



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR
POR EL TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
ECUADOR DA TURISMO”**

AUTORES: ANGEL MORA PARRALES

DANIELA VERA VINUEZA

TUTOR: MICHELLE VIERA ROMERO, MPM

GUAYAQUIL, JULIO 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Plan de negocios para la creación de la empresa Ecuador da turismo.		
AUTORES: Angel Francisco Mora Parrales Daniela Estefania Vera Vinueza		TUTOR: Michelle Viera Romero, MPM
		REVISORES: Ing. Jorge Aguiar Econ. John Rodríguez.
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil		FACULTAD: Facultad de Ciencias Administrativas
CARRERA: Ingeniería en Gestión Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGS.: 111 páginas
TÍTULO OBTENIDO: Ingeniero en Gestión Empresarial		
ÁREAS TEMÁTICAS: Creación y Administración de una empresa		
PALABRAS CLAVE: Plan de negocios, Turismo, Sitios Web.		
<p>RESUMEN: Al momento de arribar miles de turistas nacionales y extranjeros desean conocer el país o en este caso la provincia del Guayas y no hay suficiente información detallada de los lugares a visitar, por ende el inconveniente radica en la falta de información unificada en un medio accesible y amigable con las personas. La solución consiste en la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”, la cual administrará el sitio web www.ecuadordaturismo.com, cuyo objetivo será almacenar toda la información necesaria para que un turista visite un determinado lugar (zonas turísticas, direcciones, hoteles, restaurantes, transportes, tiendas, áreas comerciales, áreas recreativas, etc.), de tal forma esta se convertiría en una guía virtual de turismo, y contribuirá al desarrollo turístico de la provincia del Guayas. Además la información unificada será clave para mejorar el turismo en la provincia. Se estima que el 95% de los lugares turísticos podrían estar presentes en el sitio web, constituyéndose en una gran herramienta de búsqueda de lugares turísticos. Para determinar la viabilidad de esta empresa, se ha considerado informes del Ministerio de Turismo, información documental, estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se entrevistó a la Ing. Fanny Condo funcionaria del Ministerio de Turismo y se encontró que no existe empresa alguna en el país que se dedique a impulsar el turismo en la manera en la que “Ecuador DA Turismo” lo realizará. Por tal motivo es beneficiosa la creación de esta empresa.</p>		
No. DE REGISTRO (en base de datos):		No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES Angel Mora Parrales Daniela Vera Vinueza	Teléfono: 0981292498 0992357090	E-mail: Angelmora994@gmail.com danielaestefaniavv@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la Facultad	
Teléfono: (593) 04 596830	E-mail: fca.infocomputo@ug.edu.ec	

Certificado Sistema Antiplagio

Habiendo sido nombrado MICHELLE VIERA ROMERO, tutor del trabajo de titulación certificado que el presente proyecto ha sido elaborado por ANGEL MORA PARRALES con C.C.: 0923073902 y por DANIELA VERA VINUEZA con CC.: 0940636640, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Se informa que el proyecto: **“Plan de negocios para la creación de la empresa Ecuador DA Turismo”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio académico URKUND quedando el 3% de coincidencias.

Link: <https://secure.orkund.com/view/20804770-883336-533074#DcI7DsIwFEXBvbg+Qn6/G50toBQc>

Michelle Viera Romero, MPM

Tutor Trabajo de Titulación

Certificación del Tutor

Habiendo sido nombrado MICHELLE VIERA ROMERO, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por ANGEL MORA PARRALES con C.C.: 0923073902 y por DANIELA VERA VINUEZA con CC.: 0940636640, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Tema: “Plan de negocios para la creación de la empresa Ecuador DA Turismo”

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Michelle Viera Romero, MPM

Tutor Trabajo de Titulación

Renuncia de Derechos de Autor

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación son de absoluta propiedad, y responsabilidad de ANGEL MORA PARRALES con C.C.: 0923073902 y DANIELA VERA VINUEZA con CC.: 0940636640.

Cuyo título es **“Plan de negocios para la creación de la empresa Ecuador DA Turismo”**

Derechos que renuncio a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Angel Mora Parrales

C.C. 0923073902

Daniela Vera Vinueza

C.C. # 0940636640

GUAYAQUIL, JULIO DEL 2016

Dedicatorias

Este trabajo va dedicado a Dios, ya que gracias a él ha sido posible la elaboración de este trabajo, quien ha sabido guiarme por el camino del bien, me ha dado fuerzas para seguir adelante, a mi familia, en especial a mis padres quienes me brindaron los recursos necesarios para hacer mi sueño realidad, por estar presentes en todo momento, dándome sabios consejos y todo el apoyo necesario.

Angel Mora Parrales

La ardua labor que conllevó a la realización de este trabajo está dedicado a la persona que aún si estar presente ha continuado dirigiéndome a lo largo de la vida, mi madre Elizabeth Vinueza Aldaz, quien a pesar de no estar conmigo me inculcó las ganas de continuar y luchar por cumplir cada una de las metas propuestas a lo largo del camino.

Daniela Vera Vinueza

Agradecimientos

Mi agradecimiento infinito a Dios, por brindarme la oportunidad de avanzar un capítulo más en mi trayectoria profesional, por bendecirme y darme la oportunidad de estar rodeado de personas increíbles que me han ayudado a no perder el enfoque de mis metas, una de estas personas es mi madre, quien es mi mayor orgullo y es de vital importancia en mi vida, agradezco enormemente a mi compañera Daniela Vera por su paciencia y colaboración en la elaboración de este trabajo.

Angel Mora Parrales

Mi más sincero agradecimiento a cada una de las personas que hicieron posible la realización de este trabajo, sobre todo a Dios por la guía y paciencia otorgada, a mi tutora la Ing. Michelle Viera, quien es la persona que nos ha dirigido y ayudado en la elaboración y corrección de este trabajo de titulación, a mi esposo Leonardo Andrade Zavala por incitarme a continuar y apoyarme en los detalles necesarios para cumplir con esta actividad y a mi familia por su apoyo incondicional.

Daniela Vera Vinuesa

Resumen

Al momento de arribar miles de turistas nacionales y extranjeros desean conocer el país o en este caso la provincia del Guayas y no hay suficiente información detallada de los lugares a visitar, por ende el inconveniente radica en la falta de información unificada en un medio accesible y amigable con las personas. La solución consiste en la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”, la cual administrará el sitio web www.ecuadordaturismo.com, cuyo objetivo será almacenar toda la información necesaria para que un turista visite un determinado lugar (zonas turísticas, direcciones, hoteles, restaurantes, transportes, tiendas, áreas comerciales, áreas recreativas, etc.), de tal forma esta se convertiría en una guía virtual de turismo, y contribuirá al desarrollo turístico de la provincia del Guayas. Además la información unificada será clave para mejorar el turismo en la provincia. Se estima que el 95% de los lugares turísticos podrían estar presentes en el sitio web, constituyéndose en una gran herramienta de búsqueda de lugares turísticos. Para determinar la viabilidad de esta empresa, se ha considerado informes del Ministerio de Turismo, información documental, estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se entrevistó a la Ing. Fanny Condo funcionaria del Ministerio de Turismo y se encontró que no existe empresa alguna en el país que se dedique a impulsar el turismo en la manera en la que “Ecuador DA Turismo” lo realizará. Por tal motivo es beneficiosa la creación de esta empresa.

Palabras claves: Plan de negocios, Turismo, Sitios web.

Abstract

At the moment to arrive thousands of domestic and foreign tourists want to know the country or in this case the province of Guayas and not enough detailed information about the places to visit, therefore the found drawback is the lack of unified information in an accessible medium and friendly. The solution consists in the creation of a company named "Ecuador DA Turismo", that will manage website www.ecuadordaturismo.com, which store all the necessary information for a tourist can visit any particular place (tourist attractions, directions, hotels, restaurants, transports, stores, shopping areas, recreational areas, night spots, etc.) so this would become a virtual tour guide, and further contribute to tourism development in the province of Guayas. In addition unified all the information will be key to improve tourism in the province of Guayas. It is estimated that 95% of tourist sites could be present on the website for free, becoming a potential search of the tourism places. To determine the viability of the company, it has considered reports from the Ministry of Tourism, documentary information, statistics INEC, furthermore were interviewed Eng. Fanny Condo -. Official of the Ministry of Tourism and she said that there isn't a company in the country dedicated to promoting tourism in the way that "Ecuador DA Turismo" will be conducted. For this reason is beneficial the creation of this company.

Keywords: Business plan, Tourism, Web sites.

Tabla de Contenido

PORTADA	I
FICHA REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO.....	III
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	IV
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR	V
DEDICATORIAS.....	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
TABLA DE CONTENIDO	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.....	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3 OBJETIVO GENERAL.....	6
<i>1.3.1 Objetivos específicos.....</i>	<i>6</i>
1.4 HIPÓTESIS	6
1.5 MÉTODOS DEL NIVEL TEÓRICO.....	6
1.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	9
<i>1.6.1. Alcance de la investigación.....</i>	<i>10</i>
1.7 SIGNIFICACIÓN SOCIAL.....	12
1.7.1. SIGNIFICACIÓN PRÁCTICA	13
1.8 BREVE EXPLICACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE TRABAJO DE TITULACIÓN POR CAPITULO.....	13
<i>1.8.1. Resumen capítulo 1:</i>	<i>13</i>
<i>1.8.2. Resumen capítulo 2</i>	<i>13</i>
<i>1.8.3. Resumen capítulo 3</i>	<i>14</i>
<i>1.8.4. Resumen capítulo 4</i>	<i>14</i>
CAPÍTULO 2.....	16
2.1 MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS	23
2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES CONCEPTUALIZADAS	23
<i>2.3.1. Variable dependiente.....</i>	<i>23</i>

2.3.2. <i>Variable independiente</i>	23
2.4 CATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES OPERACIONALES	23
CAPÍTULO 3.....	25
3.1 DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA QUE SE INVESTIGA	25
3.2 EXPLICACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	27
3.3 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.	29
CAPÍTULO 4.....	30
DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “ECUADOR DA TURISMO”.	30
4.1 MISIÓN.....	30
4.2 VISIÓN	30
4.3 OBJETIVOS:.....	31
4.3.1. <i>Objetivo general</i>	31
4.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	31
4.4 DESCRIPCIÓN DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	31
4.5 CADENA DE VALOR.....	32
4.5.1. <i>Actividades primarias</i>	33
4.5.2. <i>Actividades secundarias</i>	34
4.6 ANÁLISIS FODA	35
4.6.1. <i>Fortalezas</i>	35
4.6.2. <i>Oportunidades</i>	36
4.6.3. <i>Debilidades</i>	36
4.6.4. <i>Amenazas</i>	36
4.7 ANÁLISIS DE LA EMPRESA	37
4.7.1. <i>Información histórica</i>	37
4.7.2. <i>Productos – Mercados</i>	38
4.7.3. <i>Clientes</i>	40
4.7.4. <i>Posición tecnológica</i>	41
4.7.5. <i>Relaciones hacia arriba y abajo en los canales</i>	42
4.7.6. <i>Recursos operativos</i>	42
4.7.7. <i>Competidores</i>	44
4.7.8. <i>Factores claves de éxito</i>	46
4.8 PLAN DE MARKETING	47
4.8.1. <i>Análisis sectorial</i>	47
4.8.2. <i>Estructura del sector</i>	48
4.8.3. <i>Las fuerzas competitivas</i>	51
4.8.4. <i>Acciones de los competidores</i>	54
4.8.5. <i>Impulsores de los cambios</i>	55
4.8.6. <i>Evaluación del atractivo del sector</i>	56
4.8.7. <i>Mercados meta</i>	59

4.8.8. Estrategia de marketing	60
4.8.9. Objetivos de marketing y ventas. Marketshare	63
4.8.10. Políticas de precios: Precios de introducción, mecanismos para fijar el precio de venta	64
4.8.11. Estrategia de ventas y comunicación: Imagen, logotipo, publicidad, medios y frecuencia.....	66
4.8.12. Estrategia de distribución: Canales de distribución, PDV, ubicación y cobertura de la empresa.	70
4.9 PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y TALENTO HUMANO	70
4.9.1. El equipo gerencial, antecedentes, cargos y responsabilidades.	70
4.9.2. Cantidad de personal y perfiles de los puestos clave.....	71
4.9.3. Organigrama.....	75
4.10 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	75
4.10.1. Materiales y materias primas.....	75
4.10.2. Fuentes de suministros y proveedores.....	76
4.10.3. Métodos y tecnologías de producción.....	77
4.10.4. Equipamiento	78
4.10.5. Riesgos críticos y planes de contingencia.....	79
4.11 PLAN FINANCIERO	80
4.11.1. Historial financiero.....	80
4.11.2. Proyecciones financieras a 5 años.....	81
4.11.3. Estado de resultados	87
4.11.4. Balance General.....	89
4.11.5. Flujo de caja.....	90
4.11.6. Punto de Equilibrio	91
4.11.7. Valor actual neto VAN y Tasa interna de retorno TIR.....	92
4.11.8. Explicación y supuestos sobre los que se basan las proyecciones.....	96
4.11.9. Rendimiento potencial a los inversores, comparado con otras empresas del sector....	96
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	100
APÉNDICES.....	102
APÉNDICE 1 ENTREVISTA.....	102
APÉNDICE 2 PÁGINA WEB DE LA EMPRESA “ECUADOR DA TURISMO”	110

Índice de Tablas

TABLA N° 1 SALIDA DE ECUATORIANOS AL EXTERIOR	5
TABLA N° 2 CANTONES Y SUS PRINCIPALES PUNTOS TURÍSTICOS	11
TABLA N° 3 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE LLEGADAS AL PAÍS	12
TABLA N° 4 CATEGORIZACIÓN DE LAS DE LAS VARIABLES OPERACIONALIZADAS	24
TABLA N° 5 INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	33
TABLA N° 6 ESTRUCTURA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS	49
TABLA N° 7 PLAN POLITICA DE PRECIOS	66
TABLA N° 8 VALOR DE PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO	67
TABLA N° 9 LISTA DE PROVEEDORES	68
TABLA N° 10 VALOR DE PUBLICIDAD EN INTERNET Y REDES	77
TABLA N° 11 EQUIPOS A UTILIZARSE EN LA EMPRESA	78
TABLA N° 12 PROYECCIÓN FINANCIERA DE INVERSIÓN	82
TABLA N° 13 PROYECCIÓN DE FINANCIAMIENTO A 5 AÑOS	83
TABLA N° 14 GASTOS PROYECTADOS A 5 AÑOS	84
TABLA N° 15 PREVISIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS	86
TABLA N° 16 ESTADO DE RESULTADO PREVISTO A 5 AÑOS	88
TABLA N° 17 BALANCE PATRIMONIAL PROYECTADO A 5 AÑOS	89
TABLA N° 18 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS	91
TABLA N° 19 PUNTO DE EQUILIBRIO	92
TABLA N° 20 DATOS PARA VAN Y TIR	93
TABLA N° 21 FORMULAS Y EJERCICIOS VAN Y TIR	94
TABLA N° 22 VALOR ACTUAL NETO ELEVADO A DIVERSAS TASAS	95

Índice de Figuras

FIGURA Nº1	MODELO CADENA DE VALOR	18
FIGURA Nº2	LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS	20
FIGURA Nº3	EMPRESA “ECUADOR DA TURISMO”	39
FIGURA Nº4	LOGOTIPO DE LA EMPRESA "ECUADOR DA TURISMO”	69
FIGURA Nº5	INVERSIONES PROYECTADAS A 5 AÑOS	84
FIGURA Nº6	GASTOS PROYECTADOS A 5 AÑOS	85
FIGURA Nº7	PREVISIONES DE VENTA PROYECTADAS A 5 AÑOS	87
FIGURA Nº8	ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 5 AÑOS	88
FIGURA Nº9	BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS	90
FIGURA Nº10	DETALLE DE VAN Y TIR	95
FIGURA Nº11	ING. FANNY CONDO TAMAYO	108
FIGURA Nº12	DURANTE LA ENTREVISTA	108
FIGURA Nº13	REALIZANDO LA ENTREVISTA - ANGEL MORA PARRALES	109
FIGURA Nº14	EFFECTUANDO LA ENTREVISTA – DANIELA VERA VINUEZA	109
FIGURA Nº15	PÁGINA DE INICIO “ECUADOR DA TURISMO”	110
FIGURA Nº16	PÁGINA DE INICIO “ECUADOR DA TURISMO”	110
FIGURA Nº17	PÁGINA PARA REGISTRARSE DE “ECUADOR DA TURISMO”	111
FIGURA Nº18	VERSIÒN MOVIL DE "ECUADOR DA TURISMO”	111

Introducción

De acuerdo a lo indicado por el Ministerio de Turismo (2015), “Ecuador es el país más mega diverso del mundo por metro cuadrado” en apenas 283.561 Km², alberga: 1.695 especies de aves, 25 volcanes activos, 2.999 especies de orquídeas y más de 110 playas. A través de esta información se puede determinar que el Ecuador es uno de los países más bendecidos de América Latina por contar con un sin número de variedades, lo que lo convierte en un destino ideal para visitar y explorar, por ende la idea de esta empresa apunta al sector turístico.

Adicionalmente en los años 2014 y 2015 Ecuador fue señalado por InterNations página web que brinda información sobre el status y mejor país para residir, según el Ministerio de Turismo como el mejor destino a nivel mundial para los expatriados. Una razón más para percibir que el país no solo posee belleza y diversidad, sino que brinda una excelente calidad de vida atractiva para el turista que se encuentra en diferentes destinos, además al considerar al Ecuador entre una serie países como destino principal para residir, se efectúa publicidad beneficiosa para el Ecuador, además de dar a conocer al país a nivel mundial.

Actualmente el Ecuador busca mejorar su industria turística de la mano de "fuertes inversiones para atraer un 15 % más de turistas y entrar en la prestigiosa lista de las mayores potencias turísticas del mundo” (El Comercio, 2015), por cuanto para el Gobierno Ecuatoriano el turismo es una prioridad como política de estado, por lo que contempla diversas estrategias para el crecimiento y mejora del sector.

Por estas razones se optó por el enfoque a la empresa denominada “Ecuador DA Turismo” e iniciará con un plan piloto, utilizando una muestra de 10 cantones

pertenecientes a la Provincia del Guayas, se aspira poder ampliar el alcance de esta empresa en un futuro cercano y cubrir todas las áreas del país.

La orientación hacia el sector turístico se da también por el impulso del actual Gobierno, el cual se ha encaminado a fomentar el turismo a través de capacitaciones a Administradores y Gerentes de establecimientos turísticos y de campañas publicitarias.

Entre las campañas más destacadas están:

- * “Viaja primero Ecuador”
- * “Ecuador potencia turística”
- * “All you need is Ecuador”
- * “Guayaquil es mi destino”

Como información adicional el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su informe de la actividad turística del Ecuador (2015) indica que “el turismo en el Ecuador genera 405.820 mil fuentes de trabajo directas e indirectas en las áreas de alojamiento y servicios de alimentación”. De esta cifra, 272.808 son mujeres y 133.012 son hombres, cifras que representan un crecimiento del 16.3% en relación a las cifras del año 2014, demostrando un crecimiento notable de fuentes de empleo, que ayudan al crecimiento económico, y por ende contribuyen al desarrollo del país, factor fundamental para que más inversionistas opten por establecer negocios y compañías aliadas al turismo en el Ecuador.

El país se está dando a conocer al Mundo y “Ecuador DA Turismo” se encamina a un sector que tiene mucho por ofrecer, durante la visita a la mayor feria de turismo (Marco de la ITB de Berlín), el Ministro de Turismo del Ecuador indicó “Tenemos todo para ser una potencia turística" (Alvarado, 2015), además durante esta intervención mencionó

también que “aspira a que el turismo sea la tercera fuente de ingresos del país” (Alvarado, 2015). Esto se debe a las cientos de fuentes de empleo generadas a través del turismo y a nivel de empresa “Ecuador DA Turismo” desea brindar información de los maravillosos lugares que posee la provincia del Guayas y en un futuro cercano de todo el país.

La idea de este empresa es crear una amplia red de turistas nacionales e internacionales que deseen conocer y formar parte de una red interactiva, en la cual se mostrará los lugares turísticos con sus respectivas fotos, los sitios más visitados, zonas donde pueda disfrutar de la deliciosa gastronomía, tiendas, mapas, calendario de festividades, informaciones acerca de los medios de transporte, desde buses provinciales e interprovinciales, taxis, vuelos, entre otros.

Además de estas principales características existirá la opción de postear fotos y compartirlas con las demás redes sociales y la página web estará disponible en español, inglés y francés y se provee a futuro efectuar una aplicación para Smartphone de los sistemas operativos Android e iOS

Capítulo 1

1.1 Planteamiento del problema

Dentro de la información recabada se encontró que el inconveniente para el turista nacional no reside precisamente en la misma situación que para el turista extranjero. El inconveniente para el turista extranjero radica en el desconocimiento de los lugares para visitar, mientras que para el turista nacional se encuentra en la cultura de la gente que tiende a querer conocer lugares en otros países.

Los hábitos del turista ecuatoriano de visitar otros países son: “por origen los cuencanos; por ocupación, los empleados de Gobierno; por nivel de educación, los que tienen posgrado y, por estrato económico, los que pertenecen al 20% más rico de la población” (INEC, Actividad Turística en el Ecuador , 2015). Esto datos aseveran lo indicado, referente a los hábitos turísticos de los ecuatorianos, mientras más alto el estrato social o mayor sea el grado de educación, las personas prefieren visitar o conocer otros países, ya sea por conocer otras culturas o por el desconocimiento de las maravillas que posee el país.

Mediante la siguiente tabla, se puede notar que en relación con el año 2014, durante enero de 2015 ha habido un incremento del 3% respecto a la salida de ecuatorianos al exterior, también se observa un incremento sucesivo a partir del año 2010. De existir registradas 896,885 salidas en el año 2010, ascendieron a 1.278,481 durante el 2014. Esto se deberá a que en el transcurso de estos años ha existido una mejora en la condición económica del Ecuador.

Tabla N° 1
Salida de ecuatorianos al exterior

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var % 15/14	Observaciones
Enero	71.172	69.601	77.532	78.108	88.441	91.470	3%	Existe una variación del 3% entre enero del 2014 y enero del 2015. En el año 2015 solo existe información registrada hasta el mes de enero.
Febrero	74.436	68.524	90.608	94.464	86.746			
Marzo	81.686	89.613	91.453	98.292	121.350			
Abril	72.231	80.856	80.966	94.894	109.762			
Mayo	70.330	79.986	81.047	89.092	98.416			
Junio	61.070	70.876	66.422	88.962	87.227			
Julio	80.855	99.145	94.567	102.343	113.697			
Agosto	96.675	117.569	113.567	126.286	141.945			
Septiembre	78.575	96.658	88.803	103.598	118.195			
Octubre	79.108	90.301	84.368	102.160	115.596			
Noviembre	70.227	91.092	83.399	91.549	99.539			
Diciembre	62.520	69.230	69.473	84.814	97.567			
Total	898.885	1.023.451	1.022.205	1.154.562	1.278.481	91.470		

Nota: Se detalla la cantidad de ecuatorianos que viajaron al exterior mensual y anualmente

Fuente: INEC - Dirección de Migración - salidas internacionales

1.2 Formulación del problema

En general la prioridad es satisfacer la necesidad de información del sector turístico de la provincia del Guayas, unificando contenido de destinos turísticos a través de una plataforma web, de esta manera la idea a plantear como problema es:

¿Cómo contribuir al desarrollo turístico de la provincia del Guayas?

Mediante la puesta en marcha del plan de negocios de la empresa “Ecuador DA Turismo” se pretende apoyar al progreso del sector turístico de la provincia.

1.3 Objetivo general

Crear una empresa para promover el desarrollo del turismo en la provincia del Guayas.

1.3.1 Objetivos específicos

- Emplear fundamentos teóricos y metodológicos, relacionados al tema de estudio, como son: el turismo, el desarrollo del sector turístico, la provincia del Guayas y de guía turística virtual.
- Determinar el estado actual del desarrollo turístico en la provincia del Guayas.
- Proponer un modelo de negocio basado en el uso de medios digitales, fundamentado en favorecer al desarrollo turístico de la provincia del Guayas.

1.4 Hipótesis

Con la creación de la empresa de turismo se contribuirá al desarrollo del turismo en la provincia del Guayas.

1.5 Métodos del nivel teórico

El método de nivel teórico está muy relacionado con los procesos del pensamiento, para lograr establecer un concepto se debe efectuar un análisis, un extracto de la información y comparaciones, estos procesos de la mano de un lenguaje correcto, integrado y ordenado previo a conseguir una conclusión específica están vinculados al método teórico.

Así se puede indicar que entre los principales métodos teóricos utilizados para realizar esta empresa, están los siguientes:

- **1.5.1. Método analítico sintético:** De acuerdo a este método, se procedió a efectuar un análisis de toda la información conseguida referente al turismo en el Ecuador y específicamente en la provincia del Guayas, luego de sintetizar la información obtenida, se escogió los temas sobresalientes o relevantes del turismo, tales como que el turismo en el país ha crecido a grande escala durante los últimos 5 años, también que el país está destacando entre una serie de países y notar que en parte gracias al apoyo gubernamental el sector turístico ha logrado establecerse y sobresalir.
- **1.5.2. Método comparativo:** Como su nombre lo indica, permite establecer diferencias. Este método se aplicó al momento de observar los porcentajes o cantidades de llegadas de turistas al país, de acuerdo a datos del Ministerio de Turismo y al comparar el mes de enero de los años 2014 y 2015, se denoto un incremento del 3.42% de turistas, además se observa que ha habido un incremento de turistas durante los últimos 5 años.
- **1.5.3. Método lógico abstracto:** Este método permitió encerrar y determinar las cualidades del sector, dentro del cual se puede notar como virtud la riqueza del suelo ecuatoriano, como valor agregado en el país se encuentran los 4 mundos turísticos, los Andes, Amazonia, Costa y Galápagos
- **1.5.4. Método lógico histórico:** Indica el proceso histórico de la misma en concordancia con su desarrollo actual y proyección a futuro, en este caso el turismo durante sus inicios y el diagnostico presente del turismo, mismo que

implica su situación y el impulso que se está dando a este sector en conjunto con el apoyo gubernamental, además del pronóstico a futuro con base a su desempeño actual, el cual se aspira continúe en desarrollo y se convierta en una principal fuente de ingresos del país.

- **1.5.5. Método inductivo deductivo:** Para este método y con base a la información obtenida del desempeño actual del turismo en el país, se puede deducir un gran auge del sector turístico, seguido de las atenciones, campañas y porcentajes de avance y desarrollo.
- **1.5.6. Métodos del nivel empírico:** Este método se basa en la experiencia lograda a partir de la observación de fenómenos suscitados incrementos o disminución de porcentajes a lo largo del proceso de estudio. Por ende se indica que entre los principales métodos empíricos utilizados para efectuar esta empresa, están los detallados a continuación:
 - **1.5.7. Método de Observación:** Es uno de los métodos mayormente utilizados al presente, consiste en recopilar todo el material y verificar su realidad actual con base a la información encontrada. Para la ejecución de esta empresa, se ha recopilado una serie de investigaciones, material de prensa, informes del Ministerio de Turismo, cifras e información documental del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, además de diferentes informes, tales como:
 - Plan maestro del desarrollo turístico de la provincia del Guayas del Consejo provincial del Guayas y cámara de turismo año 2008.
 - Barómetro turístico del Ecuador del Ministerio de Turismo año 2011.
 - Análisis sectorial del turismo del Instituto de promoción de exportaciones e inversión año 2012.

- Principales indicadores de turismo del Ministerio de Turismo año 2015.
- Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible PLANDETUR 2020 del Ministerio de Turismo.

También se ha manejado información documental con base al material que brinda el Ministerio de Turismo y en sus respectivos sitios web.

- **1.5.8. Método de medición:** Se desarrolla con el objeto de obtener información numérica, teniendo en cuenta los porcentajes de años anteriores en relación con los años actuales. Para el sector turístico se ha manejado cifras de los últimos 10 años brindadas por el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

1.6 Tipo de investigación

Existen diversas tipos de investigación: exploratoria, explicativa y transformadora, experimental, entre otras. En este caso la investigación es exploratoria, por cuanto se plantea la idea de una nueva empresa con incursión al turismo desde una óptica diferente, sector que se ha comenzado a impulsar logrando un gran desarrollo que mejora el estilo de vida de las empresas que trabajan y viven del turismo en el país. Al llevar a cabo la ejecución de esta empresa, primero se debe analizar y recopilar toda la información de este sector para efectuar la contrastación de la información obtenida a lo largo de los años.

1.6.1. Alcance de la investigación

Se recuerda que el tipo de investigación es exploratoria y se considera importante el resultado de esta investigación, por cuanto al sector al que está enfocado es un nicho de mercado que no ha sido explotado en su totalidad.

La introducción de esta empresa al mercado se limita a ver la oferta de la provincia del Guayas, la cual está conformada por 25 Cantones, de los cuales se ha determinado trabajar con un plan piloto que abarcará 10 cantones.

Los cantones seleccionados fueron considerados con base a informes de la Prefectura del Guayas, denominados “rutas turísticas del Guayas” y “principales destinos de la provincia del Guayas”. Siendo escogido los cantones con mayores destinos turísticos conocidos.

Los cantones elegidos están detallados en la siguiente tabla junto con los destinos más sobresalientes de las mismas.

Tabla N° 2
Cantones y sus principales puntos turísticos

Nª	CANTÓN	DETALLE	
1	Guayaquil	Barrio de las Peñas Bosque Cerro Blanco / ruta Pescador Cerrito de Los Morreños Costa Country chongón Golfo de Guayaquil Isla de Los Pájaros Isla Puna	Jardín Botánico Keela Wee chongón Parque El Lago chongón / ruta Pescador Posorja Puerto El Morro / ruta del pescador Puerto Hondo Zoológico El Pantanal
2	Samborondón	Cerro Santa Ana de Samborondón Parque Histórico	Sembrados y cultivos / ruta del Arroz
3	Yaguachi	Aquamarina - El Deseo / Yaguachi Batalla de Cone	Fiesta Patronal San Jacinto / ruta la Fe
4	Salitre	Bocana Capital Montubia	Pueblo Nuevo Santa Marianita
5	Daule	Procesión Cristo Negro El Limonal	Balneario de agua dulce Virgen de Lourdes
6	Milagro	"Ruta de los Viveros" Hda. La Danesa	Las Cataratas San Francisco / ruta de la Azúcar
7	Bucay	Agua Blanca General Elizalde	Bosque la Esperanza / ruta de Aventura
8	Naranjal	Aguas Termales Shuar Camino del Inca Centro Turístico Shuar Tsuer Entsa Cerro de Hayas	Cerro Pancho Diablo / ruta del Cacao Cerro Pechos de Niña / ruta del Cacao Hacienda Las Cañas - Puerto Inca Reserva Ecológica Manglares Churute
9	El empalme	Cascada el salto del armadillo Cascadala Chorrera del pintado Reserva de los Monos	Playas de agua dulce: el Congo, el Limón, Macul, Mancha de mate y Balneario natural
10	Durán	Galería de Identidad Ferroviaria Isla Santay	Santuario del Divino Niño

Nota: Cantones seleccionados con sus principales puntos turísticos.

Fuente: La Prefectura del Guayas – varios informes

Con base a lo que ofrecen cada uno de estos cantones, se ha logrado determinar el campo de acción para ejecutar y establecer la viabilidad de esta empresa.

1.7 Significación social

Esta empresa está enfocada en servir a la comunidad de turistas nacionales y extranjeros, así como también ayudar en el impulso para un mejor desarrollo del sector turístico de la provincia del Guayas y en un futuro cercano al país en toda su extensión.

Durante los últimos años se ha dado un gran incremento en el sector turístico. Entre los principales mercados emisores de turistas, están a la cabecera los países: Colombia, Estados Unidos y Perú. Es constante el ingreso de turistas extranjeros de diferentes países con el afán de conocer los hermosos lugares que posee el Ecuador.

Además el país ha ganado decenas de galardones que certifican que Ecuador es un destino de excelencia turística, uno de los premios más destacados es “World's Leading Green Destination 2015” (Mejor Destino Verde Líder del Mundo 2015). A continuación tabla que detalla los porcentajes correspondientes a cada país con mayor número de llegadas.

Tabla N° 3

Principales mercados con mayor número de llegadas al país, año 2015

PAÍS	PORCENTAJE	NÚMERO DE PERSONAS
COLOMBIA	24%	375.755
EE.UU.	17%	259.468
PERÚ	11%	175.678
OTROS	48%	748.524
TOTAL	100%	1.559.425

Nota: Principales países que visitaron el Ecuador en el año 2015.

Fuente: Ministerio de Turismo

1.7.1. Significación Práctica

La importancia de plasmar esta empresa radica en ayudar a mejorar la calidad y presentación de la información turística de la provincia del Guayas a través de una plataforma web, misma que servirá de guía virtual a los turistas nacionales y extranjeros, se cree que con la ejecución de esta empresa se ayudará a impulsar el desarrollo del turismo en el país.

1.8 Breve explicación de la estructura de trabajo de Titulación por capítulo.

1.8.1. Resumen capítulo 1: n este capítulo, se detalla el planteamiento y la formulación del problema el cual es ¿Cómo contribuir al desarrollo turístico de la provincia del Guayas? , además de indicar el objetivo general y los objetivos específicos entre los cuales están utilizar fundamentos teóricos y metodológicos, relacionados al tema de estudio, determinar el estado actual del desarrollo turístico en la provincia del Guayas y el proponer un modelo de negocio, fundamentado en favorecer al desarrollo turístico de la provincia del Guayas.

También detalla la hipótesis, junto con el diseño metodológico y explica la significación social y práctica de este trabajo, como parte final del capítulo 1 se detalla un breve resumen de la estructura de trabajo de titulación por capítulo.

1.8.2. Resumen capítulo 2: Dentro de este capítulo, se detalla el marco teórico metodológico, donde se describen los conceptos de las teorías utilizadas para realizar esta empresa, tales como: turismo, guía virtual, cadena de valor, FODA, las 5 Fuerzas competitivas, el mix de las 4 P del marketing y la estrategia de precios para ganar competitividad. Adicionalmente se explica los fundamentos teóricos y la metodología que

permite la sustentación del problema latente, además de establecer la operacionalización de la variable de esta empresa, misma que es la implementación de un plan de negocios denominado “Ecuador DA Turismo” e indica que esta se conforman de variable dependiente e independiente dentro de las cuales abarca el incremento de la información turística y contribuir con el desarrollo del turismo en la provincia del Guayas. También se detalla la categorización de las variables mediante una tabla que describe las variables y hace referencia a los instrumentos de medición.

1.8.3. Resumen capítulo 3: Dentro de este capítulo, se detalla el diagnóstico de la situación actual del turismo, para la realización de este capítulo se procedió a efectuar una entrevista a la Ing. Fanny Condo Tamayo especialista en el desarrollo de producto y capacitaciones del Ministerio de Turismo zonal #5 Guayas, quien manifestó que el turismo del país se encuentra en un mejor nivel, a pesar de que aún hay mucho por hacer y se debe mejorar la calidad de los servicios que se brindan al turista tanto nacional como extranjero. La entrevista completa se encuentra en el apéndice 1, página xv. En este capítulo también se detalla una explicación con base a la información recopilada de los resultados hallados en este sector, además de una interpretación de los posibles efectos a consecuencia del estado actual del turismo y de la factibilidad que tiene la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”.

1.8.4. Resumen capítulo 4: Se puede observar la propuesta de solución que brinda la empresa denominada “Ecuador DA Turismo”, se detalla la misión, la visión, el análisis foda y se efectúa un análisis de la empresa donde se hace referencia a la información histórica de la misma y se analiza el entorno en cuanto a producto y mercado, el target de clientes, la posición tecnológica, la relación de los canales de distribución, recursos

operativos, competidores y los factores claves de éxito, mismos que serán cruciales para el crecimiento sostenible de la compañía. Dentro del plan de marketing se detalla el análisis sectorial, el sector sobre la cual la compañía se enfocará, las fuerzas competitivas y acciones de los competidores, los mercados metas en el cual la empresa se posicionará, las diversas estrategias de marketing, la estructura interna de la compañía, los perfiles de los colaboradores que integran la organización y el organigrama donde se jerarquiza los diferentes puestos de trabajo, además del plan de producción e implementos que requiere la compañía, así también se analizan los riesgos críticos y planes de contingencia.

Finalmente el plan financiero describe el historial de la compañía en términos monetarios además de plantear proyecciones financieras, estados de resultados, balances patrimoniales, flujos de caja, y punto de equilibrio todo esto proyectado a 5 años, además de la explicación lógica donde se sustenta la proyección.

Capítulo 2

2.1 Marco teórico metodológico de la investigación

Para efectuar este trabajo, se debe analizar las principales teorías respecto al tema a elaborar, para esto se detallan los siguientes conceptos:

- Turismo: “El Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa” (Hunziker, 1942). Mientras que para la Organización Mundial de Turismo, organismo internacional creado en 1975, la cual tiene como propósito promover el turismo a nivel universal, indica que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Turismo, 1994). El turismo tiene gran relevancia, no solo por representar fuentes de empleo, sino que mejora las relaciones entre países, impartiendo y dando a conocer costumbres y tradiciones de cada pueblo.
- Mercado digital: Mercado digital o marketplace “se define como un portal o una plataforma en Internet, que permitirá al usuario exponer o proponer una relación oferta – demanda. Aquí se podrá dividir en dos cuestiones; las personas que proveen de algún servicio o producto serán la parte de la oferta y los consumidores serán los demandantes” (Murillo Carbajal, 2013). Mientras en el diccionario de negocios, marketing digital está definido como “la promoción de productos o marcas mediante varias vías de medios electrónicos. Los medios que

pueden ser usados como parte de una estrategia de mercadotecnia digital de un negocio puede incluir esfuerzos de promoción vía internet, social media, teléfonos móviles y también mediante la televisión y la radio”. Al manejarse el turismo de manera digital se permite que personas en todo el mundo puedan tener previo conocimiento del lugar que visitarán y el entorno que conlleva al mismo, lo que contribuirá notablemente al desarrollo del sector turístico.

- Guía turística: “Una guía turística puede referirse a una publicación impresa o digital que recopila información sobre dichos atractivos, se entiende por guía aquello o a aquel que tiene por objetivo y fin el conducir, encaminar y dirigir algo para que llegue a buen puerto en la cuestión de la que se trate”. (Perez Porto, 2012). Mediante la plataforma web “Ecuador DA Turismo”, se pretenderá guiar a las personas a los lugares turísticos de la provincia del Guayas, para una mejor comprensión aparte de manejar el idioma español, la web estará disponible en español, inglés y francés para los turistas extranjeros.
- Desarrollo turístico: “El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios básicos idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991).

Con base a la entrevista efectuada a la Ing. Fanny Condo funcionaria del Ministerio de Turismo, manifestó que el turismo en el país se ha desarrollado bastante durante los últimos años, esto se puede evidenciar en el informe

trimestral del año 2015 elaborado por el Ministerio de Turismo, en el que detalla el arribo de 416.037 visitantes extranjeros logrando un crecimiento sostenido de visitantes y visualizando un incremento del 6,4% versus el año 2014. Como dato adicional “Guayas es la segunda provincia más visitada del país después de la jefatura de Pichincha” (Turismo M. d., 2015), de acuerdo al boletín del mes de enero del año 2015 sobre los principales indicadores de turismo.

Para continuar con la elaboración de esta empresa se ha utilizado varias herramientas, modelos y conceptos a nivel de investigación de renombrados autores peritos en la materia, a continuación se detallan las siguientes teorías:

- Cadena de Valor empresarial o cadena de valor: “Es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades que efectúa una organización para generar un valor agregado al cliente y a la misma empresa”. (Porter M. , The Competitive Advantage of Nations, 1985). A continuación imagen del modelo de Cadena de valor:

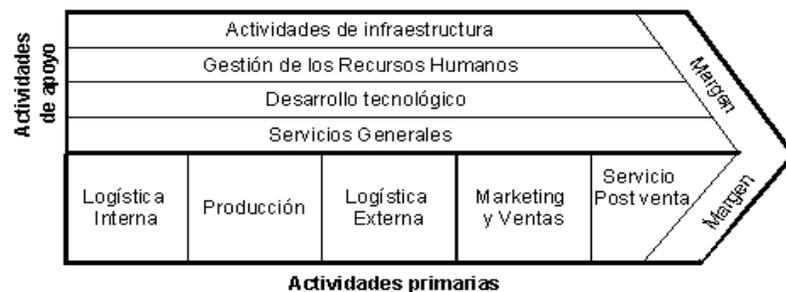


Figura N° 1. Modelo Cadena de valor

Nota: Modelo Cadena de valor, ilustra las diferentes áreas de una empresa

Fuente: Porter M. Cadena de Valor

- Para la elaboración de la cadena de valor de esta empresa, se efectuará un análisis interno de la empresa y se determinará un valor agregado al servicio que se brindará a los usuarios, con esta información se procederá a desarrollar la estrategia, basada en un análisis de cada una de las áreas de la empresa.

- Modelo de análisis FODA: “Es un modelo diseñado en 1980 conocido también como matriz o análisis FODA, proviene de las siglas en inglés SWOT, sirve para analizar la situación y estado de competitividad de una empresa. Mediante este análisis se encuentran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas” (Porter M. E., 1980). Para efectuar el análisis FODA de la empresa “Ecuador DA Turismo” se requirió observar el ambiente externo para conocer las oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, así como también el ambiente interno para estar al tanto de las debilidades y amenazas a las que está sujeta la misma.

- Las 5 Fuerzas competitivas o las 5 fuerzas de Porter: “Es una herramienta creada en 1985 y publicado en el libro *The competitive Strategy: Techniques for Analyzing industries and Competitors*” (Porter M. , 1985), mediante el cual detalla como lograr ser una empresa líder enfatizando el liderazgo de costos, también analiza las amenazas de los competidores y el poder de negociación de los compradores. A continuación imagen de la herramienta las 5 fuerzas competitivas:

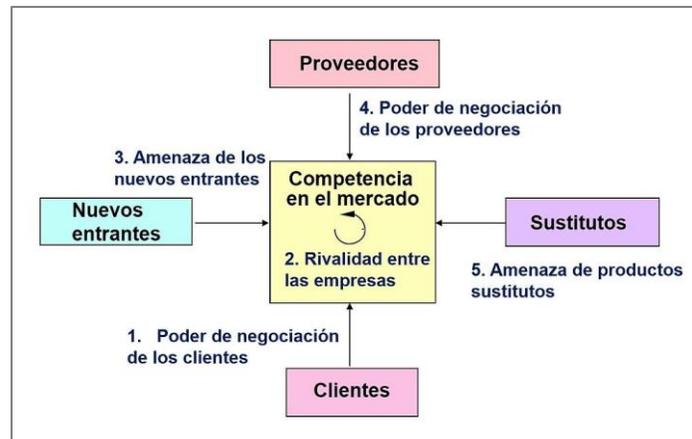


Figura N° 2. Las 5 fuerzas competitivas

Nota: Las 5 fuerzas competitivas enfatiza como alcanzar el liderazgo en una empresa

Fuente: Las 5 fuerzas Michael Porter

Las 5 fuerzas competitivas son las que se detallan a continuación:

“Poder de negociación de los Compradores o Clientes”

En esta regla se explica que si existe una variedad de empresa dedicadas a lo mismo, le dará al cliente facilidad para cambiar de proveedor.

“Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores”

Esta regla nos habla acerca de la cantidad de empresas en la Industria y su nivel de organización.

“Amenaza de nuevos competidores entrantes”

Se refiere a la entrada de nuevos competidores al mercado. Porter indica 7 barreras para lograr ventajas competitivas, entre ellas están:

- Economías de escala
- Diferenciación del producto

- Inversiones de capital
- Desventaja en costes independientemente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental
- Barreras a la entrada

“Amenaza de productos sustitutos”

En esta regla indica la amenaza que representa los productos iguales o similares.

“Rivalidad entre los competidores”

Esta regla se refiere a la competencia, detalla que a menor competidores mayor rentabilidad en el mercado.

Cada una de las 5 fuerzas competitivas descritas será utilizada para la elaboración de esta empresa con base a las indicaciones de su autor.

- Estrategias para el marketing: Para proceder analizar las estrategias, se debe tener presente que “marketing es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Kotler, 2013), entre las estrategias de marketing están: el precio, el producto, la plaza y la promoción, también conocidas como las 4 P, la mezcla de marketing o el mix de marketing.
- Estrategia para el producto: Bien o servicio que se brindará a los usuarios, se deberá establecer un objetivo para esta estrategia.

Estrategia para el precio: El precio viene siendo el valor asignado al producto, en este caso establecer un valor estratégico y accesible.

Estrategia para la plaza: Es la manera en que se va a lograr que el producto llegue al consumidor.

Estrategia para la promoción: La estrategia consiste en los métodos, medios o canales que se utilizarán para dar a conocer esta empresa. Para lograr estos emprendimientos se analizarán las fuentes de información, de manera que se elabore una estrategia fuerte enfocada a un público específico.

- Precios para ganar competitividad: En el libro “Fijando precios para ganar competitividad, indica las últimas tendencias en políticas de precio entre las cuales están: fijación del precio basado en el coste más un margen, fijación de precio basado en la competencia, fijación de precio basado en el consumidor, también nos detalla sobre la teoría de utilizar las 4 palancas para aumentar la rentabilidad de la empresa estos son: venta, costo variable, costo fijo y precio” (Jagmohan Raju, 2010). La política de precios aplicada en esta empresa es con base a los costos, de esta manera se logró determinar cuál sería el precio a pagar por el servicios a los usuarios a nivel de empresa, además se estandarizaron dichos precios para que el consumidor no se vea afectado y pueda acceder al servicio que ofrece “Ecuador DA Turismo”.
- Canales de distribución o canal de marketing: “Es un conjunto de organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial” (Gary Armstrong, 2012). El profesor Mc.Garry indica una serie de acciones para la

distribución, entre las cuales están: la función contractual, la función de comercialización, la función de establecimiento de precios, y la función de distribución, mismas que serán detalladas en las estrategias de distribución.

2.2 Fundamentos teóricos y metodológicos que permiten la sustentación científica

Con base a las teorías descritas en el marco metodológico, se cuenta con los fundamentos científicos necesarios para el desarrollo de esta empresa, por cuanto estas definiciones fueron dadas por expertos en las diversas teorías descritas.

2.3 Operacionalización de las variables conceptualizadas

Para determinar la variable se debe analizar el problema a solucionar, el mismo que es: ¿Cómo contribuir al desarrollo turístico de la provincia del Guayas? Las variables a manejar son dependiente e independiente, mismas que se detallan a continuación:

2.3.1. Variable dependiente

Información turística en la provincia del Guayas.

2.3.2. Variable independiente

Guía virtual de turismo.

2.4 Categorización de las variables operacionales

A través de la siguiente tabla, se puede observar la categorización de las variables de la empresa “Ecuador DA Turismo”:

Tabla N° 4
Categorización de las de las variables operacionalizadas

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
Variable Dependiente	Información Turística de la provincia del Guayas	Cantidad de visitas de Turistas Cantidad de comentarios en el foro Cantidad de páginas web que den información sobre Guayas turístico
Variable Independiente	Guía Virtual de Turismo	Comparando el número de visitas con el de sitios web como Trip advisor, etc.

Nota: Descripción de las variables dependiente e independiente.

Como indica la tabla, la variable dependiente de esta empresa será el incremento de la información turística en la provincia del Guayas y el instrumento de medición será la creación de la plataforma web “Ecuador DA Turismo”, mientras que la variable independiente será la implementación de una guía virtual de turismo y el instrumento de medición será la propuesta de plan de negocios. Variables determinadas con base a la idea de negocio de la empresa y con los objetivos que se desean alcanzar.

Capítulo 3

3.1 Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga

Para efectuar este análisis, se procedió a entrevistar a la Ing. Fanny Condo Tamayo funcionaria del Ministerio de Turismo, especialista en el desarrollo de productos y capacitaciones, el día viernes 10 de junio del 2016, la entrevista completa esta detallada en el apéndice 1, página xv de este trabajo de titulación.

En los últimos años ha existido un gran incremento en el sector turístico tanto de turistas extranjeros como nacionales, “la Ing. Condo indicó que los principales mercados emisores con mayor número de llegadas al país son Estados Unidos, Colombia, Perú, Europa, siendo encabezados por España, Inglaterra, Francia, Alemania, entre otros”. (F. Condo, comunicación personal, 10 de junio del 2016). El turismo en el Ecuador es la tercera fuente de ingreso entre los rubros no petroleros, por lo que está considerado dentro de las políticas del estado (Ley de Turismo, 2014).

“Según declaraciones de la Ing. Condo el turismo en la provincia del Guayas se ha desarrollado, pero todavía falta mucho, aún falta invertir en calidad en los establecimientos turísticos sobre todo de alimentos y bebidas e invertir más en el recurso humano”. (F. Condo, comunicación personal, 10 de junio del 2016). La provincia del Guayas no ha sido descubierta por los mismos guayaquileños y guayasenses, aunque la Prefectura del Guayas ha apoyado mucho al desarrollo del turismo y la infraestructura de la provincia ha mejorado, falta por emprender, todo depende en gran medida de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, autoridades, concejales, etc.

En los últimos años el turismo ha recibido mayor énfasis, cada cantón, tiene una diferente potencialidad, existen también varios niveles de calidad, hay zonas que se pueden desarrollar mucho más y otras que no han prestado la debida importancia al desarrollo del turismo en su sector.

Con las diversas campañas dirigidas por el Ministerio de Turismo “Ecuador potencia turística” y “Viaja primero Ecuador” miles de ecuatorianos han descubierto un país desconocido, y en la actualidad muchos de nosotros aun no lo conocemos, hay tanto para recorrer y para conocer, sin embargo no todos los lugares son turísticos, por cuanto no todos poseen las facilidades de acceso, por ende no se los puede considerar dentro de los sitios turísticos de la provincia.

Uno de los principales objetivos del Ministerio de Turismo es mejorar la calidad de los servicios turísticos, por cuanto a través de estos se consigue una excelente imagen, se logra destacar y el turista en general le gusta recibir una muy buena atención acorde a sus necesidades. El turismo en la provincia del Guayas se da mayormente por el turista nacional, pensando en ellos el Ministerio de Turismo ha generado diversas campañas pensando en el bolsillo de los ecuatorianos, tales como: “Viaja primero Ecuador” y también se impulsa a cambiar la óptica que tienen los ecuatorianos acerca del turismo, anteriormente se pensaba que al dar un servicio a los turistas en general habría que brindar lo que se tenía, actualmente y gracias a capacitaciones se pretende enseñar a quienes entregan estos servicios que deben acoplarse a las necesidades que posea el turista ya sea extranjero o nacional. Ofreciendo un servicio de calidad es como se aspira llegar a la excelencia.

“La Ing. Condo reveló en la entrevista que lamentablemente no existe un sitio o plataforma amigable que reúna toda la información necesaria para que un turista pueda dirigirse a un determinado lugar de manera geográfica”. (F. Condo, comunicación personal, 10 de junio del 2016). Es decir enseñando su ubicación e indicándole a donde puede dirigirse, mostrando una gama de opciones para que emprenda el recorrido que le parezca más conveniente.

Una manera de contribuir con el desarrollo del turismo es la puesta en marcha de esta empresa, el cual consiste en el lanzamiento de una plataforma web que contenga toda la información clara y detallada de cada uno de los lugares para realizar turismo. Con la entrevista realizada y con base a investigaciones se cuenta con la certeza de que no existe plataforma alguna que unifique la información necesaria para realizar turismo.

3.2 Explicación de los resultados obtenidos

De acuerdo a investigaciones, informes y la entrevista efectuada a la funcionaria del Ministerio de Turismo, el hallazgo más relevante es que según su declaración no hay un sitio web que aglomere toda la información turística de la provincia del Guayas en un medio amigable y accesible con el turista. De acuerdo a informes del Ministerio de Turismo, el turismo genera gran cantidad ingresos al país, también detalla que cada vez es mayor el número de turistas extranjeros que recorren el Ecuador, por otro lado se realiza mucho el turismo interno en gran medida gracias al buen estado de las carreteras, seguridad, entre otros. El turismo tiene mucho por ofrecer y mucho para desarrollar.

Por los beneficios que este sector genera se tiene mucha fe y confianza en que el potencial del turismo puede sacar adelante al país, sin embargo aún falta mejorar la calidad

de los servicios, invertir más que en establecimientos en el recurso humano, se debe capacitar a las personas que brindan el servicio sobre todo de alimentación y bebidas, misión que actualmente ejecuta el Ministerio de Turismo y que años anteriores no se efectuaba por cuanto no se prestaba la debida atención a este sector.

El estado y desarrollo del turismo en cada uno de los cantones de la provincia del Guayas, se debe en gran parte a la visión que tenga el alcalde de turno, en la actualidad muchos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados están interesados en el tema de turismo, un ejemplo muy concreto es la ciudad de Guayaquil, la cual cuenta con infraestructura turística; existen cantones que tienen mucho para ofrecer al igual que hay cantones que no han logrado desarrollarse de manera turística, todo esto relacionado a la opinión e ideas de los alcaldes, varios ven al turismo como una inversión que generará fuentes de ingreso y otros no comparten el mismo ideal.

En los últimos años el turismo en el país ha logrado un gran despegue, esto se debe al gran apoyo otorgado por el actual gobierno, el cual ha puesto un mayor esmero en este sector para lograr diversificar la fuente de ingresos y obtener una mayor fuente de divisas, lo cual es muy beneficioso para el país. El simple hecho de efectuar turismo interno beneficia al país por cuanto el dinero se queda aquí, se contribuye a nuestra gente por ende al país.

3.3 Interpretación de los resultados del diagnóstico.

La empresa “Ecuador DA Turismo” surge como respuesta a la necesidad observada, al no existir un lugar amigable que contenga toda la información requerida para efectuar turismo, como ventaja el país ha mejorado su infraestructura y tiene muy buenas carreteras, lo que facilita efectuar el recorrido por el país, en este caso por la provincia del Guayas.

El turismo en general está ligado a muchos factores, sin embargo en los últimos años se ha logrado mejorar en cuestión de infraestructura como en la atención al turista. Además las cifras de visitas de turistas van aumentando de manera progresiva y sostenible, a pesar de estos avances, hasta la presente fecha el país no cuenta con una plataforma web que unifique toda la información detallada para efectuar recorridos turísticos en el país y por consiguiente en la provincia del Guayas, por tal motivo, se puede determinar la viabilidad y factibilidad de la Empresa “Ecuador DA Turismo”, misma que estará a cargo de la implementación de una plataforma web que servirá como guía turística virtual a todos los turistas en general, se iniciará por cubrir la provincia del Guayas y se aspira en un futuro cercano cubrir al país en toda su extensión, la página web estará en 3 idiomas, español, inglés y francés.

Capítulo 4

Desarrollo de la propuesta Plan de Negocios para la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”.

Como oferta para incrementar y dar mayor detalle en la información a los turistas nacionales y extranjeros referente a los sitios y lugares turísticos está la creación de la empresa denominada “Ecuador DA Turismo”, misma que se encargará de administrar la plataforma web que servirá de guía virtual con la alternativa de postear o subir fotos e interactuar con los usuarios, al ser una empresa nueva se delimita a cubrir la provincia del Guayas y se aspira en un futuro cercano abarcar el país en toda su extensión, entre las características del plan de negocios están las siguientes:

4.1 Misión

Ser una empresa turística virtual proveedora de información relevante de los sitios turísticos, gastronomía, cultura, y comercio mediante el sitio web www.ecuadordaturismo.com enfocado en la constante innovación y desarrollo de nuevas herramientas utilitarias para los turistas en general.

4.2 Visión

Ser referentes en el Ecuador para el año 2020 como la guía turística virtual número uno en el mercado a través de los servicios de la empresa “Ecuador DA Turismo”, brindando una forma diferente de hacer turismo.

4.3 Objetivos:

4.3.1. Objetivo general

Proveer información turística a través de la plataforma web “Ecuador DA Turismo” acerca de lugares, hoteles, transportes, tiendas, restaurantes, etc. a los turistas nacionales y extranjeros para que puedan visitar y recorrer los diversos atractivos de la hermosa provincia del Guayas.

4.3.2. Objetivos específicos

- Desarrollar el sitio web “Ecuador DA Turismo”.
- Levantamiento de la información detallada de los lugares turísticos de la provincia del Guayas.
- Estimar la viabilidad de la empresa “Ecuador DA Turismo”.
- Mejorar la calidad de la información turística del Guayas.

4.4 Descripción de las líneas de productos y/o servicios

Esta empresa se enfoca en la promoción de un sitio web cuyo dominio será www.ecuadordaturismo.com, en el que constará toda la información necesaria que un turista requiere para visitar cualquier lugar, referentes turísticos gastronómicos, información de medios de acceso o llegada al destino que el turista elija, convirtiéndose en un guía turístico virtual para cualquier visitante.

La actividad principal de la empresa es presentar información útil para que los turistas nacionales y extranjeros puedan visitar los diferentes lugares de la provincia. Para sustentar económicamente dicha actividad de negocio, la plataforma virtual será

implementada con fines publicitarios, a través del cual se generarán los ingresos sustentables para la empresa.

La oferta de servicios se divide en dos secciones:

- La primera sección está dirigida a los turistas y usuarios en general, quienes tendrán acceso a información actualizada y de primera mano, de los lugares turísticos, tiendas, hoteles, restaurantes, parques, información sobre los transportes, ya sea vía aérea, terrestre o marítima, y la información necesaria para visitar cualquier lugar sin requerir ayuda; la página estará disponible en 3 idiomas: inglés, francés y español.
- La segunda sección está dirigida a todas las empresas relacionadas con el turismo como por ejemplo, balnearios, centro de diversión, complejos, etc. que quisieran incrementar su presencia online y tener un mayor alcance de mercado turístico, cubriendo el área comercial y gastronómico y de esta manera publicitar su locación, y servicios que brindan.

4.5 Cadena de valor

Una vez explicada el uso del modelo de Cadena de Valor en el capítulo I del marco teórico metodológico, se procede a la elaboración de la cadena de valor, para lo cual se efectúa un análisis interno de la empresa y se determina un valor agregado al producto o servicio que se brinda a los clientes, con esta información se procede a desarrollar la estrategia, la cual consiste, en un minucioso análisis de cada una de las áreas de la empresa, mismas que se dividen en gestión comercial, gestión de operación, gestión de análisis de la información y servicio al cliente, cada una de las áreas están estructuradas con el propósito de proveer el mejor servicio posible para el usuario, se detalla a continuación su estructura:

Tabla N° 5
Infraestructura de la empresa

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA				
	*Búsqueda de entrenamiento		*Búsqueda de entrenamiento	*Busqueda de información de los lugares turísticos
	*Diseño de la página web	*Desarrollo de sistema de validacion de informacion y contador de visitas	*Investigación de mercado *Estrategias de posicionamiento virtual	*Condiciones Generales *Terminos y condiciones de privacidad
	*Laptos *Hosting *Servidores	*Servicio de internet *Servicios de hostings	*Servicios publicitarios de agencias y medios de comunicación	*Información para los turistas *Presencia de las empresas turísticas
*Manejo interno de la información captada *Verificación de la información subida a la pagina web	*Operación de la web *Validación de los lugares registrados *Administración de la información turística y nuevas captaciones de la misma	*Revisión de sugerencias *Nuevas propuestas de mejora de la interfaz, accesibilidad y rendimiento de la pagina web	*Publicidad *Promoción *Fuerza de venta (captación demercado)	*Actualizaciones constantes del sitio web *Mejoras de accesibilidad e interfaz del usuario

Nota: Infraestructura de la empresa con base a la Cadena de Valor

4.5.1. Actividades primarias: Se refieren a la creación del servicio, su venta y el servicio postventa, son las actividades básicas e indispensables para la formación de una empresa. Según el modelo de la cadena de valor existen cinco actividades primarias, las cuales han sido adaptadas al servicio que se proveerá.

- **4.5.1.1. Logística interna:** Comprende operaciones de recepción, manejo y verificación de la información (lugares turísticos, gastronómicos, recreativos, etc.) A través del cual dicha información es captada y unificada.
- **4.5.1.2 Operaciones:** Comprende el procesamiento y administración de la información captada hasta que llega al usuario, la operación del sitio web depende de la información posteada en el mismo, lo cual implica que dicha

información siempre debe ser correctamente administrada y enlazada a la sección que corresponda dentro del sitio web.

- **4.5.1.3. Logística externa:** Hace referencia a la operación y accesibilidad al sitio web para lo cual se contará con una sección de sugerencias para aquellos usuarios que deseen dar su opinión acerca de que se podría mejorar.
- **4.5.1.4 Marketing y Ventas:** Son las actividades con las cuales se da a conocer el servicio. La publicidad mediante redes sociales comúnmente utilizadas, la promoción de este servicio, y la visibilidad en medios de comunicación y la buena calidad del servicio.
- **4.5.1.5. Servicio de post-venta o mantenimiento:** Agrupa las actividades destinadas a mejorar o realzar el valor del servicio ofrecido, para esto se realizará actualizaciones constantes y mejoras de la interfaz del sitio web para que el usuario sienta atracción y vea divertido el uso de la página.

4.5.2. Actividades secundarias: Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas actividades secundarias o también conocidas como actividades de apoyo:

- **4.5.2.1. Infraestructura de la organización:** Son todas las actividades que otorgan apoyo a toda la empresa, como por ejemplo, la planificación, contabilidad y las finanzas, personal etc.
- **4.5.2.2. Dirección de recursos humanos:** Búsqueda, contratación y motivación del personal. Los conocimientos, actitudes y comportamientos del recurso

humano es esencial para un funcionamiento exitoso de una compañía, en este caso se prevé mantener al personal capacitado, apto y en constante entrenamiento, lo cual dará una ventaja para que este servicio sea más eficaz, la calidad del mismo depende del recurso humano con el que se contará.

- **4.5.2.3. Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** Implica estudios de mercado, desarrollos de sistemas de verificación o validación, diseño del sitio web, en este caso, esta sección es sumamente importante debido a que al ser una empresa que incluye la tecnología, debe estar a la vanguardia con constantes actualizaciones y sistemas que se necesiten para su correcto funcionamiento.

4.6 Análisis FODA

Se detalla a continuación en el análisis FODA las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa “Ecuador DA Turismo”, la cual se enfoca en la observación del ambiente interno y externo de la compañía.

4.6.1. Fortalezas

- La empresa “Ecuador DA Turismo” se enfoca en impulsar y fomentar el turismo en la provincia del Guayas.
- Información detallada y actualizada de cada uno de los sitios turísticos de la provincia del Guayas.
- Veracidad de la información posteada a través de filtros que analizarán y comprobarán la realidad de la información.
- Optimización del tiempo, por cuanto se obtendrá respuestas a cualquier duda del turista de manera inmediata a través de la plataforma web.

- Jóvenes profesionales con ideas innovadoras que forman parte del equipo de trabajo.

4.6.2. Oportunidades

- Primera empresa privada con enfoque al sector turístico, utilizando como instrumento la implementación de una plataforma web.
- Promoción de la provincia del Guayas, brindando información pormenorizada de cada uno de los sitios turísticos que posee la misma.
- Una plataforma virtual con información actualizada, rápida y oportuna que guía al turista para que pueda realizar un viaje por sus propios medios.
- Mercado no saturado, por cuanto existe pocos competidores en comparación a la idea que la empresa “Ecuador DA Turismo” ofrece.
- Incurción a un Mercado, en el cual el país está colocando mayor énfasis, por cuanto se pretende que el turismo sea una de las principales fuentes de ingreso.

4.6.3. Debilidades

- Es una empresa nueva con poca experiencia en el mercado.
- Empresa desconocida para los usuarios y compañías del sector turístico.
- Levantamiento de información pormenorizada en la provincia del Guayas.
- Recursos económicos limitados de los fundadores de la empresa.
- Mercado turístico poco conocido para los creadores emprendedores de la empresa.

4.6.4. Amenazas

- Grandes competidores a nivel mundial con gran trayectoria y experiencia en el mercado.

- Al ser una plataforma virtual, se está expuesto a virus, worm o gusanos cibernéticos que pueden perder o destruir la información.
- Hacker informático, mismo que procede a extraer información de manera ilegal, dejando vulnerable al portal web.
- Apagones de energía eléctrica, lo cual puede convertir en susceptible la información al momento de realizar actualizaciones.
- Crisis económica a nivel mundial.

4.7 Análisis de la empresa

La empresa pretende incursionar en el mercado turístico, al cual actualmente el país se está direccionando al ver los ingresos que genera este sector, como oportunidad se ha observado que no existe información pormenorizada de cada uno de los lugares que posee el país, al ser una empresa nueva se iniciará con un plan piloto que abarcara 10 cantones de la provincia del Guayas, dependiendo de los resultados, el objetivo es el desarrollo y expansión a nivel nacional, para cumplir con ello, uno de los primeros pasos es la consecución de un personal efectivo, eficiente y comprometido con esta labor, por ende se contará con personal especializado, que reúna las habilidades y destrezas para desempeñar las funciones de cada uno de los puestos asignados. Entre otros temas para tratar en este capítulo, se detallará la información, productos y clientes, posición tecnológica y las actividades a desempeñar por el talento humano de la empresa.

4.7.1. Información histórica

Se origina la idea del sitio web de un trabajo de titulación universitario, entre dos amigos y compañeros de clases, Ángel Mora Parrales y Daniela Vera Vinueza, quienes luego de haber realizado una lluvia de ideas en donde se propusieron varios temas, surge la

idea de encontrar un medio que ayude a descubrir nuevas maneras de promocionar el turismo en la provincia del Guayas, designio el cual está basado en la necesidad de dar a conocer lugares poco conocidos, pero exóticamente bellos y a la vez ayudar a incrementar su comercio, gastronomía y cultura de la gente. Como medio o herramienta para promocionar el turismo en la provincia del Guayas se creará el sitio web denominado www.ecuadordaturismo.com, en el mismo se detallará información referente a los lugares turísticos, comerciales y gastronómicos junto con sus respectivas direcciones, e información acerca de transportes, hospedajes y demás información, la cual será constantemente actualizada y de fácil acceso para el turista en general. Es indispensable mencionar que para dar inicio a esta empresa, se empezará con un plan piloto de 10 cantones pertenecientes a la provincia del Guayas y con base a resultados favorables, se planea la expansión a nivel nacional.

4.7.2. Productos – Mercados

Dentro del mercado tecnológico-turístico se distinguen dos formas de comercialización:

- **4.7.2.1. Producto:** El producto oficial es la consolidación de la información referente a los sectores turísticos de la provincia del Guayas, existirá la opción de postear fotos y compartirlas con las demás redes sociales y la página web estará disponible en español, inglés y francés.

Esta el producto dirigido a los turistas nacionales y extranjeros, mismo que es la información, la cual estará disponible de manera gratuita.

Esta el producto o la información dirigida a las empresas del sector turístico, las cuales estarán detalladas una a una en “Ecuador DA Turismo” y durante los 3 primeros meses podrán realizar modificaciones de manera gratuita.

Para la creación de la página web de la empresa “Ecuador DA Turismo”, se escogieron las imagenes de los sitios más populares. Se detalla a continuación una vista preliminar de la página principal de la empresa “Ecuador DA Turismo”, dentro de la cual al estar navegando el usuario, podrá observar los diferentes atractivos turísticos de la provincia del Guayas:



Figura N° 3. Página de inicio de la empresa “Ecuador DA Turismo”

Nota: Diseño de página principal

- **4.7.2.2 Mercado:** La segmentación de mercado está definida con base al servicio a ofrecer, por esta razón se ha tomado en cuenta ciertas características esenciales para una correcta definición del mismo. Por consiguiente este está constituido de la siguiente manera:

Para los turistas nacionales y extranjeros dispuestos a conocer, visitar y disfrutar de las comodidades turísticas que ofrece la provincia del Guayas. “En relación con la segmentación de mercado está conformada por hombres y mujeres en edades promedio de 20 a 65 años de edad, de estrato social medio y alto, e ingresos de nivel medio, cuyo estilo de vida es conocer la cultura, gastronomía y entornos naturales que conforman el Ecuador”, cabe mencionar que dicha segmentación está basada en un estudio de mercado realizado por la Universidad Politécnica Salesiana, información la cual se ha adaptado al servicio que “Ecuador DA Turismo” planea proveer.

Y para todas las empresas del sector turístico.

4.7.3. Clientes

Los clientes están segmentados acorde al mercado turístico sobre el cual “Ecuador DA Turismo” incursionará, mismo que detallamos a continuación:

- **4.7.3.1. Empresas relacionadas con el ámbito turístico:** Restaurantes, hoteles, transporte, empresas administradoras de complejos turísticos y centros de diversión, etc. Permanecerán y podrán agregar la información del lugar turístico en la base de datos de “Ecuador DA Turismo” de manera gratuita.
- **4.7.3.2. Turistas nacionales y extranjeros:** Los usuarios que frecuentemente usen el sitio web serán mayormente los turistas y visitantes en general.

4.7.4. Posición tecnológica

La plataforma virtual www.ecuadordaturismo.com prestará el servicio de guía turístico virtual, proporcionando información actualizada y útil para que cualquier persona que decida recorrer algún lugar en especial dentro de la provincia del Guayas pueda hacerlo sin requerir mayor ayuda o búsqueda de información.

Además posteriormente se prevé diseñar una aplicación para los sistemas operativos Android y iOS para complementar la satisfacción de los usuarios y así mejorar y proveer mayor accesibilidad.

Entre las principales características del sitio web están las siguientes:

- **4.7.4.1. Accesibilidad:** Fácil acceso para el usuario al sitio web, ya sea vía email, o mediante registró automatizado a través de las redes sociales más conocidas (Facebook, twitter, Instagram) o simplemente acceder al sitio web de manera anónima, es decir; sin registrarse, la información estará disponible en 3 idiomas: español, inglés y francés.
- **4.7.4.2. Funcionalidad:** Se aspira integrar el 95% de la información que un turista necesita para visitar cualquier lugar de la provincia del Guayas, información de lugares turísticos, hoteles, transportes, gastronomía, cultura, atractivos, etc. Además el sitio web contará con una interfaz innovadora de social network, ya que además de prestar información útil para un turista, podrá comunicarse con más visitantes a través de una red social integrada manejada por el departamento de Diseño web.
- **4.7.4.3. Diseño:** El sitio web contará con un diseño exclusivo, elegante y versátil tanto para el usuario como para la empresa que desee registrarse, lo cual ayudará a

que el usuario tenga una percepción atractiva y disfrute del contenido subido a la página.

4.7.5. Relaciones hacia arriba y abajo en los canales

La empresa “Ecuador DA Turismo” emplea un canal de distribución directa, por cuanto existe un lazo inmediato entre el proveedor de servicio y el usuario.

Entre los niveles de canales de distribución está el canal directo, el cual es un canal donde interviene el fabricante y el usuario o también denominado consumidor, se caracteriza por ser un circuito de corta comercialización. En este caso “Ecuador DA Turismo” cumplirá la función de proveedor y los consumidores, vienen siendo los usuarios, como intermediario vendría siendo la misma empresa “Ecuador DA Turismo” por cuanto se encargará de recopilar y consolidar la información. Además se prevé brindar al usuario un servicio rápido y efectivo para que el turista se sienta en capacidad de visitar cualquier lugar, y así fortalecer el turismo en la provincia del Guayas

4.7.6. Recursos operativos

Dentro de los recursos operativos que se necesitarán para mantener un buen funcionamiento están el recurso humano y el recurso tecnológico. Respecto al recurso humano se contará con personal especializado que reúna la capacidad, experiencia y comportamiento apropiado para cada uno de los puestos asignados y así la empresa estará capacitada para operar de manera regular y sin ningún problema, logrando administrar “Ecuador DA Turismo” de manera eficiente y eficaz, de tal manera se alcanzará un constante crecimiento y desarrollo para competir con las empresas nacionales e internacionales que ofrezcan un servicio similar al de esta empresa, pero con la diferencia

de poseer una ventaja competitiva. Entre el recurso humano están los detallados a continuación:

- Gerencia y Administrador General: Es el organismo interno responsable de la administración total de la compañía, usualmente es donde se tomarán las decisiones a nivel general.
- Departamento de Investigación y Marketing: La constante búsqueda de ideas, mejoras, estrategias de ventas, será responsabilidad de este depto. Este organismo será muy importante para ayudar a captar mayor cantidad de usuarios, implementando mejoras constantes.
- Departamento Contable y Financiero: Organismo interno de la empresa encargado de llevar la contabilidad para el respectivo análisis de la liquidez sostenible de la compañía. Además de esto el presupuesto de la compañía y expansión macroeconómica será administrado por la división financiera.
- Departamento de Desarrollo Web: Manejará y actualizará el diseño de la interfaz en su red social network con los usuarios. Esta área planifica e implementa diseños que atraigan a más usuarios. Además es el organismo encargado de velar por la imagen de la compañía a través del diseño del sitio web.

Dentro de los recursos tecnológicos que se utilizarán para el funcionamiento de la compañía están los siguientes:

- Dominio web
- 2 laptops
- Programas editores de imágenes (Adobe Illustrator, Photoshop)

- Servicio de Internet
- Hosting (Servidor)
- Equipo de mobiliario
- Interfaz de social network

4.7.7. Competidores

Los competidores potenciales se clasifican en dos grupos, Nacionales e Internacionales:

- **4.7.7.1. Nacionales:** Son considerados grandes competidores nacionales ya que en la actualidad continúan operando de manera eficaz, la mayoría de estos sitios web son administrados por organizaciones relacionadas al gobierno actual, cuya finalidad es potenciar el turismo a nivel nacional, a continuación tenemos:
 - **Viaja primero Ecuador:** Es un proyecto impulsado por el Ministerio de Turismo el cual tiene como objetivo primordial motivar a los ecuatorianos a descubrir y disfrutar de los múltiples atractivos turísticos que tiene el país en sus cuatro regiones.
 - **Ecuador Travel:** Es una campaña realizada por el Ministerio de Turismo, tiene como objetivo brindar información turística a todos los visitantes dispuestos a conocer la belleza del Ecuador, sus provincias y sus regiones.
 - **Visita Ecuador:** Es un club que ofrece tarifas económicas para visitar los alrededores del país, en el cual se incluyen paquetes de hoteles, restaurantes y lugares atractivos.

A pesar que “Ecuador DA Turismo” comparte un objetivo similar, el cual es brindar información a los turistas, la diferencia está marcada al ofrecer la información con mayor detalle de cada uno de los lugares que posee la provincia del Guayas, también al indicar los medios de acceso para llegar a los mismos, este sitio web pretende gestionar el turismo de una manera diferente, logrando mayor interactividad entre el usuario y el canal.

- **4.7.7.2. Internacionales:** En su mayoría son sitios web o plataformas virtuales que a la fecha poseen una gran cantidad de usuarios y a la vez operan en varios países, con una trayectoria de varios años, por tal razón se los considera potenciales competidores, a continuación tenemos.
 - **Trip Advisor:** Es un sitio web a cargo de una empresa americana con el objetivo de promocionar paquetes de viaje, comentarios y todo lo relacionado con viajes de una manera interactiva. El sitio web esta soportado por un modelo de negocio de publicidad.
 - **Foursquare:** Es un servicio web que permite localizar lugares de esparcimiento (restaurantes, diversión nocturna, sitios para realizar compras) a través un dispositivo fijo o móvil. El usuario puede encontrar y sugerir lugares que no se hallen en la App, de esta forma la red continúa incrementándose.
 - **Expedia:** Es una agencia de viajes virtual presente en 31 países que al igual que despegar.com ofrece paquetes vacacionales, compra de vuelos, alquiler de autos y reserva de hoteles. Etc.

A diferencia de estas grandes empresas, las cuales buscan obtener rentabilidad y beneficio propio, el objetivo de “Ecuador DA Turismo” es dar a conocer las bellezas existentes en el país con la finalidad no solo de ser una gran plataforma ecuatoriana, sino de ayudar a potenciar el turismo en el Ecuador.

4.7.8. Factores claves de éxito

Entre los factores claves que determinaran el éxito, están los siguientes:

- **4.7.8.1. Marketing:** El éxito está muy entrelazado a esta área y la estrategia que se utilice, pues al ser una empresa nueva en el mercado y a la vez en la tecnología es vulnerable a problemas o factores que puedan hacer complejo el éxito. Para esto se contratará un personal especializado y con un alto grado de experiencia, quienes estarán a cargo de dirigir campañas publicitarias (tv, redes sociales, etc.).
- **4.7.8.2. Investigación y Desarrollo:** El desarrollo e implementación de nuevas características y diseños en el sitio web serán un factor crucial que marcará la diferencia en comparación a los competidores, además de esto la constante actualización de contenido y monitoreo del mismo será fundamental para que los usuarios prefieran a “Ecuador DA Turismo”, razones por las cuales este depto. estará constantemente buscando nuevas ideas, que permitan al portal web una ventaja competitiva ante los demás competidores.
- **4.7.8.3. Diseñador Web:** El desarrollo de la empresa depende en gran medida de la programación y diseño del sitio web, mediante la imagen se intentará captar la atención de miles de turistas

4.8 Plan De Marketing

4.8.1. Análisis sectorial

Durante el año 2007, “228 mil turistas extranjeros visitaron la provincia del Guayas, generando \$186.6 millones en divisas de turismo (divisas: se refiere a la moneda utilizada en un país diferente a su lugar de origen. Las divisas fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial), “ (Guayas P. M., 2007). Esto demuestra la factibilidad que posee el sector turístico en la Provincia del Guayas.

Se detalla a continuación, el perfil del turista extranjero de acuerdo al Plan Maestro Turístico de la provincia del Guayas:

- “La mayoría de los turistas son provenientes de los Estados Unidos, España y Colombia”.
- “El 28% de los turistas visitan Guayas por Negocios, un 29% para visitar amigos y familiares y un 43% por placer”.
- “Las fuentes de información más importantes para los visitantes son el Internet, amigos y familiares” (Guayas P. M., 2007).

El turismo en la Provincia del Guayas al igual que en el Ecuador se ha convertido en una herramienta que permite obtener mayores ingresos, logra más fuentes de empleo y mejora los emprendimientos socioeconómicos de las personas, a través del turismo se activa la inversión ya sea nacional o extranjera.

“Las empresas del sector turístico del Guayas son relativamente pequeñas, tienen poco conocimiento empresarial de métodos de operación y carecen de experiencia y actividades de mercadeo” (Guayas P. M., 2007), por ello denotamos que la empresa “Ecuador DA Turismo” tendrá las posibilidades de surgir y liderar el mercado turístico en

la Provincia del Guayas, contando con gran acogida por cuanto se brindará un servicio actualizado y se interactuará con los turistas sean nacionales o extranjeros, además de contar con personal altamente calificado y el conocimiento empresarial junto con el recurso tecnológico necesario para el desarrollo de una gran empresa.

La Provincia del Guayas tiene hermosos destinos por descubrir, contiene diversidad cultural, identidad y profundidad histórica. Además el país posee 4 regiones dentro de las cuales, existe una amplia diversidad de flora y fauna, cada una de las regiones posee un ecosistema único y maravilloso, existen diferentes clases de turismo: el turismo de aventura, el ecoturismo, el aventurismo, el agroturismo, y los viajes acuáticos.

4.8.2. Estructura del sector

El sector turístico del Ecuador se estructura en 4 mundos turísticos, esta información es fidedigna del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (Turismo M. d., 2014).

- * Mundo Andes
- * Mundo Amazonia
- * Mundo Galápagos
- * Mundo Costa

En la actualidad el país está poniendo su mayor esfuerzo para realizar cambios en su infraestructura, para de esta forma lograr un turismo atrayente y rentable que genere una mejor economía y estándar de vida para cada uno de los habitantes de estos lugares. Para iniciar esta empresa se escogió trabajar con la provincia del Guayas, como dato adicional, adjuntamos tabla de la estructura de la provincia del Guayas:

Tabla N° 6
Estructura de la provincia del Guayas

ESTRUCTURA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS			
Numero de alojamiento (HOTELES)	Daule	1	74
	Guayaquil	53	
	Nobol	1	
	Duran	1	
	Milagro	3	
	Playas	11	
	El Empalme	1	
	Naranjal	2	
	San Isidro	1	
Operadores Turisticos	36	36	
Rutas Turisticas	Ruta del Pescador	1	6
	Ruta de la Aventura	1	
	Ruta de la Fe	1	
	Ruta del Cacao	1	
	Ruta del Arroz	1	
	Ruta de la Azucar	1	
Número de establecimientos de comida y bebida	180	180	

Nota: Estructura del sector turístico de la provincia del Guayas del año 2010

Fuente: (INEC, 2010)

El número de establecimientos de alojamiento en total son 74 hoteles, representando un 7,30% del total de los establecimientos del país, siendo la segunda provincia con mayor número de hoteles, mientras el número de establecimientos de comida y bebidas es de 180 de este tipo de actividad, lo que corresponde al 24.82% del total de establecimientos de comida y bebida en el Ecuador. Esta información es fundamental para saber la capacidad que posee la provincia de acoger turistas, los datos pueden variar, por cuanto están realizados con base al último censo efectuado en el año 2010.

Otro de los maravillosos atractivos que tiene la Provincia del Guayas, son las rutas turísticas, cada una de ellas cuenta con recorridos que varían dependiendo de la actividad que se desea realizar:

- Ruta del Pescador: Se encuentra a pocos minutos desde Guayaquil, transitando atrayentes lugares como Puerto Hondo, Bosque Cerro Blanco, Parque “El Lago”. La Ruta del Pescador encierra el Ovniódromo y Playa Varadero, o navegar a bordo de lanchas que parten desde Posorja o Puerto El Morro para disfrutar el ver a delfines y aves.
- Ruta de la Aventura: A una hora de Guayaquil, está el cantón El Triunfo, donde hay haciendas turísticas y a 35 minutos de El Triunfo está General Elizalde, Bucay, con una variedad de haciendas y el Bosque “La Esperanza”, en este punto se puede efectuar ecoturismo, turismo de aventura, avistamiento de aves, cascadas, etc.
- Ruta de la Fe: El Guayas es la única provincia del país que tiene 2 hermosas catedrales, las cuales son: Guayaquil, con su hermosa Catedral y Yaguachi, con la Catedral de San Jacinto. Además de estar ubicado en Nobol el Santuario Narcisa de Jesús (Sepulcro de la Santa Narcisa de Jesús).
- Ruta del Cacao: Mediante esta ruta se conoce el cerro “Pechos de Niña, o el Cerro Pancho Diablo”, también está la reserva Ecológica Manglares de Churute, en este lugar se realiza aviturismo, camping, turismo de aventura, paseos en canoa, senderismo, etc.
- Ruta del Arroz: Por la vía al cantón de Samborondón, se disfruta de verdes paisajes sembrados de cultivos de arroz, alfarería, construcción de canoas y producción de rosquitas artesanales en fogones de leña.

- Ruta de la Azúcar: El cantón San Francisco de Milagro presenta cultivos en caña de azúcar, y una gran variedad de plantas ornamentales, más adelante esta Bucay y se pueden efectuar actividades de ecoturismo, se puede visitar los trapiches y ver la producción artesanal de caña de azúcar y la transformación en aguardiente, panela, dulces entre otros.

4.8.3. Las fuerzas competitivas

En el mercado al cual se ha determinado ingresar existen grandes competidores, están los Internacionales: Foursquare, Trip Advisor, Expedia, junto con la competencia Nacional: Viaja primero Ecuador, Ecuador Travel, Visita Ecuador; basados en la teoría de las 5 fuerzas competitivas, mismas que se detallan a continuación:

- **4.8.3.1. “Poder de negociación de los Compradores o Clientes”** (Porter M. E., 1980). En esta regla se indica que si los clientes se organizan, acordarán un precio, lo cual crea una amenaza para la empresa, también explica que el cliente tiene mayor facilidad para cambiar el proveedor cuando existe una variedad de empresa dedicadas a realizar lo mismo. Basados en esta regla, “Ecuador DA Turismo” cuenta con una variedad de competidores, lo cual puede llegar afectar el desempeño de la misma, por ende “Ecuador DA Turismo” pretende posicionarse en la mente de los usuarios e identificar sus necesidades.
- **4.8.3.2. “Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores”** (Porter M. E., 1980). Esta regla es sobre la cantidad de empresas en la industria. En relación a esta empresa, los futuros clientes son las empresas del sector turístico que estén interesadas en mejorar su imagen y adquirir otra forma de llegar a los clientes a

través de una excelente publicidad, al obtener mayor número de clientes la empresa empezará a desarrollarse, dando la oportunidad de incrementar el número de socios. Por otro lado están los proveedores de “Ecuador DA Turismo”, tales como el desarrollador de la web, el proveedor de internet y personal de trabajo, todos ellos muy importantes para el desempeño de esta empresa y sin la colaboración de ellos la empresa podría estar en apuros.

▪ **4.8.3.3. “Amenaza de nuevos competidores entrantes”** (Porter M. E., 1980)

Porter indica 7 barreras para lograr ventajas competitivas, ante la presencia de nuevos competidores, entre las barreras están:

- Economías de escala
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital
- Desventaja en costes independientemente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental
- Barreras a la entrada

La ventaja competitiva de “Ecuador DA Turismo” de acuerdo a lo indicado por Michael Porter es la diferenciación del producto, es este caso será la interacción con el usuario al ser una guía turística virtual, además de la política gubernamental, la cual respalda al turismo en el país a través de incentivos y capacitaciones, estos puntos son de gran importancia para la puesta en marcha de la empresa. Como amenaza siempre estará

presente la aparición de nuevos competidores, por ende la empresa se mantendrá al día siendo renovadores.

- **4.8.3.4. “Amenaza de productos sustitutos”** (Porter M. E., 1980)

En esta regla indica la diversidad de productos iguales o parecidos en el mercado.

Con base a la idea de negocio no existe similitud alguna con las empresas ecuatorianas, aunque si hay semejanza con las empresas internacionales. No existe reemplazo alguno, sin embargo están presentes las operadoras turísticas y agencias de viaje del Ecuador.

- **4.8.3.5. “Rivalidad entre los competidores”** (Porter M. E., 1980)

Para ventaja y desventaja de “Ecuador DA Turismo”, en el mercado están disponibles los competidores nacionales e internacionales, a pesar de que ellos poseen un buen trayecto, sirven de base para el inicio y corrección de esta empresa, para de esta forma concentrarse en otorgar ese plus adicional, sin olvidar el enfoque de esta empresa, la cual es contribuir y beneficiar al país. Mientras que los competidores se apuntan a detallar la ubicación geográfica de restaurantes, lugares de diversión, ofrecimiento de viajes, reservaciones de hoteles, vehículos en un determinado lugar o país, la empresa “Ecuador DA Turismo” se enfoca en brindar información de dónde y cómo llegar a cada uno de los maravillosos lugares turísticos que efectivamente deben visitarse dentro de la provincia del Guayas, además se ofrece la opción de que el usuario sugiera lugares pasados por alto y pueda postear fotos de los sitios turísticos en los que se encuentre, de tal forma que el usuario interactúe y forme parte de

esta plataforma y del impulso que se quiere dar a la provincia y en un futuro cercano al país como la potencia turística que puede llegar a ser.

4.8.4. Acciones de los competidores

La empresa “Ecuador DA Turismo” posee varios competidores internacionales y además existen proyectos o empresas nacionales con el mismo enfoque de este trabajo, el cual es contribuir con el desarrollo turístico de la provincia. Los competidores se detallan a continuación:

- Foursquare: Es un servicio web que permite localizar lugares de esparcimiento (restaurantes, diversión nocturna, sitios para realizar compras) a través un dispositivo fijo o móvil. El usuario puede encontrar y sugerir lugares que no se hallen en la App, de esta forma la red continua incrementándose.
- Trip Advisor: Desde esta web se puede planificar y reservar un viaje, ofrece múltiples consejos a través de una amplia variedad de opciones, además tiene enlaces para realizar reservaciones y están presentes las opiniones y comentarios de los hoteles, restaurantes y atracciones de los viajeros.
- Expedia: Mediante esta web se realizan compras en línea, expedia es una agencia de viajes en internet a través de esta plataforma se puede reservar boletos de avión, pasajes a cruceros, paquetes de vacaciones, alquiler de vehículos.

Cada uno de estos competidores internacionales tiene como meta abarcar mayor cantidad de información para satisfacer las necesidades de las personas, su propósito es continuar siendo una plataforma web rentable ofreciendo servicios de búsqueda de lugares, paquetes turísticos, vuelos entre otras cosas, pero lo hacen de manera general, logrando

obtener una ganancia que favorezca a su empresa, no pretenden explotar o hacer turismo exclusivamente a un sector, área o país.

- **Viaja primero Ecuador:** Al igual que Ecuador Travel y Visita Ecuador son proyectos del Ministerio de Turismo, creadas para fomentar el turismo interno, siempre impulsando los sitios característicos del país.
- **Ecuador Travel:** Tiene como objetivo brindar información turística a todos los visitantes dispuestos a conocer la belleza de Ecuador, sus provincias y sus regiones.
- **Visita Ecuador:** Es un club, que ofrece tarifas económicas para visitar los alrededores del país, en el cual se incluyen paquetes de hoteles, restaurantes y lugares atractivos.

El conjunto de competidores nacionales, al igual que esta empresa tienen la meta de impulsar el turismo, pero a diferencia de ellos, “Ecuador DA Turismo” a pesar de enfocarse en el mismo sector, desea dar a conocer sitios recónditos y desconocidos no solamente para el turista extranjero sino también para el nacional, con la ventaja de brindar información detallada e interactuar con el usuario.

4.8.5 .Impulsores de los cambios

En relación a los competidores, se estableció que la empresa con mayor innovación es FOURSQUARE, por cuanto su despliegue ha sido a gran escala, demostrando un gran dominio a nivel internacional, se denomina a esta empresa como principal promotor del cambio pues entre sus características principales permite llevar un registro de los lugares

visitados (restaurantes, hoteles, bares, entre otros.) utilizando el GPS móvil, ofrece también una lista de lugares cercanos a visitar, además de realizar reservaciones previas a los sitios que interesarían conocer. Esta empresa ha sido de gran instrucción para sus competidores, actualmente continua en la mejora de sus características.

Sin dejar de lado a la competencia nacional, las páginas web **Viaja primero Ecuador, Ecuador Travel y Visita Ecuador**, se sabe que detrás de ellas está la iniciativa del actual Gobierno de la República del Ecuador. El Presidente Rafael Correa resalta las cualidades que convierten a Ecuador en un lugar ideal para invertir, además se ha cuadruplicado el presupuesto para ese sector. “En el 2012, el presupuesto para el Ministerio de Turismo fue de 40 millones de dólares, desde este año y hasta el 2017 se incrementará a 150 millones anuales” (Andes, 2013), por ende se determina que el actual Gobierno es una parte esencial en la transformación que ha logrado el sector turístico.

Sin olvidar que “el turismo en Ecuador crece al 14,2%, mientras en el mundo está creciendo al 5%, lo que ubica al país como el segundo país de mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los diez de mayor proyección del mundo” (Andes, 2013).

4.8.6. Evaluación del atractivo del sector

En la última modificación a la Ley de Turismo en el Ecuador, el 29 de Diciembre del 2014, se establecieron algunos beneficios e incentivos a las personas naturales y jurídicas en el Ecuador. Quienes presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

- Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos de aumento de capital, incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo calificadas en el Ministerio de Turismo.
- Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo.
- Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo.
- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América \$ 50,00.
- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Entre el año 2013 y primer trimestre de 2014 el Banco Nacional de Fomento, actualmente llamado BanEcuador, concedió \$7'367.679 millones de dólares, destinados a promover el desarrollo de emprendimientos y a consolidar micro pequeñas y medianas empresas; fortificando el tejido empresarial turístico y generando actividades productivas, comerciales y de servicios. Además entre enero y diciembre del año 2015, la Corporación

Financiera Nacional ha colocado más de 16 millones de dólares para emprendimientos turísticos en todo el país y desde el 2007 el monto asciende a \$160 millones.

Todos estos incentivos son de gran utilidad al empresario o inversionista que quiere aplicar en el sector turístico, “aparte de poder obtener un financiamiento para un proyecto, adicionalmente se brindan capacitaciones y talleres de fortalecimiento para la promoción turística del Ecuador” (Plan Nacional de Capacitación Turística - 2015), con el objetivo de mejorar la calidad de servicios que ofrecen los establecimientos, tanto al turista nacional como al extranjero en los diferentes destinos del país.

Como información adicional se conoce que el actual Gobierno de la República del Ecuador ha creado una serie de planes para el desarrollo turístico del Ecuador, al cual denominaron PLANDETUR2020, mismo que fue diseñado con el objeto de “crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana” (Turismo M.), obteniendo una oferta turística competitiva que fomente los recursos humanos, naturales y culturales, junto a la innovación tecnológica que brinde facilidades y los servicios necesarios para garantizar una gran experiencia turística tanto a los visitantes nacionales como a los internacionales.

Cifras de Turismo en Guayas: Luego del lanzamiento de las rutas turísticas del Guayas en el año 2012, el trabajo empieza a dar resultados a nivel nacional e internacional, de acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo, indican que la provincia del Guayas se convierte en una de las provincias más visitadas en relación al turismo interno y externo. En la llegada de extranjeros, Guayas se ubica en segundo lugar durante el año 2012 y 2013. El primer año registró una cifra de 316.556 visitas, mientras que el año anterior fue de 321.508. La provincia líder es Pichincha. Con base a estos resultados

podemos establecer que el sector turístico en la Provincia del Guayas es una vía muy rentable y cada vez se convierte en un destino más popular para visitar.

El Turismo es una de las principales fuentes de ingreso de diversos países alrededor del mundo, de tal forma que varias naciones tienen creadas políticas y proyectos que incentiven el turismo y el Ecuador no es la excepción. Gracias al turismo se generan centenas de empleos, se incentiva a la inversión local y extranjera, mejorando así la infraestructura del país, diseñando mejores vías de acceso, carreteras, puertos y obteniendo mejores ingresos a través de la ganancia de divisas.

4.8.7. Mercados meta.

Esta empresa se enfoca en incentivar el turismo a través de una plataforma web que brinde información detallada de los lugares a visitar, siendo el turismo uno de los principales protagonistas de la economía nacional, se optó por apostar a este sector. “Ecuador DA Turismo” no solamente va dirigida al turista nacional e internacional, sino también a impulsar el desarrollo de las empresas del sector turístico, es decir, lugares, bares, restaurantes, varaderos, entre otros, por ende el objetivo a nivel de empresa para con esos sectores son los siguientes:

- **4.8.7.1. Turista Nacional e Internacional:** Se aspira lograr ser un sitio web atrayente y novedoso, con gran aceptación del público en general, que al momento de buscar un lugar turístico lo primero que se venga a sus mentes sea www.ecuadordaturismo.com en consecuencia lograr un posicionamiento mental en los usuarios y dentro de las características que las conforman son turistas nacionales y extranjeros de sexo indistinto con una edad promedio de 20 a 65

años, estrato social medio y alto, de ingresos de nivel medio, dispuestos a conocer y disfrutar de la gastronomía de la provincia del Guayas.

- **4.8.7.2. Empresas:** Al momento de lograr el posicionamiento deseado en la mente del consumidor, la acogida de empresas del sector turístico es mayor, y como resultado la demanda incrementa es aquí donde el servicio de “Ecuador DA Turismo” obtiene mayor respaldo e interés por las empresas relacionadas al turismo y se crea la necesidad de registrarse en el portal web www.ecuadordaturismo.com.

4.8.8. Estrategia de marketing

Para dar inicio a la estrategia de Marketing se debe indicar que las estrategias se clasifican en 4 aspectos o elementos de negocio: estrategia para el producto, para el precio, para la plaza y para la promoción,

- **4.8.8.1. Estrategia para el producto**

En este caso el producto de esta empresa es la información, la cual estará disponible para los turistas de manera gratuita y además se intentará atraer a los usuarios por medio de la interacción, al registrarse los usuarios y dejar sus comentarios de los recorridos efectuados, dejarán consejos y notas sobre las excursiones realizadas, los usuarios mantendrán un block independiente donde podrán almacenar sus fotos y bien pueden postearlas y permitir que otros usuarios las vean o mantenerlas en privado, de cada lugar se brindará la información exacta de cómo llegar, y si necesita llevar algún detalle en especial. El objetivo de esta estrategia es brindar gran cantidad de información veraz y actualizada.

La estrategia del producto o información relacionada a las empresas del sector turístico, es que mientras mayor número de usuarios se registren y visiten la plataforma web, mayor será el número de empresas que deseen realizar modificaciones de contenido. El objetivo será efectuar contratos con al menos 1500 compañías del sector turístico.

4.8.8.2. Estrategia para el precio

El precio viene siendo el valor asignado al producto, en este caso la información, la cual no tendrá costo para los usuarios en general y para las empresas.

Existe la excepción de que las empresas que deseen modificar o emitir promociones de su establecimiento tendrán que pagar un valor adicional. Dentro del campo de acción están las empresas del sector turístico, mismas que serán promocionadas a través de este sitio web y las que estén interesadas en realizar modificaciones en sus presentaciones, se ofrece la alternativa de efectuar cambios, mediante un cómodo plan anual de modificaciones de \$ 150, que serán cancelados mes a mes en cuotas de \$ 12.50 y para quienes no estén interesados en disponer de un plan anual, podrán realizar la respectiva modificación mensual por un valor de \$ 15.00. El objetivo de la estrategia es atraer a más empresas a inscribirse en los planes anuales utilizando estos servicios.

- **4.8.8.3. Estrategia para la plaza**

Para esta empresa, plaza será el lugar donde se va a vender el producto, en este caso la información turística de la provincia del Guayas, la plaza será vía online. Ya que es el lugar donde el usuario podrá encontrar los diferentes sitios turísticos.

El objetivo es utilizar al máximo las plataformas y medios disponibles para llegar a los potenciales clientes y usuarios.

- **4.8.8.4. Estrategia para la promoción**

Consiste en los métodos, medios o canales que se utilizarán para dar a conocer “Ecuador DA Turismo”. En este caso mediante redes sociales como YouTube, LinkedIn, Twitter, entre otros, servirán de gran ayuda en el medio actual, también se utilizarán propagandas televisivas, como idea adicional se aspira establecer alianzas con el Ministerio de Turismo para contar con el respaldo necesario y en un futuro cercano se aspira formar una alianza con el actual gobierno para lograr difundir mayor contenido turístico fuera del país. El objetivo es utilizar los medios posibles para hacerse conocer ante gran parte de los futuros usuarios y las empresas del sector turístico.

Luego de la obtención de la información, se investigará y procederá a realizar un análisis del marco competitivo, dentro del cual, se debe lograr marcar la diferencia, esto se hará al cubrir las necesidades no satisfechas de los clientes. El siguiente paso será lograr que el contenido sea óptimo, de fácil comprensión y de acceso inmediato.

4.8.9. Objetivos de marketing y ventas. Marketshare

La empresa se limita con un plan piloto dirigido a la provincia del Guayas, las páginas nacionales: Viaja primero Ecuador, Ecuador Travel y Visita Ecuador comparten un objetivo similar al de Ecuador DA Turismo, su deseo es brindar información con el objetivo de incentivar el turismo en el país, estas páginas fueron lanzadas como iniciativa de campañas turísticas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, respecto a su participación de mercado, es decir la cantidad de usuarios que poseen, es información a la cual lamentablemente no se tiene acceso, sin embargo para “Ecuador DA Turismo”, el anhelo es abarcar todas las áreas posibles de la Provincia del Guayas.

“En el país existen 14’306.876 habitantes, de los cuales Guayas es la provincia con mayor número de habitantes registra 3’645.483 personas” (Ecuador, 2011), “de esta cifra 1’829.569 son mujeres y 1’815.914 son hombres” (INEC, 2010).

El objetivo de marketing de “Ecuador DA Turismo” es alcanzar una cobertura de al menos el 45 % del Guayas, es decir tener registrado, 1’640.644 habitantes en un periodo de 3 años.

El objetivo a nivel de Ventas es que de los 13,678 establecimientos turísticos registrados en la Provincia del Guayas, al conseguir ser líder a nivel de plataforma virtual, más de 50% de las empresas adquieran la necesidad de realizar modificaciones y lanzar promociones utilizando “Ecuador DA Turismo” como intermediario o canal entre los usuarios y las empresas. El objetivo de la estrategia del producto es ofrecer casi toda la información de los lugares turísticos de la provincia de una forma ágil y sencilla. En cuanto al objetivo de la estrategia de precios, “Ecuador DA Turismo” busca atraer a gran parte de las empresas del sector turístico a que inviertan en mejorar su imagen. El objetivo de la

estrategia para la plaza es utilizar al máximo las plataformas y medios disponibles para llegar a los potenciales clientes y usuarios.

4.8.10. Políticas de precios: Precios de introducción, mecanismos para fijar el precio de venta

En cuanto a la política de precios, el acceso a la página es totalmente gratuito a nivel de usuario y para las empresas del sector turístico que formarán parte de “Ecuador DA Turismo”. Las compañías pagarán un valor adicional en el caso que deseen realizar modificaciones en su publicidad o que “Ecuador DA Turismo” administre el contenido de su información.

Al ser una empresa nueva en el mercado, para lograr determinar el valor del servicio se ha considerado diversas teorías, tales como, fijación de precio para ganar competitividad (Jagmohan Raju, 2010) y “la fijación de precio para penetrar en el mercado” (Bonilla Segura, 2013).

Con base a esta información se determinó que al brindar un servicio nuevo sin competencia en el mercado y para tratar de acceder al mismo, se necesita un precio bajo, accesible y atractivo, por ende se opta por establecer la tarifa de \$ 12,50 precio que se considera económico por cuanto representa el 3% de un salario básico, además si se divide el valor mensual es decir, \$ 12,50 para los 30 días que representa el mes, el resultado a pagar sería 0,41 ctvs diarios.

El precio de modificaciones para las empresas es totalmente gratuito durante los 3 primeros meses de lanzamiento, cabe mencionar que para obtener este beneficio la empresa deberá registrarse, aceptar los términos y condiciones y añadir la fuente de pago futura de la cual se descontará mensualmente a partir del tercer mes el valor del servicio acorde al paquete elegido por la empresa ya sea el anual de características especiales (modificación de información, mejora de posicionamiento, contador de visitas, etc.) o el ocasional, es decir las mismas características especiales pero durante un periodo de tiempo determinado.

El valor de \$ 12,50 estará vigente durante el primer año del servicio, luego de este tiempo se realizará un análisis para establecer el nuevo precio acorde a la situación del mercado y tráfico en la red o número de visitas del sitio. Limitando el porcentaje de variación como máximo al 100%, es decir máximo \$25,00.

El mecanismo para fijar el precio a los clientes es el siguiente:

- Si se accede al plan anual de modificaciones tiene un precio de \$150 + IVA, mismos que serán cancelados mes a mes en cómodas cuotas de \$12.5 + IVA
- Para las personas que no desean establecer el plan anual de modificaciones, el precio ocasional (número de periodos) será de \$15.00 + IVA.

A continuación se detalla una tabla de la política de precios:

Tabla N° 7

Plan política de precios

DETALLE	PRECIO MENSUAL	TOTAL PAGO ANUAL	OBSERVACIONES
Plan de Modificaciones anual	\$12,50	\$150,00	El pago se realizará mes a mes, mediante tarjetas de credito o pay pal
Plan ocasional de Modificación (por mes)	\$15,00	-	El pago será mediante tarjeta de credito o pay pal, según el número de meses que decida la empresa a registrarse

Nota: Precios establecidos por la empresa “Ecuador DA Turismo”

Para determinar estos precios se consideró la teoría de fijación de precio de un producto o servicio nuevo para penetrar en el mercado.

4.8.11. Estrategia de ventas y comunicación: Imagen, logotipo, publicidad, medios y frecuencia.

Para la estrategia de comunicación y ventas, el equipo de esta empresa, realizará un levantamiento de información de todos los lugares a visitar y de las empresas turísticas, a cada empresa se les brindará un detalle completo, indicándoles las ventajas de formar parte del equipo del portal web “Ecuador DA Turismo” y se les recordará que la participación es gratuita y que podrá ejercer todas las características del servicio de manera gratuita durante los primeros 3 meses y a partir del cuarto mes se pagará acorde al plan escogido.

En el punto 4.11.2 de proyección financiera inicial, detalla otros gastos de establecimiento, dentro de esos gastos está considerado los gastos que presentan los 3 meses de gratuidad, para determinar ese valor se consideró el gasto anual del año 2017 y se

dividió para 12 meses, obteniendo la cifra de \$3, 326,65, este valor se multiplica por los 3 meses de gratuidad y se obtiene la cantidad de \$9, 979,96. Para cubrir este valor, en el área de inversión inicial bajo el nombre de otros gastos de establecimiento se encuentran reservados \$ 10, 000.00. En la proyección financiera inicial se detalla también el levantamiento de información para lo cual se prevé gastar \$ 2,400 con base a recorrer en 6 días, 60 empresas por cantón con un valor de \$ 240 por cantón, lo que da el valor final de \$ 2,400, es decir \$40 diarios, recolectando la información de lunes a sábado, el trabajo se culminaría en 10 semanas, el valor y los días de recopilación de la información pueden disminuir por cuanto se prevé contar con información recopilada por el Ministerio de Turismo, lo que facilitará el ejercer esta actividad. Se utilizará diferentes medios de comunicación para su lanzamiento, mismos que están descritos en la siguiente tabla:

Tabla N° 8
Valor de publicidad de lanzamiento

PUBLICIDAD MENSUAL						
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	NOMBRE DEL MEDIO	DESCRIPCIÓN	HORARIO	UNIDAD	PRECIO	TOTAL
TV	ECUAVISA	4 Cuñas de 15 Seg. se promocionara 2 veces .al mes	Domingos	2	\$ 1.730,00	\$ 3.460,00
	TC TELEVISIÓN		Entre semana	2	\$ 1.400,00	\$ 2.800,00
INTERNET	GOOGLE	Se paga x cada clic, esta sometido a una variación	-	20000,00	\$ 0,05	\$ 1.000,00
	REDES SOCIALES: Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, etc.					
VALOR TOTAL						\$ 7.260,00

Nota: Valor a cancelar por concepto de publicidad en el primer mes de su lanzamiento.

Para la publicidad de “Ecuador DA Turismo”, se utilizarán las redes sociales, colocando espacios en Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, se contratará un paquete por

20.000 clicks a \$0.05 ctvs, lo que dará un valor de \$ 1.000,00, mismos que están sujetos a variación. Y para los medios de TV se escogió trabajar con los canales Ecuavisa y TC Televisión, acogiendo las alternativas de promoción de publicidad de cada una, pasar una propaganda de 1 minuto durante 2 veces a la semana implica un precio, los valores se encuentran detallados en la tabla # 8. La empresa se acogerá a la publicidad en los canales de TV solo durante el primer mes de su lanzamiento y luego de esa fecha será solo mediante las redes sociales y canales de internet, los clicks a contratar durante los próximos 5 años, se prevén de la siguiente manera:

Tabla N° 9

Valor de publicidad en internet y redes sociales de los proximos 5 años

PUBLICIDAD EN INTERNET Y REDES SOCIALES		2017	2018	2019	2020	2021	VALOR TOTAL
		7.200,00	7.200,00	6.000,00	6.000,00	3.600,00	30.000,00
DETALLE	PRECIO UNIT.	CLICKS A CONTRATAR					TOTAL
clicks	0,05	12.000	12.000	10.000	10.000	6.000	50.000,00
Valor Mensual		600	600	500	500	300	2.500,00
Total Anual		7200	7200	6000	6000	3600	30.000,00

Nota: Valor a cancelar por clicks por concepto de publicidad

“El acceso al internet en el país en los últimos 3 años ha aumentado, el porcentaje de personas que no tenían acceso al internet paso de ser del 33% al 14,6% y el Ecuador es uno de los países de América Latina que más está creciendo en cuanto al acceso al internet”, manifestó Augusto Espín Ministro de Telecomunicaciones, eso representa un punto a favor, es importante indicar que el sitio web está dirigido a turistas nacionales e internacionales.

Logotipo: A continuación se muestra y detalla el significado del logotipo de la empresa “Ecuador DA Turismo”. A simple vista se pretende representar la imagen de Ecuador en el mundo, además de estar familiarizado con la actividad a desempeñar.

El punto de ubicación: Hace referencia a que existen muchos lugares por conocer en el país, a pesar de iniciar con un plan piloto en la provincia del Guayas, el afán de la empresa es expandirse en un futuro cercano.

El punto o herramienta de ubicación: Insta a la búsqueda de información de los lugares turísticos para conocer.

Colores: Los colores utilizados en los puntos de ubicación hacen alusión a la bandera del Ecuador, también representa lo innato de ser una empresa netamente ecuatoriana y el color turquesa de fondo fue escogido con la intención de resaltar el logotipo y llamar la atención de las personas que lo visualicen.



Figura N° 4. Logotipo de la empresa “Ecuador DA Turismo”

Nota: Diseño de logotipo de la empresa “Ecuador DA Turismo”

4.8.12. Estrategia de distribución: Canales de distribución, PDV, ubicación y cobertura de la empresa.

La empresa se iniciará con un plan piloto que abarcará toda la Provincia del Guayas, a nivel de compañía estará ubicada en la ciudadela Sauces 7, Mz 408 V 18 a tres cuadras de “Tacos Verónica”. Se reitera que la empresa consiste en una plataforma virtual que brindará información acerca de los sitios turísticos que posee la provincia del Guayas, pero las gestiones que conllevan al desarrollo y administración de la misma, se efectuarán en este lugar.

La distribución de la información en sus inicios se dará de manera directa a los clientes y mediante charlas y promociones a los usuarios en general, una vez inaugurada la empresa la distribución de la plataforma web será en línea.

Para dar a conocer a la empresa, se utilizará intermediarios tales como redes sociales y medios de comunicación, el canal de distribución para la información es la plataforma web, dentro de la cual se desarrolla la interfaz y las bases que sustentan a esta empresa, la plataforma web permite la alternativa de registrarse y contactarse con los organizadores de la página web a través de este mismo recurso.

4.9 Plan De Administración y Talento Humano

4.9.1. El equipo gerencial, antecedentes, cargos y responsabilidades.

La empresa cuenta con iniciativa y emprendimiento propio, como nueva compañía la organización se constituirá de pocos colaboradores, entre sus principales departamentos están los siguientes:

- **4.9.1.1. Gerente y Administrador:** Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y establecer el trabajo de la empresa, además de contratar el personal adecuado, dentro de sus requerimientos esta la habilidad de conocer la función que ejerce la empresa.
- **4.9.1.2. Departamento de Investigación y Marketing:** Como promotores y fundadores de la empresa, la función será desarrollar técnicas que permitan permanecer a la luz de la innovación, actualización y mejoramientos de la interfaz del sitio web, también en este departamento maneja las estrategias de venta y el marketing del mercado turístico.
- **4.9.1.3. Departamento de Contabilidad:** Planificar, organizar y coordinar todas las actividades relacionadas con el área contable y de presupuesto, con el objetivo de obtener la formulación de un presupuesto y elaborar los estados financieros.
- **4.9.1.4. Departamento de Diseño Web:** Coordina, maneja y actualiza el diseño de la interfaz en su red social network con los usuarios, está encargado de satisfacer las necesidades o requerimientos de los clientes. Esta área planifica e implementa diseños que atraigan a más usuarios.

4.9.2. Cantidad de personal y perfiles de los puestos clave

Al ser una empresa nueva, el talento humano de la compañía lo conforman 4 personas, las cuales cumplen con el perfil requerido para el cargo, se aspira la ampliación

de la empresa e incorporar el personal necesario para el desarrollo y emprendimiento de la organización:

- **4.9.2.1. Perfil del Gerente General y Administrador:** Su sexo es indistinto, sus estudios profesionales deben ser en administración de empresas, turismo, informática o carreras afines. Debe tener experiencia en las actividades del puesto. Entre sus actitudes están:

- Acostumbrado a trabajar en equipo
- Ser objetivo
- Actitud de liderazgo
- Tener don de mando
- Iniciativa propia
- Capacidad de toma de decisiones

Entre sus funciones están las siguientes:

- Planeamiento estratégico de actividades
 - Representación legal de la empresa
 - Dirigir las actividades generales de la empresa
 - Contratación de personal administrativo
 - Aprobación de presupuestos e inversiones
 - Inteligencia para resolver problemas o sucesos
 - Capacidad de análisis y de síntesis
- **4.9.2.2. Perfil del Gerente del Dpto. de Investigación y Marketing:** Su sexo es indistinto, sus estudios profesionales deben ser en marketing o informática y tener

conocimiento de metodologías de investigación, diseño experimental y desarrollos tecnológicos en sitios web, trabajará en conjunto con el Diseñador web para lograr el éxito de la empresa. Entre sus actitudes están:

- Interés por la innovación
- Facilidad para la obtención y análisis de información
- Pensamiento creativo
- Ser objetivo
- Iniciativa propia

Entre sus funciones están las siguientes:

- Desarrollo e investigación de nuevas formas de llegar al cliente
 - Desarrollo de estrategias de marketing
 - Innovación de los productos a ofrecer
 - Capacidad de análisis y de síntesis
 - Capacidad de comunicación
- **4.9.2.3. Perfil del Contador:** Su sexo es indistinto, sus estudios profesionales deben ser en la especialización de: Contabilidad, Auditoría, Impuestos, Presupuestos, o Finanzas. También debe tener conocimientos del entorno económico, y legal del país. Entre sus actitudes están:
- Capacidad de sistematizar el proceso contable
 - Manejo de cifras y símbolos en las áreas financieras y de auditoría entre otros

Entre sus funciones están las siguientes:

- Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables
 - Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas
 - Cumplir con las obligaciones fiscales
- **4.9.2.4. Perfil del Diseñador Web:** Su sexo es indistinto, sus estudios profesionales deben ser en áreas informáticas, debe tener conocimiento de diseño web y manejo de programación. Entre sus actitudes están:
- Excelente comunicador
 - Creativo e innovador
 - Experiencia en el área a desarrollarse
 - Experiencia en programación

Entre sus funciones están las siguientes:

- Desarrollo de la interfaz social network
- Actualización de programas del sitio web
- Elaborar planes de mejoras para el diseño de la interfaz
- Verificar que los programas de la web funcionen acorde a su desempeño

4.9.3. Organigrama

A continuación se detalla el organigrama de la empresa “Ecuador DA Turismo”, al ser esta una empresa nueva se empezará con pocos colaboradores el lanzamiento del portal web, mediante este, se pretende brindar todo tipo de información referente a los lugares y sitios turísticos que posee la provincia del Guayas.

Organigrama de la empresa “Ecuador DA Turismo”



Se iniciará con poco personal, estarán: el Gerente general quien será también el Administrador y debido a su habilidad y conocimiento supervisará el área de contabilidad, además estarán los departamentos de Investigación y marketing y el de Diseño web.

4.10 Plan De Producción

4.10.1. Materiales y materias primas

Al ser “Ecuador DA Turismo” el lanzamiento de un portal web, mediante el cual se pretende brindar todo tipo de información referente a los lugares y sitios turísticos de la provincia del Guayas, la materia prima a utilizarse en esta empresa es netamente la

información. En cuanto a los materiales para efectuar las actividades son propiamente donados por los fundadores de la empresa y en su mayor parte son equipos, mismos que están detallados en el punto 4.4 de equipamiento.

4.10.2. Fuentes de suministros y proveedores

Se recuerda que la empresa es nueva y los suministros o materiales son entregados por los creadores del negocio, los cuales estarán a cargo de la inversión inicial de la compañía, se optó por emprender un plan piloto en la provincia del Guayas, para luego de la obtención de resultados favorables expandirse en todo el país.

Se cuenta con una serie de proveedores que facilitarán de acuerdo a su área el recurso necesario, tales como: Internet de fibra óptica, el hosting en conjunto con su dominio, el diseñador del sitio web y los convenios previamente establecidos con las tarjetas y medios de pago actual, es decir cuentas de Pay pal, las cuales facilitan el comercio electrónico.

Pay pal obtiene una comisión del 5.4% por cada transacción realizada, este porcentaje es descontado del valor por cada venta efectuada, de igual forma si el cliente opta por cancelar con tarjetas de crédito Visa y MasterCard se descontará el valor del 8% por cada venta, lo cual corresponde a la comisión de las tarjetas de acuerdo al convenio previamente firmado. Las transacciones de pago efectuadas con tarjetas de débito representan un valor de \$ 0.30 ctvs + IVA por comisión a favor de la entidad bancaria. Para “Ecuador DA Turismo” el pago con transferencias bancarias representa la forma más eficaz y conveniente de efectuar los pagos, sin embargo y para comodidad de los futuros clientes se establecerán las formas de pago mencionadas anteriormente.

En cuanto a los proveedores necesarios para que la empresa desempeñe sus funciones, a continuación se detallan los siguientes:

Tabla N° 10
Lista de proveedores

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	PLAN	VALOR UNITARIO	OBSERVACIÓN
Netlife	Internet de fibra óptica, el cual permite establecer conexión con las redes	plan pyme	\$ 136,00	pago mensual
Hostinger wordpress	Hosting o servidor web en conjunto con el dominio	Comercial plus	\$ 12,00	pago mensual
Ing. Miguel Yanez	Diseñador del sitio web y programación inicial	pago directo	\$ 2.000,00	pago único
Pay pal	Medios de pago que dinamizan el comercio electrónico a nivel global	pago directo	Pay Pal 5.4% + \$ 0.30ctvs por transacción.	pago por transacción
Tarjetas de crédito	Medios de pago que dinamizan el comercio electrónico a nivel global	pago directo	Tarjetas de Crédito 8% por transacción.	pago por transacción
Entidad Bancaria	Transferencia bancaria	transferencias	\$ 0.30 ctvs + IVA por transacción	pago por transacción

Nota: Detalle de proveedores requeridos para el funcionamiento de la empresa

4.10.3. Métodos y tecnologías de producción

Para plasmar el diseño en el sitio web de “Ecuador DA Turismo”, se contratará a un desarrollador, el cual forma parte del grupo de trabajo en el departamento de Diseño

web, este colaborador se encargará de dar mantenimiento constante a la plataforma, además se contará con un Hosting o servidor de web, mismo que permite que las direcciones se enlacen, logrando un sitio en la web gracias al dominio o dirección brindada por los mismos, pudiendo buscar a “Ecuador DA Turismo” a través del siguiente enlace www.ecuadordaturismo.com.

4.10.4. Equipamiento

Equipamiento es el conjunto de herramientas a implementarse en la ejecución o elaboración de un producto, se recuerda que el principal objetivo de esta empresa es brindar un servicio, por ende el equipamiento para desarrollar el portal web son los equipos detallados en la siguiente tabla, mismos que serán donados por los fundadores de la empresa:

Tabla N° 11

Equipos a utilizarse en la empresa

EQUIPOS A UTILIZARSE			
Valor Unit.	Detalle	Costo Unit.	Total
2	Laptops	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
2	Cámaras Fotográficas	\$ 500,00	\$ 1.000,00
2	Memorias para cámara	\$ 20,00	\$ 40,00
2	Pen drives de 64 Gb	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Impresora Laser	\$ 710,00	\$ 710,00
	Programas de edición e informaticos	\$ 700,00	\$ 700,00
	VALOR TOTAL		\$ 4.700,00

Nota: Equipos informáticos necesarios para el funcionamiento de la empresa

4.10.5. Riesgos críticos y planes de contingencia

Para la elaboración de los riesgos críticos se ha procedido a utilizar las debilidades y amenazas del FODA en conjunto con el análisis de las fuerzas competitivas de la empresa, las cuales se detallan a continuación:

- “Ecuador DA Turismo” es una empresa nueva con poca experiencia en el mercado.
- Empresa desconocida para los usuarios y compañías del sector turístico.
- Recursos económicos limitados de los fundadores de la empresa.
- Al ser una plataforma virtual, se está expuesto a virus, worm o gusanos cibernéticos que pueden perder o destruir la información.
- Hacker informático, mismo que procede a extraer información de manera ilegal, dejando vulnerable al portal web.
- Apagones de energía eléctrica, lo cual puede convertir en susceptible la información al momento de realizar actualizaciones.
- Crisis económica a nivel mundial.
- Poder de negociación de los clientes, si el cliente posee más opciones y le parecen más efectivas y convenientes, puede cambiar de página.
- Poder de los proveedores, es decir los factores indispensables para el funcionamiento de la plataforma web, ejemplo el desarrollador o técnico de mantenimiento.
- Amenaza de aparición de plataformas similares en el país.

Como plan de Contingencia “Ecuador DA Turismo” aspira formar una alianza estratégica con el actual Gobierno de la República del Ecuador, de tal manera que pueda ser de ayuda en caso de existir una crisis económica, además como alternativa se podrá realizar

alianzas con empresas privadas que trabajen en el sector del turismo y que ayuden a potenciar el mismo, lo cual beneficiaría grandemente la economía del Ecuador. A continuación se detalla un plan para los casos anteriormente indicados:

- “Ecuador DA Turismo” al ser una empresa y desconocida para los usuarios y compañías del sector turístico planea darse a conocer a través de redes sociales y canales de televisión, además de charlas con las empresas del sector. Al poseer recursos económicos limitados, la empresa podrá efectuar préstamos que la ayuden en el desarrollo de la misma.
- Al ser una plataforma virtual y estar expuestos a Hackers, virus, worm o gusanos cibernéticos, se realizarán respaldos de información y se maximizará la protección de los archivos a través de programas como “my lockbox” con el afán de ser lo menos vulnerable posible.
- Para el poder de negociación de los clientes y la amenaza de aparición de plataformas similares en el país, se tiene como objetivo ser innovadores y diferentes, llamar siempre la atención del usuario e interactuar con él, brindando siempre un plus que marque la diferencia.

4.11 Plan Financiero

4.11.1. Historial financiero

La Empresa “Ecuador DA Turismo” es una plataforma virtual mediante la cual se brindará información a los turistas nacionales e internacionales, los socios y creadores de la

empresa Angel Mora Parrales y Daniela Vera Vinueza iniciarán con un financiamiento propio, el cual consiste en una aportación de \$ 6000 cada uno, lo que da un valor de \$ 12.000, este valor cubrirá los gastos corrientes y de personal durante los 3 primeros meses de gratuidad que otorgará la empresa a las compañías del sector turístico, gastos de constitución de “Ecuador DA Turismo” y financiamiento para efectuar el levantamiento de información de los 10 cantones respectivos. Al contar con un inmueble propio, perteneciente a uno de los creadores, el Sr. Angel Mora. Se empezará con el adecuamiento del establecimiento. Para continuar con esta labor en el año 2017 se planea solicitar un préstamo a la Corporación Financiera Nacional de \$ 15.000 a una tasa del 11,34% anual pagados en un lapso de 3 años, dinero que servirá para solventar los gastos de adecuación, publicidad, mobiliario (sillas y escritorios), equipos y programas informáticos.

Con base a una proyección de que 360 empresas anualmente decidan obtener el servicio de “Ecuador DA Turismo”, se obtendrá un valor de \$ 54.000 anuales, es decir, 3 empresas mensuales por cada cantón, lo que dará un ingreso mensual \$ 4.500 valor suficiente para cubrir gastos de personal, mantenimiento, publicidad, servicios básicos entre otros.

Para el año 2018, al igual que con los años venideros, las inversiones necesarias para la financiación de la empresa, será aportada por los fundadores de la Compañía, además se prevé cotizar en bolsa, y vender acciones para captar capital e invertir en mejoras de la empresa.

4.11.2. Proyecciones financieras a 5 años

Para efectuar este paso, se consideró una serie de requisitos necesarios para iniciar el funcionamiento de la empresa, se recuerda que parte de la inversión inicial es otorgada

por los creadores de la empresa, los equipos a utilizarse son donados por los mismos y el lugar donde se llevará a cabo la gestión a nivel de empresa es en el domicilio de uno de los emprendedores del negocio. En el siguiente cuadro se muestra la proyección de las inversiones en un periodo de 5 años.

Tabla N° 12
Proyección financiera de inversiones y gastos

INVERSIONES Y GASTOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA								
DETALLE DE INVERSIÓN Y GASTOS	inicial	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL	
	27.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	68.000,00	
	inicial	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL	AMRT
Reforma y decoración locales	100	-	100	-	200	-	400,00	
Mobiliario	500	-	600	-	1.000	-	2.100,00	10
Maquinaria	340	-	400	-	-	-	740,00	10
Equipos informáticos	3.000	-	-	3.000	-	5.000	11.000,00	5
Programas informáticos	600	-	-	-	700	-	1.300,00	-
Publicidad	7.260	7.200	7.200	6.000	6.000	3.600	37.260,00	-
Diseñador Web	2.000	-	-	-	-	-	2.000,00	-
Gastos legales constitución	800,00	-	-	-	-	-	800,00	-
Otros gastos de establecimiento	10.000,00	-	-	-	-	-	10.000,00	-
Levantamiento de información	2.400,00	-	-	-	-	-	2.400,00	-
Total	27.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	68.000,00	
INVERSIÓN TOTAL PREVISTA DURANTE LOS PROXIMOS 5 AÑOS	68.000,00							

Nota: Inversión y gastos requeridos para el funcionamiento de la empresa

La inversión requerida para la operatividad de la empresa será de \$ 12.000 por parte de los socios y \$15.000 financiados a través de un crédito a la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 11,34% a un plazo de 3 años, la financiación de los años siguientes será derivada de las aportaciones realizadas por los socios con base al funcionamiento de la empresa y se prevé cotizar en bolsa, vender acciones para invertir en mejoras de la compañía.

En gastos de establecimiento está considerado los gastos de los 3 meses de gratuidad, para obtener el valor se consideró el gasto anual del año 2017, \$ 39, 952,56, y se divide para 12 meses, obteniendo la cifra de \$ 3, 329,38, este valor se multiplica por los

3 meses de gratuidad y se obtiene la cantidad de \$ 9, 988,14, para cubrir este valor están reservados \$ 10, 000.00 bajo el nombre de otros gastos de establecimiento.

En el levantamiento de información se prevé gastar \$ 2,400 con base a recorrer en 6 días, 60 empresas por cantón con un valor de \$ 240 por cantón, lo que da el valor final de \$ 2,400, es decir \$ 40 diarios, recopilando la información de lunes a sábado, el trabajo se realizaría en 10 semanas, el valor y días podrían disminuir considerando la colaboración del Ministerio de Turismo con la información obtenida por ellos.

En el siguiente cuadro se detalla los valores de las inversiones necesarias para el crecimiento de la empresa.

Tabla N° 13
Proyección de financiamiento a 5 años

	inicial	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL
INVERSIONES PREVISTAS	27.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	68.000,00
FINANCIACIÓN PREVISTA	27.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	68.000,00
cobertura	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK
FINANCIACIÓN	inicial	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL
Aportaciones de los SOCIOS	12.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	53.000,00
PRÉSTAMOS	15.000,00						15.000,00
Años	3						
Tipo de interés	11,34%						
FINANCIACIÓN TOTAL	27.000,00	7.200,00	8.300,00	9.000,00	7.900,00	8.600,00	68.000,00
% Cobertura inversiones							100,00%
% Recursos Propios							77,94%
% Préstamos							22,06%

Nota: Detalle del financiamiento e inversión prevista con proyección a 5 años

En el gráfico detallado a continuación se refleja la inversión necesaria proyectada a un periodo de 5 años, e incluso detalla la inversión total.



Figura N° 5. Inversiones proyectadas a 5 años

Nota: Inversiones proyectadas a 5 años de manera gráfica

Los Gastos generales y administrativos son proyectados en un lapso de 5 años de acuerdo a lo indicado en la tabla adjunta:

Tabla N° 14

Gastos proyectados a 5 años

			2017	2018	2019	2020	2021	
TOTAL GASTOS ANUALES			39.952,56	48.838,79	57.338,56	60.195,31	69.578,05	
GASTOS CORRIENTES	Mensual	Variac.	2017	2018	2019	2020	2021	
Mantenimiento y limpieza	100,00	1,0%	1.200,00	1.212,00	1.224,12	1.236,36	1.248,72	
Publicidad y promoción	600,00	1,0%	7.200,00	7.200,00	6.000,00	6.000,00	3.600,00	
Internet y telefonía	136,00	1,0%	1.632,00	1.648,32	1.664,80	1.681,45	1.698,27	
Dominio	12,00	2,0%	144,00	146,88	149,82	152,81	155,87	
Electricidad	60,00	1,0%	720,00	727,20	734,47	741,82	749,23	
Agua	35,00	1,0%	420,00	424,20	428,44	432,73	437,05	
Material de oficina	30,00	2,0%	360,00	367,20	374,54	382,03	389,68	
Gastos establecimiento (iniciales)								
Total gastos			11.676,00	11.725,80	10.576,20	10.627,20	8.278,82	
GASTOS de PERSONAL			2017	2018	2019	2020	2021	
Número empleados			4,0	5,0	6,0	6,0	7,0	
Sueldo bruto mensual (medio)			530,00	556,50	584,33	619,38	656,55	
% Variación anual				5,0%	5,0%	6,0%	6,0%	
Nómina bruta			25.440,00	33.390,00	42.071,40	44.595,68	55.150,00	
% coste empresa			11,15%	2.836,56	3.722,99	4.690,96	4.972,42	6.149,22
Gastos de personal			28.276,56	37.112,99	46.762,36	49.568,10	61.299,22	

Nota: Gastos anuales con proyección a 5 años

Los gastos son con base a los recursos, materiales a utilizarse y en el pago del personal que colaborará con la empresa, respecto a los gastos corrientes serán proporcionalmente similares ya que no existirá gran variación en dichos gastos, sin embargo dentro de los gastos de personal si existe mayor variación, ya que se iniciará con ayuda de 4 colaboradores con un sueldo mensual de \$ 530. En el año 2018 y 2019 se realizará un incremento de sueldo del 5% del salario.

Para el año 2021 el equipo de trabajo constará de 7 colaboradores y se incentivará al equipo de trabajo con un aumento de sueldo del 6% en relación al año 2020.

Se detalla a continuación los gastos a efectuarse durante los próximos 5 años, de acuerdo a la información reflejada en la tabla de gastos:

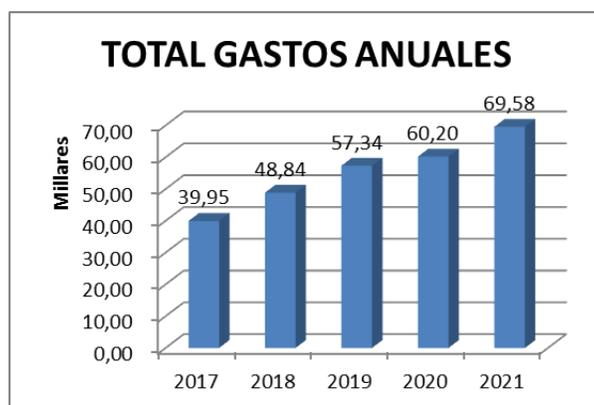


Figura N° 6. Gastos proyectados a 5 años Recurso económico “Ecuador DA Turismo”

Nota: Gastos proyectados a 5 años de manera gráfica

La previsión de las ventas en cuanto a la publicidad, está considerada a través de 2 tipos de ingresos:

Ambos consisten en proveer a los clientes (empresas del sector turístico) la oportunidad de modificar de manera periódica el contenido del perfil, el precio es de \$150 anuales y se podrá pagar en cuotas mensuales de \$12.50.

La otra alternativa será de manera ocasional, es decir cuando el cliente lo requiera según el número de periodos que elija cada uno a un valor de \$ 15 más IVA.

Los pagos se realizarán a través de tarjetas de crédito y cuentas Pay pal.

Se consideró la cifra de 360 empresas anuales, es decir 30 compañías por mes, se podría manifestar 3 empresas mensuales por cantón, sin embargo cada cantón posee una diferente cantidad de empresas, por ende sería 30 empresas a nivel de los 10 cantones.

Tabla N° 15

Previsión de ventas a 5 años

TOTAL VENTAS			54.000	64.800	77.760	93.312	111.974
Previsión de VENTAS			2017	2018	2019	2020	2021
Productos / Servicios	P.V.	% Var.	Previsión de ventas en unidades				
Publicidad	150,00	20,0%	360	432	518	622	746
Otros ingresos	15,00			0	0	0	0
				0	0	0	0
Total nº ventas			54.000	64.800	77.760	93.312	111.974
TOTAL VENTAS			54.000	64.800	77.760	93.312	111.974

Nota: Ventas anuales con proyección a 5 años

Es importante mencionar que cualquier empresa puede registrarse en el portal web y podrán hacer uso de las características especiales (mejoras en el posicionamiento de búsqueda, modificación de contenido, lanzamiento de publicidad) de manera gratuita durante los 3 primeros meses de su lanzamiento.

El siguiente gráfico se detalla el número total de ventas anuales.

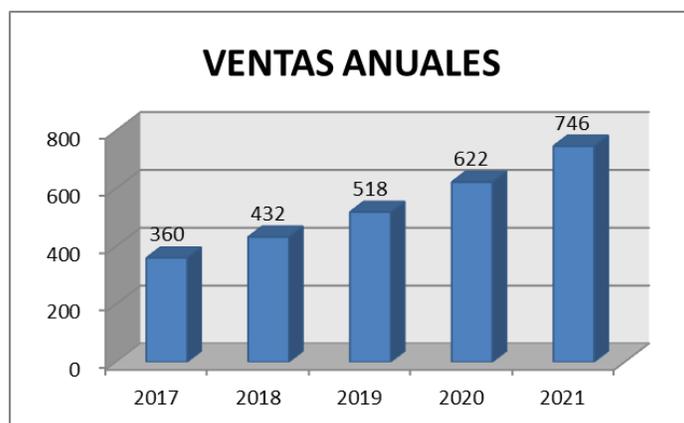


Figura N° 7. Previsión de ventas anuales

Nota: Previsión de ventas proyectadas a 5 años de manera gráfica

4.11.3. Estado de resultados

Dentro del Estado de Resultados proyectado a 5 años se ha considerado el total de las ventas anuales, el costo de las mismas que en este caso se lo relaciona con el mantenimiento del servidor, hosting en línea, gastos corrientes y de personal

El resultado operativo EBITDA, beneficio antes de intereses, impuestos y amortizaciones es la respuesta de restar del total de ventas menos los gastos de personal y gastos corrientes.

B.A.I.I. es igual a los beneficios antes de intereses e impuestos; es el resultado de restar el resultado operativo menos las amortizaciones, es decir las depreciaciones a los equipos de computo y mobiliario.

El resultado bruto es la resta de los beneficios antes de impuesto menos los gastos financieros, intereses del préstamo efectuado. El resultado neto es el resultado de la resta

entre el resultado bruto menos el impuesto a la renta que pagan las sociedades. Se adjunta tabla que detalla la proyección del Estado de Resultados:

Tabla N° 16

Estado de Resultado previsto a 5 años

ESTADO DE RESULTADO	2017	2018	2019	2020	2021
Total VENTAS	54.000	64.800	77.760	93.312	111.974
Gastos de Personal	28.277	37.113	46.762	49.568	61.299
Gastos Corrientes	11.676	11.726	10.576	10.627	8.279
Resultado Operativo - EBITDA	14.047	15.961	20.421	33.117	42.396
Amortizaciones	684	784	1.384	1.484	2.484
B.A.I.I. - EBIT	13.363	15.177	19.037	31.633	39.912
Gastos financieros (intereses)	1.701	1.194	629	0	0
Resultado Bruto - BAI	11.662	13.984	18.409	31.633	39.912
Impuesto sociedades 25,0%	2.916	3.496	4.602	7.908	9.978
RESULTADO Neto	8.747	10.488	13.806	23.725	29.934

Nota: Proyección financiera a 5 años del Estado de resultado

El siguiente gráfico detalla la variación del estado de resultados neto reflejados de acuerdo a la proyección de pérdidas y ganancias de la empresa “Ecuador DA Turismo”.



Figura N° 8. Estado de resultado proyectado a 5 años

Nota: Estado de resultado proyectado a 5 años de manera gráfica

4.11.4. Balance General

El Balance de la empresa proyectado a un periodo de 5 años, presenta como la compañía estará estructurada en relación a los activos, pasivos y patrimonio. En otras palabras el balance proyectado presenta una fotografía a futuro de los bienes, apalancamiento y patrimonio que posee la empresa.

Tabla N° 17
Balance General proyectado a 5 años

BALANCE GENERAL PREVISIONAL	2017	2018	2019	2020	2021
ACTIVO NO CORRIENTE	20.316	27.832	35.448	41.864	47.980
Inmovilizado	21.000	29.300	38.300	46.200	54.800
Amortizaciones	684	1.468	2.852	4.336	6.820
ACTIVO CORRIENTE	8.712	15.106	24.432	49.435	80.903
Realizable	4.438	5.326	6.391	7.669	9.203
Disponible	4.273	9.780	18.041	41.765	71.700
TOTAL ACTIVO	29.028	42.938	59.880	91.299	128.883
PATRIMONIO NETO	22.853	36.763	53.705	91.299	128.883
Capital	19.200	27.500	36.500	44.400	53.000
Reservas	3.653	9.263	17.205	46.899	75.883
Pérdidas	0	0	0	0	0
PASIVO	6.175	6.175	6.175	0	0
Deudas entidades de crédito	6.175	6.175	6.175	0	0
TOTAL Pat. NETO y PASIVO	29.028	42.938	59.880	91.299	128.883

Nota: Balance General con proyección a 5 años

Dentro del activo corriente detalla la resta del activo inmovilizado, es decir la inversión en activos inicial más la inversión en activos del año 2017, menos la amortización o depreciación acumulada. El activo corriente es la suma del realizable que es el valor de ventas totales por 30 días de plazo dividido para los 365 días del año más el disponible que es el saldo acumulado al final del flujo de caja. Activo no corriente más activo corriente es el total activo.

El patrimonio es la suma del capital que es el dinero que aportaron los socios de manera inicial junto con el financiamiento requerido para el año 2017, este valor más las reservas suman el total del patrimonio.

El pasivo se crea por los valores a cancelar por el préstamo efectuado, en estos pagos están considerados los intereses. La suma del patrimonio neto más el pasivo debe ser igual al total de los activos de la empresa. A continuación gráfico donde se refleja la igualdad del activo con el pasivo y patrimonio neto con base al balance general de la empresa:

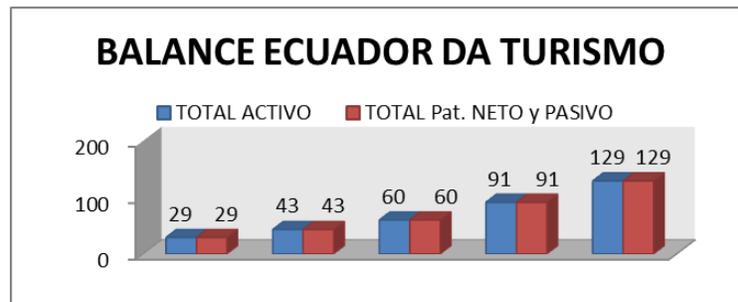


Figura N° 9. Balance general proyectado a 5 años

Nota: Balance general proyectado a 5 años de manera gráfica

4.11.5. Flujo de caja

El flujo de Caja de la empresa ayuda a determinar la sostenibilidad económica de la compañía, pues permite conocer la liquidez, lo cual es vital para la toma de decisiones, en este caso la proyección indica que la sostenibilidad de la compañía es muy buena por cuanto se puede observar un crecimiento constante, para efectuar el siguiente flujo de caja se tomó como referencia la Tabla 14 de gastos anuales, Tabla 15 de ventas, los valores a cancelar por concepto de préstamo y las amortizaciones del equipo informático, maquinaria y mobiliario:

Tabla N° 18
Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
DETALLE DE INGRESOS					
1. INGRESO POR VENTAS	\$ 54.000,00	\$ 64.800,00	\$ 77.760,00	\$ 93.312,00	\$ 111.974,40
TOTAL INGRESOS	\$ 54.000,00	\$ 64.800,00	\$ 77.760,00	\$ 93.312,00	\$ 111.974,40
DETALLE DE EGRESOS					
4. AGUA	\$ 420,00	\$ 424,20	\$ 428,44	\$ 432,73	\$ 437,05
5. ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 720,00	\$ 727,20	\$ 734,47	\$ 741,82	\$ 749,23
6. TELÉFONO E INTERNET	\$ 1.632,00	\$ 1.648,32	\$ 1.664,80	\$ 1.681,45	\$ 1.698,27
7. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 1.200,00	\$ 1.212,00	\$ 1.224,12	\$ 1.236,36	\$ 1.248,72
8. PUBLICIDAD	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 3.600,00
9. DOMINIO	\$ 144,00	\$ 146,88	\$ 149,82	\$ 152,81	\$ 155,87
EGRESOS EN CONSUMO	\$ 11.316,00	\$ 11.358,60	\$ 10.201,65	\$ 10.245,17	\$ 7.889,15
10. SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 360,00	\$ 367,20	\$ 374,54	\$ 382,03	\$ 389,68
11. SUELDOS Y SALARIOS	\$ 28.276,56	\$ 37.112,99	\$ 46.762,36	\$ 49.568,10	\$ 61.299,22
12. PAGO DE IMPUESTOS	\$ 2.915,61	\$ 3.495,88	\$ 4.602,14	\$ 7.908,17	\$ 9.978,09
13. AMORTIZACIONES	\$ 684,00	\$ 784,00	\$ 1.384,00	\$ 1.484,00	\$ 2.484,00
15. PRÉSTAMO	\$ 4.473,53	\$ 4.980,82	\$ 5.545,65	\$ -	\$ -
16. INTERESES	\$ 1.701,00	\$ 1.193,70	\$ 628,88	\$ -	\$ -
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 38.410,70	\$ 47.934,59	\$ 59.297,57	\$ 59.342,31	\$ 74.150,98
SALDO NETO	\$ 4.273,30	\$ 5.506,81	\$ 8.260,77	\$ 23.724,52	\$ 29.934,27
SALDO ACUMULADO	\$ 4.273,30	\$ 9.780,11	\$ 18.040,89	\$ 41.765,41	\$ 71.699,67

Nota: Flujo de caja con proyección a 5 años

Para determinar el flujo de caja se debe efectuar una resta entre lo ingresado versus lo egresado, así se obtendrá el saldo neto del ejercicio, mismo que se vuelve acumulado al sumarse el actual con el anterior.

4.11.6. Punto de Equilibrio

El break evenpoint o también llamado punto de equilibrio, surge a partir de los costos totales, es decir gastos corrientes y de personal, dividido para el precio unitario del servicio, es decir \$ 150, y la cantidad resultante es el número de unidades a venderse para estar en el punto de equilibrio. La empresa “Ecuador DA Turismo” otorga un servicio y

para determinar sus costos se basa en los valores de gastos a emplearse para brindar sus servicios.

Tabla N° 19
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021
COSTOS	39953	48839	57339	60195	69578
PRECIO UNITARIO	150	150	150	150	150
NUMERO DE UNIDADES A VENDER	266	326	382	401	464

UNIDADES A VENDER PARA ESTAR EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO				
AÑO	PRECIO UNIT.	UNIDADES	VENTAS	COSTOS
2017	150	266	39953	39953
2018	150	326	48839	48839
2019	150	382	57339	57339
2020	150	401	60195	60195
2021	150	464	69578	69578

Nota: Detalle de unidades a vender para estar en el punto de equilibrio

En esta tabla indica el número de negocios que debe hacer la empresa de manera anual para obtener su punto de equilibrio, el punto de equilibrio varia de acuerdo a los costos descritos año a año. Como ejemplo en el año 2017, se requiere 266 empresas anuales, es decir 22 empresas mensuales afiliarse a nivel de los 10 cantones. se aspira lograr 360 compañías anualmente, multiplicadas por el precio unitario de \$150, dará un valor \$ 54.000, cantidad suficiente para cubrir gastos y obtener una utilidad.

4.11.7. Valor actual neto VAN y Tasa interna de retorno TIR

VAN mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto y al descontar la inversión inicial, en este caso la inversión es 27000, con lo cual se obtuvo un VAN de 20, 198,30. Lo que demuestra ser un proyecto rentable. Metodo

TIR es la tasa interna que convierte al VAN en cero, indica la rentabilidad y representa la tasa de interés máxima a la que la compañía se puede endeudar para no perder

la inversión, en este caso TIR es 0,30, lo que indica que el valor generará riqueza por encima del valor exigido, cualquier tasa menor al 30 % hasta el 11,35% va a generar rentabilidad, la tasa del 11,34% representa el costo de oportunidad, tomada como referencia del prestamo efectuado. El 30% es la tasa máxima aceptable para la inversión en la empresa ya que estaría igualando a cero la inversión, lo cual no es conveniente pues no existirá ni ganancia ni pérdida.

Para determinar el valor actual y la tasa interna de retorno de este proyecto se utilizó los valores del flujo de caja saldo neto, datos descritos en la siguiente tabla:

Tabla N° 20

Datos para realizar VAN y TIR

FLUJO DE EFECTIVO NETO		DATOS	
A - B		f1=	4.273
AÑO	VALOR	f2=	5.507
	-27.000	f3=	8.261
2017	4.273	f4=	23.725
2018	5.507	f5=	29.934
2019	8.261	n=	5 años
2020	23.725	i=	0,1134
2021	29.934	io=	27.000

Nota: Información utilizada para realizar VAN y TIR años

Se efectuarón las formulas descritas en la siguiente tabla, tomando como referencia para el VAN, la tasa de interes a la cual será efectuado el prestamo, también se detalla el método de prueba y error con base a la TIR obtenida, el objetivo de la TIR es convertir a la VAN en cero:

Tabla N° 21
Formulas de VAN y TIR

FORMULAS VAN Y TIR										
VAN=	$\frac{\text{flujo1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{flujo2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{flujo 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{flujo n}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{flujo n}}{(1+i)^5}$	
	$\frac{4273,30}{(1+0,1134)^1}$	+	$\frac{5506,81}{(1+0,1134)^2}$	+	$\frac{8260,77}{(1+0,1134)^3}$	+	$\frac{23724,52}{(1+0,1134)^4}$	+	$\frac{29934,27}{(1+0,1134)^5}$	- 27000,00
	1,11		1,24		1,38		1,54		1,71	
	3838,07		4442,20		5985,04		15438,05		17494,94	- 27000,00
VAN=	20198,30									
MÉTODO DE PRUEBA Y ERROR										
0=	$\frac{\text{flujo1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{flujo2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{flujo 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{flujo n}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{flujo n}}{(1+i)^5}$	
	$\frac{4273,30}{(1+0,30)^1}$	+	$\frac{5506,81}{(1+0,30)^2}$	+	$\frac{8260,77}{(1+0,30)^3}$	+	$\frac{23724,52}{(1+0,30)^4}$	+	$\frac{29934,27}{(1+0,30)^5}$	- 27000,00
	1,30		1,68		2,17		2,82		3,65	
	3298,41		3280,81		3798,77		8420,93		8201,09	- 27000,00
0=	0,00									

Nota: Ejercicios realizados de VAN y TIR de la empresa “Ecuador DA Turismo”

A continuación se detalla tabla que muestra el valor actual neto elevado a las diferentes tasas, la cual indica que en 5 años el valor actual neto de la inversión inicial será de \$ 20, 198,30 a una tasa de conversión del 11,34 % y la tasa interna de retorno que convertirá a la VAN en cero es del 30%, con estos resultados se confirma la viabilidad del plan de negocios para la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”.

Tabla N° 22
Valor actual neto con diferentes tasas

TASA	VAN
3%	\$36.799,80
7%	\$27.988,90
11,34%	\$20.198,30
15%	\$14.758,64
20%	\$8.636,93
25%	\$3.698,94
30%	\$0,00
31%	\$-1.039,47
33%	\$-2.387,45

Nota: Valor actual neto elevado a diversas tasas empresa “Ecuador DA Turismo”

El gráfico indica el estado del VAN con base a diversas tasas, a una TIR del 30% es la tasa máxima a la que podría comprerse el capital de la empresa para no perder la inversión inicial y a una tasa superior a la del costo de oportunidad, es decir 11,34% hasta el 29% habría rentabilidad.

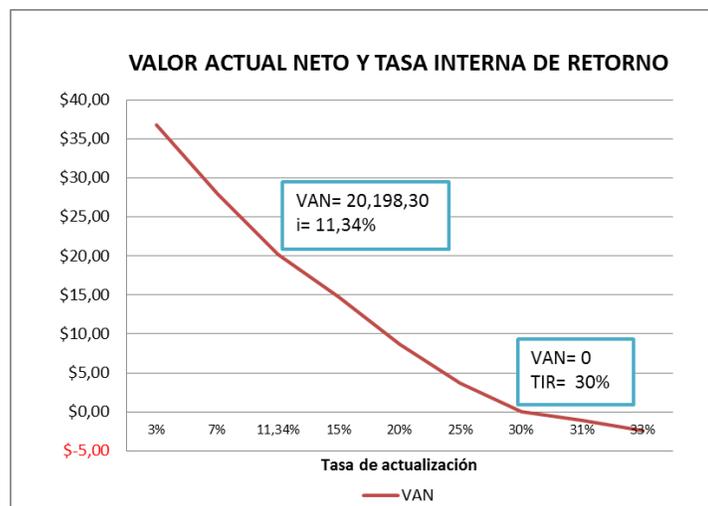


Figura N° 10. Valor actual neto y Tasa interna de retorno

Nota: Gráficos que detallan VAN y TIR

4.11.8. Explicación y supuestos sobre los que se basan las proyecciones

La proyección financiera está realizada con base a un análisis pormenorizado de los equipos y herramientas necesarias para iniciar con los trabajos, se prevé iniciar las actividades con una aportación inicial por parte de los fundadores y socios de la compañía junto a un préstamo, con la finalidad de invertir en publicidad y gastos de la empresa, por cuanto el acceso a las características especiales serán totalmente gratuitas durante los 3 primeros meses de su lanzamiento, para los siguientes años se prevé cotizar en bolsa, y vender acciones para captar capital e invertir en mejoras de equipamiento y demás requerimientos.

Para el año 2019 se aspira comprar una oficina, para realizar tal inversión se prevé ganar el dinero a través de la bolsa mediante futuros accionistas, además en ese año se estima ampliar el servicio a nivel nacional, ya que para ese entonces la empresa estará mejor posicionada y con buena estabilidad económica.

4.11.9. Rendimiento potencial a los inversores, comparado con otras empresas del sector.

Con base a estas proyecciones, se consideró a través de las modificaciones publicitarias un total de 360 contratos anuales respecto a los servicios referentes a la publicidad, obteniendo un valor de \$ 54.000 para el año 2017, de esta cantidad se debe descontar los gastos de personal, gastos generales, impuestos, entre otros, alcanzando un margen de ganancia.

La información referente a empresas internacionales como Foursquare, Trip Advisor, Expedia y las nacionales como Viaja primero Ecuador, Ecuador Travel y Visita Ecuador. No se encuentra disponible en el mercado, por cuanto son valores propios y

concernientes solamente a cada una de estas entidades, sin embargo se puede recalcar que aunque existe similitud con estas compañías, “Ecuador DA Turismo” se enfoca en impulsar el turismo de una manera diferente, no hay empresa alguna en el país que brinde información pormenorizada de los lugares para efectuar turismo, esto de acuerdo a lo indicado en la entrevista a la Ing. Fanny Condo funcionaria del Ministerio de Turismo. Con base a esta diferencia y gracias al enfoque que se le está dando a este sector, se visualizan las posibilidades de sobresalir a nivel de empresa.

Conclusiones

Como parte de este trabajo de titulación, se detallan a continuación una serie de conclusiones en respuesta a la pregunta de investigación planteada:

- Como contribución al desarrollo turístico de la provincia del Guayas, se determina la creación de una plataforma web de turismo, la cual unificará la información de sitios turísticos de los cantones de la provincia del Guayas con la alternativa de postear o subir fotos por el propio usuario.
- Mediante la creación de la empresa “Ecuador DA Turismo”, la cual administrará la plataforma web www.ecuadordaturismo.com, se dará mayor facilidad, calidad y acceso a la información de los lugares para visitar por los turistas en general, además de apoyar el impulso del turismo, se generarán mayores fuentes de ingresos y empleos para la provincia del Guayas.
- La empresa “Ecuador DA Turismo” no solo desea potenciar el turismo en las cabeceras cantonales de la provincia, sino unificar una amplia comunidad de turistas nacionales y extranjeros e influir y colaborar a la exploración de los lugares atractivos de su interés.
- Con base a información del Ministerio de Turismo, estados financieros y al notar que no existe empresa alguna en el país que se dedique a efectuar la actividad de impulsar el turismo en la manera en la que “Ecuador DA Turismo” planea ejecutar, se concluye lo conveniente, viable y beneficioso que sería para el país la creación de esta empresa.

Recomendaciones

Para finalizar este trabajo de titulación, se indican las recomendaciones respectivas:

- De acuerdo a investigaciones y con base a la entrevista realizada, no todos los cantones de la provincia del Guayas tienen desarrollo a nivel de turismo, es decir infraestructura y medios de acceso, esto depende en gran medida de los GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados), muchos GAD están envueltos en el tema del turismo, pero también están los que no le dan la debida importancia, los alcaldes de turno, autoridades y concejales deberían tener una mejor visión respecto al turismo, esto puede lograrse a través de la impartición de charlas, sería recomendable que el Ministerio de Turismo brinde capacitaciones a los GAD.
- Para la puesta en marcha de “Ecuador DA Turismo” sería un excelente aporte el contar con el apoyo de entidades gubernamentales tales como el Ministerio del Turismo y Gobiernos Autónomos Descentralizados, colaborando o facilitando información e imágenes de los lugares turísticos que posean en su base de datos, el apoyo de estos entes agilizaría la labor de la recopilación de la información para la plataforma web, además de la aceptación y credibilidad ante la sociedad.
- El Ministerio de Turismo es el ente encargado de fomentar el turismo y como tal debe promover e incitar a la creación de proyectos relacionados con el impulso de esta área, para la implementación de “Ecuador DA Turismo”, sería recomendable recibir capacitaciones respecto a todo lo que conlleva y encierra el turismo en el Guayas, la transferencia de conocimientos permitirá a la empresa desarrollar e implementar un excelente trabajo.

Bibliografía

- Alvarado, V. (7 de Marzo de 2015). Gobierno busca que el turismo en Ecuador sea el tercer rubro de ingresos. *El comercio*, pág. 12.
- Andes. (19 de septiembre de 2013). Ecuador se Fortalece con Inversiones en el Sector Turístico. *Andes*, pág. 1.
- Anova, G. (2016). *Anova consulting technology innovation*. Obtenido de <http://www.anovagroup.es/ciceron-e.html>
- Bonilla Segura, Y. (2013). *E- learning Marketing*. Obtenido de <http://e-learningmarketing.blogspot.com/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>
- Condo Tamayo, F. (10 de Junio de 2016). Especialista en el desarrollo de Producto y capacitaciones. (V. Daniela, & M. Angel, Entrevistadores)
- Condo, F. (10 de Junio de 2016). Funcionaria Ministerio de Turismo. (A. Mora, & D. Vera, Entrevistadores)
- Definición online, A. (s.f.). *Definición ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/guia.php>
- Ecuador, D. E. (28 de enero de 2011). Guayas con 3,5 millones, es la provincia con más habitantes en el Ecuador. *Guayas con 3,5 millones de habitantes en el Ecuador*, págs. 1-2.
- El Comercio, D. (7 de Marzo de 2015). Gobierno busca mejorar la industria turística de la mano de fuertes inversiones. *Diario El Comercio*.
- Gary Armstrong, y. P. (2012). *Decimocuarta edición*. Mexico: Pearson Education.
- Guayas, P. M. (2007). Cifras del Turismo en Guayas. *Turismo en Guayas*, págs. 2-7.
- Guayas, P. M. (2007). Turismo en la Provincia del Guayas. *Plan Maestro de la Provincia del Guayas*, págs. 5-8.
- Hunziker, W. (1942). *Esquema de la Enseñanza General de Turismo*. Berna: Instituto de Investigación de Berna de Turismo.
- INEC. (2010). Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/banco-de-informacion/>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Ecuador.

- INEC. (2013-2014). *Dirección de Migración - entradas y salidas internacionales* . Ecuador.
- INEC. (2015). *Actividad Turística en el Ecuador* . Guayaquil.
- Jagmohan Raju, y. J. (2010). Fijando precios para ganar competitividad. En y. J. Jagmohan Raju.
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Education.
- Mriquelm. (s.f.). Español: Modelo Teórico de la Cinco Fuerzas de Michael Porter. En M. E. Pórtner, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing industries and Competitors*.
- Murillo Carbajal. (2013). *Análisis de Mercados digitales*.
- Organización Mundial de Turismo, O. (1994). *Turismo*.
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. trillas mexico.
- Perez Porto, J. (2012). *Guía Virtual* . Buenos Aires.
- Porter, M. (1985). *The Competitive Advantage of Nations*. Estados Unidos: The Free Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing industries and Competitors* . New York: Free Pr; Edición: FREE PRESS.
- Porter, M. (s.f.). *Luis Arimany cadena de Valor*. Obtenido de Luis Arimany cadena de Valor: <http://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Telegrafo, D. E. (12 de Junio de 2016). Precio del petróleo. *Precio del petróleo*.
- Turismo, M. (s.f.). *PLANDETUR 2020 - Plan estrategico de desarrollo sostenible para Ecuador* .
- Turismo, M. d. (2014). *Ley de Turismo*.
- Turismo, M. d. (2014). *PIMTE 2014 - Plan Integral de Marketing Turistico del Ecuador*.
- Turismo, M. d. (2015). *Ecuador es el país más mega diverso del mundo*. Guayaquil: Ministerio de Turismo.
- Turismo, M. d. (2015). *Principales indicadores de Turismo*.
- Turismo, M. d. (2015). *Principales Mercados Turisticos al Ecuador*. Ecuador.

Apéndices

Apéndice 1 Entrevista

Entrevista a Fanny Condo Tamayo - Funcionaria del Ministerio de Turismo

En la ciudad de Guayaquil el 12 de mayo de 2016, se solicitó mediante oficio una entrevista al Coordinador general zonal #5 del Ministerio de turismo – Ing. Luis Felipe Álava. Para mayor respaldo mediante oficio de la Universidad de Guayaquil de fecha 19 de mayo se explicó el motivo de este requerimiento. Finalmente la entrevista fue concedida por parte de la Ing. Fanny Condo Tamayo - Especialista en el desarrollo de producto y capacitaciones, el día viernes 10 de junio de 2016. Las preguntas con sus respuestas respectivas están detalladas a continuación:

1. ¿Qué opina del Turismo en el Ecuador?

Respuesta: Precisamente si no creyéramos en el turismo no estaríamos trabajando en el Ministerio de Turismo. El turismo en el Ecuador creemos que tiene mucho potencial para sacar adelante al país, por eso le ponemos tanto énfasis y lo apoyamos tanto, el turismo tiene potencial.

2. ¿Cree usted que el país está capacitado para promocionarse como potencia turística?

Respuesta: Por supuesto, el país tiene mucho para ofrecer hay distintas calidades, diferentes productos, cada producto tiene una calidad diferente, cada región, cada zona tiene diferentes potencialidades, pero también tiene diferentes niveles de calidad, hay zonas que se pueden potenciar más, pero están en crudo es como un brillante en bruto y se debe trabajar en ellos, hay otras que ya están vendidas y sobrevendidas de hecho.

3. ¿Qué opina usted de la Declaración del Ministro de Turismo Fernando Alvarado en el Marco de la ITB Berlín, en donde indico que el “Ecuador tiene todo para ser una potencia turística”?

Respuesta: Tiene toda la razón, porque creemos en eso es que estamos trabajando en este tema, de hecho los visitantes que no conocían el Ecuador se han entusiasmado por la campaña de potencia turística, han descubierto un Ecuador desconocido, muchos de nosotros aun no lo conocemos.

4. ¿Cree usted que el turismo puede llegar a ser una de las principales fuentes de ingreso del país?

Respuesta: Ya es una de las principales fuentes de ingreso, ocupa el tercer puesto entre las no petroleras, creemos que si el petróleo sigue bajando va adquirir una mayor importancia, aún más.

5. ¿El turismo en el país se da mayormente por el turista nacional o por el turista extranjero?

Respuesta: La mayor parte de los países radican su visita en el turista nacional, el turista se mueve siempre que cuente con buenas carreteras, seguridad, etc. El turista nacional usa y disfruta sus propios recursos turísticos, lo cual es beneficioso porque significa que el dinero se queda aquí mismo. El turista extranjero necesitamos potenciarlo para que continúe llegando.

6. ¿Qué herramientas o medios de comunicación utiliza el Ministerio de Turismo para atraer a los turistas?

Respuesta: Las campañas nacionales y las internacionales, la internacional es “All you need Ecuador”, la cual se está retomando y llevamos un par de años en eso, para el público nacional se utiliza “Ecuador potencia turística”, también se usa mercadear directamente con los operadores turísticos que ofrecen paquetes especialmente diseñados para el turista nacional a precio del bolsillo ecuatoriano a través del programa “Viaja primero Ecuador”.

7. ¿Cree usted que nuestra gente conoce en su totalidad los maravillosos lugares que posee el país?

Respuesta: La provincia del Guayas falta ser descubierta por los mismos guayaquileños y Guayasenses, tenemos 25 cantones, los cantones tienen sitios recónditos que no han sido descubiertos, de hecho con las excelentes carreteras que tenemos esto se nos ha facilitado, todavía hay mucho para recorrer y mucho para conocer, No todos los lugares son turísticos, hay sitios preciosos, cascadas, pero sino tienen las facilidades turísticas no las podemos considerar, hay sitios que deben ser conservados tal como están, deben ser preservados, respetarlos y mantenerlos a buen recaudo, la mayoría de la gente le hace falta conocer Guayas.

8. ¿Cuál es la función principal del Ministerio de Turismo zonal #5?

Respuesta: Posee varias funciones, una es la regulación y control, es decir nosotros colocamos los marcos normativos bajo los cuales se desarrollan las actividades turísticas, esto es para garantizar la calidad de los servicios, luego están otras funciones como desarrollar, planificar el macro del turismo por supuesto promocionarlo a nivel nacional e internacional, nosotros no promocionamos empresas privadas con nombre y apellido sino a los destinos.

9. ¿Cuál es el estado actual del Turismo en la provincia del Guayas?

Respuesta: Se ha desarrollado bastante durante los últimos años, pero todavía le falta muchísimo por desarrollarse, aún nos falta calidad, invertir más desde la parte privada en los establecimientos turísticos sobre todo alimentos y bebidas e invertir más en el recurso humano que brinda los servicios turísticos, debemos terminar de comprender que se necesita estar preparados para brindar este servicio y dar un servicio de manera empírica resta calidad al producto y esa calidad es lo que merma el atractivo turístico, deja de ser una ciudad atractiva en el momento que un turista viene y no recibe el servicio que estaba esperando recibir.

10. ¿Qué opina usted del turismo en el Guayas durante los últimos 5 años?

Respuesta: Avanzado bastante, la Prefectura del Guayas apoyado mucho al desarrollo del turismo en los últimos años, los GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) no todos, muchos GAD se han metido mucho en el tema del turismo, hoy en día tenemos mucho más que ofrecer que hace 5 años, pero todavía falta bastante.

11. ¿Cómo ve al turismo en la provincia del Guayas dentro de 10 años?

Respuesta: Espero que esa calidad en los próximos 10 años se haya desarrollado, hay muchos más profesionales hoy en el medio, hay muchos profesionales que están lanzando sus propios emprendimientos turísticos, estas empresas tendrán una mayor calidad y esperamos que esto permita a Guayas desarrollarse mucho más, también falta enamorar a muchos alcaldes en tema turísticos.

12. ¿Qué le parece la infraestructura turística de nuestra provincia?

Respuesta: Definitivamente hay mucha más infraestructura que hace 5 años, todavía nos falta más, todo depende mucho del GAD y del alcalde que está en el GAD, las autoridades, concejales, etc. De los Gobiernos Autónomos Descentralizados, si ellos tienen la visión del turismo entienden la importancia de invertir en turismo, el que no tiene la visión probablemente sea un cantón que no se desarrolle en la parte turística, hay unos que tienen infraestructura pensada para el turismo ejemplo Guayaquil, Samborondón, tenemos algunos cantones que tuvieron un arranque y frenaron ejemplo Durán habían unos planes maravillosos y no sabemos qué ha pasado hay otros como el cantón Nobol se les ocurrió la maravillosa idea de invertir en la parte de la orilla del río a lado del Santuario de la Narcisita y es un lugar precioso para el turista.

13. ¿Cree usted que existe actualmente información clara y detallada de cada uno de los lugares existente en la provincia del Guayas para realizar turismo?

Respuesta: No en un lugar que sea amigable con la persona que no conoce la provincia, que no conoce geográficamente el espacio turístico, tenemos información en guías, folletos, pero está pensado en la persona que conoce previamente y sabe que es lo que quiere buscar, no hay lugar o plataforma que reúna en un solo sitio de una manera especialmente explicada de hacia dónde dirigirnos y que hay en cada sitio.

14. ¿Cómo piensa usted que se puede mejorar el turismo en la provincia del Guayas?

Respuesta: Mejorando la calidad de los servicios turísticos existentes se avanza bastante y por supuesto con los profesionales en turismo que emprendan en turismo

y pongan su propio negocio, necesitamos servicios de calidad quien mejor que los profesionales en turismo que conocen del tema.

15. ¿Estima conveniente el lanzamiento de una plataforma web que detalle paso a paso los lugares y la clase de turismo a efectuar dentro de la provincia del Guayas?

Respuesta: Por supuesto, todos estos tipos de plataforma web son lo que hoy en día utiliza el turista para poder conocer un destino antes de ir a él, todo se maneja a través de la red.

16. Durante los últimos años el Ministerio de Turismo ha recibido un fuerte apoyo y gran presupuesto por parte del Gobierno, ¿Cree usted que la elección de un nuevo gobierno podría afectar el desarrollo del sector turístico?

Respuesta: Definitivamente va afectar el sector, positivamente o negativamente no lo podemos saber, tenemos que ver cuál es la visión del nuevo mandatario y de las nuevas autoridades que se pongan a la cabeza del Ministerio de Turismo, siempre va haber un cambio porque cambia la visión.

17. ¿Cuánto considera que un turista gasta en promedio en día de viaje, refiriéndonos al turista nacional y extranjero?

Respuesta: Según datos del 2010, se hizo un estudio muy desglosado del segmento aéreo, es decir aquellos que llegaron por los aeropuertos, el gasto promedio es de \$1,213 para una estadía promedio de 20 noches

18. ¿Qué nacionalidad tienen los turistas extranjeros que a menudo visitan nuestro país?

Respuesta: En su mayor parte son de Estados Unidos, Colombia, Perú y de Europa en general siendo encabezados por España, luego Inglaterra, Francia, Alemania.

19. ¿Cuáles son los medios de información más frecuentes a los que acceden los turistas, al momento de visitar un lugar desconocido?

Respuesta: Hoy en día el Internet, las páginas web, las redes sociales, los blogs son los sitios a los que ellos recurren para obtener información.

Como parte del trabajo se adjuntan las siguientes fotos:



Figura N° 11. Ing. Fanny Condo Tamayo

Nota: Ing. Fanny Condo Tamayo durante la entrevista de fecha 10 de Junio del 2016



Figura N° 12. Ing. Fanny Condo Tamayo – Daniela Vera Vinueza

Nota: Durante la entrevista a la funcionaria del Ministerio de Turismo



Figura N° 13. Angel Mora Parrales

Nota: Angel Mora Parrales durante la entrevista, 10 de Junio del 2016



Figura N° 14. Daniela Vera Vinueza

Nota: Daniela Vera Vinueza efectuando la entrevista, 10 de Junio del 2016

Apéndice 2 Página web de la empresa “Ecuador DA Turismo”

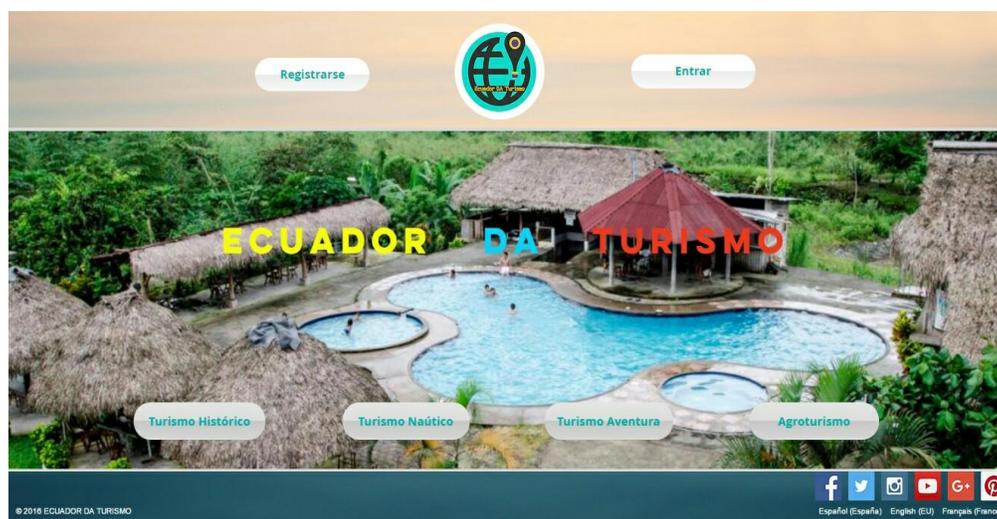


Figura N° 15. Página de Inicio “Ecuador DA Turismo”

Nota: Página principal de la empresa “Ecuador DA Turismo”



Figura N° 16. Página de Inicio “Ecuador DA Turismo”

Nota: Página secundaria de la empresa “Ecuador DA Turismo”



The image shows a web registration form for "Ecuador DA Turismo". At the top is a logo featuring a globe with a location pin and the text "Ecuador DA Turismo". Below the logo is the text "ECUADOR DA TURISMO" in a colorful font. There is a blue button with a Facebook icon and the text "Iniciar sesión con Facebook". Below this is a small circle icon. The form contains four input fields: "Correo electrónico", "Nombre completo", "Nombre de usuario", and "Contraseña". A blue button labeled "Regístrate" is positioned below the fields. At the bottom, there is a small disclaimer: "Al registrarte, aceptas nuestras Condiciones y nuestra Política de privacidad."

Figura N° 17. Página de registro “Ecuador DA Turismo”

Nota: Diseño de futura página para registrarse en “Ecuador DA Turismo”

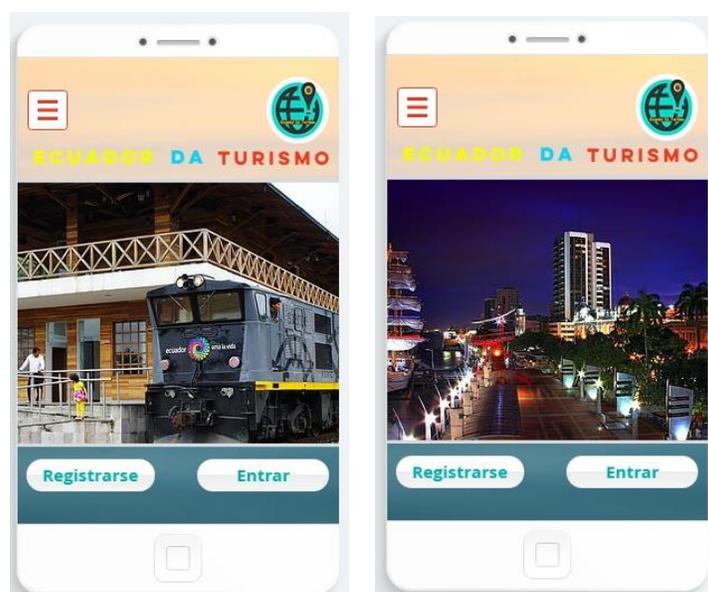


Figura N° 18. Versión móvil de “Ecuador DA Turismo”

Nota: Diseño de versión móvil de “Ecuador DA Turismo”