



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

TEMA DE ENSAYO:

**“PLAN DE NEGOCIO OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN
DEPORTES DE AVENTURA EN LA COMUNA DE AYANGUE, PROVINCIA
DE SANTA ELENA: ASPECTO LEGAL / ANÁLISIS DE MERCADO”**

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

AUTOR:

MARIELA PAOLA GONZALEZ TOMALA

PROFESOR GUÍA:

ING. JOSÉ ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA MSC.

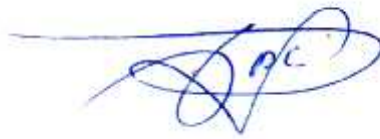
LA LIBERTAD – ECUADOR

JULIO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “PLAN DE NEGOCIO OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN DEPORTES DE AVENTURA EN LA COMUNA DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por la Srta. GONZALEZ TOMALA MARIELA PAOLA 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 be 'JAV Medranda', written over a horizontal line.

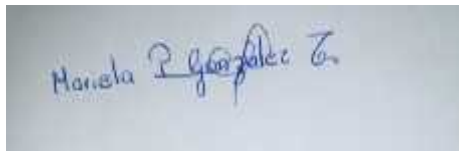
Ing. José Adrián Valencia Medranda Msc.

PROFESOR GUIA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “PLAN DE NEGOCIO OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN DEPORTES DE AVENTURA EN LA COMUNA DE AYANGUE, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por la Srta. MARIELA PAOLA GONZÁLEZ TOMALÁ 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

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink that reads "Mariela P. Gonzalez Tomala".

Mariela Paola Gonzalez Tomala

C.I. 240011263

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por permitirme formarme e ingresar en ella, para así conseguir estudiar la carrera de mi preferencia, del mismo modo por conceder desarrollarme y convertirme en una profesional en la institución académica.

A mis maestros de cátedras por sus buenas enseñanzas y conocimientos durante los semestres necesarios a fin de culminar mis estudios universitarios, así mismo por ser los mentores para obtener mi título como licenciada en Gestión y desarrollo turístico.

A mi profesor guía por su enseñanza, dedicación y compromiso en la realización de mi ensayo académico, también por brindarme su apoyo y paciencia en cada revisión e inquietudes que se presentaba en el instante de hacer el respectivo control.

A mis padres por estar presente durante mi formación académica y a su vez por contar con su amor y apoyo incondicional, ya sea moral o económico, además por ser las personas que me han inculcado buenos valores y principios.

Mariela Paola Gonzalez Tomala

DEDICATORIA

Este ensayo se le dedico a Dios, por darme la fortaleza y sabiduría necesaria para no declinar en mi formación académica, así mismo le brindo con todo mi amor a mis padres, que me incitaron a culminar mis estudios y por ser quienes han estado presente en mi preparación y en cada decisión que he tomado, de igual manera a los docentes que formaron parte en mi carrera universitaria con su conocimiento y enseñanza.

Mariela Paola Gonzalez Tomala

TRIBUNAL DE GRADO



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



.....
Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.
DOCENTE GUÍA



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



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

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	¡Error! Marcador no definido.
1. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. PROBLEMA.....	4
4. OBJETIVO GENERAL.....	4
5. MISIÓN Y VISIÓN.....	5
5.1. Misión	5
5.2. Visión	5
6. VALORES	5
7. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	5
7.1. Razón social	5
7.2. Descripción del negocio.....	6
7.3. Logotipo	6
7.4. Eslogan.....	6
7.5. Elementos del logotipo.....	6
7.6. Funcionamiento.....	7
8. ASPECTO LEGAL.....	7
8.1. Escritura de constitución.....	7
8.2. Ley de Turismo	8
8.3. Creación de la compañía	9
8.3.1.Procedimiento	9

8.3.2.Requisitos para obtener el RUC	10
8.4. Registro de la actividad turística	11
8.4.1. Requisitos	11
8.5. Requisitos previos para la operación	13
8.5.1. Requisitos para adquirir la licencia única anual de funcionamiento	13
8.6. Requisitos para la obtención de la patente municipal	14
8.7. Permisos cuerpos de bomberos:	14
9. ANÁLISIS DEL MERCADO	15
9.1. Mercado objetivo	15
9.2. Investigacion de mercado.....	16
Género	16
Procedencia	17
Edad.....	19
Estado civil.....	20
Nivel de ingreso	21
Nivel de estudio.....	22
Profesión	23
Motivo de visita	24
Gasto de viaje	25
Frecuencia de viaje.....	26
Meses de visitas	27
Organización de Viaje.....	28
Actividad extra	29

¿Cómo viaja?.....	30
Servicios adicionales.....	31
Pernoctación.....	32
Práctica deportes	33
Frecuencia de practica.....	34
¿Cuál le gustaría practicar?	35
¿A pagar por practicar deportes acuáticos como buceo?	36
¿A pagar por practicar deportes acuáticos Snorkel?	37
¿A pagar por practicar deportes acuáticos como, esquí acuático?	38
¿A pagar por practicar deportes acuáticos como parasailing?	39
¿A pagar por practicar deportes acuáticos como actividad extra?	40
Motivaciones para practicar	41
Tiempo de práctica en los deportes de aventura	42
Beneficio por la práctica deporte de aventura.....	43
Medios de comunicación.....	44
9.2.1. Análisis resultados encuestas	45
9.3. ANÁLISIS PESTAL.....	47
9.3.1. Factores políticos	47
9.3.2. Factores económicos	48
9.3.3. Factores sociales.....	49
9.3.4. Factores tecnológicos.....	49
9.3.5. Factores ambientales	50
10. CONCLUSIONES	51

11.	RECOMENDACIONES	53
12.	BIBLIOGRAFIA	53
13.	ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Días de funcionamientos	7
Tabla 2	Género	16
Tabla 3	Procedencia	17
Tabla 4	Edad	19
Tabla 5	Estado civil.....	20
Tabla 6:	Nivel de ingreso	21
Tabla 7	Nivel de estudio	22
Tabla 8	Profesión	23
Tabla 9	Motivo de visita	24
Tabla 10	Gasto de viaje.....	25
Tabla 11	Frecuencia de viaje.....	26
Tabla 12	Meses de visitas	27
Tabla 13	Organización de Viaje.....	28
Tabla 14	Actividad extra.....	29
Tabla 15	¿Cómo viaja?.....	30
Tabla 16	Servicios adicionales.....	31
Tabla 17	Pernoctación.....	32

Tabla 18 Práctica deportes	33
Tabla 19 Frecuencia de practica.....	34
Tabla 20 ¿Cuál le gustaría practicar?	35
Tabla 21 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como buceo?	36
Tabla 22 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos Snorkel?	37
Tabla 23 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como, esquí acuático?	38
Tabla 24 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como parasailing?	39
Tabla 25 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como actividad extra?	40
Tabla 26 Motivaciones para practicar	41
Tabla 27 Tiempo de práctica en los deportes de aventura	42
Tabla 28 Beneficio por la práctica deporte de aventura.....	43
Tabla 29 Medios de comunicación	44

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Logotipo.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2 Género.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3 Procedencia.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4 Edad	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5 Estado civil	¡Error! Marcador no definido.
Figura 6 Nivel de ingreso.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7 Nivel de estudio	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8 Profesión	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9 Motiva de visita	¡Error! Marcador no definido.

Figura 10 Gasto de viajes..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 11 Frecuencia de viaje **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 12 Meses de visitas **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 13 Organización de viaje **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 14 Actividad extra..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 15 ¿Cómo viaja? **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 16 Servicios adicionales **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 17 Pernoctación **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 18 Práctica deportes..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 19 Frecuencia de practica **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 20 ¿Cuál le gustaría practicar?..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 22 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos Snorkel?.. **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 23 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como, esquí acuático?..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 24 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como parasailing?..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 25 ¿A pagar por practicar deportes acuáticos como actividad extra?..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 26 Motivaciones para practicar..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 27 Tiempo de práctica en los deportes de aventura **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 28 Beneficio por la práctica deporte de aventura **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 29 Medios de comunicación **¡Error! Marcador no definido.**

**“PLAN DE NEGOCIO OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN
DEPORTES DE AVENTURA EN LA COMUNA DE AYANGUE, PROVINCIA
DE SANTA ELENA”**

RESUMEN

En el presente documento se comprende la creación de la operadora turística Ocean Travel en la comuna Ayangue especializada en deportes de aventura para la satisfacción de los turistas, brindando experiencias únicas en la provincia de Santa Elena, igualmente se detallan las normativas y requisitos necesarios sobre la apertura del mismo. En esta investigación también se muestra cada parte del diseño y descripción de la empresa, por lo tanto, se evidencia un análisis de mercado, debido a lo cual se realizó trescientos ochenta y cuatros (384) encuesta a visitantes en la localidad, donde se determinó al cliente objetivo. Además, se analiza minuciosamente un apartado de lo que se puede esperar a la hora de lanzar el proyecto así como los futuros problemas que están por venir, siendo esto un estudio de gran importancia a fin de desarrollar de la mejor forma el negocio, existiendo así una exploración del macro entorno.

Palabras claves: Aventura, turistas, análisis de mercado y cliente objetivo.

**BUSINESS PLAN FOR A TOUR OPERATOR SPECIALIZED IN
ADVENTURE SPORTS IN THE MUNICIPALITY OF AYANGUE,
PROVINCE OF SANTA ELENA**

ABSTRACT

This document includes the creation of the tour operator Ocean Travel in the Ayangue community specializing in adventure sports for the satisfaction of tourists, providing unique experiences in the province of Santa Elena, also detailing the regulations and requirements necessary for the opening of the same. This research also shows each part of the design and description of the company, therefore, a market analysis is evidenced, due to which three hundred eighty-four (384) survey was conducted to visitors in the locality, where the target customer was determined. In addition, a section of what can be expected at the time of launching the project as well as the future problems that are to come is thoroughly analyzed, being this a study of great importance in order to develop the project in the best way, thus there is an exploration of the macro environment.

Keywords: Adventure, tourists, market analysis, target customer,.

INTRODUCCIÓN

En el presente ensayo se evidencia un trabajo de investigación con la finalidad de llevarse a cabo la creación de un plan de negocio de una operadora turística, denominada Ocean Travel, especializada en deportes de aventura, en la comuna Ayangue de la provincia de Santa Elena. Igualmente se menciona que el buceo, snorkel, parasailing y el esquí acuático son los cuatros siguientes actividades de adrenalina a ofrecer a los turistas, además de mencionar la aceptación de una actividad extra según las encuestas realizadas a los visitantes. Así como también se redacta la filosofía y descripción de la empresa turística, donde se muestra el logo y el eslogan para la apertura necesaria.

De igual manera se detalla claramente los aspectos legales respectivos para el funcionamiento del mismo, en el que se desglosan cuáles son los documentos y reglamentos necesarios. A su vez también el respectivo análisis del mercado, por lo tanto, se realizó la encuesta que fueron realizada a los turistas y como último, pero no menos importante de hacer es el estudio a los factores del macro entorno del negocio a ejercerse en la localidad de Ayangue.

1. RESUMEN EJECUTIVO

Ocean Travel busca iniciar en el mercado, por motivos de generar experiencias satisfactorias y únicas a los clientes, realizando actividades de aventura como buceo y snorkel pero incorporando deportes extras como esquí acuático y paraisailing que son actividades exclusivas que brinda la operadora, prestando debida atención en sus motivaciones, gustos, de esta manera se investigó a los turistas para obtener información de características que comparten, pero sobre todo si las posibilidades de ventas son reales, esto permitirá determinar la factibilidad de la creación de la operadora.

La operadora se ubica en el cantón Santa Elena, específicamente en la comuna Ayangue, al ser una empresa que ofrece servicios, se tendrá la capacidad de reaccionar de manera inmediata a las nuevas exigencias de los clientes, se trabaja con un total de 7 empleados fijos encargados de diferentes áreas, una de ellas área operativa encargados de lograr la satisfacción plena de los clientes al momento de la ejecución de las actividades acuáticas, también de manera exitosa se cuenta con proveedores que proporcionen materiales para las actividades, pensando en todas las medidas de seguridad.

Dentro del área de financiamiento se comprueba que el proyecto es viable para la ejecución utilidad bruta que se genera en el primer año es de 155,216.25 por lo tanto se recupera el total del financiamiento en un periodo de 4 años 2 meses, además se evidencia las proyecciones de venta durante los 5 años de creación de la operadora es considerable en la cual en el quinto es de mayor ingreso de venta

2. JUSTIFICACIÓN

La actividad turística contribuye al desarrollo económico y social en el lugar en donde se ejerce, produciendo impactos positivos como la generación de empleos para los pobladores ubicados en los diferentes sectores como restaurantes, alojamiento u operación turística, además incrementa la afluencia de viajeros en un determinado lugar, crea un vínculo con los sectores empresariales de carácter público o privado que deben intervenir para la correcta práctica turística, tomando en consideración que el desplazamiento de los turistas se realiza por diferentes tipologías los cuales son cultural, naturaleza, aventura, salud, gastronómico, entre otros que motivan a los turistas a dirigirse a los diferentes atractivos turísticos.

La comuna Ayangue ubicada en la provincia de Santa Elena es uno de los balnearios visitados por los turistas en temporadas, feriados y vacaciones que aprovechan de su tiempo y van a la parte costa del país para disfrutar del sol y playa además contando con las condiciones ambientales para realizar la práctica de los deportes de aventura y tener esa experiencia, por tal motivo emprendedores han apostado por el turismo vieron la oportunidad de ser beneficiados por el creciente interés que permite encaminarse a un incremento acelerado de la actividad en el destino.

Es por ello que el presente plan de negocio se establece la creación de una operadora turística denominada Ocean Travel, que parte de un análisis del mercado, el aspecto operativo de la empresa y el financiamiento que contribuya a la apertura y viabilidad de la operadora, el cual contara con el recurso humano capacitado para cumplir con sus funciones y convertirse en una compañía que brindara servicios de calidad con la oferta de la práctica de deportes de aventura como snorkel, buceo, e implementando esquí acuático y parasailing, así mismo tendrán a la disposición de itinerarios diseñados por la misma organización para gestionar el viaje y estancia del turista nacional o extranjero.

3. PROBLEMA

La provincia de Santa Elena es visitada cada año por turistas tanto nacionales como extranjeros, el cual busca y elige lugares que ofrezcan ocio, recreación y descanso, sin embargo una de las problemática que presenta la península es ser conocida y destacada por la tipología de turismo sol y playa, siendo esta una de las grandes barreras que limita a enganchar nuevas opciones para hacer turismo, también la falta de interés por implementar actividades diferentes, son algunas de las causas por la que no se posiciona en su totalidad otros tipo de turismo, no optantes existen la oportunidad de experimentar nuevas aventura, para el disfrute total del visitante, como es en el caso de la comuna Ayangue, que dispone a los viajeros a practicar actividades como el buceo, snorkel y recorridos por el islote el Pelado pero las operadoras que prestan estos servicios se han quedado estancados ofreciendo siempre lo mismo sin ninguna innovación, sin contar con la posibilidad de agregar servicios de aventura extras, en Ayangue “La piscina del Pacifico” para atraer más turistas amantes de la adrenalina ya sea esta de manera de afición o profesionalismo

4. OBJETIVO GENERAL

- Creación de la operadora turística Ocean Travel en la comuna Ayangue especializadas en deportes de aventura para la satisfacción de los turistas, brindado experiencias únicas.

5. MISIÓN Y VISIÓN

5.1. Misión

Somos una operadora turística especializada en deportes de aventura que busca satisfacer las necesidades de los clientes a través de un equipo de trabajo que garantiza la diversión y experiencias únicas, al mismo tiempo comprometido en brindar servicios de calidad e innovando constante en la prestación de nuestros servicios para cumplir con las expectativas de los compradores.

5.2. Visión

Consolidar a Ocean Travel como la más importante y conocida a nivel nacional con un alto índice de seguridad en las actividades de aventura. Ofertar servicios innovadores con eficiencia y rapidez, adaptando siempre a los estándares de nuestros clientes para así poder fidelizarlos.

6. VALORES

Somos una empresa:

- Calidad y excelencia en el servicio
- Trabajo en equipo brindando experiencias únicas
- Innovación constante

7. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

7.1. Razón social

Ocean Travel

7.2. Descripción del negocio

Ocean Travel, es una operadora turística que ofrece a los turistas cinco deportes de aventura tales como buceo, snorkel, esquí acuático, parasailing y chiva acuática, el cual son actividades que provocan en los visitantes, emociones y a su vez el disfrute de practicarlos. Igualmente, la organización cuenta con instructores especializados para brindar mayor seguridad a los practicantes, además la empresa se destaca por otorgar un servicio de excelencia a quienes hagan uso de la prestación de servicios.

7.3. Logotipo



Figura 1 Logotipo

7.4. Eslogan

Sumérgete hacías nuevas aventuras con Ocean Travel

7.5. Elementos del logotipo

Para crear el logotipo se colocó una mantarraya, que representa la época de julio a octubre donde se observan mantarrayas grandes, peces y arrecifes de coral que se encuentran en el fondo del mar, también una persona disfrutando de la práctica del buceo.

7.6. Funcionamiento

Tabla 1 *Días de funcionamientos*

Días	Horarios
Lunes a Domingos	08h00 – 17h00

8. ASPECTO LEGAL

El presente plan de negocio es constituido legalmente como figura jurídica de la sociedad anónima, el cual debe regirse a los diferentes requisitos y trámites para el funcionamiento de la operadora turística Ocean Travel, especializada en deportes de aventura, además la organización se creará como una agencia de viaje operadora, de acuerdo a las normativas del ministerio de turismo.

8.1. Escritura de constitución

El día 8 de noviembre del 2019 en el cantón La Libertad, se llevó a cabo la reunión con los socios de la empresa Ocean Travel S.A,

A continuación, se detallan datos personales de los socios involucrados en el plan de negocio.

1. Estefanía Mariuxi Vera Rodríguez C.I 2450080144
2. Ivette Vanessa Tigrero Roca C.I 0922623954
3. Génesis Joselyn Rodríguez Borbor C.I 2450318577
4. Mariela Paola González Tomalá C.I 2400112633

Conforme a los cuatro miembros, durante la sesión declararon su voluntad de involucrarse de forma responsable para la creación de la operadora turística Ocean Travel especializadas en deportes de aventura, además de comprometerse con cumplir con las disposiciones legales que se necesita como los estatutos y reglamento que emite la constitución de una empresa de sociedad anónima S.A., además se determinó que el capital que iniciara la operadora es decir la inversión inicial es de \$ 143 945.53 cuya es decir cada socio aportara con \$25. 991 y el restante por préstamo bancario de \$40. 000.

La normativa legal que ampara la apertura y funcionamiento de las operadoras turísticas en el Ecuador se remite al cuerpo legal de la Ley de Turismo sin embargo para el ejercicio de las actividades requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento.

8.2. Ley de Turismo

Es la documentación que regula el sector turístico en donde se rigen mediante artículos para mantener y mejorar el desarrollo de la actividad turística además reglamenta a cada uno de los involucrados que contribuyen al turismo así mismo cumplir todos aquellos derechos y obligaciones por los prestadores del servicio y usuarios.

Dentro del turismo existen actores que contribuye a su ejecución pues una de ellas es el área operación turística que se define como aquellas empresas constituidas por personas naturales o jurídicas las cuales estarán autorizadas, el objetivo comprende en las diversas formas de organizar un viaje y estará enmarcada a las modalidades de turismo como cultural y/o patrimonial, etnoturismo, de aventura y deportivo, ecoturismo, rural, educativo - científico y otros tipos de modalidades amparados por el Ministerio de Turismo.

8.3. Creación de la compañía

Para crear una empresa en el país como persona jurídica se lo realiza bajo la Superintendencia de Compañía quien es el organismo técnico que vigila y controla el funcionamiento, actividades, disolución o liquidación de una empresa respetando las obligaciones y derechos que se estipulan dentro del marco legal.

8.3.1. Procedimiento

- El primer paso que se debe hacer es reservar un nombre para que no exista ninguna otra organización con la misma denominación.
- Se elaboran los estatutos que es el contrato en los que se regirán y estará validada por la firma de algún abogado de confianza
- Luego se apertura una cuenta en cualquier institución bancaria en donde se guarde el capital con el que se empezara a iniciar la compañía, los requisitos pueden variar dependiendo del banco, sin embargo, piden un capital mínimo, carta de los socios en el que se detalla las funciones de cada uno, copias de cédulas y papeleta de votación por cada socio. Cabe recalcar que se debe pedir el certificado de cuentas de integración del capital.
- Seguido se debe elevar la escritura pública para este fin se debe acudir a cualquier notario público, llevar la reservación del nombre, el certificado emitido por el banco y la documentación de los estatutos.
- Presentar en la superintendencia de compañías cuatro copias de los papeles anteriores para su revisión y aprobación mediante una resolución
- La organización entregara la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario o periódico nacional reconocido o del que sea de tu agrado

- En los municipios en donde se quiera localizar la empresa debe requerir los permisos, así mismo se debe pagar la patente municipal y el certificado de cumplimiento de las obligaciones
- La documentación anterior se debe acudir al Registro Mercantil del cantón, para inscribir la sociedad.
- Luego se tendrá una junta con los accionistas para nombrar al representante legal de la empresa o administrador según se haya definido en los estatutos, cuyo nombramiento será inscrito en el registro mercantil con su razón de aceptación en un plazo de 30 días posterior a su designación.
- En la Superintendencia de Compañías con la inscripción previa en el registro mercantil te entregaran los papeles para abrir el Registro Único Contribuyente (RUC)
- Para obtener el RUC se lo solicita en el servicio de rentas internas SRI
- Una vez obtenido el RUC se emite una carta realizada por la superintendencia dirigida al banco para que se pueda disponer del monto depositado.
- Por último, se registra a la empresa en el instituto ecuatoriano de seguridad social

8.3.2. Requisitos para obtener el RUC

El registro único de contribuyentes (RUC) es aquella organización que se encarga de la declaración de los impuestos de todas las personas naturales y jurídicas, teniendo en consideración que la operadora se constituye como una persona jurídica y estará obligada a llevar contabilidad actuando bajo el control del SRI. Para obtener este instrumento se requiere de una serie de requisitos los cuales son:

- Solicitar el formulario que será llenado correctamente

- Se entrega el papel original y copia de las escrituras de la empresa
- También el original y copia de los nombramientos del representante legal
- Copia de cedula y papeleta de votación de cada uno de los socios
- En caso de que se requiera, se redacta una carta por el representante legal autorizando a otra persona la realización de este proceso.

8.4. Registro de la actividad turística

Para que la operadora pueda entrar en funcionamiento se requiere del registro único de turismo, es una herramienta de gestión administrativa en donde toda persona ya sea natural, jurídica, empresa o sociedad previa al inicio de las actividades turísticas obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público que maneja el ente regulador el Ministerio de Turismo.

El valor a pagar por registro se hará por una vez, el ministerio no concederá registros a establecimientos cuya razón social guarde similitud con otro. En caso de suceda este caso que contravenga esta disposición, se anulará el último registro.

8.4.1. Requisitos

- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro mercantil
- Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Registro Único de Contribuyentes R.U.C.

- Justificación la actividad a desempeñar, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a cuatro mil dólares si esta tuviere más de una sucursal, deberá aumentarse el monto a setecientos cincuenta dólares, por cada sucursal a partir de la segunda. En cuanto a las agencias de viajes internacionales, el valor es de seis mil dólares. Si tendría otra sucursal, deberá aumentarse el monto a unos mil por cada sucursal a partir de la segunda. Y en las agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares. Si existiese más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a unos mil quinientos dólares por cada sucursal a partir de la segunda.

- Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años de experiencia en las actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas.
- Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles y equipos del establecimiento a registrarse debe estar firmado por el propietario
- Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos
- Dos copias de la patente municipal

8.5. Requisitos previos para la operación

Las actividades turísticas para dar inicio y ejecución requieren aparte del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento que constituye aquella autorización que permite la prestación de los servicios regidos bajo la ley. Sin este permiso no podrán operar los establecimientos turísticos, esta tendrá vigencia durante el año en que se la conceda y los sesenta días calendario del año siguiente.

Las personas que requieran de la licencia será de utilidad porque pueden acceder a los beneficios tributarios que contempla la Ley de Turismo; El Ministerio le da publicidad a su categoría en la cual se vaya a ejercer; la información o publicidad oficial se va refiera a esa categoría cuando haga mención de ese establecimiento o el empresario además de exceptuarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que deban ser solicitadas y emitidas.

8.5.1. Requisitos para adquirir la licencia única anual de funcionamiento

Esta documentación será solicitada por los propietarios de los establecimientos comerciales los cuales deben acercarse a las oficinas de la Municipalidad que autoriza esta titularidad y que está ubicada su empresa portando los siguientes requisitos:

- Presentar el formulario solicitado para este efecto
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación vigente del representante legal.
- Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de salud laboral
- Registro Único de Contribuyente
- Derecho de Posesión.

8.6. Requisitos para la obtención de la patente municipal

- Solicitud para la realización del trámite con número de cédula y firma del solicitante. (Solicitud de Patente Municipal) 9
- Copia de Cédula y Certificado de Votación
- Copia del RUC o RISE.
- Copia del Contrato de Arriendo del Local
- Predio Urbano al día.
- Copia de Planilla de Servicio Básico
- Balance General del año anterior.
- Impuesto la renta del año anterior

De ser propietario del predio urbano debe presentar copia de la escritura registrada y catastrada y si se arrienda el local, deberá presentar copia del contrato y adquirir en caja un Formulario para Inquilino.

8.7. Permisos cuerpos de bomberos:

- Copia de cedula del representante legal
- Copia de la hoja del RUC o RISE
- Copia de la factura de extintores nuevo o recarga
- Solicitar la inspección para el establecimiento

9. ANÁLISIS DEL MERCADO

9.1. Mercado objetivo

Para conocer nuestro mercado objetivo realizamos encuestas para conocer las características que comparten para saber si nuestros servicios tendrán aceptación o simplemente no son llamativos para el consumo.

Para la búsqueda de datos estadísticos de los turistas que ingresan a la provincia de Santa Elena específicamente en la comuna Ayangue se recurrió al Ministerio de Turismo y Emoturismo EP, pero en las instituciones públicas supieron manifestar que no manejan este tipo de datos, por lo cual se acude a la utilización de fórmula de población desconocida para contar con la muestra y aplicarla.

Cuando no existe un dato específico de la población se utilizó la fórmula de población desconocida para obtener la muestra, en la cual se asume el 50% para el porcentaje de la población que tiene el atributo deseado y el 50% para el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, utilizando un nivel de confianza de 1.96 y un margen de error de 0.05, teniendo como resultado 384 (Fernandez, 2007)

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q}{e^2}$$

n= Tamaño de muestra

Z= nivel de confianza (1.96)

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado (0.50)

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado (0.50)

e= Error de estimación máxima aceptada (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416(0.25)}{0.0025}$$

$$n = \frac{9604}{0.0025}$$

$$n = 3$$

9.2. Investigacion de mercado

Tabla 2
Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	194	50.4	50.5	50.5
	Mujer	154	40.0	40.1	90.6
	LGBT	36	9.4	9.4	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

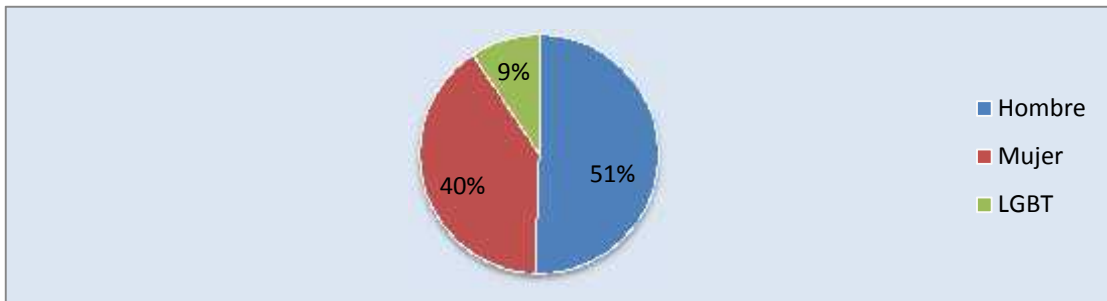


Figura 2 Género

En la figura 2 se evidencia que, de los 384 turistas encuestadas, la gran mayoría de personas son hombres con un 51% representando el porcentaje más alto, siguiendo del 40% que equivale a mujeres y un 9% que determina a grupos LGBT. De tal manera se tiene un inicio en relación a conocer a quienes ofrecer los posibles servicios a lanzar al mercado.

Tabla 3
Procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Azuay	2	.5	.5	.5
	Bolívar	2	.5	.5	1.0
	Cañar	2	.5	.5	1.6
	Carchi	8	2.1	2.1	3.6
	Chimborazo	6	1.6	1.6	5.2
	Cotopaxi	8	2.1	2.1	7.3
	El Oro	4	1.0	1.0	8.3
	Esmeraldas	10	2.6	2.6	10.9
	Galápagos	18	4.7	4.7	15.6
	Guayas	124	32.2	32.3	47.9
	Imbabura	4	1.0	1.0	49.0
	Loja	26	6.8	6.8	55.7
	Los Ríos	40	10.4	10.4	66.1
	Manabí	46	11.9	12.0	78.1
	Morona	4	1.0	1.0	79.2
	Orellana	6	1.6	1.6	80.7
	Pastaza	32	8.3	8.3	89.1
	Pichincha	6	1.6	1.6	90.6
	Santo Domingo de los Tsáchilas	4	1.0	1.0	91.7
	Internacional	32	8.3	8.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

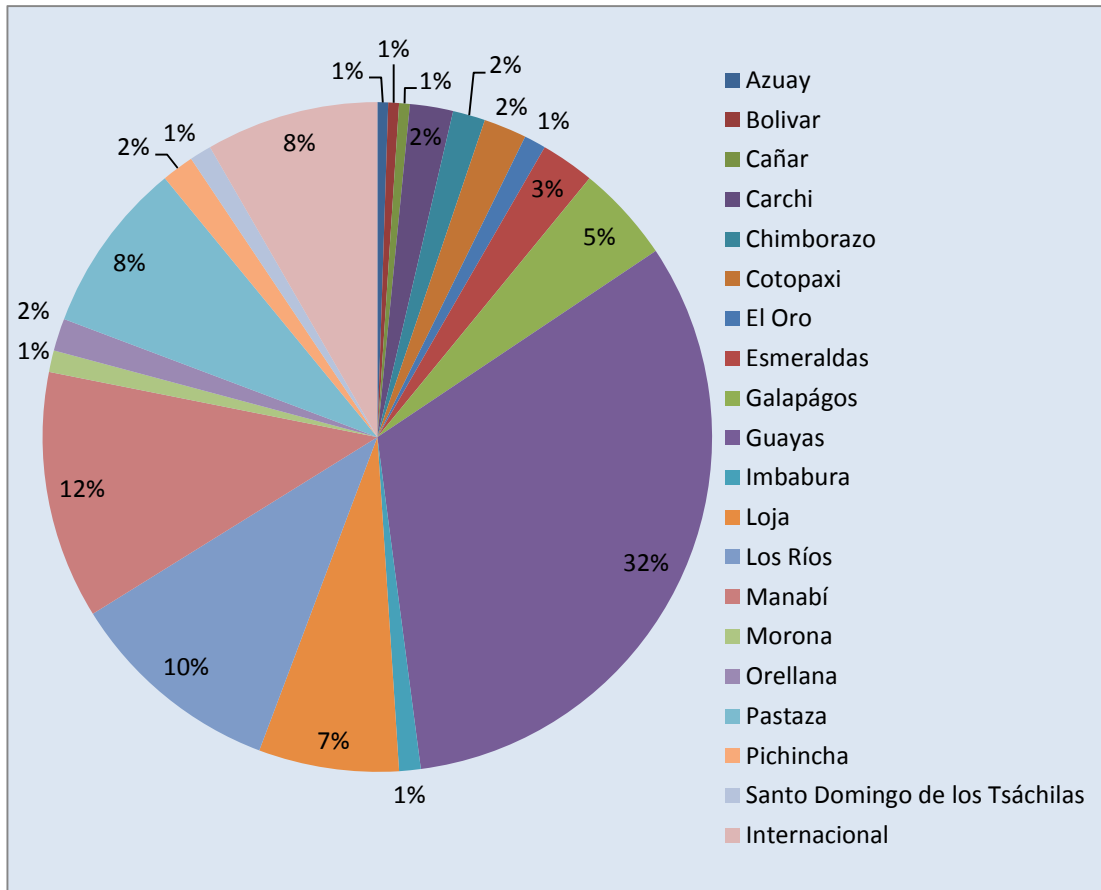


Figura 3 Procedencia

En la figura 3 demuestra que las personas proceden de la provincia del Guayas contando con el 32%, así obtenemos un dato específico, siguiendo del 12% que provienen de la provincia de Manabí, son turistas que, a pesar de pertenecer a la zona costera, visitan nuestra provincia y así sucesivamente se reparte cada porcentaje para las provincias, resaltando el 8% que son personas que nos visitan de diferentes partes del mundo.

Tabla
4 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-24	88	22.9	22.9	22.9
	25-35	181	47.0	47.1	70.1
	36-48	102	26.5	26.6	96.6
	49-64	9	2.3	2.3	99.0
	65 en adelante	4	1.0	1.0	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

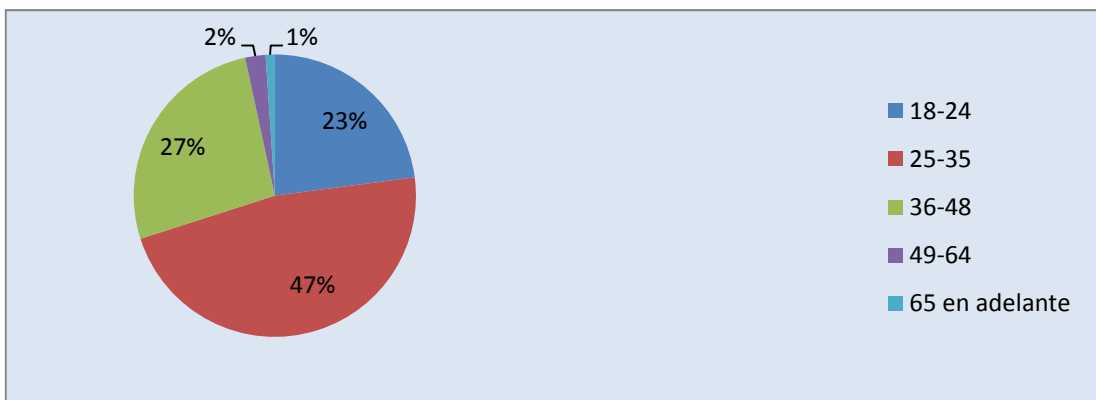


Figura 4 Edad

Como se observa en la figura 4, con un porcentaje de 47 % poseen un rango de edad desde 25 a 35, lo cual es significativo contar con personas con edades exactas para trabajar con ellas, y enfocarnos de manera correcta, satisfaciendo sus necesidades, seguido de 36-48 que representa el 27%, continuando con el 23% que hace énfasis a jóvenes de edad promedio de 18-24, también en la realización de encuestas con un porcentaje de 2% muestra que son personas de 49-64 años y por ultimo con el 1 % adultos mayores de 65 en adelante.

Tabla 5
Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	196	50.9	51.0	51.0
	Casado	112	29.1	29.2	80.2
	Unión Libre	50	13.0	13.0	93.2
	Viudo	16	4.2	4.2	97.4
	Divorciado	10	2.6	2.6	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	.3	
Total		385	100.0		

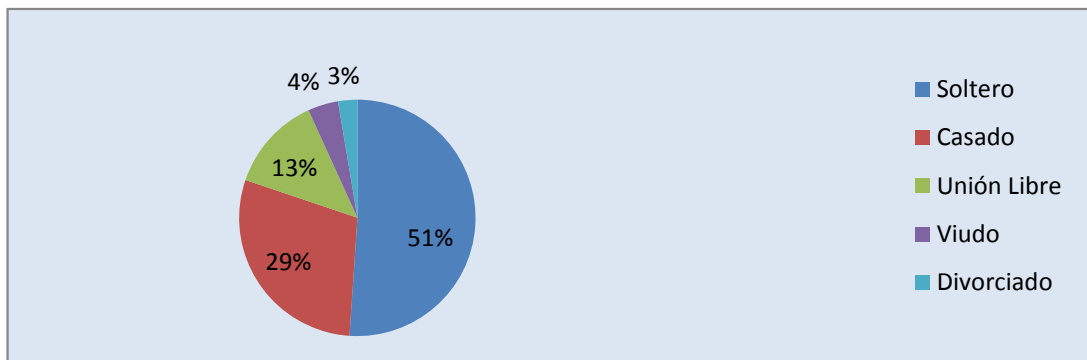


Figura 5 Estado civil

En la figura 5 refleja el estado civil de las 384 personas encuestadas, hace énfasis que el 51% siendo más de la mitad, se encuentran solteros, continuando de las personas casadas con el porcentaje de 25%, siguiendo del 13% que mantienen una relación de unión libre, el 4% de los encuestados son viudos, y al final el 3% están divorciados.

Tabla 6:
Nivel de ingreso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0-200	16	4.2	4.2	4.2
	200-400	80	20.8	20.8	25.0
	400-600	137	35.6	35.7	60.7
	600-800	77	20.0	20.1	80.7
	800-1500	66	17.1	17.2	97.9
	+1500	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

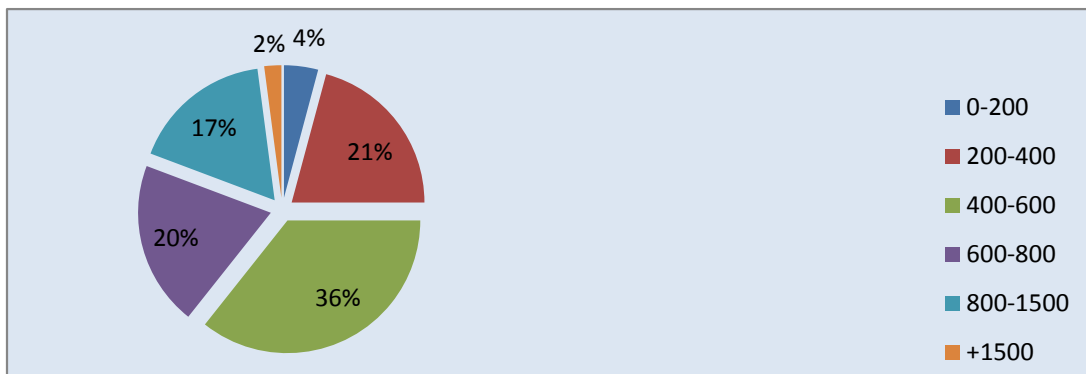


Figura 6 Nivel de ingreso

En la figura 6 hace énfasis al nivel de ingreso que poseen las personas encuestadas, donde refleja que el 35% tiene un salario de \$400-600, continuando el 20% de \$600-800, también el 20% de encuestados tienen un ingreso de \$200-400 no dejando atrás a las personas que ganan de \$800-1500 mensual equivalente al 17%, que son turistas solventes que pueden consumir lo que deseen, el 4% representa tener un ingreso de \$0-200 y por último el 2% con un estimado de \$1500, es el porcentaje más bajo pero con posibilidades de adquirir nuestros servicios.

Tabla 7
Nivel de estudio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin estudios	2	.5	.5	.5
	Primarios	12	3.1	3.1	3.6
	Secundarios	68	17.7	17.7	21.4
	Universitarios	274	71.2	71.4	92.7
	Posgrado	28	7.3	7.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		



Figura 7 Nivel de estudio

En la figura 7, se analiza que la mayoría de personas tienen estudios universitarios representados en el 71% tratando con grupos con alto grado de educación, en relación al 18% que cuenta con nivel de estudios secundarios, el 7% hace énfasis a personas que cuentan con el cuarto nivel que es el posgrado, por último, el 3% y 1% describe a personas sin estudios y estudios primarios, es decir, acudieron solamente a la escuela.

Tabla 8

Profesión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	38	9.9	9.9	9.9
	Independiente	106	27.5	27.6	37.5
	Servidor público	30	7.8	7.8	45.3
	Ama de casa	4	1.0	1.0	46.4
	Jubilado	10	2.6	2.6	49.0
	Empresa privada	130	33.8	33.9	82.8
	Otros	64	16.6	16.7	99.5
	Total	384	99.7	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

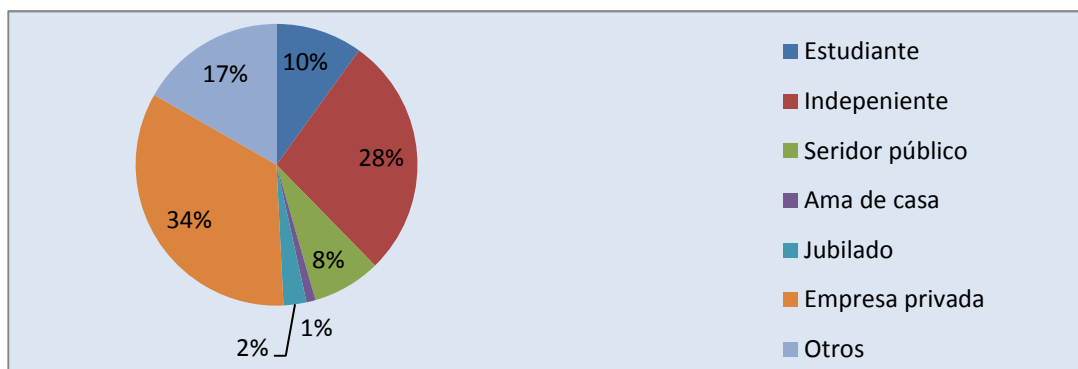


Figura 8 Profesión

En relación al cuadro número 8 de la profesión se obtuvo que el 34% de los encuestados trabajan en empresas privados por lo tanto disponen de ingresos para la realización de actividades recreativas, aventura, siguiendo del 28% cuentan con trabajos independientes, es decir, ellos mismos son sus propios jefes, 17% tienen otro tipo de trabajo que no se detalla en el cuadro, el 10% son estudiantes que por consiguiente depende de ingresos de sus padres, el 8% son servidores públicos, 2% son personas jubiladas y el 1% son amas de casa.

Tabla 9
Motivo de visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deportes de aventura	120	31.2	31.3	31.3
	Gastronomía	50	13.0	13.0	44.3
	Actividades recreativas	206	53.5	53.6	97.9
	Artesanías	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

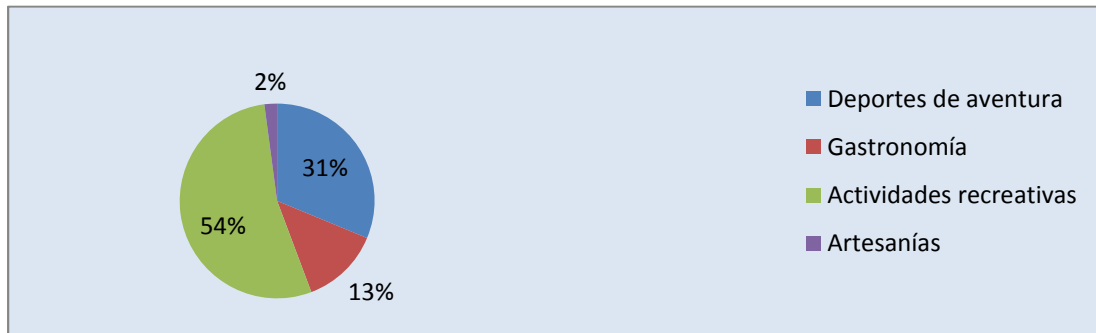


Figura 9 Motiva de visita

Ayangue es conocido a nivel nacional por lo tanto se conocerá los motivos principales que los diferentes turistas visitan el balneario en primer lugar se recolecto información que llegan a este lugar por las actividades recreativas que se pueden hacer, con un 54% más de la mitad, siguiendo del 31% que se desplazan por motivos de deportes de aventura que la comuna les ofrece, por consiguiente el 13% de turistas visitan por motivos de alimentos y bebidas, es decir, por la gastronomía, por último el 2% que llega por las artesanías.

Tabla 10
Gasto de viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	45-55	72	18.7	18.8	18.8
	55-65	64	16.6	16.7	35.4
	65-75	126	32.7	32.8	68.2
	75-85	100	26.0	26.0	94.3
	+85	22	5.7	5.7	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

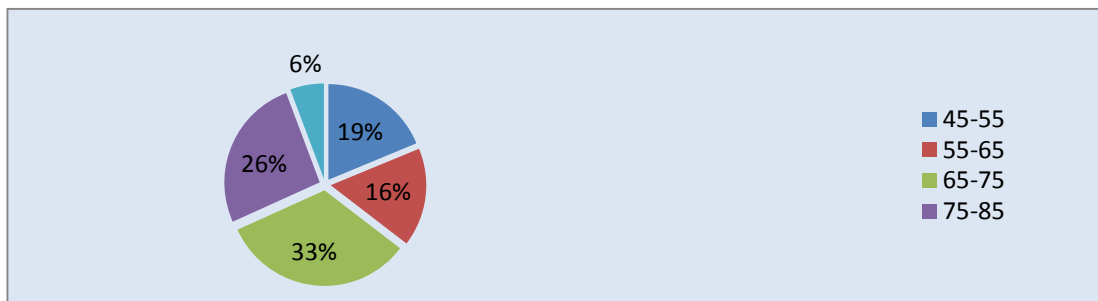


Figura 10 Gasto de viajes

Es necesario conocer una aproximación de lo que gastan los turistas que dejan en la comuna Ayangue, por lo tanto el 33% realizan gastos de \$65-75 estos valores dependen de otras variables como tiempo de estadía, seguido del 26% que ejecutan gastos de \$75-85, consumiendo en la comuna alimentos, bebidas y alojamiento, continuando del 19% que son aquellas personas que no tienen un gasto fuerte en Ayangue, el 16% tienen egresos de \$55-65 y al final con el 6% realiza gastos más de \$85, aquella persona solvente y que consume servicios dentro de la misma comuna.

Tabla 11
Frecuencia de viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Todos los fines de semana	18	4.7	4.7	4.7
	Una vez por semana	60	15.6	15.6	20.3
	Una vez por tres meses	232	60.3	60.4	80.7
	Una vez al año	74	19.2	19.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

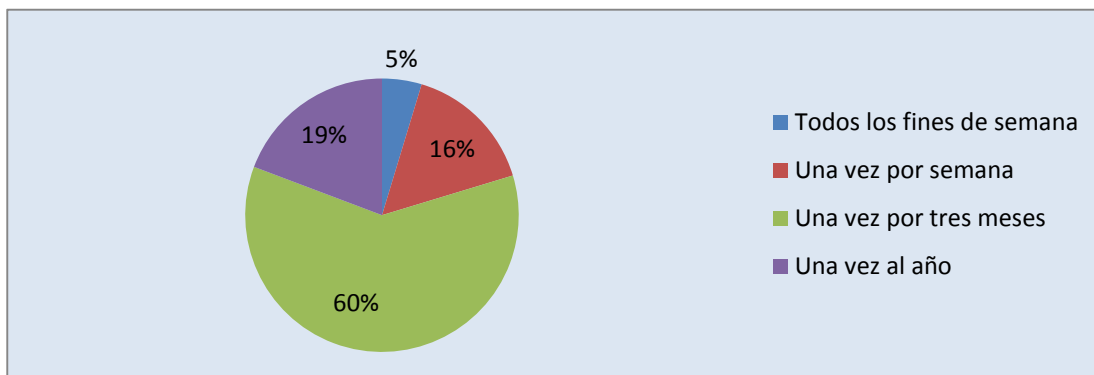


Figura 11 Frecuencia de viaje

En el grafico 10 se observa la frecuencia de visita de los turistas en la comuna, donde refleja que el 60% llega a Ayangue una vez por tres meses, seguida del 19% que se desplazan al balneario una vez al año, continuando con el 16% que son más recurrentes ya que acuden una vez por semana y por último el 5% hace énfasis a personas que asisten todos los fines de semana, este dato es fundamental para saber con qué constancia brindar nuestros servicios.

Tabla 12
Meses de visitas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enero	46	11.9	12.0	12.0
	Febrero	58	15.1	15.1	27.1
	Marzo	30	7.8	7.8	34.9
	Abril	12	3.1	3.1	38.0
	Mayo	42	10.9	10.9	49.0
	Junio	2	.5	.5	49.5
	Julio	14	3.6	3.6	53.1
	Agosto	18	4.7	4.7	57.8
	Septiembre	18	4.7	4.7	62.5
	Octubre	30	7.8	7.8	70.3
	Noviembre	36	9.4	9.4	79.7
	Diciembre	78	20.3	20.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
	Total	385	100.0		

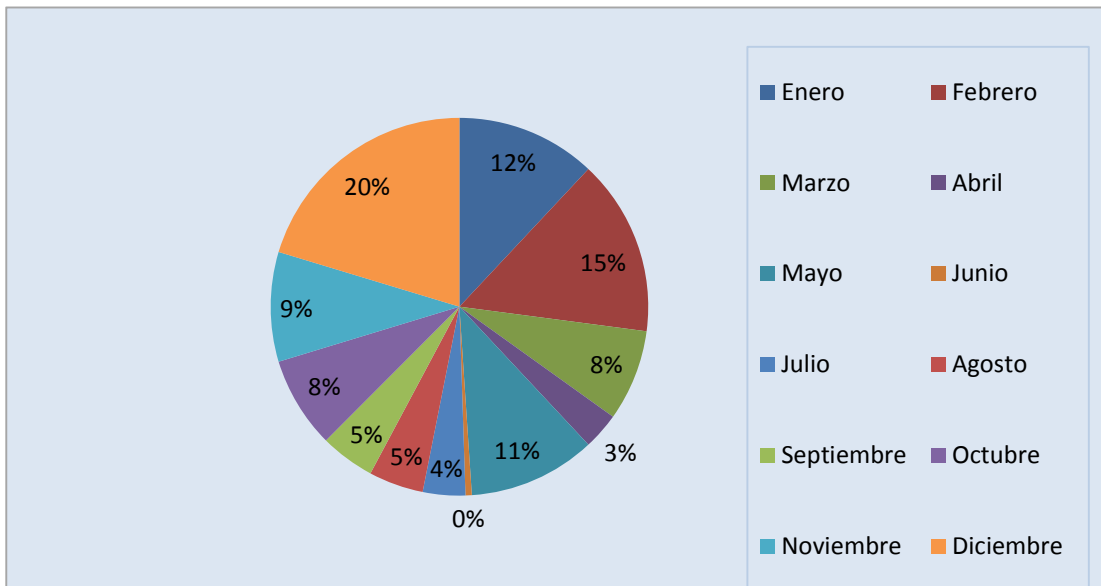


Figura 12 Meses de visitas

Para conocer los meses que acuden más visitas a la comuna era necesario indagar, lo cual se obtienen datos que el mes de mayor afluencia de turistas es diciembre representado en un 20%, seguido por febrero con el 15%, y el tercer mes donde llegan turistas es enero con el 12% y el mes donde existen pocas personas que ingresan a Ayangue es junio con el 4% donde los turistas no encuentran actividades que sean de sus intereses.

Tabla 13
Organización de Viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Personal	308	80.0	80.2	80.2
	Operadora turística	74	19.2	19.3	99.5
	Otro	2	.5	.5	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

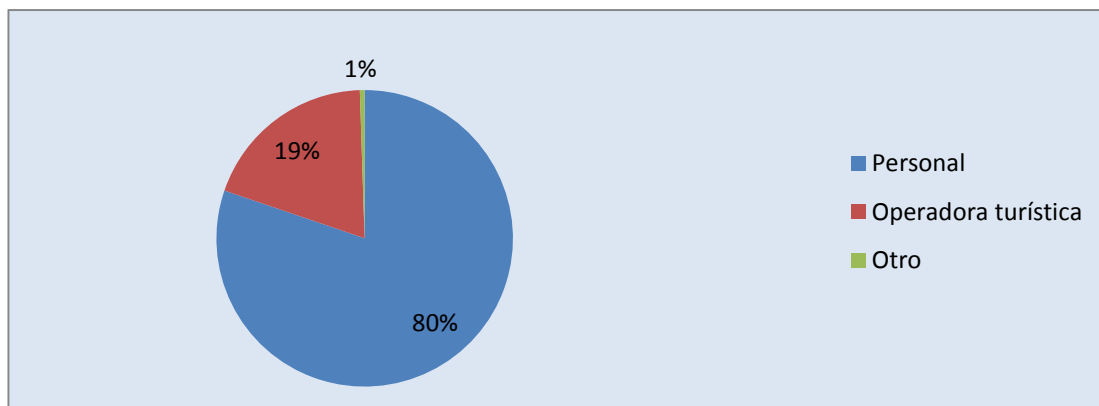


Figura 13 Organización de viaje

En el grafico 12 se detecta que los turistas acuden a la comuna Ayangue de manera personal, son ellos mismos los que planifican sus viajes, se aventuran a descubrir cosas nuevas de manera independiente, representada en el 80% un porcentaje elevado, continuando con el 19% que contratan servicios de operadoras turísticas para que le brinden información de lo que ofrece la comuna y si esta experimentar de sus paquetes, por último, el 1% organizado sus viajes por otros medios.

Tabla 14
Actividad extra

Tabla #13		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Chivas acuático	234	60.8	60.9	60.9
	Banana	85	22.1	22.1	83.1
	Pesca deportiva	65	16.9	16.9	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
	Perdidos	Sistema	1	.3	
Total		385	100.0		

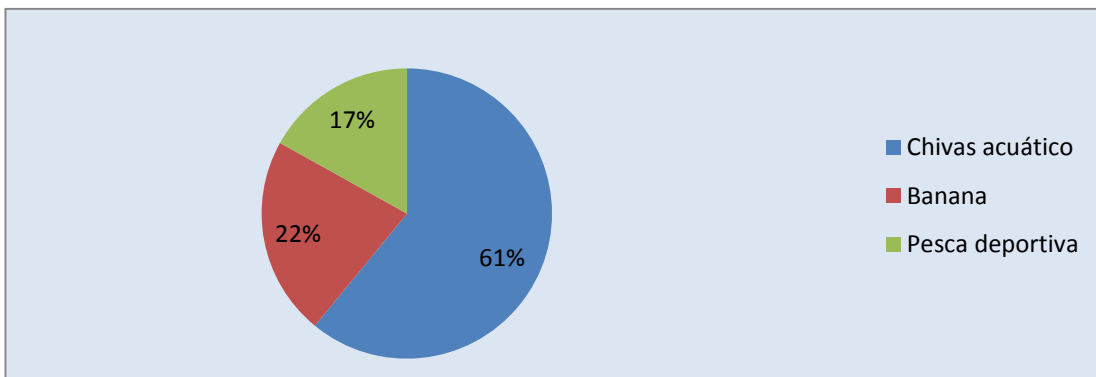


Figura 14 Actividad extra

A partir de conocer si los 4 deportes acuáticos serán aceptados por las personas encuestadas, no se olvida a las personas que no son tan apasionadas por actividades de aventura o los turistas que quieren servicios adicionales por lo tanto se brindara actividades extras de las cuales con el 61% es un recorrido por chivas acuáticas, el 22% implementar la banana y el 15% pesca deportiva. De las 3 opciones solo una será ejecutada.

Tabla 15
¿Cómo viaja?

Tabla 14		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	44	11.4	11.5	11.5
	Pareja	70	18.2	18.2	29.7
	Hijos	8	2.1	2.1	31.8
	Amigos o compañeros	152	39.5	39.6	71.4
	Parejas e hijos	72	18.7	18.8	90.1
	Familia (abuelos, Tíos, padres, primos, etc)	38	9.9	9.9	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

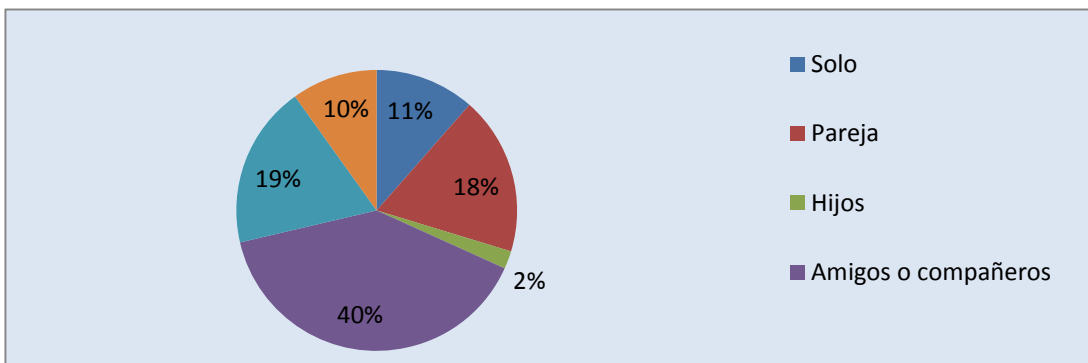


Figura 15 *¿Cómo viaja?*

Para cantar a los clientes, es recomendable conocer como viajan, donde en el gráfico 14 se observa que el 40% de los encuestados prefieren viajar entre amigos y/o compañeros, el 19% eligen realizar sus visitas a los atractivos turísticos en compañía de su pareja e hijos, el 18% lo hace con un miembro más lo cual es su pareja, también se identificó que el 11% de los encuestados ejecutan sus viajes de manera independiente, solos, siguiendo del 10% que viaja con la familia completa y por último el 2% que visita Ayangue con sus hijos.

Tabla 16
Servicios adicionales

Tabla #15		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	249	64.7	64.8	64.8
	Restaurante	135	35.1	35.2	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

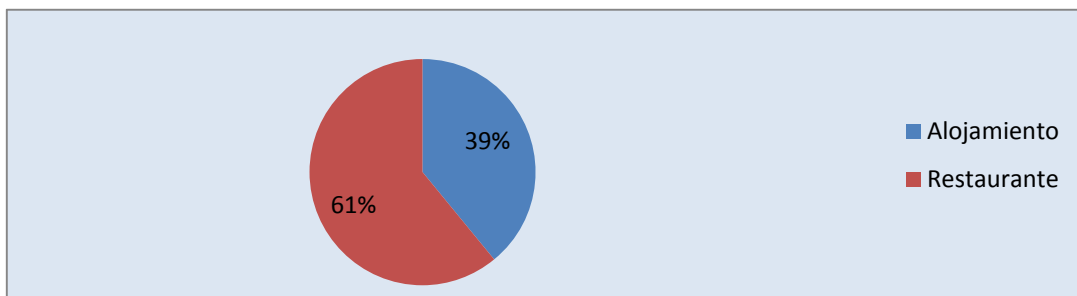


Figura 16 Servicios adicionales

En el gráfico 15 se manifiesta que el 61 % de los encuestados aparte de las actividades de aventura consumirían servicios de restaurantes en la misma comuna, y el restante representado en el 39% utiliza servicios de alojamientos.

Tabla 17
Pernoctación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin pernoctación	86	22.3	22.4	22.4
	1 noche	112	29.1	29.2	51.6
	2 noches	154	40.0	40.1	91.7
	3 a 4 noches	32	8.3	8.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

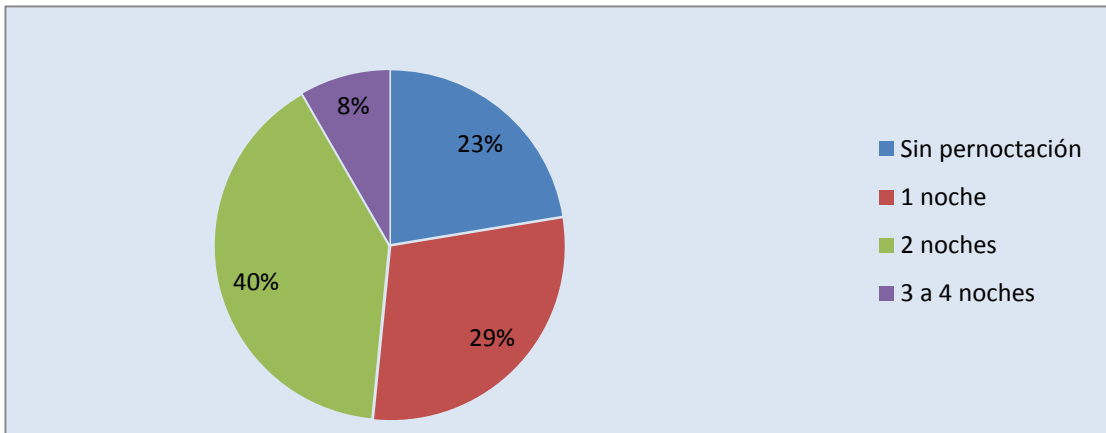


Figura 17 Pernoctación

Se observa en el grafico 16 el tiempo de pernoctación que realizan los turistas en Ayangue, en la cual refleja datos que el 40% se queda por 2 noches, seguido del 29% solo 1 noche, continuando del 23% que son personas que solo visitan la piscina del pacifico por un día sin necesidad de quedarse alojados, por último, el 8% se queda en el sitio por 3 a 4 noches.

Tabla 18
Práctica deportes

Tabla #7		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	302	78.4	78.6	78.6
	No	82	21.3	21.4	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

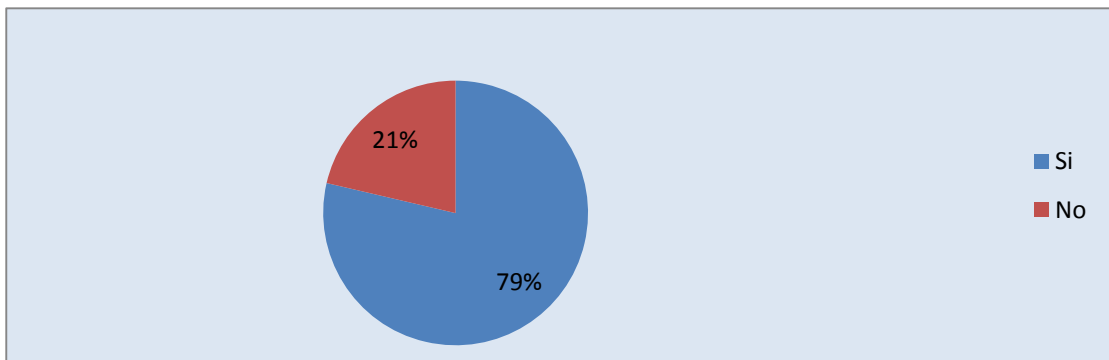


Figura 18 Práctica deportes

Para ofertar deportes de aventura es necesario conocer si las personas antes ya han realizado estas actividades o estarían dispuestos a experimentar sensaciones nuevas, el 79% si ha realizado deportes de aventura y el restante 21% no han tenido o no han querido participar de la práctica de estas actividades.

Tabla 19
Frecuencia de practica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	3.6	3.6	3.6
	Casi nunca	72	18.7	18.8	22.4
	Ocasionalmente	146	37.9	38.0	60.4
	Frecuentemente	136	35.3	35.4	95.8
	Muy frecuentemente	16	4.2	4.2	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

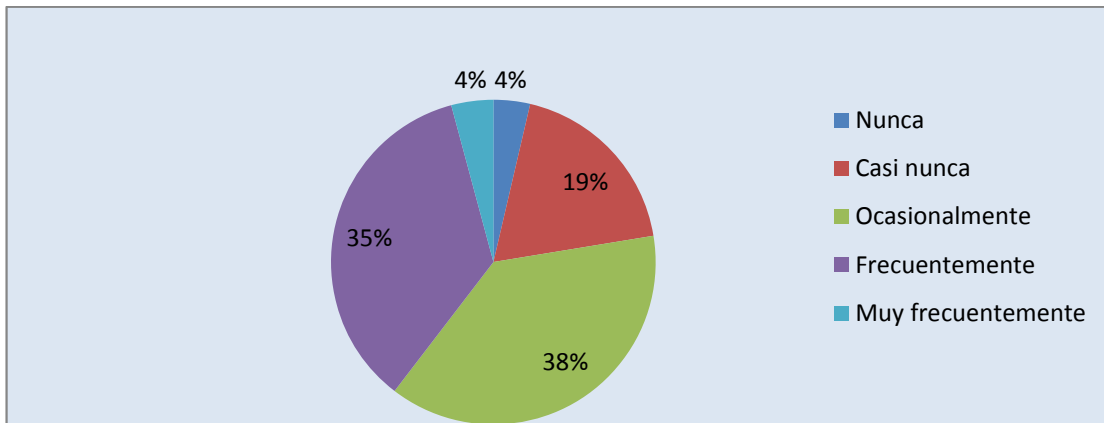


Figura 19 Frecuencia de practica

En el grafico 18 se observa que el 38% de las personas encuestadas practicarían deportes de aventura ocasionalmente, seguido del 35% que lo haría muy frecuente, continuando del 19% que presenta casi nunca el desarrollar las actividades extremas, por último, hay igualdad entre la opción frecuente y nunca con un 4% cada una.

Tabla 20
¿Cuál le gustaría practicar?

Tabla # 19		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Snorkeling	126	32.7	32.8	54.7
	Buceo	84	21.8	21.9	21.9
	Esquí acuático	96	24.9	25.0	79.7
	Paraisaling	78	20.3	20.3	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
	Total	385	100.0		

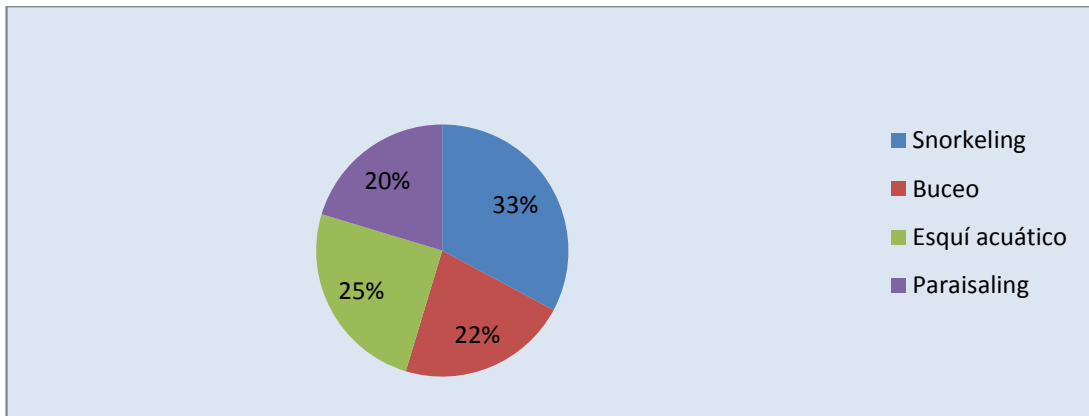


Figura 20 *¿Cuál le gustaría practicar?*

Los deportes a implementar son aceptados por las personas en la cual en primer lugar se encuentra el Snorkeling con un porcentaje de 33% seguido del esquí acuático con continuando con un porcentaje de 25%, buceo con un 22% y por último el 20% parasailing. Deportes que brindaran tener contacto con el recurso acuático.

Tabla 21

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como buceo?

Tabla #20		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	90-100	130	33.8	33.9	33.9
	110-120	148	38.4	38.5	72.4
	130-140	106	27.5	27.6	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

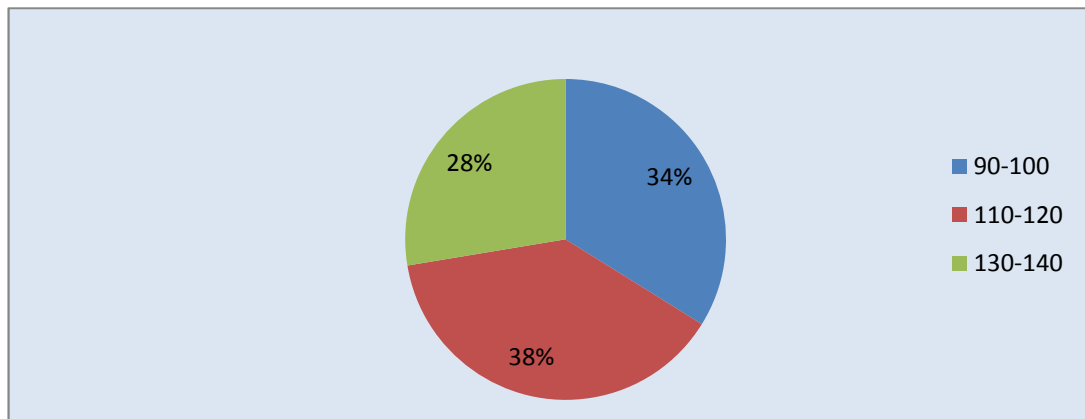


Figura 21 *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como buceo?*

En relación a precios del buceo está en el rango de \$110-120 que representa el 38% seguido del 34% desde \$90-100 y por último los turistas en un 28% estarían dispuestos a pagar entre \$130-140 por la realización de esta actividad, por lo tanto, tiene aceptación en los precios establecidos.

Tabla 22

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos Snorkel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	8-12	150	39.0	39.1	39.1
	13-20	226	58.7	58.9	97.9
	21-28	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

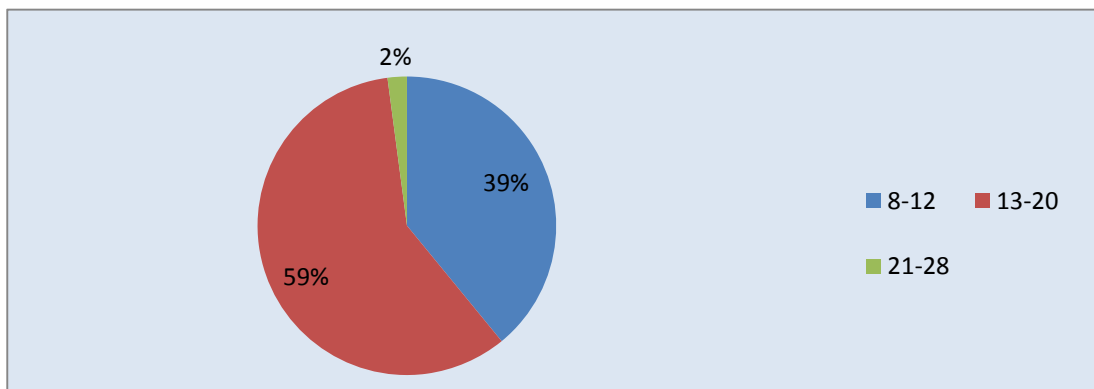


Figura 22 *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos Snorkel?*

Precios referentes, en el snorkel aprobación de los turistas en pagar por esta actividad un rango de \$13-20 con un porcentaje de 59% es un deporte que no exige tanto gasto y se disfruta de la vida marina, seguido del 39% que es en el rango de 8-12 que las personas estarían dispuestas a pagar y por último el 2% rango de 21-28 precios elevados por la práctica de snorkel.

Tabla 23

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como, esquí acuático?

Tabla #22		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15-20	138	35.8	35.9	78.1
	20-25	162	42.1	42.2	42.2
	25-50	84	21.8	21.9	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

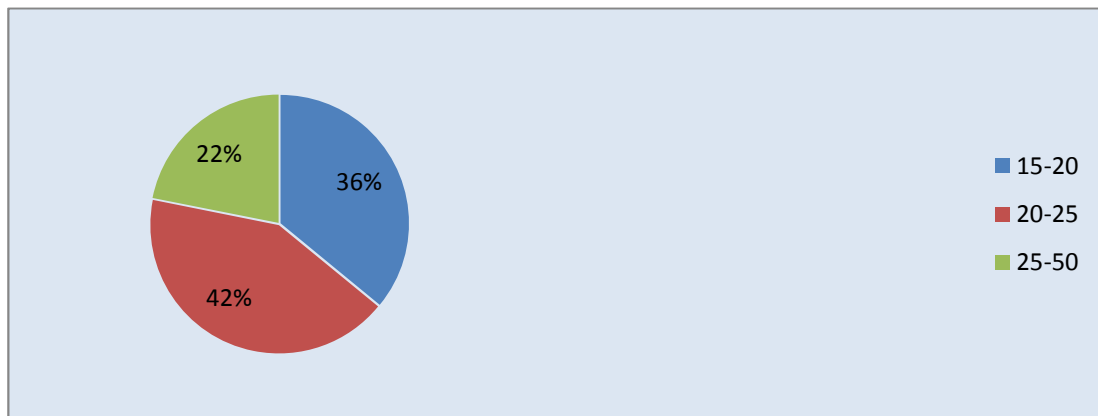


Figura 23 *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como, esquí acuático?*

Los turistas en relación a pagar por el esquí acuático tuvieron aceptación del 42% pagar entre \$15-20, siguiendo del 36% en rango de 20-25 y por último turistas que tienen conocimientos en la parte de costos nos afirmaron que estarían dispuestos a pagar por este deporte entre \$25-50.

Tabla 24

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como parasailing?

Tabla #23		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15-20	152	39.5	39.6	39.6
	20-25	142	36.9	37.0	76.6
	25-30	90	23.4	23.4	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

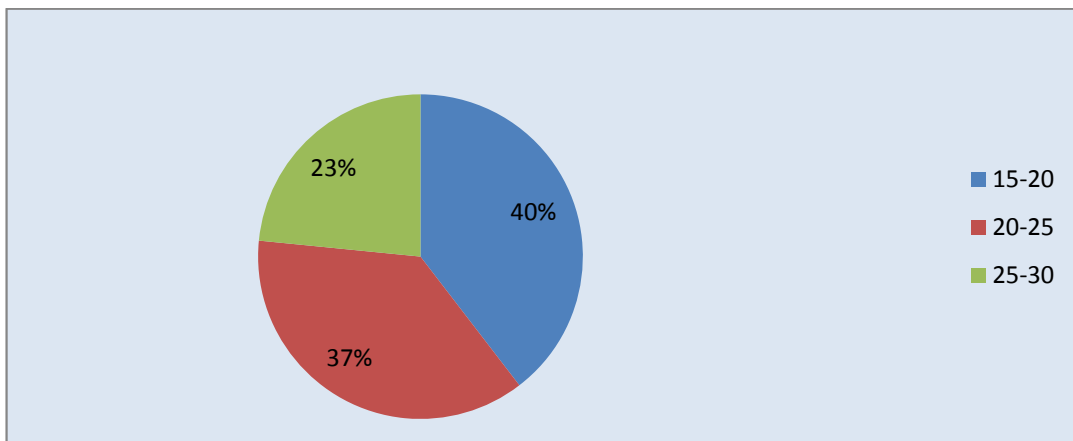


Figura 24 *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como parasailing?*

El 40% de los turistas encuestados para la realización del parasailing, aceptaron pagar de \$15-20. Seguido del 37% entre \$20-25 y al final una demanda de turistas que están dispuesto a gastar en esta actividad lo mínimo de \$ 25-30.

Tabla 25

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como actividad extra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	8-12	226	58.7	58.9	97.9
	13-20	150	39.0	39.1	39.1
	21-28	8	2.1	2.1	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

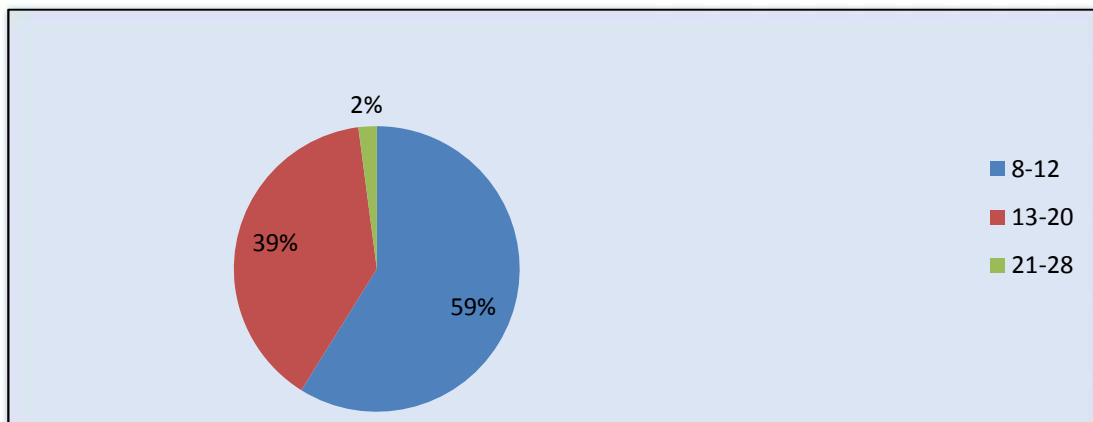


Figura 25 *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar deportes acuáticos como actividad extra?*

El 59% de los turistas respondieron en la respectiva encuesta que están dispuestos a pagar una actividad extra entre \$ 8-12, seguido del 39% que está dispuesto a pagar \$13-20 y un 2% que está dispuesto a pagar una cantidad de dinero de \$21-28.

Tabla 26
Motivaciones para practicar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Experimentar deportes nuevos	170	44.2	44.3	44.3
	Exploración de los recursos naturales	128	33.2	33.3	77.6
	Ocio y recreación	86	22.3	22.4	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

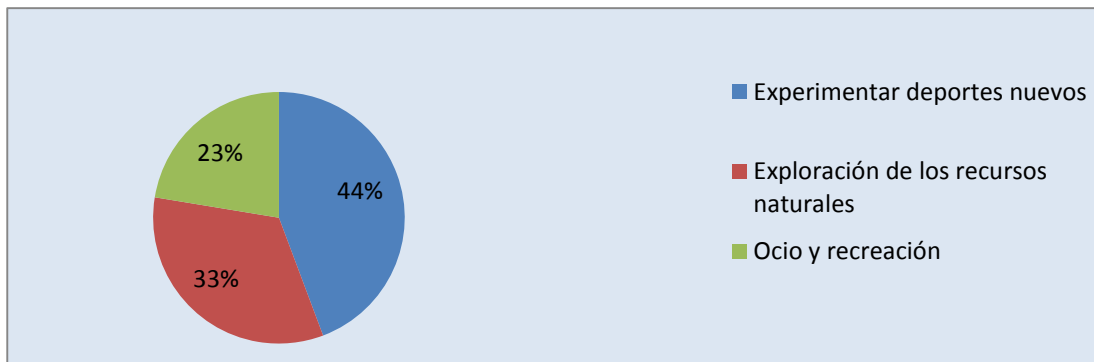


Figura 26 Motivaciones para practicar

En el gráfico 22 se observa las motivaciones por las cuales los turistas realizan estos deportes extremos, con el 44% es porque buscan experimentar deportes nuevos, el 33% exploración de los recursos naturales que ofrece el mar y por último el 23% lo hace por ocio y recreación.

Tabla 27
Tiempo de práctica en los deportes de aventura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	45 minutos	108	28.1	28.1	28.1
	1 hora	180	46.8	46.9	75.0
	2 horas	96	24.9	25.0	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

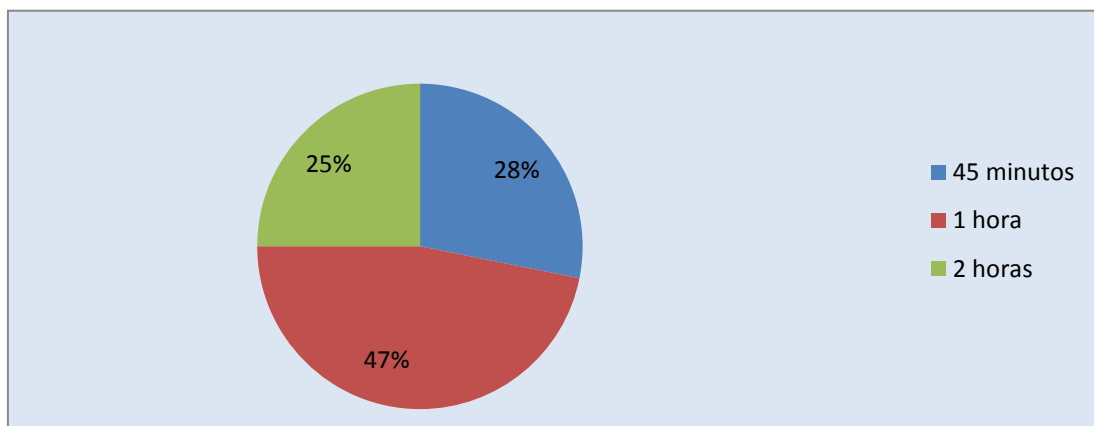


Figura 27 Tiempo de práctica en los deportes de aventura

En el gráfico 23 se hace énfasis en la duración de la práctica de deportes, refleja que el 47% le gustaría que sea un tiempo de 1 hora, continuando con el 28% que se estima dure 45 minutos y al finalizar el 25% de los turistas indicó que para realizar deportes extremos es necesario 2 horas.

Tabla 28

Beneficio por la práctica deporte de aventura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entretenimiento	136	35.3	35.4	35.4
	Salir de la rutina	198	51.4	51.6	87.0
	Relajación	50	13.0	13.0	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

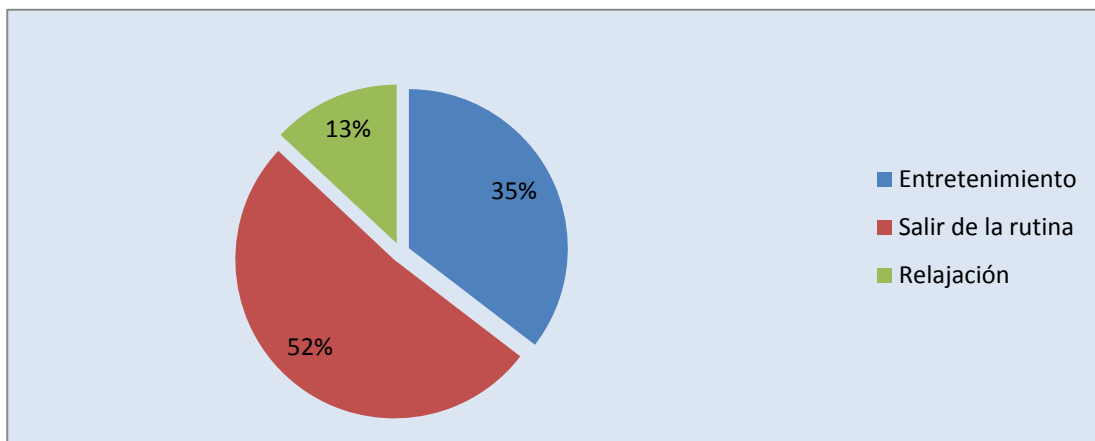


Figura 28 Beneficio por la práctica deporte de aventura

Toda actividad que involucre diversión, ocio y recreación viene con beneficios los cuales el 52% manifestó que esto les ayuda a salir de la rutina, también el 35% lo hacen por entretenimiento y culminando con el 13% lo hacen para llegar a un estado de relajación.

Tabla 29
Medios de comunicación

Tabla n# 28		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Correo electrónico	28	7.3	7.3	7.3
	Redes sociales	328	85.2	85.4	92.7
	Televisión	24	6.2	6.3	99.0
	Radio	4	1.0	1.0	100.0
	Total	384	99.7	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.3		
Total		385	100.0		

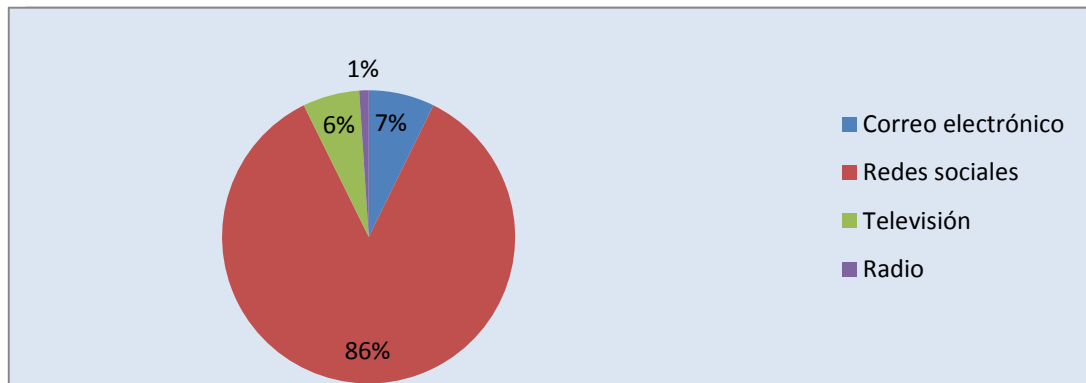


Figura 29 Medios de comunicación

En el último gráfico número 25 se conoció los medios de comunicación que utilizarían las personas para conocer de información acerca de deportes de aventura, en primer lugar, redes sociales arraso con el 86%, siguiendo recibir información por medio de correo electrónicos con el 7%, continuando el 6% por la televisión y al final el 1% informase por la radio.

9.2.1. Análisis resultados encuestas

En primera instancia se identificará características demográficas para tener información real y saber a dónde se tiene que dirigir, a quienes, esto se realiza para tener datos precisos acerca del género, edad, lugar de procedencia, nivel de ingresos, estudios y la ocupación.

Los resultados de las encuestas a las 384 personas reflejan que más de la mitad son hombres, se desplazan de varias provincias del Ecuador pero obteniendo datos relevantes que llegan de la provincia del Guayas, en segundo lugar Manabí, en tercer lugar Pichincha, sobresaliendo con los porcentajes más altos, sin olvidar que se obtuvo datos de personas extranjeras como de países de España, Chile y Argentina, también es necesario conocer la edad, en la cual están en un rango de 25-35 años, la investigación demuestra que son personas solteras con niveles de ingresos considerados, la mayoría gana sueldos desde \$400-600 de manera mensual. Poseen niveles académicos de tercer nivel, el 34% de las personas trabajan en empresas privadas por lo tanto tienen cierto grado de solvencia al momento de querer adquirir productos o servicios.

Es necesario no tan solo tener información general de nuestros clientes sino conocer varios puntos fundamentales como el motivo del viaje a la comuna Ayangué, gran parte de los encuestados acuden a la piscina del Pacífico porque encuentran actividades recreativas, también por los deportes de aventura que brindan, es un lugar ideal para

desarrollar variedad de experiencias únicas, por otro tener datos de forma general del gasto promedio de las personas en la comuna donde hace énfasis que gastan entre \$65-75, y asisten con mayor frecuencia solo una vez pasando tres meses en los meses de diciembre, febrero y enero que son los meses que sobresalen, son independientes que organizan sus viajes de manera personal sin la gestión de algún intermediador que facilite su estadía en algún sitio en específico, y prefieren organizar los viajes con amigos o compañeros.

Cuando se encuentran en la comuna Ayangue consumen con mayor frecuencia alimentos y bebidas que es necesario satisfacer ya que es una necesidad primordial de los turistas.

En relación a los deportes que se pretenden ofertar iniciamos si los encuestados en algún momento de su vida realizan la práctica de deportes de aventura y la mayoría un porcentaje de 79% si hace uso de estos, y el 21% no han tenido oportunidad o por diferentes motivos aún no se arriesgan a experimentar, los apasionados por las aventuras estarían dispuestos a consumir experiencias únicas ocasionalmente, ya que por diferentes motivos personales, laborales no tienen el tiempo disponible, los 4 deportes que implementara la operadora Ocean Travel son aceptados de manera positiva por todos las personas, mencionando que de ellos se direccionan por los que más llaman su atención la práctica de buceo en primer lugar que estarían dispuestos a pagar de \$110-120 porque poseen conocimientos que es un deporte que necesita materiales un poco costosos y siempre ir acompañado de un buceador profesional, en

cuanto al esquí y parasailing los turistas pagarían entre \$25-30 y por consiguiente snorkel, siendo el deporte con mayor demanda, el precio aceptado es de\$ 13-25.

Para mantenerse en innovación constante también se contará con una chiva acuática, que fue aceptada por 234 personas representada en un 61% está disponible solo fines de semana recorridos todo el día disponible.

En párrafos anteriores los turistas manifestaron que consumen servicios de alimentos, bebidas y alojamiento por lo tanto la operadora al ver esta exigencia creara paquetes turísticos ofreciendo todos los servicios así todo el consumo se quedara en la misma comuna, los turistas detallaron que el principal motivo de tomar en consideración la práctica de estos deportes extremos es porque experimentan deportes nuevos, seguido de la exploración de los recursos naturales y por ultimo ocio y recreación, les gustaría que cada actividad tenga duración de máximo una hora, esto a la vez genera beneficios como sobresale quitar el estrés, saliendo de la rutina constante que pasa una persona, para culminar las redes sociales son el medio principal donde ellos quisieran recibir información de las actividades turísticas, ya sean promociones, ofertas, paquetes, etc.

9.3. ANÁLISIS PESTAL

9.3.1. Factores políticos

En el Ecuador se han producido conflictos políticos debido a la fractura de las relaciones entre el mandatario actual con el anterior dentro del movimiento en que ambos pertenecían, pues en los estados financieros se encontraron una serie de

variaciones e irregularidades por lo que el país se desistió la idea de perder grandes cantidades de dinero por ende se empezó a realizar la lucha por la corrupción en cada una de las entidades del gobierno. Sin embargo, el mandatario actual mediante la consulta popular del 2017 se prohibió la reelección indefinida así mismo creo el consejo de participación ciudadana en donde posiciono a nuevas personas en los diferentes cargos dentro de las áreas que se preocupan por los sectores dentro del país como ministerios, secretarías, agencias y demás instituciones, siendo ésta inestabilidad política y disputa en el poder la que genera que las actividades productivas se vean perjudicadas o estén sujetas a complicaciones para tener un incremento potencial por la mala ejecución o se generen cambios en las políticas de quienes están a cargo.

9.3.2. Factores económicos

El crecimiento económico en el país cambia en ciertos periodos de tiempo esta variación económica generan crisis, avances, expansión o retroceso en el Estado pues son producido por diversos factores como el incremento de la deuda externa que ha sido cancelada durante años sin embargo los dirigentes manifiestan o justifica esta problemática como un factor heredado por gobernaciones anteriores, el bajo crecimiento del producto interno bruto anual, la caída del precio del barril de petróleo que es una de las principales ingreso dentro del país, estos factores afectan directamente a la economía de los hogares ecuatorianos pues da como resultado una serie de eventos como el desempleo, la subida de precios de forma drástica tanto de víveres como del

combustible que origina descontento en la población ecuatoriana por lo que realizan =marchas y protestas para cambiar estas reformas.

9.3.3. Factores sociales

En la actualidad las personas tienen a su alcance la decisión de comprar producto y/o servicio que ofrezcan calidad, además porque tienen el privilegio de elegir una empresa, de tantas que existen en el mercado. De la misma manera el consumidor hace énfasis que el precio en estos tiempos no es de gran importancia, ya que la generación millennial y z, se basa en aspecto como que tan buena fue la atención que recibieron al llegar algún centro comercial, hotel, restaurante, etc. También el uso de teléfono móvil de última tecnología facilita a que los individuos puedan estar conectados a cualquier hora y lugar del mundo, siendo útil para crear una conversación con amigo, familiares, que se encuentren fuera del país. Simultáneamente la sociedad se mueve en base al trabajo de cada uno de los individuos que la conforma, así mismo la educación se ocupa en forma profesionales, con criterios propios y aptos para servir a la comunidad.

9.3.4. Factores tecnológicos

Los avances tecnológicos han permitido que muchas empresas, dejen de disponer de ciertas plazas de empleo, debido a la automatización de los procesos de manufactura, además de abaratar costos, las maquinarias representan un beneficio a nivel de tiempo y eficiencia lo que optimiza los recursos de la organización. Simultáneamente la tecnología es el motor principal que lleva al ser humano a superar fronteras, porque a

través de ella, se puede realizar las más grandes hazañas en innovación. Del mismo modo las ciencias aplicadas han ayudado a las personas estar informado de lo que sucede alrededor del mundo, en cuestión de segundo. Cabe recalcar que no solo representan una gran ventaja en el ámbito empresarial, sino también a nivel académico, científico, social, salud, etc. Por esto es necesario estar al tanto de las tendencias tecnologías que se producen en la actualidad para saber aprovecharlas y adaptarla a nuestro entorno.

9.3.5. Factores ambientales

La Constitución Política del Ecuador del año 2008 reconoce los derechos de la naturaleza y destaca la importancia que tiene para el país la biodiversidad señalando específicamente que “El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas.” las áreas protegidas son prioritaria ya que direcciona acciones de conservación y cumple un rol relevante en el desarrollo del país.

Hoy en día existe una importante cantidad de normas, especialmente a nivel de reglamentos y de ordenanzas seccionales, que, si bien no cubren todos los ámbitos ni temas de la gestión ambiental, sin embargo, aborda temas como Estudios de Impactos Ambientales y el de prevención y Control de la Contaminación con sus normas técnicas para los recursos agua, aire, suelo, así como para el ruido, desechos sólidos y productos químicos peligrosos. Como la deforestación son uno de los problemas con mucha

incidencia en el Ecuador, un ejemplo de esto es la destrucción de bosque y manglar en las provincias en diferentes partes del país, la contaminación de los amares, la contaminación de los suelos, entre otros

10. CONCLUSIONES

El aspecto legal es de mucha importancia para la apertura y funcionamiento de un negocio, porque permite operar a las empresas sin ningún problema, además los emprendedores se evitan de ser clausurado o sancionado por alguna irregularidad que presenten, es por esto que la operadora turística Ocean Travel pasa por algunos requisitos y permisos necesarios como son : Escritura de constitución, obtención de ruc, obtención de patente municipal, registro de actividad turística , registro previo a la operación, la licencia de funcionamiento anual, el cual se evidencia que el negocio si cumplirá con los requerido que estipulan las leyes de Ecuador.

En la descripción de la empresa es fundamental, porque en esto se detalla y se logra definir la razón social, la descripción del negocio, la marca y el eslogan que representara una compañía, adicionalmente hará que se posicione en la mente del consumidor, así mismo se menciona los días y horarios de funcionamientos, a más del servicio que ofrecerá. Ocean Travel cuenta con sus logotipos y lema, donde se evidencia los elementos relacionados con lo que ofertara, igualmente sus días de funcionamiento serán de miércoles a domingo de 8 a 5 de la tarde, además se determina

cincos actividades de aventura como: Buceo, snorkel, esquí acuático, parasailing y chiva acuática, que serán practicados en la comuna Ayangue.

Definir un mercado objetivo, permite conocer hacia qué grupo va dirigido el servicio, es por esto que la operadora turística Ocean Travel aplicó 384 encuestas dirigidas a turistas que visitaban la comuna Ayangue. De la misma manera el número de visitantes para encuestar fue determinado a través de la fórmula de población desconocida, el cual se definió los datos socio demográficos y las motivaciones del perfil del consumidor, quedando entre la edad de 25 a 35 años y con mayor acogida el deporte acuático Snorkel, además la aceptación del servicio innovador, chiva acuática.

Realizar un análisis Pest, es un gran beneficio porque facilita a las empresas a definir su entorno, por su parte la operadora turística Ocean Travel, toma a consideración, cuatro factores que son: político, económico, social, tecnológico y Ambiental, el cual influirán de forma negativa y positiva en el proyecto. Sin duda alguna ayuda a conocer a las distintas problemáticas, oportunidad y los cambios a futuro que se enfrentará la empresa.

11.RECOMENDACIONES

Una vez culminado el estudio debo mencionar que, para la creación de la operadora turística en la comuna de Ayangue, es necesario tomar en cuenta cada punto detallado en este documento, a su vez cumplir con cada requisito necesario para evitar cualquier irregularidad en el momento de funcionar la empresa.

Contar con toda la seguridad necesaria para la implementación de los cinco deportes de aventura, como son: el buceo, snorkel, esquí acuático, parasailing y chiva acuática con la finalidad de brindar experiencias únicas a los turistas y satisfacer expectativas a la hora que los turistas hagan uso de los servicios que ofrecerá la operadora turística.

Estar pendiente de cada movimiento que realiza el cliente objetivo u consumidor que acudirá a prestar los servicios de la empresa y a su vez en obtener información actualizada del mercado objetivo y de la competencia para lograr mantenerse en el mismo.

Una vez dado a conocer en este documento cuales son los factores del macro entorno que podrían afectar a la empresa u impulsar a desarrollar, es necesario que se comience implementar nuevas medidas o estrategias para sobrellevar el negocio en la comuna Ayangue, de la provincia de Santa Elena.

12.BIBLIOGRAFIA

- Brunetta, H. (2013). *Marketing digital ebook*. Buenos Aires: Fox Andina.
- Dotras, A. (2016). *Social Media. Herramientas y Estrategias Empresariales*. Madrid: Ra-Ma Editorial.
- Droznes, L. (2005). *Manual para un plan de negocio*. Buenos Aires : Autodesarrollo.
- Fernandez, A. (2007). *Inovacion en el campus virtual metodologia y herramientas*. España : complutense S.A.
- Kotler, P. (2003). *Direccion de Marketing: Conceptos Esenciales*. Mexico: Pearson Educación.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Grupo editorial Patria.
- Rodríguez, P. (2018). *Profesiones digitales 1: Big data. Hagamos hablar a los datos*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Turmo, F., & Verón, J. (2008). *La gestión de la información en la administración local*. España: Comunicacion Social: ediciones y publicaciones.

13. ANEXOS

N° de Encuesta	Fecha de realización:	Hora de realización:	Encuestador:
Controlado por R	Fecha de control:	Fecha de evaluación:	Evaluador:

Buenos días/tardes, somos un equipo de investigación compuesto por docentes y estudiantes de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en este trabajo estamos realizando un estudio para identificar cual es el perfil de clientes que consumirá el servicio que ofrecerá la operadora turística en relación a los deportes de aventura. Antes de comenzar es importante señalar que toda la información obtenida será usada solo para los objetivos de la presente investigación áulica. De antemano le agradecemos su participación.

A. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

A1. Sexo <input type="checkbox"/> Hombre -1 <input type="checkbox"/> Mujer -2 <input type="checkbox"/> LGBT -3		A2. Lugar de procedencia <table border="1"> <tr> <td>Local -1</td> <td>Azuay -2</td> <td>Bolívar -3</td> <td>Cañar -4</td> </tr> <tr> <td>Carchi -5</td> <td>Chimborazo -6</td> <td>Cotopaxi -7</td> <td>El oro -8</td> </tr> <tr> <td>Esmeraldas -9</td> <td>Galápagos -10</td> <td>Guayas -11</td> <td>Imbabura -12</td> </tr> <tr> <td>Loja -13</td> <td>Los Ríos-14</td> <td>Manabí -15</td> <td>Morona -16</td> </tr> <tr> <td>Napo -17</td> <td>Orellana -18</td> <td>Pastaza -19</td> <td>Pichincha -20</td> </tr> <tr> <td>Santo Domingo de los Tsáchilas -21</td> <td>Sucumbíos -22</td> <td>Tungurahua -23</td> <td>Zamora Chinchipe -24</td> </tr> <tr> <td>Internacional -25</td> <td colspan="3">País.....</td> </tr> </table>				Local -1	Azuay -2	Bolívar -3	Cañar -4	Carchi -5	Chimborazo -6	Cotopaxi -7	El oro -8	Esmeraldas -9	Galápagos -10	Guayas -11	Imbabura -12	Loja -13	Los Ríos-14	Manabí -15	Morona -16	Napo -17	Orellana -18	Pastaza -19	Pichincha -20	Santo Domingo de los Tsáchilas -21	Sucumbíos -22	Tungurahua -23	Zamora Chinchipe -24	Internacional -25	País.....		
Local -1	Azuay -2	Bolívar -3	Cañar -4																														
Carchi -5	Chimborazo -6	Cotopaxi -7	El oro -8																														
Esmeraldas -9	Galápagos -10	Guayas -11	Imbabura -12																														
Loja -13	Los Ríos-14	Manabí -15	Morona -16																														
Napo -17	Orellana -18	Pastaza -19	Pichincha -20																														
Santo Domingo de los Tsáchilas -21	Sucumbíos -22	Tungurahua -23	Zamora Chinchipe -24																														
Internacional -25	País.....																																
A3. Edad <input type="checkbox"/> -24 -1 <input type="checkbox"/> -35 -2 <input type="checkbox"/> -48 -3 <input type="checkbox"/> -64 -4 <input type="checkbox"/> 65 en adelante -5		A4. Estado civil <input type="checkbox"/> Soltero -1 <input type="checkbox"/> Casado -2 <input type="checkbox"/> Unión Libre -3 <input type="checkbox"/> Viudo -4 <input type="checkbox"/> Divorciado -5		A5. Determine su nivel de ingresos <input type="checkbox"/> 0-200 -1 <input type="checkbox"/> \$200 - 400 -2 <input type="checkbox"/> \$400 - 600 -3 <input type="checkbox"/> \$600 - 800 -4 <input type="checkbox"/> \$800 - 1.500 -5 <input type="checkbox"/> +1.500 -6		A6. Nivel de estudios <input type="checkbox"/> Sin estudios -1 <input type="checkbox"/> Primarios -2 <input type="checkbox"/> Secundarios -3 <input type="checkbox"/> Universitarios -4 <input type="checkbox"/> Posgrado -5		A7. Profesión <input type="checkbox"/> Estudiante -1 <input type="checkbox"/> Independiente -2 <input type="checkbox"/> Servidor público -3 <input type="checkbox"/> Ama de Casa -4 <input type="checkbox"/> Jubilado -5 <input type="checkbox"/> Desempleado -6 <input type="checkbox"/> Empresa privada -7 <input type="checkbox"/> Otros -8																									
A8. Motivo de Visita <input type="checkbox"/> Deportes de aventura -1 <input type="checkbox"/> Gastronomía -2 <input type="checkbox"/> Actividades recreativas -3 <input type="checkbox"/> Artesanía -4				A9. Gasto de viajes <input type="checkbox"/> 45-55 -1 <input type="checkbox"/> 55-65 -2 <input type="checkbox"/> 65-75 -3 <input type="checkbox"/> 75-85 -4 <input type="checkbox"/> +85 -5																													

B. Motivaciones

B1. ¿Con qué frecuencia visita usted Ayangue?					
Todos los fines de semana -1	Una vez por semana -2	Una vez por tres meses -3	Una vez al año -4		
B2. ¿En qué meses de año Ud. Suele visitar este lugar?					
Enero -1	Abril -4	Julio -7	Octubre -10		
Febrero -2	Mayo -5	Agosto -8	Noviembre 11		
Marzo -3	Junio -6	Septiembre -9	Diciembre -12		
B3. ¿De qué manera ha organizado su viaje?					
Personal -1	Operadora turística -2	Otro -3			
B4. De las siguientes actividades extras ¿Cual estaría dispuesto a consumir?			B5. Como viaja		
Chivas acuático -1			Solo -1	Amigos o compañeros -4	
Banana -2			Pareja -2	Pareja e hijos -5	
Pesca deportiva -3			Hijos 3	Familia (abuelos, tíos, padres, primos, etc.) -6	
B6. De los siguientes servicios adicionales ¿Cuál consume en la misma comuna?					
Alojamiento -1		Restaurantes -2			

C. Deportes de Aventura

<p>C1. Practica deportes de aventura</p> <table border="1"> <tr> <td>-1</td> <td>0</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> </table>	-1	0	-2		<p>C2. Con que frecuencia usted estaría dispuesto a practicar deportes de aventura.</p> <table border="1"> <tr> <td>Nunca</td> <td>-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ocasionalmente</td> <td>-3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Frecuentemente</td> <td>-4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Muy frecuentemente</td> <td>-5</td> <td></td> </tr> </table>	Nunca	-1		Casi nunca	-2		Ocasionalmente	-3		Frecuentemente	-4		Muy frecuentemente	-5																								
-1	0	-2																																									
Nunca	-1																																										
Casi nunca	-2																																										
Ocasionalmente	-3																																										
Frecuentemente	-4																																										
Muy frecuentemente	-5																																										
<p>C3. Seleccione cuál de los siguientes deportes acuáticos le gustaría practicar</p> <table border="1"> <tr> <td>Snorkeling</td> <td>-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Buceo</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Esquí acuático</td> <td>-3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Paraisailing</td> <td>-4</td> <td></td> </tr> </table>	Snorkeling	-1		Buceo	-2		Esquí acuático	-3		Paraisailing	-4		<p>C4. Indique ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por practicar los deportes acuáticos tales como Buceo, Snorkeling, esquí acuático, paraisailing y actividad extra? En relación a la actividad de buceo</p> <table border="1"> <tr> <td>90-110</td> <td>110-120</td> <td>120-140</td> </tr> <tr> <td>-1</td> <td>-2</td> <td>-3</td> </tr> </table> <p>En relación a la actividad de Snorkeling</p> <table border="1"> <tr> <td>8-12</td> <td>13-20</td> <td>21-28</td> </tr> <tr> <td>-1</td> <td>-2</td> <td>-3</td> </tr> </table> <p>En relación a la actividad de Esquí acuático</p> <table border="1"> <tr> <td>15-20</td> <td>20-25</td> <td>25-30</td> </tr> <tr> <td>-1</td> <td>-2</td> <td>-3</td> </tr> </table> <p>En relación a la actividad de Paraisailing</p> <table border="1"> <tr> <td>15-20</td> <td>20-25</td> <td>25-30</td> </tr> <tr> <td>-1</td> <td>-2</td> <td>-3</td> </tr> </table> <p>En relación a la actividad extra</p> <table border="1"> <tr> <td>8-12</td> <td>13-20</td> <td>21-28</td> </tr> <tr> <td>-1</td> <td>-2</td> <td>-3</td> </tr> </table>	90-110	110-120	120-140	-1	-2	-3	8-12	13-20	21-28	-1	-2	-3	15-20	20-25	25-30	-1	-2	-3	15-20	20-25	25-30	-1	-2	-3	8-12	13-20	21-28	-1	-2	-3
Snorkeling	-1																																										
Buceo	-2																																										
Esquí acuático	-3																																										
Paraisailing	-4																																										
90-110	110-120	120-140																																									
-1	-2	-3																																									
8-12	13-20	21-28																																									
-1	-2	-3																																									
15-20	20-25	25-30																																									
-1	-2	-3																																									
15-20	20-25	25-30																																									
-1	-2	-3																																									
8-12	13-20	21-28																																									
-1	-2	-3																																									
<p>C5. ¿Cuál es la motivación principal que le llevaría practicar el buceo, esquí acuático, Paraisailing y Snorkeling?</p> <table border="1"> <tr> <td>Practicar deportes nuevos</td> <td>-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Exploración de recursos naturales</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Deporte y recreación</td> <td>-3</td> <td></td> </tr> </table>		Practicar deportes nuevos	-1		Exploración de recursos naturales	-2		Deporte y recreación	-3																																		
Practicar deportes nuevos	-1																																										
Exploración de recursos naturales	-2																																										
Deporte y recreación	-3																																										
<p>C6. Que tiempo le gustaría que dure la práctica de los deportes de aventura.</p> <table border="1"> <tr> <td>45 minutos</td> <td>1 hora</td> <td>-2</td> <td>2 horas</td> <td>-3</td> </tr> </table>	45 minutos	1 hora	-2	2 horas	-3	<p>C7. Ud. cree que la práctica de deporte de aventura genera algún tipo de beneficio como:</p> <table border="1"> <tr> <td>Entretimiento</td> <td>-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Salir de la rutina</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Relajación</td> <td>-3</td> <td></td> </tr> </table>	Entretimiento	-1		Salir de la rutina	-2		Relajación	-3																													
45 minutos	1 hora	-2	2 horas	-3																																							
Entretimiento	-1																																										
Salir de la rutina	-2																																										
Relajación	-3																																										
<p>C8. Indique los medios de comunicación que utiliza para informarse de los deportes de aventura</p>	<table border="1"> <tr> <td>Presencia escrita</td> <td>-1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Correo electrónico</td> <td>-2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Redes Sociales</td> <td>-3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Televisión</td> <td>-4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Rádico</td> <td>-5</td> <td></td> </tr> </table>	Presencia escrita	-1		Correo electrónico	-2		Redes Sociales	-3		Televisión	-4		Rádico	-5																												
Presencia escrita	-1																																										
Correo electrónico	-2																																										
Redes Sociales	-3																																										
Televisión	-4																																										
Rádico	-5																																										