



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

TRABAJO INTEGRADOR DE CONTENIDO
CAPITULO I: PLAN DE NEGOCIOS
OPERADORA TURÍSTICA

COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTOR:
DE LA O PARRALES BRYAN STEEVEN

PROFESOR GUÍA:
ING. LINZÁN RODRÍGUEZ JESSICA SORAYA MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR
ENERO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “Plan De Negocios Operadora Turística” elaborado por el Sr. De la O Parrales Bryan Steeven, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jessica Soraya Linzán Rodríguez', written over a horizontal line.

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado Plan De Negocios Operadora Turística” PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por el Sr. De la O Parrales Bryan Steeven, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



De la O Parrales Bryan Steeven

C.I. 0921988317

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Alma máter que me permitió formar mis conocimientos dentro de sus instalaciones y poder obtener mi titulación de tercer nivel

A mis maestros de cátedra por el tiempo invertido en nosotros al impartir sus conocimientos, experiencias, en cada clase, además de las anécdotas y consejos que ofrecían para mejorar nuestras expectativas de la carrera a futuro.

A mi profesor guía agradecerle por la paciencia y cordialidad con la que aclaraba mis dudas e interrogantes durante el proceso de creación de este escrito.

A mis padres, a mis hermanos y mis amistades sinceras, ellos fueron y son los que me han apoyado en este trayecto de mi vida y sé que seguirán apoyándome en todas las metas que me proponga y este sentimiento es recíproco.

BRYAN STEEVEN DE LA O PARRALES

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por haberme prestado vida hasta este punto, a mis padres y hermanos, por haberme apoyado en cada situación de mi existencia hasta ahora, a mis amigos sinceros por haberme acompañado en este trayecto de mi vida.

Sonara irónico pero también se lo dedico a las personas negativas que he encontrado en el camino, los que siempre me decían que Bryan no llegaría tan lejos y hoy estoy cada vez más cerca de mis metas, se lo dedico también a quien este leyendo este documento, no te rindas no importa que tengas el mundo encima, yo también las tuve negras pero no me rendí.

BRYAN STEEVEN DE LA O PARRALES

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE GESTIÓN Y
DESARROLLO TURÍSTICO**



.....
Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez, MSc.
DOCENTE GUÍA



.....
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR



.....
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc
DOCENTE ESPECIALISTA

Índice

Índice	7
Resumen	8
Introducción.....	9
Desarrollo	10
Plan de Negocios.....	10
Importancia del plan de negocios.....	11
Necesidades de los clientes	11
Ventas del producto.	12
Métodos para generar ideas de negocios.....	12
Paso 1 generación de ideas.....	13
Paso 2) identificación de la mejor idea de negocio.....	13
Paso 3) Análisis FODA aplicado a la mejor idea de negocios.....	14
Paso 4) Contraste entre la idea de negocios identificada y la necesidad real de los posibles clientes- sondeo de mercado	15
Conclusiones.....	15
Recomendaciones	16
Bibliografía.....	17

PLAN DE NEGOCIOS

OPERADORA TURÍSTICA

Resumen

El plan de negocios dentro es una base para generar una buena planificación de un futuro emprendimiento, en este estudio de caso, se tomara en cuenta una operadora turística, a su vez se analizó los parámetros del inicio de un plan de negocios, como lo son su importancia, las necesidades del cliente, y las ventas del producto o servicio además destaca el método para generar una idea de negocios mismo que consta de cuatro fases.

Todo lo redactado posee una base bibliográfica, y un análisis detallado de cada parte de la primera fase de un plan de negocios, no obstante, datos bibliográficos de que el plan haya sido aplicado a una operadora turística son muy escasos, por ende este documento aporta a esclarecer si en un supuesto caso se aplicase el plan cual será el resultado final.

Palabras Claves

Emprendimiento, Planeación, Guía, Empresa, Organización, Operadora Turística.

Abstract

The business plan within is a basis to generate a good planning of a future venture, in this case study, a tour operator will be taken into account, in turn, the parameters of the beginning of a business plan were analyzed, such as Its importance, the needs of the client, and the sales of the product or service also highlights the method to generate a business idea, which consists of four phases.

Everything written has a bibliographic base, and a detailed analysis of each part of the first phase of a business plan, however, bibliographic data that the plan has been applied to a tour operator are very scarce, therefore this document provides to clarify if in a supposed case the plan is applied, what will be the final result.

Keywords

Entrepreneurship, Planning, Guide, Company, Organization, Tour Operator.

Introducción

El Plan de negocios en la gran mayoría de los casos donde se desea generar una idea para la creación de un negocio de manera empírica, no son utilizados, este documento es ignorado por los emprendedores, tal vez esto último por el desconocimiento de su existencia y más aun de los beneficios que este otorga la empresa en surgimiento, al implementarlo.

Cabe destacar que si existen negocios que han prosperado sin el uso de esta herramienta de planeación, sin embargo les tomo una gran cantidad recursos, como tiempo y rubros, el llegar al nivel que están, al utilizar un plan de negocios, estos costos serán menores, a la vez que genera un panorama real de todos los pro y contras de la idea de negocio.

Análisis de mercado, Necesidades de los clientes, ventas de productos, son algunas de las directrices de investigación y debate que ofrece el uso del plan, en esta redacción se plasma cada uno de estos temas para un correcto uso, principalmente de que es en sí un plan de negocios, porque es importante su uso y desenvolvimiento del plan de negocios como un medio de dirección y planeamiento para tener una correcta decisión de negocio. Añadido a esto para un mejor entendimiento de los temas expuestos se ejemplificara con la selección de idea de negocio de una empresa turística, este caso una operadora turística.

PALABRAS CLAVES

Emprendimiento, Planeación, Guía, Empresa, Organización, Operadora Turística

Desarrollo

Plan de Negocios

Basándonos en lo que menciona, *Marketing Publishing* (1994) podemos decir que el plan de negocios no es otra cosa que un escrito de naturaleza formal, mismo que posee una directriz o proceso lógico, basado en la planificación y planeación, que debe ser coherente y realista, y que servirá de guía a las acciones a ejecutar por parte del propietario en conjunto con sus subordinados, sean estas de manera inmediata o en un futuro no muy distante, donde se aspira obtener resultados positivos, bien sean estos para desarrollo interno o externo del establecimiento, utilizando los recursos existentes dentro de la organización, de manera consiente y prudente, además de lo ya mencionado, el plan de negocios esta direccionado principalmente a la creación de una nueva empresa, basado en un estudio previo del nivel de experiencia del propietario en ámbitos de liderazgo y planificación, un análisis FODA de la propuesta de negocio, así como una investigación la futura competencia en el mercado inmediato, tomando en referencia la actividad comercial a generar.

A todo esto se le puede añadir que el plan de negocios es un documento de carácter obligatorio para todos los miembros de la empresa, ningún elemento del personal está exento de integrarse a las actividades establecidas en el mismo, sean está en su planeación, transmisión, interpretación, modificación y sobre todo en ejecución, en otras palabras este documento es una medida de control general en las acciones y actividades de la organización y de sus integrantes para alcanzar los objetivos de la empresa en fase de inicio.

Cabe destacar también que el plan de negocios, es reconocido o llamado como plan económico/financiero por distintos autores, pero que todos ellos a la vez, recalcan que el plan es un documento escrito con naturaleza de obligatoriedad para todos los conformantes de la institución comercial, basado en una previa investigación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de establecerse en un determinado entorno o ubicación , así como un estudio de sus posibles competidores y necesidades de los consumidores, demanda del mercado, para con esto generar una planificación y directriz que beneficiara a la empresa en surgimiento en temas como; una acertada toma de decisiones, una planificación correcta de las actividades, una comunicación eficaz

entre los integrantes de la organización, un manejo óptimo de los recursos existentes, con el único fin de alcanzar los objetivos o metas de la institución en crecimiento. Esto último tomado como referencia a lo expuesto por *Balanko-Dickson* (2008)

Importancia del plan de negocios

Tomando como base lo explicado por *Pedraza* (2014) el plan negocio al ser esta una estrategia de planificación, es de suma importancia que cualquier empresario o emprendedor que desease fundar una institución con fines de lucro, la ponga en práctica, para facilitar el proceso de toma de decisiones en cuanto a la creación de la organización.

A su vez la investigación previa a la creación del plan de negocios expone, si el futuro emprendimiento, tendrá rentabilidad, acogida por parte de los consumidores y un análisis de los establecimientos con productos/servicios similares, amplio de los puntos fuertes que tendría el negocio, las oportunidades de escoger

De ser acertada la propuesta de negocio, el uso del plan, hará de guía para un correcto manejo de recursos, como la correcta organización y distribución del personal, el financiamiento para los implementos, una ejemplificación, sería la creación de una operadora turística, para lo cual se debe tener el plan de negocios muy presente, primordial mente por el estudio previo del entorno.

Necesidades de los clientes

Dentro del plan de negocios, un punto fundamental para que la idea de negocio estese bien direccionada y que los objetivos e puedan cumplir a cabalidad es que conozcamos las necesidades de los futuros clientes, como piensan, sienten y valga la redundancia que necesitan, pero antes de aquello debe centrarse en que es una necesidad, bueno según lo que interpretamos de *Vargas*(2013) es que una necesidad es la falta o escases de un elemento que se percibe como vital para el desarrollo y subsistencia del ser humano, además que se las puede clasificar en: Física, aquella que es relacionada directamente con necesidades primitivas, como la alimentación; Mental en esta recae la motivación a buscar conocimiento, un claro ejemplo es la educación en todos sus niveles; Emocional, como se indica está estrechamente ligado a las emociones, un ejemplo es cuando una joven va a adquirir un abrigo de su banda favorita; Social, el ser humano es un ser sociable por ende busca solventar esa necesidad de reconocimiento

La solvencia a estas necesidades mediante el uso de un bien o servicio, es la actividad que generan los negocios, ,no sin antes haberse decidido a solventar una sola necesidad como base, posterior a ello se puede generar una solvencia a otras necesidades, sin

Siguiendo con el ejemplo de la Operadora turística, las necesidades a tomar como prioridad serian, Social, Emocional, Mental

Ventas del producto.

Entendida cual es la necesidad que vamos a solventarle a los consumidores del mercado inmediato, se debe generar un bien/servicio que lo haga, añadido a esto también se necesita identificar la cantidad del producto o servicio a ofertar, el costo del mismo. Con esto poder tener una proyección de las ventas y a si plantear de manera correcta un plan financiero.

Al llevar acabo todo lo antes mencionado, obtendremos cualquiera de estos tres resultados:

1 Confirmamos la proyección, con esto aseguramos que el producto o servicio será rentable y podremos invertir en el negocio.; 2 verificamos cuales son los supuestos erróneos y que afectaran gravemente a la organización de ser ejecutados.; 3 mientras se lleva a cabo la investigación, es idóneo mantenerse atento a captar más información e ideas, para cuando se detecte una oportunidad de usarlas en beneficio de la empresa y del plan de negocio. Cualquiera de estos tres resultados hará que toda la operación de investigación y análisis de ventas, valga la pena el esfuerzo. *Balanko (2008)*

Las ventas dentro del plan son una proyección de las mismas dado que la empresa recién inicia sus actividades o aun es una idea de negocio.

Métodos para generar ideas de negocios

Las ideas de negocios están direccionadas a resolver los problemas de los consumidores en el ámbito de salud, educación, etc. Mediante la creación de nuevos productos o servicios o en su defecto modificar uno ya existente usando las nuevas tecnologías Existen varios métodos para obtener varias ideas de negocios pero a continuación se dará unos pasos para escoger la mejor opción, donde iniciaremos por una simple lluvia de idea hasta llegar a seleccionar la más idónea y así ponerlas en práctica,

Paso 1 generación de ideas

Este paso es la base para una óptima selección de la idea de negocio, existen varios métodos para generar ideas uno de ellos es La lluvia de ideas, esta técnica permite que cada participante, en este caso el o los emprendedores, aporten de manera espontánea y sin temor a críticas a dar sus opciones, sin importar lo insólita o extraña que suene la idea, ninguna opinión o sugerencia es negativa, por lo contrario se recopilan todas y cada una de las ideas, para luego proceder a un análisis de estas.

La sintética es otra técnica, que también usa la imaginación y creatividad al generar ideas para un negocio, la diferencia notoria entre esta y la lluvia de ideas se da en que la sintética ya posee un tema de creación.

Por otro lado la técnica Scamper, consiste en preguntarse qué es lo que se puede sustituir, combinar, adaptar, modificar, poner para otros usos, eliminar o reordenar, cuando se trata de mejorar un producto o resolver un problema. Su objetivo es analizar si se pueden sustituir cosas, lugares, tiempos, procedimientos, materiales o personas. En qué medida se pueden combinar temas, ideas, conceptos o emociones. Cómo se pueden adaptar ideas de otros contextos, tiempos y personas. Cómo modificar, añadir ideas o transformar alguna característica.

Delphi se basa en reunir un grupo de expertos de un área en específica para que puedan predecir eventos o escenarios al generar las ideas de negocio

Para un ejemplo: un empresario, en conjunto de 9 colaboradores desean construir un negocio turístico dentro de la provincia de santa Elena, la lluvia de ideas dio estos resultados: Hotel, Restaurante, Agencia de viaje, Operador turístico.

Paso 2) identificación de la mejor idea de negocio

Teniendo ya las ideas de negocio, es hora de depurar las que serían obsoletas o no rentables, para lo cual debemos verificar si las ideas dan resultado positivo a estas tres directrices:

Desembolso del proyecto: una proyección de la etapa de construcción y funcionamiento del negocio, donde se llevaran a cabo pagos correspondientes a costos, gastos e inversiones, en otras palabras la rentabilidad de construir e invertir en la empresa.

Beneficios del proyecto: el propósito de todo emprendedor cuando desea llevar a cabo un proyecto de negocio, es generar valores, no obstante también se debe estimar también los beneficios cualitativos de la empresa mismos que no son medibles en cifras si no en satisfacción, estos podrían ser, el bienestar, la imagen, el prestigio, la comodidad, la seguridad que sientan tanto los consumidores como el personal

Periodo de tiempo: cuando se inicia un emprendimiento, es necesario establecer en qué lapso de tiempo se evaluara su rentabilidad, nivel de satisfacción, los tiempos más idóneos son a largo plazo, dado que se obtendrán más datos y variables.

Las ideas de negocios que tengan todos estos factores, son las que podemos escoger para iniciar el emprendimiento, además a esto se debe tomar en cuenta la ubicación del futuro negocio para aceptar de forma unánime la propuesta más rentable, y ponerla en ejecución.

Continuando con la ejemplificación, el empresario no posee tanto capital para invertir en una mega construcción, además que no conoce algún miembro que sea diestro en gastronomía y él y sus subordinados se sienten más a gusto interactuando con las personas, por ende la idea de negocios más idónea sería un Operadora turística.

Paso 3) Análisis FODA aplicado a la mejor idea de negocios

Un análisis Foda o Dafo se basa en cuatro aspectos, dos que van a estar a nuestro favor y Fortalezas, Oportunidades, y dos que representan los obstáculos que pueden suscitarse dentro de la empresa, Debilidades y Amenazas

Fortalezas: son aquellos factores o características que posee la idea de negocio y que son controlados por los miembros de la empresa; Ejemplo: para la operadora turística, una fortaleza es que todo el personal tiene un gran desenvolvimiento escénico y un léxico fluido al momento de tratar con las pax.

Oportunidades: son los factores externos no controlados de la empresa, con la ubicación, competencia, vías de acceso etc. Ejemplo: la oportunidad que tiene la operadora es su ubicación, dentro de la provincia de santa Elena, son escasas las operadoras y a su vez los recursos que esta posee están a favor de esta idea de negocio.

Debilidades: se basa en todos los puntos débiles o factores negativos que se posee dentro de la organización, ejemplo, a pesar del léxico y fluidez de palabras, dentro de la organización la comunicación es muy precaria

Amenazas: son todos esos factores que pueden amedrentar a la empresa pero que nosotros no somos capaces de modificarlo o alterarlo, Ejemplo para la operadora turística una amenaza es el cambio climático, al ser la provincia mayormente una península, es propensa a sufrir un tsunami o algún desastre natural.

Al finalizar este análisis lo que se procede a continuación es darle prioridad a los resultados de las debilidades y amenazas para generar opciones que las mitiguen.

Paso 4) Contraste entre la idea de negocios identificada y la necesidad real de los posibles clientes- sondeo de mercado

Para el plan de negocio lo básico es tener una visión futura, donde se debe verificar si la idea de emprendimiento cumple con las expectativas del mercado y más aún si se cubren las necesidades de los clientes, dado que de ser negativo, la empresa no prosperará con se pretende.

Añadido a esto se debe re iniciar o modificar el plan para compensar las necesidades de los consumidores, haciéndonos las siguientes preguntas, ¿Qué necesidad voy a cubrir?, ¿mi idea de negocio es la más óptima para dicho mercado?

Si tomamos una vez más el ejemplo de la creación de una operadora turística en la provincia de santa Elena, iniciamos con el factor de que dentro de esta provincia cuantificada existen alrededor de seis operadoras, por ende tenemos competencia y a su vez nos indica que si existe una demanda para el negocio, ahora bien cabe destacar que las operadoras turísticas, son un intermediario entre los turistas y los destinos y servicios a visitar, por ende se debe buscar los mejores servicios para ofertarlos.

Conclusiones

El plan de negocios es un documento fundamental para todo aquel que desee o tenga una idea de emprendimiento y que vaya a ponerla en función, dado que lo guiara de manera correcta en la toma de decisiones y adjunta una investigación previa del entorno y la idea misma

Toda la investigación previa a la creación del plan de negocios es muy importante porque implica hacer un análisis a factores que en un futuro serán nuestro entorno inmediato, como el mercado la oferta y demanda existente y la competencia

La decisión por una idea de negocio no se debe hacer al azar, se debe conllevar un método como la lluvia de ideas y posterior a eso necesario analizarla y meditarla para hacer una selección además de hacerse proyecciones de la misma para verificar su rentabilidad y estabilidad dentro del mercado y si cubrirá con las expectativas de los consumidores

Un análisis Foda es muy importante porque revela la situación y factores reales, tanto internos como externos que presentaría la empresa de ser creada

Poner en juicio de valor la idea de negocio en cuanto a la satisfacción que otorgue a la actual demanda es otro factor de relevancia para un correcto plan de negocio.

Recomendaciones

Hacer una investigación más amplia de un plan de negocio e identificar qué puntos son los más relevantes para la idea de negocio que tenga

Solicitar ayuda a un profesional o en tal caso, hacer una contratación, de un personal que maneje bien el uso de planes de negocios con el fin de obtener los mejores resultados.

La investigación previa a la selección de idea de negocio, no debe ser tan superficial, se debe tomar en cuenta cada factor que creamos importante para el futuro negocio

Al momento de la selección de ideas, redactar cada opinión y no enfrascarse en la idea del emprendedor

Durante el análisis Foda, también tomar en cuenta la estabilidad política, social, cultural y económica del entorno donde será asentada la empresa, para no entrar en conflictos con los actuales paradigmas de etnias, géneros y credos

Si la empresa ofertara un servicio, es necesario verificar además del nivel demanda existente, el nivel de satisfacción que esta tenga con ofertad similares dentro del mercado

Bibliografía

- Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. Mexico DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Marketing Publishing. (1994). *El plan de negocios*. Madrid : Ediciones Díaz de Santos.
- Pedraza, R. O. (2014). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. Mexico DF: Grupo Editorial Patria .
- Moreno, Castro, Tercila Fernanda. *Emprendimiento y plan de negocio*, RIL editores, 2016. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4675975>. Created from upsesp on 2019-11-24 13:43:02.
- Vargas, Belmonte, Antonio. *Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)*, IC Editorial, 2013. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4184087>. Created from upsesp on 2019-11-24 14:16:33.
- Balanko-Dickson, Greg. *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*, McGraw-Hill Interamericana, 2008. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=3191874>. Created from upsesp on 2019-11-24 18:30:36.
- Moreno, Castro, Tercila Fernanda. *Emprendimiento y plan de negocio*, RIL editores, 2016. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/detail.action?docID=4675975>. Created from upsesp on 2019-11-25 05:45:30.