and Ecolodge

Régimen todo incluido

Para gozar de la playa o escoger opción de buceo o pesca.

### **Día 7**

Desayuno en Morgan's Rocks Hacienda and Ecolodge

Traslado hacia la ciudad de Managua

City Tours por Managua y visita al parque histórico Tiscapa

Alojamiento en hotel Camino Real

**Día 8**

Transfer hotel-aeropuerto.

**Precio por pax en base a doble:**

**U\$ 1,250 (mínimo dos pax)**

temporada baja (16 mayo al 15 de octubre)

Precio por pax en base a doble:

mínimo 4 pax. U\$ 1,200

Agregar suplemento de U\$ 220. por pax en temporada alta  
(1 de nov. Al 14 dic. y 6 enero al 15 de mayo)

Agregar suplemento de U\$ 200 en temporada navideña  
(15 dic.al 5 de enero)

**Opción de buceo:**

U\$ 80 (dos inmersiones, para buzos certificados)

U\$ 100 (dos inmersiones para principiantes)

Incluye lancha y equipo

Sumar al precio dl paquete el valor por la cantidad de inmersiones q el pax va a tomar.

Todos los transferes están incluidos.

Hoteles categoría 4 estrellas con régimen de desayuno (Seminole en Managua y Alhambra en Granada)

Morgan's Rock Hacienda and Ecolodge es régimen todo incluido. (desayuno, almuerzo y cena con bebidas locales)

Guía en las ciudades de Managua, recorrido del Segundo día y recorrido en Granada el tercer día hasta San Juan del Sur.

Almuerzo en Catarina

Buceo dirigido por experto con certificación de PADI.

**Opción de Pesca:**

Mínimo 4 personas.(de lo contrario el precio por pax duplicarlo).

Agregar suplemento de usd 200 p.p. (pesca mediodía inshore, 5 horas)

Agregar suplemento de usd 232.50 p.p. (pesca día entero inshore)

Agregar suplemento de usd 250 p.p. (pesca mar adentro offshore día entero)

Mejor temperatura para la pesca es en los meses de mayo a octubre.

Costeando se pesca gallos (rooster fish), sierra macarela (mackerel), bonitos, jureles (jactes), pargo (snapper), mero (grouper), mar adentro se encuentran marlin, pez vela, wahoo, aleta amarilla. El yate de 23 pies para 4 pax tiene una consola con su toldo.

El recorrido incluye aperitivos y refrescos.

# NATAL - BRASIL

## NATAL - BRASIL

**(07 NOCHES 08 DIAS)**

### **DETALLE DEL PAQUETE**

**Incluye:**

Pasaje aéreo directo volando con TAME.

Traslado de entrada y salida y city tour.

Alojamiento 07 noches en Hotel Holiday Inn Express Natal con desayuno.

**Precio por persona en base doble: \$ 901.00**

**NO Incluye**

Impuestos (USD 208), USD 15 de gastos de reserva y 1.2% de gastos bancarios.

# PERÚ - VIAJES EXÓTICOS

## DETALLE DEL PAQUETE

### Incluye:

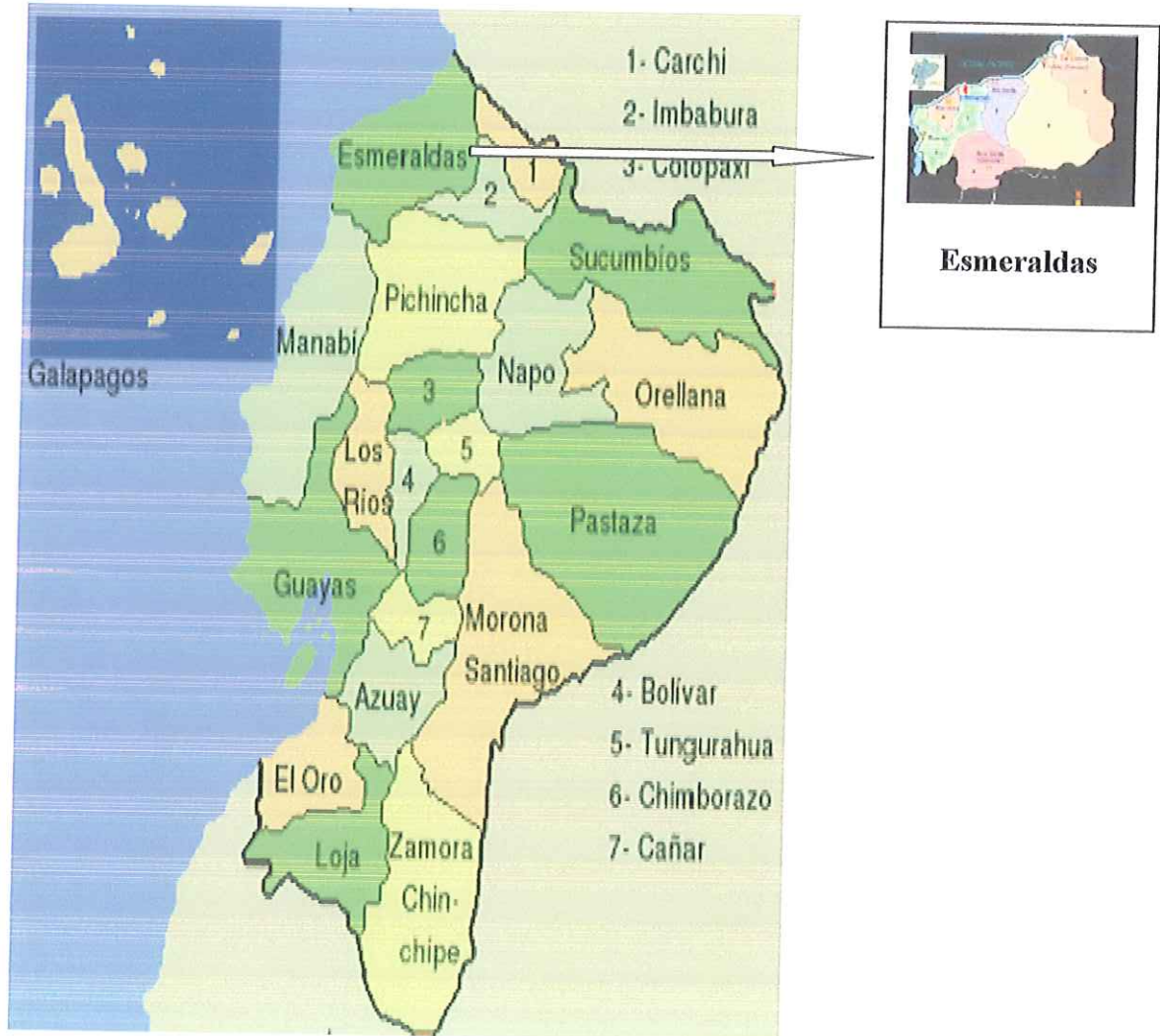
- Aéreo Buenos Aires/ Lima/ Cusco/ Buenos Aires con Lan.
- Traslados en privado.
- Desayunos diarios en el hotel.
- Una Noche de alojamiento en Lima.
- Tres Noches de alojamiento en Cusco.
- Excursión en regular a la ciudad de Cusco y Ruinas aledañas de medio día.
- Entrada a la Catedral y Koricancha.
- Excursión "Camino del Inca" 4 Días/ 03 Noches.
- Boleto Turístico de Cusco (Parcial).
- Alojamiento en Categoría Económica.

**Tarifa por persona: \$1195.00**

En base doble **NO** incluye impuestos aéreos (usd 320), ni gastos de reserva de \$15.

#### 4.5.10 Localización y Tamaño

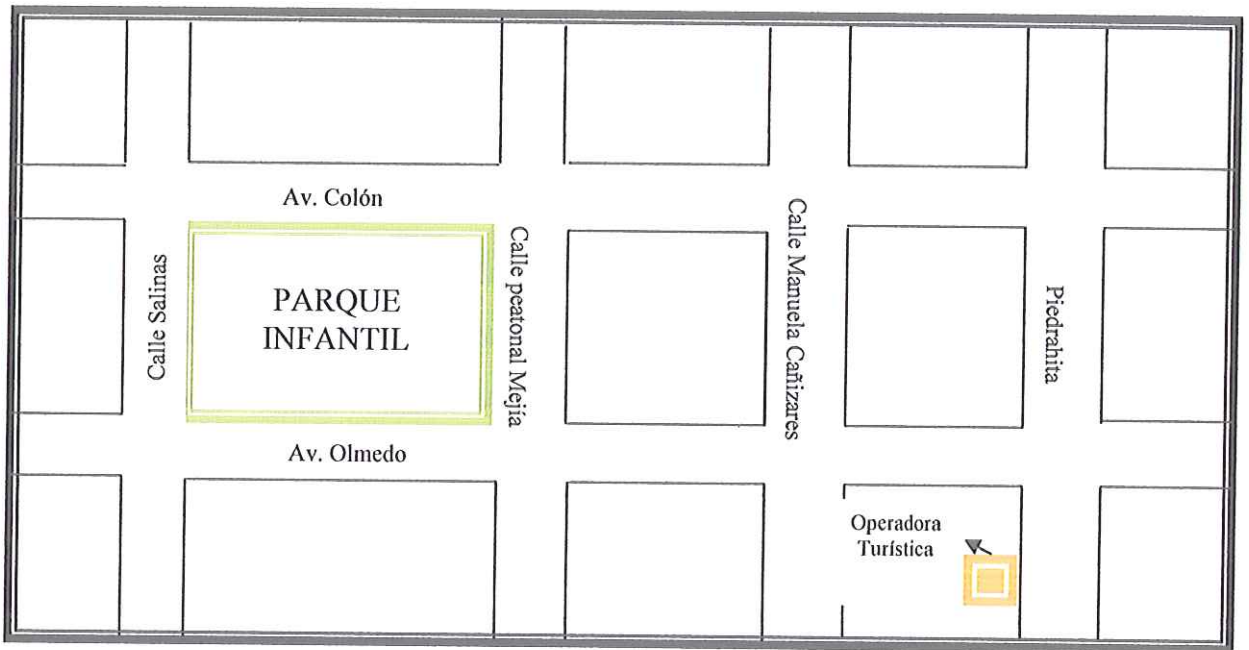
La empresa Operadora de Turismo estará situada en el centro de la ciudad de Esmeraldas. El beneficio del lugar se refiere al hecho de poner el servicio cerca del consumidor para que no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo como lo hace actualmente en las ciudades vecinas como: Guayaquil, Quito, etc., de esta manera el servicio esté al alcance del cliente o turista en el momento preciso y así evitarse gastos de viaje.



La Operadora Turística funcionará en la ciudad de Esmeraldas, en la calle Piedrahita entre Olmedo y Sucre.

A continuación el siguiente croquis el cual va a permitir darle mayor ubicación a la empresa.

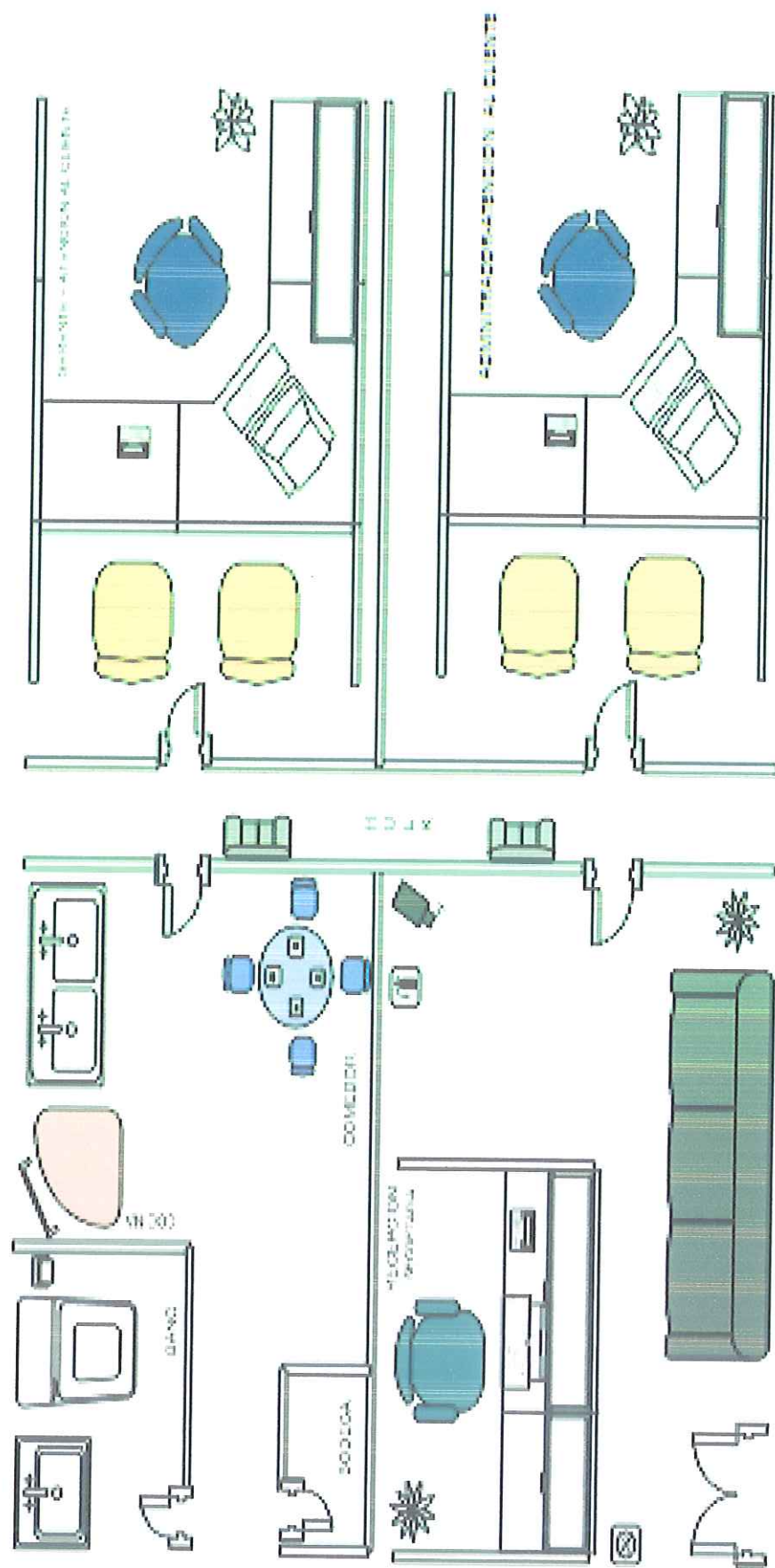
**Gráfico 17**



#### **4.5.11 Distribución de la Planta**

La distribución respectiva de la planta en la que va a funcionar la Operadora Turística COSTA TOUR se muestra a continuación:

Gráfico 18



#### 4.5.12 Inversión de Equipo y Maquinaria

##### EQUIPOS DE TECNOLOGÍA

Tabla 13

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. U.	TOTAL
3	Computadoras LG pantalla plana de 18,5" LCD W1943SE	474,5	1423,5
3	Reguladores de voltaje THOR 6 Tomas 1200VA	10,87	32,61
1	Impresora CANON MP280 Scanner/copia/color	59,67	59,67
		SUB TOTAL	1515,78
		12% IVA	181,8936
		TOTAL	1697,6736

Elaborado por: el Autor

#### 4.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

##### 4.6.1 Nombre del Negocio

La empresa llevará como nombre **Costa Tours** por ser una empresa operadora turística dedicada a la venta de paquetes turísticos desde su matriz en la ciudad de Esmeraldas.

##### 4.6.2 Logo



##### 4.6.3 Propuesta de Ventas (Slogan)

Tu punto de partida, Ecuador tu mejor destino.

#### **4.6.4 Características y Tipo de Organización**

La Operadora Turística ubicada en la ciudad de Esmeraldas para su comercialización es una empresa particular y privada de desarrollo productivo para la economía de la ciudad y del país que mantendrá una capacidad de gestión turística y operativa, marco jurídico, misión, visión, estructura organizacional, disponibilidad de recursos, plan de inversión que permita una planificación y desarrollo empresarial sustentable.

Estará creada en una sociedad anónima con 3 accionistas, los cuales aportarán económicamente y formarán parte del directorio de la empresa.

El proyecto va enfocado a la creación de una Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas que oferte paquetes comerciales con conexión nacional e internacional por lo que se basará en la Ley de Turismo y requisitos a cumplir con el Ministerio de Turismo determinando así las características y tipo de organización.

#### **4.6.5 Misión, visión y Objetivos**

##### **Misión**

Promover el desarrollo local y nacional sostenible con la creación de una empresa Operadora Turística, mediante el fortalecimiento organizativo y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que posee el país ofreciendo el mejor nivel de servicio a nuestros clientes en el asesoramiento y la administración de sus viajes logrando así optimizar los costos y beneficios que serán traducidos en un ahorro económico para el cliente.

##### **Visión**

Llegar a ser uno de las principales empresas de promoción y asesoramiento en la venta de paquetes turísticos a nivel nacional e internacional en la ciudad de Esmeraldas, ofreciendo un producto de alta calidad que permita el reconocimiento local y nacional. Nuestros valores son la confianza, responsabilidad, integridad, creatividad e innovación. Nuestra dedicación es garantía de continuidad expansiva.

## **Objetivo General**

- Brindar el mejor servicio a los clientes que permita a la empresa posicionarse en el mercado esmeraldeño cumpliendo con las garantías y calidades ofrecidas en la comercialización de paquetes turísticos.

## **Objetivos Específicos**

- Diseñar y utilizar paquetes turísticos que cumplan con las expectativas de los posibles clientes de la empresa dentro de los diferentes puntos Turísticos del país y buscar los mejores destinos internacionales que cubran las necesidades del cliente.
- Facilitar métodos de publicidad, contratación y pago en la adquisición de paquetes por medio del internet.
- Contribuir en la fomentación turística de Ecuador y la provincia de Esmeraldas a través de las campañas publicitarias que difunde el gobierno y poder así diferenciar nuestros servicios de otras similares.

### **4.6.6 Requerimiento del Capital Humano para la puesta en marcha**

Las personas que trabajarán en la empresa serán personas capacitadas en sus áreas de trabajo y que demostrarán altos rendimientos profesionales ofreciendo de esa manera un servicio eficiente y responsable a los clientes en la promoción y venta de los paquetes turísticos.

El personal requerido es el que se expresa en el siguiente cuadro:

### NÓMINA LABORAL

Tabla 14

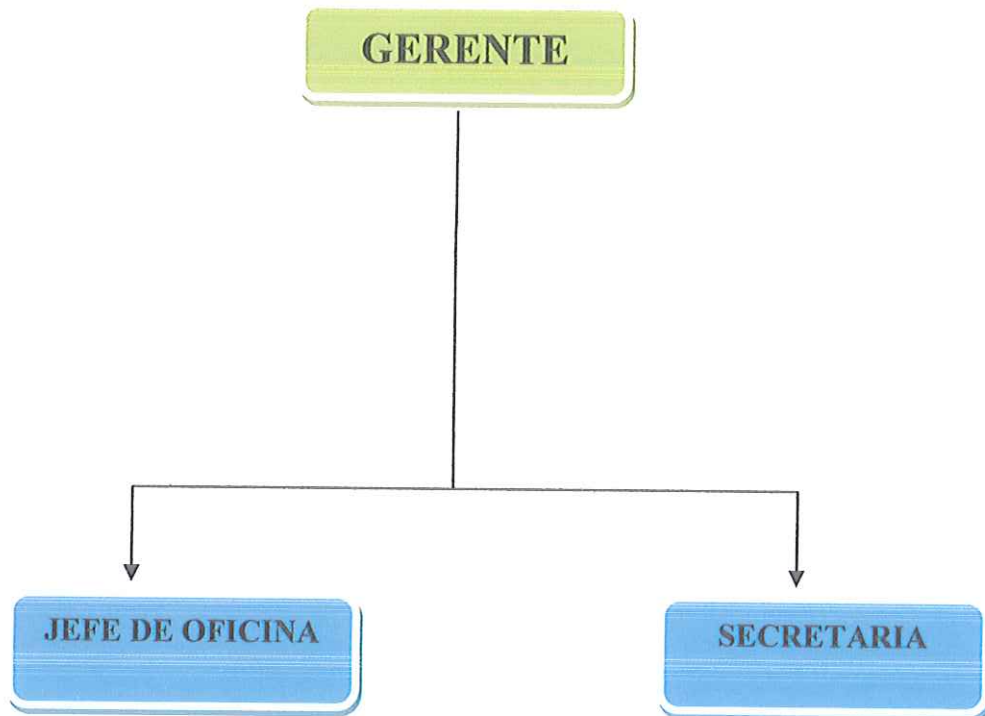
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	GERENTE	750,00		750,00	62,50	20,00	62,50	15,63	31,25	191,88	941,88
1	JEFE OFICINA	650,00		650,00	54,17	20,00	54,17	13,54	27,08	168,96	818,96
1	SECRETARIA	300,00		300,00	25,00	20,00	25,00	6,25	12,50	88,75	388,75
<b>3</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1700,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1700,00</b>	<b>141,67</b>	<b>60,00</b>	<b>141,67</b>	<b>35,42</b>	<b>70,83</b>	<b>449,58</b>	<b>2149,58</b>

	MENSUAL	1.700,00	BENEFIC.	449,58
<b>TOTAL IESS PATRONAL</b>	<b>PATRON</b>	<b>206,55</b>		
	<b>SUELDOS</b>	<b>1.906,55</b>		<b>2356,13</b>

	SERVICIOS POR HONORARIOS
1 CONTADOR	100,00
1 PERSONA DE LIMPIEZA	60,00

## 4.6.7 Organigrama Estructural y Funcional de la Organización

### 4.6.7.1 Estructural



#### 4.6.7.2 Funcional

Para garantizar unos eficientes manejos administrativos y buenas estrategias de marketing publicitario en la empresa se formará el siguiente equipo de trabajo:

##### Gerente General

- Perfil Académico
  - Título profesional de tercer nivel
  - Experiencia de dos años de trabajo afines a la actividad de la empresa.
  - Conocimientos de administración de empresas, tributación, marketing, turismo, computación, comercio exterior
  - Conocimientos de Idioma Inglés
  - Capacidad de liderazgo, interpersonales, creatividad e innovación
  - Buenas relaciones laborales y de equipo
  - Persona proactiva, ágil, multifuncional con un alto sentido organizativo.
- Actividades Funcionales
  - El Gerente estará encargado de Coordinar y administrar los recursos de la empresa para lograr un desempeño eficiente.
  - Estará siempre en contacto con los proveedores de los paquetes turísticos internacionales y los proveedores para los paquetes nacionales y locales buscando y promocionando las mejores ofertas de viajes a los clientes cumpliendo en mayor porcentaje las necesidades y preferencias exigidas analizadas con las encuestas trimestrales que la empresa realiza a los turistas.
  - Es el representante y responsable de la empresa, con conocimientos siempre actuales de las reformas, políticas y acontecimientos en el país por el Gobierno Ecuatoriano y profesionalismo en el mercado turístico. Además tener conocimientos en tributación y capacidad para resolver problemas de la empresa y entre sus trabajadores.
  - El Gerente también se encargará de la venta en equipo de los paquetes comerciales de manera directa con los clientes.
  - Realizar los pagos al recurso humano.

## **Jefe de Oficina**

- Perfil Académico
  - Título profesional de tercer nivel
  - Experiencia de dos años de trabajo en Administración de empresas turísticas
  - Conocimientos en marketing empresarial y venta de paquetes turísticos.
  - Conocimientos avanzados en computación.
  - Conocimientos del Idioma Inglés
  - Capacidad de liderazgo
  - Buenas relaciones laborales y de equipo
  - Persona proactiva, ágil, multifuncional con un alto sentido organizativo.
- Actividades Funcionales
  - Será el responsable de administrar y de controlar los movimientos, contables y financieros, juntamente con el Contador y Secretaria.
  - Realizar un plan de marketing con estrategias de venta para los paquetes de viajes y marketing publicitario.
  - Se encargará de la administración del recurso humano de la empresa.
  - Presentación de informes mensuales de la rentabilidad y crecimiento de la empresa al Gerente y las posibles mejoras a realizar para una mejor atención al cliente.
  - El Jefe Administrativo también se encargará de la venta en equipo de los paquetes comerciales de manera directa con los clientes.

## **Secretaria**

- Perfil Académico
  - Experiencia de dos años en cargos similares.
  - Conocimientos de Contabilidad y Computación.
  - Disponibilidad de tiempo.
  - Buenas relaciones laborales y de equipo
  - Persona proactiva, ágil, multifuncional con un alto sentido organizativo.

➤ **Actividades Funcionales**

- Llevar un registro y base de datos de los clientes de la empresa para su debido seguimiento en la oferta de paquetes turísticos.
- Organizar y archivar toda la documentación de la Gerencia General.
- Agilidad en dictado y facilidad de palabra y escritos de informes o solicitudes.
- Acatar órdenes conforme demanda la empresa con su inmediato superior en este caso el gerente.
- La Secretaria también se encargará de recibir llamadas en el área de recepción.

#### **4.6.8 Trámites y permisos para funcionamiento**

Dentro de los parámetros para la creación de una empresa es importante determinar las características organizacionales, entre ellas detallar el tipo de organización y los trámites a seguir para el debido funcionamiento.

##### El tipo de Organización es **SOCIEDAD ANÓNIMA**

- “Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

- Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

- Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.
- Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.” (*Congreso Nacional, Comisión de Legislación y Codificación; n,d*)

**El Trámite para la constitución de una compañía es el siguiente:**

- “Se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.
- Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías: Limitada \$ 400,00 dólares; **Sociedad Anónima** \$ 800,00 dólares y se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.
- Minuta de constitución de compañía (firmada por un Abogado); se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de operadoras turísticas y agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la CAPTUR. Luego se eleva a escritura pública.
- Carta de solicitud de aprobación dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de

Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones. En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

Con la resolución se debe:

- Solicitar a la Superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma;
  - Realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva;
  - Registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil;
  - Obtener la patente municipal.
- Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las Resoluciones y a realizar el respectivo registro en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica. (Registro Mercantil).
  - Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas para persona jurídica.
  - Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.).
  - Se obtiene el Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.

#### Registro de Actividad Turística en el **MINISTERIO DE TURISMO:**

Obligación:

- Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Requisitos:

- Fotocopia certificada de las Escrituras de Constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de los estatutos si los hubiese.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil

- Fotocopia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotocopia del Registro Único del contribuyente (RUC) de la compañía.
- Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar (Registrado en el juzgado de inquilinato o notariado), a nombre de la compañía.
- Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR) el activo real de la compañía (maquinarias, muebles y equipos de oficina), se justificará mediante declaración efectuada por el representante legal de la compañía.
- Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía y conforme con lo que se indica a continuación:
  - a. Para Agencias de viajes mayoristas, el equivalente a cuatro mil dólares. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares por cada sucursal a partir de la segunda,
  - b. Para Agencias de viajes internacionales, el equivalente es de seis mil dólares. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares por cada sucursal a partir de la segunda,
  - c. Para Agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares por cada sucursal a partir de la segunda.
- Nómina del personal, hoja de vida y copia de título académico del representante legal. Cuando el representante no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el

manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

- Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes operadoras deberán contar con un área mínima de 30 mts<sup>2</sup> independiente de otra actividad comercial.” (*Captur, Sector agencias de viajes, nd, nd*)
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).

Plazo:

- Máximo 30 días después del inicio de actividades.

Sanción:

- El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal:

- Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

#### 4.6.9 Controles de calidad

- Certificado de Registro otorgado por el Ministerio de Turismo una vez aprobado todos los requisitos exigidos por el mismo.

En el Certificado de Registro, constará el número de registro de la Operadora el cual servirá para la identificación de todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad. En toda publicidad impresa que realice la Operadora Turística se indicará el número de registro, el nombre de la operadora o, en su caso, el de la marca comercial registrada, así como su dirección; el material publicitario deberá corresponder a la realidad de la oferta.

- Licencia Única anual de funcionamiento actualizado cada año.
- Permiso de funcionamiento del Municipio.
- Permiso de funcionamiento de los Bomberos.
- Normas de calidad ISO 9001

Especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad donde una organización necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos y/o servicios que satisfagan los requisitos aplicables de los clientes, legales y reglamentarias.

- Normas Técnicas Sectoriales (NTS)

Esta norma establece los requisitos que deben cumplir las operadoras de viajes y agencias para garantizar una adecuada atención al cliente en las etapas de la prestación de servicios propios de la empresa.

## 4.7 ESTUDIO ECONÓMICO

### 4.7.1 Inversión Fija

Tabla 15 EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T.	IVA 12%	TOTAL
3	Computadoras LG pantalla plana de 18.5" LCD W1943SE	474,5	1.423,50	0,12	1594,32
3	Reguladores de voltaje THOR 6 Tomas 1200VA	10,87	32,61	0,12	36,52
1	Impresora CANON MP280 Scanner/copia/color	59,67	59,67	0,12	66,83
	<b>TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS</b>				<b>1697,67</b>

Tabla 16 EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T.	IVA 12%	TOTAL
1	Teléfono FAX	128	128,00	0,12	143,36
2	Teléfonos base	45	90,00	0,12	100,80
1	Dispensador de agua G/E	240	240,00	0,12	268,80
2	Ventiladores	40	80,00	0,12	89,60
3	Grapadoras	2,14	6,42	0,12	7,19
3	Calculadoras Casio	3,57	10,71	0,12	12,00
3	Agendas de trabajo	3,57	10,71	0,12	12,00
1	Trapeador	2	2,00	0,12	2,24
2	Escoba	2,5	5,00	0,12	5,60
4	Tachos de basura	2,5	10,00	0,12	11,20
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>652,78</b>

MUEBLES DE OFICINA

Tabla 17

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T.	IVA 12%	TOTAL
3	Escritorios tipo secretaria de 3 gavetas	160	480,00	0,12	537,60
9	Sillas apilables	30	270,00	0,12	302,40
3	Archivadores aéreos	60	180,00	0,12	201,60
1	Set base propagandas x 3	75	75,00	0,12	84,00
	<b>TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES</b>				<b>1125,60</b>

ARRIENDO DE LOCAL

Tabla 18

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T.	IVA 12%	TOTAL
1	Arriendo de local	200	200,00	0,12	224
	<b>TOTAL EDIFICIO</b>				<b>224</b>

**SUMINISTROS DE OFICINA**

**Tabla 19**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T	IVA 12%	TOTAL
3	Esferos	0,45	1,35	0,12	1,51
3	Lápices	0,35	1,05	0,12	1,18
1	Resma de papel bond A4	4,00	4,00	0,12	4,48
3	Resaltadores	0,58	1,74	0,12	1,95
6	Carpetas archivadoras	2,19	13,14	0,12	14,72
1	Caja de clips	0,85	0,85	0,12	0,95
	<b>TOTAL SUMINISTROS</b>				<b>24,79</b>

**PUBLICIDAD**

**Tabla 20**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	P. T.	IVA 12%	TOTAL
1	Televisión y prensa	25	25,00	0,12	28,00
	<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>				<b>28,00</b>

**SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

Tabla 21

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	P. T.	IVA 12%	TOTAL
1	Ambiental	1,45	1,45	0,12	1,62
1	Desinfectante	0,85	0,85	0,12	0,95
1	Toalla mediana	1,8	1,80	0,12	2,02
1	Jabón de manos	0,65	0,65	0,12	0,73
1	P. H. 4 unidades	3,6	3,60	0,12	4,03
1	Paquete funda de basura	0,9	0,90	0,12	1,01
	<b>TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>				<b>10,36</b>

**4.7.2 Gastos de Constitución**

**GASTOS DE CONSTITUCION**

Tabla 22

Abogado	100
Publicidad	35
Registro Mercantil	85
Funcionamiento y servicios	300
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>520,00</b>

TOTAL INVERSIÓN FIJA

US \$ 4283.20

4.7.3 Recurso Humano

RECURSO HUMANO

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE	750,00		750,00	62,50	20,00	62,50	15,63	31,25	191,88	941,88
1	JEFE OFICINA	650,00		650,00	54,17	20,00	54,17	13,54	27,08	168,96	818,96
1	SECRETARIA	300,00		300,00	25,00	20,00	25,00	6,25	12,50	88,75	388,75
3	<b>TOTAL</b>	<b>1700,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1700,00</b>	<b>141,67</b>	<b>60,00</b>	<b>141,67</b>	<b>35,42</b>	<b>70,83</b>	<b>449,58</b>	<b>2149,58</b>

		MENSUAL	1.700,00	BENEFIC.	449,58						
<b>TOTAL IESS PATRONAL</b>		PATRON	206,55								<b>2356,13</b>
		SUELDOS	1.906,55		2356,13						

#### 4.7.4 Capital de Trabajo

Tabla 23

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		520,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		2.066,55
Sueldos y salarios del personal fijo	1.906,55	
Sueldos y salarios del personal eventual	160,00	
SERVICIOS BÁSICOS		100,40
Energía Eléctrica	26,88	
Agua	9,68	
Telecomunicación	63,84	
SUMINISTROS DE OFICINA		4,13
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		10,36
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		28,00
SERVICIO BANCARIO		3,50
OTROS		50,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.782,94</b>
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>2.782,94</b>

Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para tres meses

#### 4.7.5 Resumen de Inversión

### RESUMEN DE INVERSION TOTAL

Tabla 24

DESCRIPCION				TOTAL
Recursos materiales y equipos			3.763,20	3.763,20
Recurso Humano	1	1.906,55		1.906,55
Gastos de Constitución				520,00
Capital de Trabajo				2.762,94
Materia Prima				-
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>8.972,69</b>

#### 4.7.6 Financiamiento

### FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL

Tabla 25

INVERSION INICIAL	8.972,69	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE DE SOCIEDAD	3.000,00	0,33434789	Tasa Pasiva	0,0375	0,01254
PRESTAMO BANCARIO	5.972,69	0,66565211	TASA ACTIVA	0,1515	0,10085
		0	Tasa Activa	0	0,00000
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>8.972,69</b>	<b>1,00000000</b>	<b>TASA DE RENTABILIDAD</b>		<b>0,113384</b>
					<b>11,34%</b>

El proyecto de la creación de la empresa Operadora Turística con paquetes comerciales con conexión nacional e internacional en la ciudad de Esmeraldas, será financiada por un aporte de la sociedad y miembros del directorio de \$3.000,00 y para cubrir el total de la inversión, se realizará un préstamo de \$5.972,69 amortizados a 5 años, con una tasa activa referencial del 15,15% en el Banco de Pichincha de la ciudad de Esmeraldas.

#### 4.7.7 Tabla de Amortización

### TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL CRÉDITO BANCARIO PICHINCHA

Tabla 26

METODO		CUOTA FIJA		
CAPITAL	5.972,69	PAGO CADA		12
TASA DE INTERES ANUAL		15,15%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	1,26%	PAGO PERIODICO		142,56
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				5.972,69
1	142,56	75,41	67,16	5.905,53
2	142,56	74,56	68,00	5.837,53
3	142,56	73,70	68,86	5.768,67
4	142,56	72,83	69,73	5.698,94
5	142,56	71,95	70,61	5.628,33
6	142,56	71,06	71,50	5.556,82
7	142,56	70,15	72,41	5.484,42
8	142,56	69,24	73,32	5.411,10
9	142,56	68,32	74,25	5.336,85
10	142,56	67,38	75,18	5.261,67
11	142,56	66,43	76,13	5.185,54
12	142,56	65,47	77,09	5.108,45
<b>TOTAL</b>	<b>1.710,73</b>	<b>846,48</b>	<b>864,24</b>	
13	142,56	64,49	78,07	5.030,38
14	142,56	63,51	79,05	4.951,33
15	142,56	62,51	80,05	4.871,28
16	142,56	61,50	81,06	4.790,22
17	142,56	60,48	82,08	4.708,13
18	142,56	59,44	83,12	4.625,01
19	142,56	58,39	84,17	4.540,84
20	142,56	57,33	85,23	4.455,61
21	142,56	56,25	86,31	4.369,30
22	142,56	55,16	87,40	4.281,90
23	142,56	54,06	88,50	4.193,40
24	142,56	52,94	89,62	4.103,78

<b>TOTAL</b>	<b>1.710,73</b>	<b>706,06</b>	<b>1.004,66</b>	
25	142,56	51,81	90,75	4.013,03
26	142,56	50,66	91,90	3.921,14
27	142,56	49,50	93,06	3.828,08
28	142,56	48,33	94,23	3.733,85
29	142,56	47,14	95,42	3.638,43
30	142,56	45,94	96,63	3.541,80
31	142,56	44,72	97,85	3.443,96
32	142,56	43,48	99,08	3.344,88
33	142,56	42,23	100,33	3.244,54
34	142,56	40,96	101,60	3.142,95
35	142,56	39,68	102,88	3.040,07
36	142,56	38,38	104,18	2.935,89
<b>TOTAL</b>	<b>1.710,73</b>	<b>542,83</b>	<b>1.167,90</b>	
37	142,56	37,07	105,50	2.830,39
38	142,56	35,73	106,83	2.723,56
39	142,56	34,38	108,18	2.615,39
40	142,56	33,02	109,54	2.505,85
41	142,56	31,64	110,92	2.394,92
42	142,56	30,24	112,32	2.282,60
43	142,56	28,82	113,74	2.168,86
44	142,56	27,38	115,18	2.053,68
45	142,56	25,93	116,63	1.937,04
46	142,56	24,46	118,11	1.818,94
47	142,56	22,96	119,60	1.699,34
48	142,56	21,45	121,11	1.578,24
<b>TOTAL</b>	<b>1.710,73</b>	<b>353,08</b>	<b>1.357,65</b>	
49	142,56	19,93	122,64	1.455,60
50	142,56	18,38	124,18	1.331,42
51	142,56	16,81	125,75	1.205,66
52	142,56	15,22	127,34	1.078,33
53	142,56	13,61	128,95	949,38
54	142,56	11,99	130,57	818,80
55	142,56	10,34	132,22	686,58
56	142,56	8,67	133,89	552,69
57	142,56	6,98	135,58	417,11
58	142,56	5,27	137,29	279,81
59	142,56	3,53	139,03	140,78
60	142,56	1,78	140,78	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.710,73</b>	<b>132,49</b>	<b>1.578,24</b>	

4.7.8 Estado Financiero Inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL

Tabla 27

ACTIVO	PASIVO
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>
Caja y Bancos	PRESTAMO BANCARIO C/P
Suministros de Oficina	TOTAL PASIVOS CORRIENTES
Suministros Limpieza	PASIVOS NO CORRIENTES
	PRESTAMO BANCARIO L/P
	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)</b>	<b>PATRIMONIO</b>
MUEBLES DE OFICINA	CAPITAL SOCIAL
EQUIPOS DE OFICINA	
EQUIPOS DE COMPUTACION	
HERRAMIENTAS	
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	
GASTO DE CONSTITUCIÓN	
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	

4.7.9 Depreciación de Activos Fijos

Tabla 28

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACION	
COSTO		1.697,67	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	169,77
DEPRECIACION ANUAL		509,30	
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.697,67
1	509,30	509,30	1.188,37
2	509,30	1.018,60	679,07
3	509,30	1.527,91	169,77
	1.527,91		

Tabla 29

<b>TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL</b>			
<b>NOMBRE DEL ACTIVO</b>		<b>MUEBLES DE OFICINA</b>	
<b>COSTO</b>		<b>1.125,60</b>	
<b>VIDA UTIL</b>		<b>10 AÑOS</b>	
<b>VALOR RESIDUAL</b>		<b>10%</b>	<b>112,56</b>
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>		<b>101,30</b>	
<b>V.U.</b>	<b>DEPRECIACION ANNUAL</b>	<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>VALOR EL LIBROS</b>
0			<b>1.125,60</b>
1	101,30	101,30	1.024,30
2	101,30	202,61	922,99
3	101,30	303,91	821,69
4	101,30	405,22	720,38
5	101,30	506,52	619,08
6	101,30	607,82	517,78
7	101,30	709,13	416,47
8	101,30	810,43	315,17
9	101,30	911,74	213,86
10	101,30	1.013,04	112,56
	<b>1.013,04</b>		

**Tabla 30**

<b>TABLA DE DEPRECIACION ANUAL</b>			
<b>NOMBRE DEL ACTIVO</b>		<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	
<b>COSTO</b>		<b>652,78</b>	
<b>VIDA UTIL</b>		<b>10 AÑOS</b>	
<b>VALOR RESIDUAL</b>		<b>10%</b>	<b>65,28</b>
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>			<b>58,75</b>
<b>V.U.</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>VALOR EL LIBROS</b>
0			<b>652,78</b>
1	58,75	58,75	594,03
2	58,75	117,50	535,28
3	58,75	176,25	476,53
4	58,75	235,00	417,78
5	58,75	293,75	359,03
6	58,75	352,50	300,28
7	58,75	411,25	241,53
8	58,75	470,00	182,78
9	58,75	528,75	124,03
10	58,75	587,50	65,28
	<b>587,50</b>		

**Tabla 31****RESUMEN DE DEPRECIACIONES**

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANNUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES DE OFICINA	10	1.125,60	8,44	101,30	112,56
EQUIPOS DE OFICINA	10	652,78	4,90	58,75	65,28
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1.697,67	42,44	509,30	169,77
<b>TOTAL</b>		<b>3.476,05</b>	<b>55,78</b>	<b>669,36</b>	<b>347,61</b>

#### 4.7.10 Resumen de Gastos Operativos

**Tabla 32**

PRESUPUESTO DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	2.066,55	24.798,60
Luz	26,88	322,56
Agua	9,68	116,16
Teléfono e Internet	63,84	766,08
Publicidad	28,00	336,00
Pago de intereses crédito	43,02	516,19
Útiles de Aseo y Limpieza	10,36	124,32
Útiles de Oficina	4,13	49,56
Depreciación de Activos Fijos	55,78	669,36
Servicios Bancarios	3,50	42,00
Décimo Tercer Sueldo	141,67	1.700,00
Décimo Cuarto Sueldo	66,00	792,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	0,00	-
Fondo de Reserva		-
Gastos de Constitución	43,33	520,00
Otros Gastos/ Imprevistos	50,00	600,00
<b>TOTAL GASTOS MENSUALES</b>	<b>2.612,74</b>	<b>31.352,83</b>
<b>TOTAL GASTOS ANUALES</b>	<b>31.352,83</b>	

#### 4.7.11 Cuadro de Ingresos y Costos

Tabla 33

PAQUETES	COSTO PAQUETE	UTILIDAD	PRECIO VTA x PAQ	CANTIDAD VTA ANUAL	COSTO TOTAL	VENTA TOTAL
Galápagos Encantador	875	262,5	1137,5	7	6125	7962,5
Galápagos Fabuloso	789	236,7	1025,7	5	3945	5128,5
Charters Panamá	831,22	249,4	1080,6	5	4156,1	5402,9
Punta Cana	1149,91	345,0	1494,9	9	10349,19	13453,9
Charter Curacao	1237,8	371,3	1609,1	21	25993,8	33791,9
Nicaragua Intensa	995	298,5	1293,5	8	7960	10348,0
Nicaragua Pacífico	1470	441,0	1911,0	22	32340	42042,0
Natal - Brasil	1125	337,5	1462,5	9	10125	13162,5
Perú - Camino del Inca	1530	459,0	1989,0	22	33660	43758,0
				<b>TOTAL ANUAL</b>	134654,09	175050,317
				<b>TOTAL MENSUAL</b>	11221,17417	14587,53

4.7.12 Punto de Equilibrio

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Tabla 34

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
	Sueldos	2.066,55			2.066,55	
Luz	26,88		26,88	322,56	322,56	
Agua	9,68		9,68	116,16	116,16	
Teléfono e Internet	63,84		63,84	766,08	766,08	
Publicidad	28,00		28,00	336,00	336,00	
Pago de intereses crédito	43,02		43,02	516,19	516,19	
Útiles de Aseo y Limpieza	10,36		10,36	124,32	124,32	
Útiles de Oficina	4,13		4,13	49,56	49,56	
Depreciación de Activos Fijos	55,78		55,78	669,36	669,36	
Servicios Bancarios	3,50		3,50	42,00	42,00	
Décimo Tercer Sueldo	141,67		141,67	1.700,00	1.700,00	
Décimo Cuarto Sueldo	66,00		66,00	792,00	792,00	
Provisión Años de Servicio y Vacac.	-		-	-	-	
Fondo de Reserva	-		-	-	-	
Gastos de Constitución	43,33		43,33	520,00	520,00	
Otros Gastos/ Imprevistos	50,00		50,00	600,00	600,00	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		11.221,17	11.221,17	134.654,09	134.654,09	
<b>MATERIA PRIMA</b>						
<b>TOTAL</b>	<b>2.612,74</b>	<b>11.221,17</b>	<b>13.833,91</b>	<b>31.352,83</b>	<b>166.006,92</b>	

### CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 35

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	14.587,53	175.050,32
COSTOS FIJOS TOTALES	2.612,74	31.352,83
COSTOS VARIABLES TOTALES	11.221,17	134.654,09
PUNTO DE EQUILIBRIO	11.321,85	135.862,24

Al calcular el Punto de Equilibrio da un valor mensual de \$ 11.321,85 lo que significa que eso es lo mínimo que debe vender la empresa para no perder ni ganar.

4.7.13 Flujo de Caja

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

Tabla 36

INGRESOS	AÑO 0	VIDA UTIL DEL PROYECTO					TOTAL
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>INGRESOS</b>							
GALAPAGOS		7.962,50	8.758,75	9.634,63	10.598,09	11.657,90	
GALAPAGOS		5.128,50	5.641,35	6.205,49	6.826,03	7.508,64	
PANAMA		5.402,93	5.943,22	6.537,55	7.191,30	7.910,43	
PUNTA CANA		13.453,95	14.799,34	16.279,28	17.907,20	19.697,92	
CURACAO		33.791,94	37.171,13	40.888,25	44.977,07	49.474,78	
NICARAGUA		10.348,00	11.382,80	12.521,08	13.773,19	15.150,51	
NICARAGUA		42.042,00	46.246,20	50.870,82	55.957,90	61.553,69	
BRASIL		13.162,50	14.478,75	15.926,63	17.519,29	19.271,22	
PERU		43.758,00	48.133,80	52.947,18	58.241,90	64.066,09	
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>175.050,32</b>	<b>192.555,35</b>	<b>211.810,88</b>	<b>232.991,97</b>	<b>256.291,17</b>	-
<b>EGRESOS</b>							
GALAPAGOS		6.125,00	6.308,75	6.498,01	6.692,95	6.893,74	
GALAPAGOS		3.945,00	4.063,35	4.185,25	4.310,81	4.440,13	
PANAMA		4.156,10	4.280,78	4.409,21	4.541,48	4.677,73	
PUNTA CANA		10.349,19	10.659,67	10.979,46	11.308,84	11.648,10	
CURACAO		25.993,80	26.773,61	27.576,82	28.404,13	29.256,25	
NICARAGUA		7.960,00	8.198,80	8.444,76	8.698,11	8.959,05	
NICARAGUA		32.340,00	33.310,20	34.309,51	35.338,79	36.398,95	





#### 4.7.14 Indicadores Financieros del Proyecto

### INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

Tabla 37

INVERSION INICIAL			8.972,69	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			3,75%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			15,15%	0,1221%	0,2221	
VIDA UTIL PROYECTO		5 AÑOS		0,12%	0,2221	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-8.972,69			-8.972,69		
1	5.742,22	0,0012210	0,9987805	5.735,22	0,8183	4.698,65
2	5.750,23	0,0012210	0,9975625	5.736,21	0,6696	3.850,10
3	5.739,13	0,0012210	0,9963459	5.718,16	0,5479	3.144,31
4	5.705,32	0,0012210	0,9951309	5.677,54	0,4483	2.557,72
5	5.644,58	0,0012210	0,9939173	5.610,24	0,3668	2.070,61
6						
7						
8						
9						
10						
	19.608,78					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				28.477,37		16.321,39
INVERSION INICIAL				8.972,69		8.972,69
VAN				19.504,68		7.348,70
PRC				2,2879		
TIR				35,56%		
R.C.B.				2,19		
RENTABILIDAD SIMPLE				43,71		

Al analizar los índices financieros se puede establecer que el proyecto es viable y factible; por tanto, dependerá de los socios que se pueda llevar adelante este proyecto.

## 4.8 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Como es de conocimiento general la creación de un proyecto genera impactos favorables, como consecuencia del mismo y a continuación, se hace referencia sobre los efectos que la creación de una empresa Operadora Turística en la ciudad de Esmeraldas tendría sobre la comunidad en general.

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis, dar un criterio más preciso de cómo ésta investigación va a afectar el entorno; es por ello, que a continuación se mencionan en forma general lo positivo y beneficioso que este proyecto generará en diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación se los analizará sobre la base de matrices de impactos que tiene la siguiente estructura y metodología:

**Tabla 38**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
3	ALTO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
1	BAJO POSITIVO
0	NO HAY IMPACTO
-1	BAJO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-3	ALTO NEGATIVO

Para determinar el impacto se desarrolló una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impactos de cada indicador para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis; indicador es en el que se fundamentan los motivos o las razones por los que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador:

### 4.8.1 Impacto Económico

El turismo ha sido presentado como un eficiente motor del desarrollo económico con la capacidad de generar nuevas fuentes de empleo, la revalorización de los recursos autóctonos y un equilibrio en la balanza de pagos nacional.

Tabla 39

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES						x	
Genera fuentes de empleo							x
Rotación de Capital							x
Ingreso de Divisas							x
Aumenta turismo interno						x	
Inversión de capital						4	9
<b>Total</b>							$\Sigma = 13$

Nivel de Impacto Económico =

$$\frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

Nivel de Impacto Económico =  $13 / 5 = 2,6$  Alto Positivo

### ANÁLISIS

EL nivel de impacto económico es de 2,6 alto positivo; quiere decir que primero generará fuentes de empleo a niveles administradores y aportará el incremento económico del país tanto a nivel nacional con el turismo interno y a nivel internacional con el ingreso de divisas en el turismo receptor. Gracias a la inversión se producirá una rotación de capital con el ingreso y salida de turistas desde el territorio Ecuatoriano y hasta el mismo dando una sostenibilidad económica al Estado.

Aportará al bienestar y desarrollo de los pueblos y comunidades participantes de los destinos turísticos destacados en los paquetes de viajes.

### 4.8.2 Impacto Socio-Cultural

La creación de la empresa va a permitir una aportación económica para la ciudadanía esmeraldeña, ya que a través de la Operadora se difundirá más a nivel nacional e internacional toda la variedad de destinos turísticos con los que cuenta la provincia de Esmeraldas y ayudará a las comunidades a la innovación de sus tierras y al aprovechamiento de los mismos para visitas del turismo.

**Tabla 40**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>INDICADORES</b>							
Cultura turismo interno							x
Motivación a la utilización de los recursos naturales						x	
Fortalecimiento sustentable							x
Experiencias entre los residentes y visitantes						x	
<b>Total</b>						<b>4</b>	<b>6</b>

$$\Sigma = 10$$

$$\text{Nivel de Impacto Social-Cultural} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social-Cultural} = 10 / 4 = 2,5 \text{ Alto Positivo}$$

### ANÁLISIS

La comercialización de paquetes a través de la operadora, permitirá crear y desarrollar un turismo sostenible utilizando los recursos naturales con los que cuenta el país y respondiendo a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, permitiendo disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes.

### 4.8.3 Impacto Educativo

Esta empresa permitirá que estudiantes tanto a nivel secundario y universitario puedan realizar sus pasantías o prácticas empresariales lo que ayudará a complementar sus conocimientos aprendidos junto con la práctica y fortaleciendo su carrera empresarial.

**Tabla 41**

<b>NIVEL DE IMPACTOS</b> <b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Prácticas estudiantiles							x
Conocimientos sustentables							x
Direccionamiento empresarial						x	
<b>Total</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

$$\Sigma = 8$$

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = 8 / 3 = 2.7 \quad \text{Alto Positivo}$$

### ANÁLISIS

La Operadora Turística facilitará la acogida y apertura a los estudiantes, para que puedan realizar sus pasantías, que ayuden al crecimiento de los conocimientos turísticos y puedan tener un direccionamiento empresarial para la creación de esta línea de negocios o empresas aportando económicamente al país y al mismo tiempo convertirse en empresarios independientes.

#### 4.8.4 Impacto General

Tabla 42

<b>NIVEL DE IMPACTOS</b> <b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Económico							x
Social- Cultural							x
Educativo							x
<b>Total</b>							<b>9</b>

$$\Sigma = 9$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 9 / 3 = 3 \quad \text{Alto Positivo}$$

#### ANÁLISIS

La puesta en marcha de este proyecto tendrá un impacto alto positivo tanto en lo económico como en lo social- cultural y educativo ya que generará fuentes de empleo, aportará al ingreso de divisas, a la innovación de las tierras y al aprovechamiento de los mismos para visitas del turismo en los pueblos y comunidades participantes; y al fortalecimiento educativo de los estudiantes.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- En la realización del estudio de mercado, se determinó los gustos y preferencias de la demanda turística en relación a los destinos, fechas de viajes, los beneficios que aportaría la puesta en marcha de este proyecto, entre otros; dándonos así una perspectiva más amplia de la línea de ofertas en las que más debe dirigirse la operadora y las estrategias de mercado y publicidad que se deberá implementar en la empresa para lograr un posicionamiento sustentable en la ciudad.
- Las entrevistas realizadas a las empresas matrices ofertantes de paquetes y servicios turísticos fueron de gran ayuda para la creación y planificación de este proyecto, dándonos énfasis en la creación de paquetes locales y nacionales a través de calendarios de viajes y planificaciones de comercialización y producción de los mismos. y en la búsqueda de paquetes internacionales de acuerdo a las necesidades y exigencias de los turistas sobresalientes en las encuestas realizadas por la Operadora y que se encuentran detallados y desarrollados en el presente proyecto.
- El estudio de impactos realizado en el presente estudio permitió corroborar que el turismo es un factor realmente importante para el desarrollo económico, socio-cultural y educativo de un país, dado la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado y una balanza de pagos favorables; y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.
- Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del mundo, tiene una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño y ubicado estratégicamente, lo cual hace que tenga condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo sostenible en esta clase de proyectos.

## 5.2 Recomendaciones

- Trabajar sobre el componente de promoción y sobre la consolidación de la oferta nacional e internacional para lograr distinguir al Ecuador ante el mundo y diferenciarlo positivamente, de manera rápida y efectiva, entre otros países.
- Realizar cada tres meses encuestas directas a las personas que ayuden a determinar las preferencias de destino del presente año permitiendo crear paquetes turísticos que cumplan y aseguren las necesidades de los clientes.
- Establecer más campañas y ferias de promoción turística en el exterior que promulguen la marca de Ecuador como uno de los primeros o principales destinos de viaje a través de alianzas estratégicas entre los países haciendo del turismo una potencia generadora de recursos económicos.
- Siempre se trabajará y se tendrá presente las ofertas de paquetes dentro de la provincia de Esmeraldas y los alrededores, que realce la imagen de la misma y se complemente la promoción turística de diferentes destinos de viajes dentro y fuera del país Ecuatoriano. Entre las ofertas de viajes que también se expondrá ante los clientes y que pertenecen a la variedad de paquetes serán de principio los siguientes: (Anexos)

# SECCIÓN REFERENCIAS

## Glosario

**Turismo:** El turismo es una actividad de ocio, implica un movimiento o desplazamiento además conlleva un descubrimiento, también trae consigo y trae una interacción entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado aunque de forma temporal.

**Visitantes:** todas las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses por cualquier razón excepto la de ejercer una actividad remunerada en el lugar.

**Excursionistas:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él menos de 24 horas, sin pernoctar en el mismo.

**Turismo individual:** Lo realiza una persona que organiza su viaje temporal por sí misma o por conducto de otra especializada y se desplaza a otro lugar fuera de su domicilio habitual.

**Turismo en grupo:** Es el realizado por varias personas que organizan por sí, o por conducto de una persona especializada viajes temporales a otros lugares fuera de su domicilio habitual. A veces, los grupos van acompañados de un guía.

**Paquete turístico:** Conjunto de servicios que incluyen el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y en un solo acto de compra.

**Impactos:** Los efectos positivos o negativos que implican cualquier actuación en el medio, la suma de los impactos económicos, socioculturales, como los naturales es lo que conocemos en turismo como impactos medioambientales.

**Un operador turístico:** Normalmente se considera Operador Turístico al que ofrece productos y/o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, hotelería, traslados, excursiones, etc.

Puede ser Operador Mayorista si trabaja exclusivamente con Agencias de Viajes o Mayorista/Minorista en caso de ampliar su oferta al público en general.

**O.M.T (Organización mundial del Turismo):** es la única organización intergubernamental cuya actividad se extiende a todos los sectores del turismo a escala mundial, y comprende como Miembros de Estados, territorios dependientes y a representantes del sector operacional privado. La O.M.T funciona a nivel universal y a través de seis (6) Comisiones Regionales (África, América, Asia, Meridional, Asia Oriental y el Pacífico). La organización ofrece a sus Estados Miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y toma de decisiones en todos los campos del Turismo.

A nivel internacional existe una serie de organismos que se encargan entre otras funciones importantes, de la atención del turismo y su desarrollo.

- **O.N.U:** Organización de las Naciones Unidas.
- **O.E.A:** Organización de los Estados Americanos.

**Tour:** es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

**Ruta:** es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

**Itinerario:** es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

**Estructura:** es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

**Infraestructura:** es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

**Recursos Turísticos:** es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

**Balanza Turística:** Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

**Guía Turística:** Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

**Balanza de Pagos:** La BP es el registro sistemático de las transacciones económicas ocurridas durante un periodo de tiempo determinado entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo.

Es la confrontación de ingreso y egreso total de un Estado, resultantes de las transacciones que realiza con el extranjero durante un año. En este instrumento contable se estiman dentro de los ingresos las exportaciones de mercancías, los gastos del turismo extranjero, créditos, inversiones, utilidades y otras categorías, y, dentro de los egresos, las importaciones, intereses sobre préstamos, dividendos, regalías y otros pagos.

**Producto Turístico:** Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual.

En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

**Mercado Turístico:** el término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

**FMPT: Fondo Mixto de Promoción Turística:** es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional.

**Ministerio de Turismo:** Entidad encargada de la promoción turística del Ecuador para el país y el resto del mundo a través de campañas comerciales que le den mayor reconocimiento de destino al país.

## BIBLIOGRAFÍA

### Documentos

- Ley de Turismo, Congreso nacional, N° 2002, 97
- Ley sobre Agencias y Operadoras de viajes y turismo vigentes
- Sector Agencias de viajes
- Licencia de funcionamiento para operar una Agencia y Operadora Turística
- Resumen tributario turismo
- Trámites y permisos para funcionamiento

### Estadísticas

- Entrada de ecuatorianos y extranjeros según jefaturas de migración enero–agosto
- Salida de ecuatorianos por motivos de viajes
- Entrada y salida de ecuatorianos 10 principales países de procedencia o destino
- Estadísticas turismo diciembre 2010
- Estadísticas turismo octubre 2011

### Bibliografías informáticas

- Luxakd, 2011, p2, Buenas tareas, Historia de turismo en Ecuador de  
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-Del-Turismo-En-El-Ecuador/2022089.html>
- Gascón, J. y Cañada, Turismo, desarrollo y sostenibilidad, 2005 de  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_sostenible](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible)
- Medina, Barómetro turismo Ecuador, 2011, vol1 de  
[http://issuu.com/rmedina09/docs/barometro\\_turistico\\_ecuador\\_vol1](http://issuu.com/rmedina09/docs/barometro_turistico_ecuador_vol1)
- Helena, U., (n, d), Turismo sostenible y las agendas 21, naya de  
[http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/marco\\_olivera2.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/marco_olivera2.htm)
- Anónimo, n,d, Forum de Comercio Internacional de  
<http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/134.html>
- Raúl, H. M., n,d, Impacto económico del turismo de  
[www.alde.es/encuentros/anteriores/veea/autores/H/62.doc](http://www.alde.es/encuentros/anteriores/veea/autores/H/62.doc)

- Carlos San Martín, n,d, Historia y belleza de Esmeraldas, Editorial
- Anónimo, n,d, Agencias de viajes, rincón del vago de  
[http://html.rincondelvago.com/agencias-de-viajes\\_6.html](http://html.rincondelvago.com/agencias-de-viajes_6.html)
- Ex ministra de Turismo, Verónica Sion, Turismo, n,d, Turismo fomenta desarrollo humano de  
[http://www.turismo.gob.ec/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=494](http://www.turismo.gob.ec/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=494)
- Medina, Febrero 2011, Turismo Ecuador, issuu de  
[http://www.elaustroenlosandes.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=409&Itemid=99](http://www.elaustroenlosandes.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=409&Itemid=99)
- Comunidad Andina, febrero 2005, Integración y trabajo, Consejo Consultivo Laboral de  
<http://www.ccla.org.pe/publicaciones/pdf/boletines/boletin19.pdf>
- Andes, AR, marzo 2010, “Nueva Ley orgánica de turismo, andes info, de  
<http://andes.info.ec/sociedad/mintur-socializa-con-actores-turisticos-el-proyecto-de-la-nueva-ley-organica-de-turismo-9205.html>
- Anónimo, n,d, Visitantes no requieren visa para visitar ecuador, Turismo Quito de  
[http://www.quito.com.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=166&Itemid=192](http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=166&Itemid=192)
- Congreso Nacional, Comisión de Legislación y Codificación; n,d; de  
<http://www.barzallo.com/.../Comercial/.../LEY%20DE%20COMPANIAS>
- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, Captur, Sector agencias de viajes, nd.

# ANEXOS



LA SIGUIENTE ES UNA ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS REALIZADA POR KATHERINÉ SALGUERO ESTUDIANTE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS. COMO PARTE DE SU PROYECTO DE GRADO DE CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN ESMERALDAS CON PAQUETES COMERCIALES NACIONALES E INTERNACIONALES PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU COLABORACIÓN

---

Rango de edad: \_\_\_\_\_

Financiamiento propio: \_\_\_\_\_

Financiamiento terceros: \_\_\_\_\_

1. **Cuántas veces viaja Ud. Al año por hacer turismo y cuál ha sido su destino más concurrido?**

Trimestral  Semestral  Anual

2. **Qué destinos turísticos consideraría Ud. Se debe comercializar en mayor porcentaje?**

Sol y playa  Ecologista  Cultural

Aventura (caza-pesca)  Aventura (nieve)  Otros-----

3. **Por lo regular viaja solo, con amigos o en familia?**

Solo  Con amigos  En familia

De ser con Familia:

De 1 – 3

De 4 – 5

De más de 5

4. **Considera Ud. Que exista en Esmeraldas sitios turísticos para ser visitados por personas nacionales y extranjeras?**

Sí  No

5. **Conoce Ud. Si en la ciudad de Esmeraldas existe alguna operadora que oferte paquetes turísticos y comerciales?**

Si  No  Vaya a la 9 si su respuesta fue No

**6. A utilizado los servicios de esas Operadoras turísticas alguna vez?**

Si  No  Si contestó si vaya a la 7

Motivos de NO utilización del servicio:

- Oferta de paquetes de No interés
- Desconoce la actividad en sí de éstas empresas
- Desea viajar por su cuenta

**7. Cómo califica el servicio que le ha brindado esa operadora?**

Malo  Bueno  Muy Bueno  Excelente

**8. Le gustaría que en Esmeraldas exista una Operadora que le oferte paquetes comerciales a nivel nacional e internacional?**

Si  No

**9. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una Operadora de Turismo?**

Si  No

**10. Qué beneficios cree Ud. Que aportará una Operadora de Turismo en Esmeraldas?**

Económicos  Sociales  Culturales  Todas

**11. Por cuantos días viajaría Ud.?**

3 días – 4 noches

4 días – 5 noches

5 días – 6 noches

6 días – 7 noches

7 días – 8 noches

8 días y más

## **Ruta del Sol Arena y Diversión**

**Tour:** 3 Días 2 Noches

**Bahía de Caraquez – Puerto López – Los frailes – Agua Blanca**

- Salida de Esmeraldas
- Alojamiento en el Hotel LASMAR Pedernales
- Noche Libre
- Desayuno
- Salida
- Recorrido por bahía Caraquez, Canoa, Montañita
- Almuerzo y recorrido por playa Murciélago
- Visita Montecristi
- Hospedaje en el Hotel Pacífico en Puerto López
- Noche Libre
- Desayuno
- Visita al Parque Nacional Machalilla: Visita a la Comunidad Agua Blanca y playa de los Frailes
- Almuerzo y Salida
- Retorno a Esmeraldas

**Valor por persona USD 205 en temporada Alta**

**Valor por persona USD 175 en temporada Baja**

**Mínimo 10 personas**

**Nota:** Todos los pagos los puede realizar en efectivo o con Tarjeta de Crédito

**Hasta 12 meses con intereses**

**Gracias por Preferirnos**

# Norte Palestina

**Tour:** 2 Noches 3 Días

**Incluye**

- Hospedaje
- Alimentación
- Uso de las Instalaciones
- Transporte
- Impuestos Hoteleros

Valor USD 68.80 por 4 personas Temporada Baja

Valor USD 125.00 por 4 personas Temporada Alta

Valor USD 62.3 por 10 personas Temporada Baja

**Nota:** Todos los pagos los puede realizar en efectivo o con Tarjeta de Crédito **Hasta 12 meses con intereses**

# Norte Rioverde

**Tour:** 2 Noches 3 Días

**Incluye**

- Hospedaje
- Alimentación
- Uso de las Instalaciones
- Transporte
- Impuestos Hoteleros

Valor USD 109.00 por 15 personas Temporada Baja

Valor USD 113.20 por persona Temporada Alta

**Nota:** Todos los pagos los puede realizar en efectivo o con Tarjeta de Crédito  
**Hasta 12 meses con intereses**

# Las Siete cascadas

**Tour:** 2 Noches 3 Días

**Incluye:**

- Alojamiento
- Alimentación
- Recorridos
- Transporte
- Impuestos Hoteleros

Valor USD 170 por persona

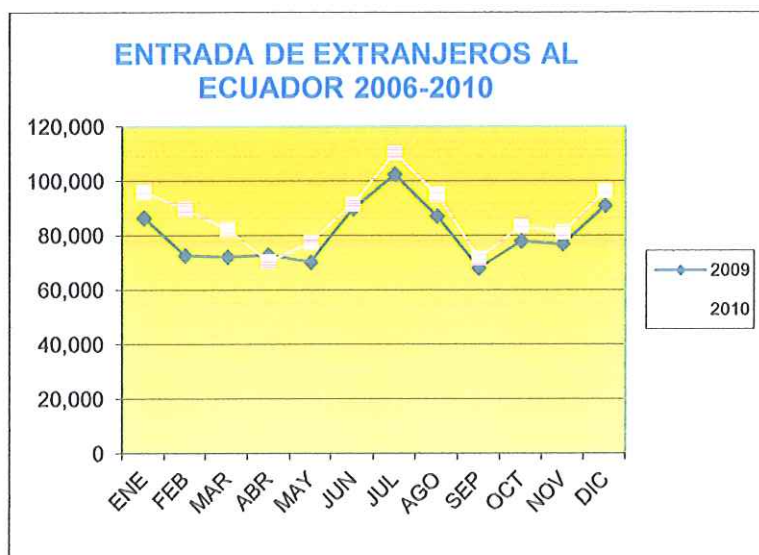
**Nota:** Todos los pagos los puede realizar en efectivo o con Tarjeta de Crédito  
**Hasta 12 meses con intereses**

OPERADORAS Y AGENCIAS DE VIAJES REGISTRADAS EN EL MINISTERIO DE TURISMO ESMERALDAS-ECUADOR		
AGENCIAS	UBICACIÓN	DIRECCIÓN
FREELAND	ESMERALDAS	Barrio esmeraldas 104
MARIMBAS TOUR	ESMERALDAS	Colón y Salinas esquina
SPONDYLUS	ESMERALDAS	Espejo entre Olmedo y Colón
AZUL MARINA TOUR	ATACAMES	Juan Montalvo y Luis Tello, Atacames
ECOTURISMO MALVINAS	SAN LORENZO	Imbabura y Malecón Simón Bolívar, San Lorenzo



<b>ENTRADAS Y SALIDAS EN EL ECUADOR</b>						
<b>2006-2010</b>						
<b>LLEGADA DE EXTRANJEROS</b>						
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>VAR%</b>
	<b>2004</b>					<b>VAR%</b>
						2010/2009
<b>ENE</b>	78.856	84.070	92.378	86.544	96.092	11,03
<b>FEB</b>	63.408	69.534	74.174	72.742	89.912	23,60
<b>MAR</b>	63.504	74.929	77.946	72.226	82.421	14,12
<b>ABR</b>	62.108	67.788	67.557	72.910	70.538	-3,25
<b>MAY</b>	57.275	68.583	74.667	70.277	77.619	10,45
<b>JUN</b>	71.789	85.769	89.262	89.889	91.588	1,89
<b>JUL</b>	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543	7,77
<b>AGO</b>	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207	9,16
<b>SEP</b>	65.198	64.966	73.757	68.124	71.757	5,33
<b>OCT</b>	66.538	72.365	79.814	77.960	83.681	7,34
<b>NOV</b>	65.359	73.273	83.458	76.965	81.252	5,57
<b>DIC</b>	78.865	83.813	86.698	91.070	96.358	5,81
<b>TOTAL</b>	<b>840.555</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.046.968</b>	<b>8,10</b>

Fuente : Anuarios de Migración Internacional - INEC (2006- 2007-2009)  
Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)  
Elaboración : Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística  
Ministerio de Turismo



	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>ENE</b>	86.544	96.092
<b>FEB</b>	72.742	89.912
<b>MAR</b>	72.226	82.421
<b>ABR</b>	72.910	70.538
<b>MAY</b>	70.277	77.619
<b>JUN</b>	89.889	91.588
<b>JUL</b>	102.571	110.543
<b>AGO</b>	87.221	95.207
<b>SEP</b>	68.124	71.757
<b>OCT</b>	77.960	83.681
<b>NOV</b>	76.965	81.252
<b>DIC</b>	91.070	96.358
	<b>968.499</b>	

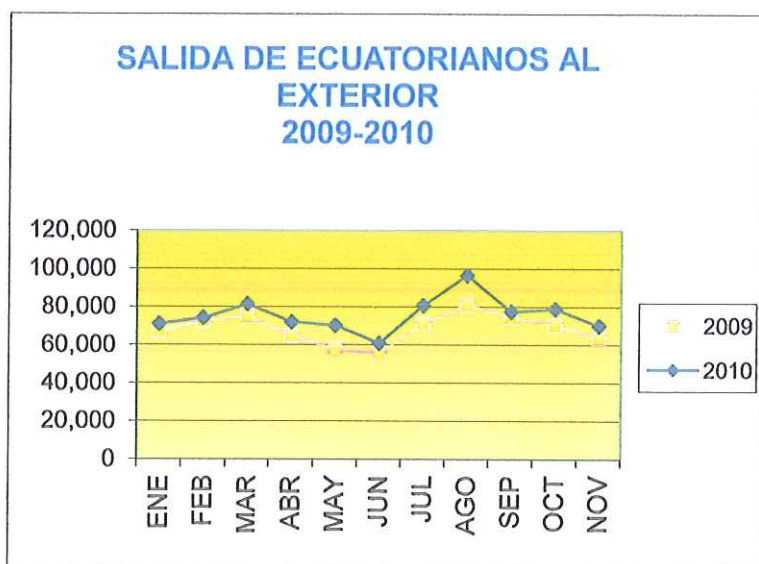
SALIDA DE ECUATORIANOS						
	2006	2007	2008	2009	2010	VAR%
						2010/2009
ENE	66.734	61.392	68.480	67.521	71.169	5,40
FEB	69.855	70.704	76.765	72.591	74.437	2,54
MAR	72.236	74.600	77.100	75.150	81.668	8,67
ABR	60.098	64.412	63.909	64.992	72.247	11,16
MAY	51.973	63.825	65.071	57.869	70.336	21,54
JUN	45.081	57.536	57.702	55.297	61.079	10,46
JUL	59.150	72.110	72.970	71.234	80.857	13,51
AGO	76.646	83.906	82.009	81.338	96.675	18,86
SEP	69.938	72.515	69.338	74.494	77.635	4,22
OCT	57.621	66.276	67.569	70.641	79.134	12,02
NOV	54.041	59.841	59.234	63.713	70.225	10,22
DIC	50.086	53.752	55.052	58.797	62.545	6,37
<b>TOTAL</b>	<b>733.459</b>	<b>800.869</b>	<b>815.199</b>	<b>813.637</b>	<b>898.007</b>	<b>10,37</b>

Fuente : Anuarios de Migración Internacional - INEC (2006- 2007-2009)

Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)

Elaboración : Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística

Ministerio de Turismo



	2009	2010
ENE	67.521	71.169
FEB	72.591	74.437
MAR	75.150	81.668
ABR	64.992	72.247
MAY	57.869	70.336
JUN	55.297	61.079
JUL	71.234	80.857
AGO	81.338	96.675
SEP	74.494	77.635
OCT	70.641	79.134
NOV	63.713	70.225
DIC	58.797	62.545
	<b>813.637</b>	

Entradas y Salidas de Ecuatorianos y Extranjeros, según Jefaturas de Migración

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	Periodo 2003 - 2008											
	2.003		2.004		2.005		2.006		2.007		2.008	
	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros
<b>Entradas</b>	<b>485.971</b>	<b>760.776</b>	<b>528.912</b>	<b>818.927</b>	<b>597.038</b>	<b>859.888</b>	<b>674.267</b>	<b>840.555</b>	<b>757.892</b>	<b>937.487</b>	<b>767.469</b>	<b>989.766</b>
Quito	245.590	303.090	270.302	325.545	306.124	351.593	311.445	359.062	348.352	416.479	343.990	449.667
Gueysequi	217.349	144.111	232.130	170.846	261.814	186.365	281.316	197.712	299.736	220.601	310.677	244.772
Tulcan	6.404	141.429	5.673	116.307	5.220	116.754	9.781	124.553	14.229	131.960	14.216	127.624
Huaculillas	12.575	151.881	15.502	190.027	17.888	189.570	56.815	134.883	76.366	145.371	76.480	139.132
Macara	538	4.014	585	4.337	603	5.488	12.040	17.413	14.853	14.856	15.642	13.456
Machala	39	116	19	163	1	85	4	61	4	211	12	265
Esmeraldas	890	2.054	1.324	1.435	832	1.007	503	793	674	805	2.106	3.662
Salinas	0	0	40	55	128	260	51	144	116	134	269	254
Manta	2.546	2.481	3.337	2.794	2.428	2.849	2.512	2.596	3.510	2.771	4.017	4.662
Lago Agrio	0	11.480	0	7.269	0	5.780	0	3.338	24	2.647	13	3.764
Ibarra	0	180	0	127	0	147	0	0	0	0	0	0
San Lorenzo	0	0	0	0	0	0	0	0	28	1.652	47	1.752
San Cristóbal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	359
Santa Cruz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	137
<b>Salidas</b>	<b>613.106</b>	<b>519.801</b>	<b>603.319</b>	<b>642.378</b>	<b>663.601</b>	<b>703.555</b>	<b>733.459</b>	<b>779.385</b>	<b>800.869</b>	<b>898.012</b>	<b>817.981</b>	<b>949.116</b>
Quito	274.355	283.631	262.343	313.863	306.023	337.529	319.994	342.923	359.041	399.089	358.333	419.921
Gueysequi	253.721	145.119	233.668	172.597	264.910	191.502	293.362	205.602	314.921	235.647	332.748	263.901
Tulcan	12.016	34.372	16.390	87.017	13.793	90.874	20.092	100.165	19.586	111.297	17.897	112.017
Huaculillas	67.446	46.422	85.566	59.443	72.626	74.689	81.700	109.235	86.819	128.624	86.075	125.433
Macara	1.945	7.193	676	6.640	2.273	6.258	15.130	17.163	16.153	18.556	16.265	15.816
Machala	24	63	20	140	2	18	17	62	4	185	7	256
Esmeraldas	822	1.265	1.360	964	1.140	615	368	367	776	773	2.288	3.372
Salinas	0	0	21	61	86	179	52	123	76	158	137	137
Manta	2.777	1.736	3.035	1.633	2.744	1.891	2.744	2.141	3.401	2.710	4.122	4.365
Lago Agrio	0	0	0	0	0	0	0	1.604	29	1.926	32	4.365
San Lorenzo	0	0	0	0	0	0	0	0	53	1.045	59	1.101
San Cristóbal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	134
Santa Cruz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50

1/ A partir del año 2006 se registran las Salidas de Extranjeros de la Jefatura de Lago Agrio.

2/ A partir del año 2006 en la Jefatura de Macará, se incrementaron considerablemente los Movimientos, debido al registro de todo Ecuatoriano y Extranjero que entra y sale con pasaporte o cédula de Identidad.

Ecuador: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales - INEC

Entradas y Salidas de Ecuatorianos y Extranjeros, según Jefaturas de Migración

JEFATURAS DE MIGRACIÓN	Periodo 2003 - 2008											
	2.003		2.004		2.005		2.006		2.007		2.008	
	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros	Ecuatorianos	Extranjeros
<b>Entradas</b>	<b>485.971</b>	<b>760.776</b>	<b>528.912</b>	<b>818.927</b>	<b>597.038</b>	<b>859.888</b>	<b>674.267</b>	<b>840.555</b>	<b>757.892</b>	<b>937.487</b>	<b>767.469</b>	<b>989.766</b>
Quito	245.590	303.030	270.302	325.545	308.124	351.583	311.445	359.062	348.352	416.479	343.990	449.687
Gueyaquí	217.349	144.111	232.130	170.848	261.814	186.365	261.316	197.712	299.736	220.501	310.677	244.772
Tulcán	6.404	141.429	5.673	116.307	5.220	116.754	9.781	124.553	14.229	131.980	14.216	127.624
Huacullas	12.575	151.881	15.502	190.027	17.888	189.370	56.815	134.883	76.366	145.371	76.480	139.132
Macara	538	4.014	585	4.337	603	5.488	12.040	17.413	14.853	14.836	15.642	13.456
Machala	39	116	19	163	1	85	4	61	4	211	12	285
Esmeraldas	630	2.054	1.324	1.435	332	1.007	503	793	674	805	2.106	3.862
Salinas	0	0	40	55	128	260	144	134	116	134	269	254
Manta	2.646	2.481	3.337	2.794	2.428	2.949	2.512	2.596	3.510	2.771	4.017	4.662
Lago Agrio	0	11.480	0	7.269	0	5.780	0	5.338	24	2.647	13	3.764
Ibarra	0	180	0	127	0	147	0	0	0	0	0	0
San Lorenzo	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	47	1.752
San Cristóbal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	359
Santa Cruz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	137
<b>Salidas</b>	<b>613.106</b>	<b>519.801</b>	<b>603.319</b>	<b>642.378</b>	<b>663.601</b>	<b>703.555</b>	<b>733.459</b>	<b>779.385</b>	<b>800.869</b>	<b>898.012</b>	<b>817.981</b>	<b>949.116</b>
Quito	274.355	283.631	262.343	313.665	306.023	337.529	319.994	342.923	359.241	398.069	356.333	419.921
Gueyaquí	253.721	145.119	233.668	172.597	264.910	191.502	293.362	205.602	314.921	235.647	352.748	263.901
Tulcán	12.016	34.372	16.390	87.017	13.793	90.874	20.092	100.165	19.586	111.297	17.897	112.017
Huacullas	67.446	46.422	85.566	59.443	72.626	74.689	61.700	109.235	86.819	126.624	86.075	125.433
Macara	1.945	7.193	876	6.640	2.273	6.258	15.130	17.163	16.153	16.556	16.265	15.816
Machala	24	63	20	140	2	18	17	62	4	185	7	256
Esmeraldas	622	1.265	1.360	964	1.140	615	368	367	776	773	2.288	3.372
Salinas	0	0	21	61	39	179	52	123	76	156	79	137
Manta	2.777	1.736	3.035	1.633	2.745	1.891	2.744	2.141	3.431	2.710	4.122	4.365
Lago Agrio	0	0	0	0	0	0	0	1.604	29	1.926	32	2.613
San Lorenzo	0	0	0	0	0	0	0	0	63	1.045	59	1.101
San Cristóbal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	134
Santa Cruz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	76	50

1/ A partir del año 2006 se registran las Salidas de Extranjeros de la Jefatura de Lago Agrio.

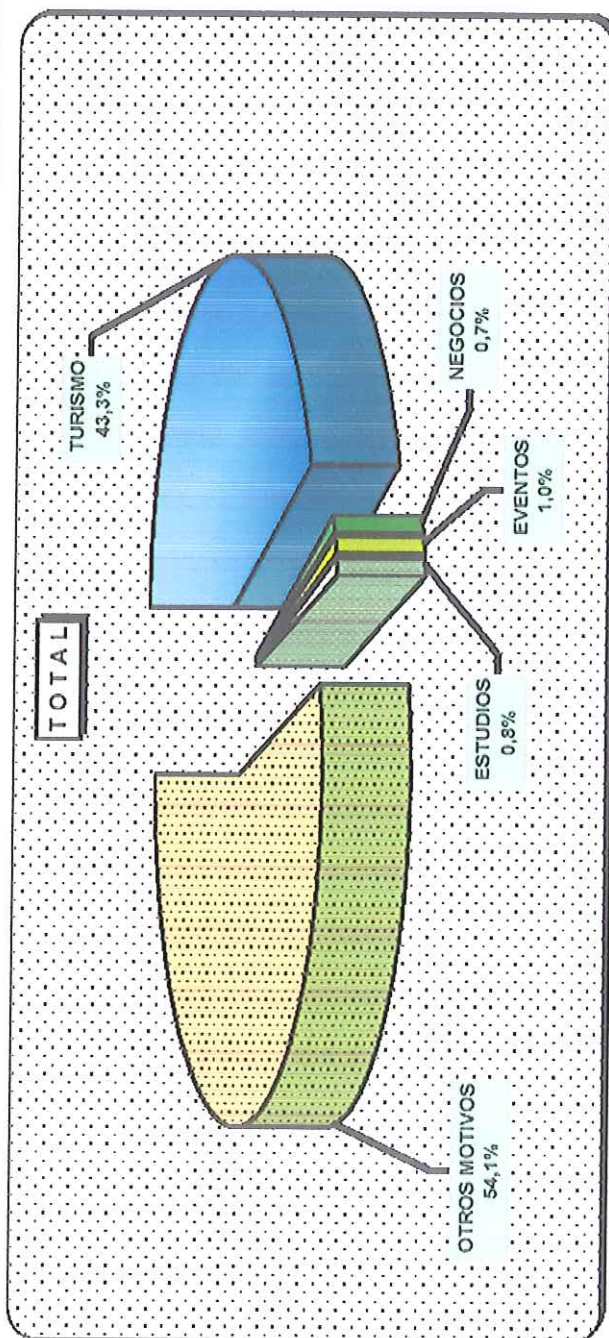
2/ A partir del año 2005 en la Jefatura de Macara, se incrementaron considerablemente los Movimientos, debido al registro de todo Ecuatoriano y Extranjero que entra y sale con pasaporte o cédula de Identidad.

Entradas y Salidas de Extranjeros, según Continentes y Principales países de Procedencia o Destino.

Continentes, Países de Procedencia o Destino	Periodo 2003 - 2008											
	2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas	Entradas	Salidas
FRANCIA	1.721	4.440	2.060	4.364	2.765	5.958	4.661	8.228	5.850	8.766	6.253	9.423
PAISES BAJOS(HOLANDA)	22.643	16.288	20.089	15.656	21.122	15.670	17.313	10.936	17.529	12.193	20.488	14.098
ITALIA	2.259	4.139	3.177	5.184	3.486	6.008	5.302	7.237	5.984	7.571	6.023	7.666
REINO UNIDO(ESCOCIA,INGLATERRA,GALES, GRAN BRETAÑA)	1.355	3.089	1.805	4.040	2.576	5.735	6.009	9.978	7.500	11.984	6.389	10.582
SUECIA	219	583	342	597	427	845	862	1.576	1.275	1.782	1.083	1.623
SUIZA	798	1.880	1.258	2.325	1.409	2.968	2.737	4.049	3.022	4.355	2.801	4.063
RESTO DE EUROPA	1.266	2.282	1.838	3.155	2.042	3.801	4.073	5.883	5.679	7.639	5.045	7.177
ASIA	2.192	2.745	2.324	3.264	2.176	3.459	3.378	4.786	4.471	5.606	10.589	7.673
ÁFRICA	200	311	346	449	369	456	256	413	210	313	222	338
OCEANÍA	280	499	443	859	575	935	1.114	1.575	1.175	1.469	1.395	1.549
SIN ESPECIFICAR	4	5	1	2	13	21	27	15	15	12	10	15

**SALIDA DE ECUATORIANOS, SEGÚN MOTIVOS DE VIAJE  
ENERO A AGOSTO 2009**

MOTIVO DE VIAJE	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TURISMO	236.659	43.3	121.037	43.1	115.622	43.6
NEGOCIOS	3.953	0.7	3.296	1.2	657	0.2
EVENTOS	5.731	1.0	3.913	1.4	1.818	0.7
ESTUDIOS	4.456	0.8	2.448	0.9	2.008	0.8
OTROS MOTIVOS	295.191	54.1	149.990	53.4	145.203	54.7
<b>TOTAL</b>	<b>545.992</b>	<b>100.0</b>	<b>280.684</b>	<b>100.0</b>	<b>265.308</b>	<b>100.0</b>



Periodo : 2004 - 2009

Salidas de Ecuatorianos por sexo, según motivos de viaje. Enero a Agosto de 2009.

1/ MOTIVO DE VIAJE	2004			2005			2006			2007			2008			2009		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	603.319	316.909	286.410	663.601	320.032	343.569	733.459	374.985	358.474	600.869	415.324	385.545	817.981	429.352	388.629	545.992	280.684	265.308
Turismo	313.537	164.213	149.324	245.320	114.006	134.314	308.932	157.448	151.484	407.321	210.863	196.458	347.882	182.721	164.961	238.659	121.037	115.622
Negocios	3.299	2.403	896	3.345	2.207	1.138	3.956	3.155	831	9.162	7.412	1.750	8.063	6.564	1.499	3.953	3.296	657
Eventos	2.405	1.574	831	4.189	2.112	2.077	5.161	3.513	1.648	13.168	8.955	4.213	12.171	8.364	3.807	5.731	3.913	1.818
Estudios	3.112	1.753	1.359	3.960	2.047	1.913	4.120	2.263	1.857	7.703	4.394	3.309	7.178	4.008	3.169	4.456	2.448	2.008
Otros	280.963	146.963	134.000	403.177	199.650	203.527	411.260	208.606	202.654	363.513	183.699	179.614	442.867	227.694	215.193	285.181	149.969	145.202
Sin Especific.	3	3	0	2	0	2	0	0	0	2	1	1	0	0	0	2	1	1

1/ Motivo de Viaje de acuerdo a Formato de Tarjeta Andina