



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS, OCEÁNICAS  
Y RECURSOS NATURALES**

**CASO DE ESTUDIO**

**“FACTORES DE ÉXITO EN LA CREACIÓN DE LA TOUR OPERADORA  
<<MONTAÑITOURS>>”**

**EXAMEN COMPLEXIVO**

**Fase Oral**

**Previa la obtención del título de:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**Presentado por:**

**Herrera Vaca Beatriz Elena**

**GUAYAQUIL-ECUADOR  
2016**

**Agradecimiento**

*En primer lugar agradezco a Dios, por guiar mis pasos cada día de mi vida universitaria y darme la oportunidad de aprender y tomar experiencias que hicieron de mí una persona de bien.*

***“PORQUE NUNCA NOS ABANDONA Y SIEMPRE ESTA ILUMINANDO NUESTRO CAMINO, DÁNDONOS SU AMOR INCONDICIONAL.”***

*A mis profesores, que se encargaron de brindarme sus conocimientos para poder aplicarlo en mi vida profesional y desarrollo intelectual.*

*A mis padres porque con su ejemplo de valor y motivación constante, me ha permitido ser una persona fuerte y salir adelante en cada proyecto de mi vida; por darme amor, cariño, comprensión, fuerza y ánimo para poder llegar a la meta del éxito.*

*A mis queridos Hermana y hermano que siempre me han apoyado y han estado a mi lado en todos y cada uno de los pasos que he dado en mi vida.*

*A todos mis amigos de la Universidad, por todo su apoyo y consideración en estos años de estudio que hicieron que el recorrido fuera aún más ameno.*

***Beatriz Elena Herrera Vaca***

**DEDICATORIA**

*A Dios, por darme fuerzas para concluir con mi carrera, por ser indispensable en mi vida y quien ha sabido guiar mis pasos y nunca dejarme sola.*

*Se lo dedico a mi familia, por ser parte fundamental en mi vida, sobre todo a mis padres, que han sabido inculcarme sus valores, entregarme su confianza y por el apoyo incondicional que me han brindado, consejos y palabras de aliento que me han servido para continuar con mi carrera.*

*A mi esposo, por ser la persona más importante de mi vida, por estar conmigo en las buenas y en las malas, y siempre estar apoyándome, le agradezco por haber creído en mí y por la infaltable ayuda que me ha brindado cuando lo he necesitado.*

*Este Proyecto lo quiero compartir con mucho amor a todos ustedes, quienes han sido parte importante en mi vida y mi apoyo en todos estos años de mi carrera universitaria.*

*¡MUCHAS GRACIAS!*

***Beatriz Elena Herrera Vaca***

**Tribunal Del Examen Complexivo**

---

**MSC. Carolina Aguayo**  
**Miembro Del Tribunal**

---

**MSC. Julio Gavilanes Valle**  
**Miembro Del Tribunal**

## Índice General

CARÁTULA.....	1
AGRADECIMIENTO.....	2
DEDICATORIA.....	3
TRIBUNAL DEL EXAMEN.....	4
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCION.....	7
ANTECEDENTES.....	7
OBJETIVOS DE LA OPERADORA.....	8
MEDIDAS PARA PROMOVER EL TURISMO RESPONSABLE.....	8-9
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	9
GRÁFICO 1. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	9
SUSTITUTOS.....	9
RIVALIDAD (Competencias Indirectas).....	9
CLIENTES.....	10
PROVEEDORES.....	10
INTENSIDAD DE COMPETIDORES (Competencias Directas).....	10
GRÁFICO 2. ANÁLISIS DEL FODA.....	10
FORTALEZAS.....	10-11
OPORTUNIDADES.....	11
DEBILIDADES.....	11
AMENAZAS.....	11
CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES	
CONCLUSIONES.....	12
RECOMENDACIONES.....	12
REFERENCIAS.....	12-13

## “FACTORES DE ÉXITO EN LA CREACIÓN DE LA TOUR OPERADORA <<MONTAÑITOURS>>”

Ma. Fernanda Larrea Sotomayor, Docente.  
Facultad de Ingeniería en Mecánica y Ciencias de la Producción  
Escuela Superior Politécnica del Litoral.  
Campus Gustavo Galindo V. km.30.5 Vía Perimetral, P.O. Box 09 01 5863, Guayaquil, Ecuador.  
[malarre@espol.edu.ec](mailto:malarre@espol.edu.ec)

Herrera Vaca Beatriz Elena  
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales  
Licenciatura en Turismo  
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)  
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral  
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador  
[Beelherr@espol.edu.ec](mailto:Beelherr@espol.edu.ec)

### Resumen

*En los años sesenta Montañita se convirtió en un punto de encuentro para gente joven, usualmente extranjera, inspirada en el movimiento hippie y movimientos alternativos, para la diversión, el descanso y el contacto con la naturaleza. En cuanto a planta turística la comuna Montañita ha incrementado su infraestructura por iniciativa de los habitantes como consecuencia de la gran afluencia de visitantes, asimismo, ha crecido la demanda de extranjeros que llegan y se quedan más tiempo de lo programado. Como los viajeros y los propios voluntarios, los propietarios del equipo Montañitours han observado estos cambios a lo largo de los años y se ha convertido en su plataforma para estar al tanto de todas las normas ecológicas y reforzar estas prácticas entre los clientes y el personal con el fin de facilitar el turismo con impactos positivos que tiene el Ecuador. Es así, como se crea la primera Tour Operadora “MONTAÑITOURS”, actividad turística que ha tenido un desarrollo constante al crecimiento de la comuna Montañita, sector que consta con una plaza de mercado altamente rentable, por ello se consideró viable la creación de la Operadora Turística.*

*Con información recopilada por medio de entrevistas con el propietario y su ayudante, uso de medios de comunicación como: Medios impresos (FOLLETOS) y Redes Sociales (FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER Y SU PÁGINA WEB OFICIAL) se ha realizado un estudio profundo de mercado en éste perímetro demostrando a través de las cinco fuerzas de Porter y del FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), que la demanda para la creación de la Tour Operadora ha generado excelentes ingresos monetarios tanto para la comunidad como para el negocio, por lo que este estudio analizará estos factores de éxito.*

**Palabras Claves:** *Montañita, “Montañitours”, Operadora de Turismo, Mercado Turístico, Satisfacción del Turista.*

### Abstract

*In the sixties Montañita became a meeting point for, usually foreign young people, inspired by the hippie movement and alternative movements, for fun, rest and contact with nature.*

*As for tourist facilities, the Montañita commune has increased its infrastructure by initiative of the inhabitants as a result of the large influx of visitors, also, has increased the demand of Foreigners arriving and stay more time of scheduled. As travellers and volunteers themselves, the owners of the Montañitours team have observed these changes over the years and have made it their platform to be up to date on all eco-friendly standards and reinforce these practices amongst clients and staff in order to facilitate the tourism with positive impacts that has the Ecuador. So, It is created the first Tour Operator "MONTAÑITOURS", activity tourism that has had development steadily to the growth of the commune Montañita, sector that has a highly profitable market square, for this reason, the creation of the Tour Operator was considered feasible.*

*With information gathered through interviews with the owner & his assistant, use of media to communication such as print media (brochures) and social networks (FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER AND ITS OFFICIAL SITE) it has been done a thorough study of market in this perimeter demonstrating through Porter's five forces and SWOT – (strengths, weaknesses, opportunities and threats), that the demand for the creation of the Tour Operator has generated excellent monetary income for both the community and the business, so this study will analyze these success factors.*

**Key words:** *Montañita, “Montañitours”, Tour Operator, Tourism Market, Tourist Satisfaction.*

## 1. Introducción

Aproximadamente a 4 kilómetros al norte de la provincia del Guayas, se encuentra localizada la comuna de Montañita, un pequeño pueblo vistoso conocido en el Ecuador como la mejor playa para el surf y con mayor turismo del país. Tiene una población de más de 6.000 personas que habitan en esta comunidad, perteneciente a la parroquia rural de Manglar Alto. (MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, 2013)

Montañita pertenece a la provincia de Santa Elena, parroquia Manglaralto, localizada a 5 minutos de la comuna Manglaralto, y a 10 minutos de la comuna de Olón.

Montañita es el lugar perfecto donde los amantes deportivos pueden encontrar la mejor playa para practicar su hobby favorito: el surf, con olas que alcanzan hasta tres metros de altura, se pueden realizar campeonatos de surf, ecuavolley, entre otras actividades deportivas y recreativas.

En la década de los 60, Montañita se convirtió en un punto de encuentro para gente joven (hippie), que estaba formada en su mayoría por extranjeros, vinculada al Surf y otros movimientos alternativos, para la diversión, el descanso y el contacto con la naturaleza. En el presente trabajo, se pretende analizar la existencia de la operadora turística por medio de un estudio investigativo sobre los “FACTORES DE ÉXITO EN LA CREACIÓN DE LA TOUR OPERADORA MONTAÑITOURS”, ubicada en la provincia de Santa Elena-Comuna Montañita, lo cual ha generado una expectativa favorable para la evolución del turismo en la Comuna Montañita.

Se proporciona información general sobre la Operadora Turística. Podemos encontrar claramente establecida la misión, objetivos generales, las medidas para promover el turismo responsable y las medidas estratégicas de comercialización, esperando dejar bien en claro la creación de la Operadora Turística “MONTAÑITOURS”.

Se ha realizado un estudio profundo de mercado en éste perímetro demostrando a través de las cinco fuerzas de Porter y del FODA – (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), el mismo que nos dará a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se creó.

## 2. Antecedentes

Ishai Eshed (Israelí), dueño de Montañitours, en su juventud tenía el proyecto de viajar por todo el mundo con ahorros que realizó durante toda su etapa de educación militar.

Su primer destino de viaje fue Ecuador y cautivado por su belleza decide hacer un Tour con destino a la Costa, dirigiéndose a la provincia de Santa Elena-Comuna Montañita. En su llegada observó que Montañita tenía mucha demanda turística pero sin ninguna agencia que oferte servicios en la Comuna, tales como: paquetes turísticos, tours y excursiones con estándares de calidad.

Después de su gran recorrido por todo el Ecuador, decide regresar a Israel para buscar apoyo de su familia y crear su propia Operadora Turística, pero, esta se le fue negada, decidiendo continuar con sus objetivos.

A los 3 meses retorna para Montañita y se encuentra con un amigo de su país Tomer Madmoni - dueño del Restaurante Hola Ola Café – que con su apoyo incondicional emprende su primer proyecto en el restaurante, ofreciendo sus paquetes turísticos a los clientes que arribaban en el sitio, utilizando como estrategia el método de Boca en Boca, siendo un guía turístico por su propia cuenta.

Después de tener tanto éxito con sus primeros paquetes turísticos, decidió expandirse y ofrecer sus paquetes a los hoteles. Y poco a poco Ishai comenzó a tener sus propios clientes hasta formar su tour operadora.

Una vez levantada la empresa, como su primer nombre fue “TOURS DEL SOL”, y al paso de los años, mientras Montañita iba adquiriendo más potencial en demanda turística su empresa también iba creciendo, que cambia su nombre a “MONTAÑITOURS” hasta la actualidad.

En esos tiempos hubo alguna afinidad entre la vida alternativa de estos visitantes, la estructura, organización comunitaria y autónoma de la aldea. Las construcciones en Montañita siguen manteniendo un estilo rústico de la costa, aunque en la actualidad los hostales y casas de hospedaje comunitarios gozan de comodidades para el turista.

Muchas personas nativas de Montañita poseen su propia empresa en donde se dedican a la confección de ropa propia de temporada, motivo por el cual surgió la gran necesidad de crear este tipo de servicio turístico para satisfacer las expectativas del cliente final. (Eshed , 2016)

El objetivo de este caso, es analizar los factores de éxito en la creación de la tour operadora Montañitours, para lo cual se tomarán en cuenta dos aspectos fundamentales: Las cinco fuerzas de PORTER y el FODA.

### 3. Datos generales

Montañitours es un operador de una agencia de viajes y mostrador de información situado en Montañita, mejor conocido como “El Paraíso de los Surfistas”. (ESHED, 2007)

Es una empresa ecuatoriana registrada y con licencia del Ministerio de Turismo de Ecuador, y trabajan de la mano con CAPTUR (La Cámara Provincial de Turismo del Guayas), en la apertura y la creación de nuevos servicios turísticos ubicados en la costa de Ecuador.

Montañitours es una compañía que diseña, planifica y opera sus propios paquetes turísticos que duran desde 1 a 5 días.

Montañitours ofrece un servicio al más alto nivel de satisfacción de sus clientes, con una variedad de paquetes de actividades y entretenimiento que brindan una experiencia de contacto único en esta localidad.

#### Ofertas:

- Tour Zona de Buceo
- Tour de Pesca con Arpones
- Parque Nacional Machalilla / Isla de la Plata
- Los Frailes / Agua Blanca
- Cabalgatas
- Recorrido Bosque Húmedo
- Canopy
- Parapente
- Avistamiento de Ballenas
- Tour Galápagos

Tienen un compromiso incomparable para proporcionar una gran experiencia en Ecuador, invitando y dando la bienvenida a sus clientes para absorber realmente la naturaleza prístina y encantadora de nuestro país.

### 4. Cultura organizacional

Montañitours como operadora turística tiene definida y declarada su misión, objetivos, medidas para promover el turismo responsable y sus estrategias de comercialización, en dónde consta: página web, establecimiento, manuales y folletos.

*“Es todo acerca de la experiencia.”*

En “Montañitours” hacemos que cada uno de nuestros clientes viva la experiencia de un viaje inolvidable, y eso es lo que hacemos. Por lo tanto, nuestra misión es:

*“proporcionar a cada cliente una vez en la vida, la experiencia de un viaje inolvidable”.*

### 5. Objetivos de la operadora “Montañitours”

Montañitours cuenta con clientes muy exigentes, especialmente parte de su demanda potencial los Jóvenes-Adultos (18-45 años), por lo que la empresa prioriza sus servicios, dedicadas principalmente a brindar paquetes turísticos con alto nivel de calidad en cuanto al servicio para la satisfacción de sus clientes.

- Ser líderes en el mercado potencial de las operadoras turísticas, brindando un servicio de calidad a los visitantes locales e internacionales, que les ayuden a diferenciar de otros servicios similares, para la satisfacción de los mismos.
- Satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes, ya que de esa manera podrán tener una mayor posición en el mercado internacional y expandirse en el mercado nacional.
- Desarrollo de herramientas necesarias y apropiadas para brindar un servicio excelente en sus paquetes turísticos, cumpliendo con un conjunto de normas y estándares de calidad, y llegar a convertirse en una empresa líder, con un estilo propio y personalizado.
- Están siempre actualizándose de las condiciones regionales, geográficas y políticas, garantizando que todos los itinerarios estén diseñados con habilidad e individualmente en consecuencia.
- Asegurar que todos sus proveedores de servicios se adhieran a los más altos estándares de calidad.
- Ofrecer los mejores hoteles en su clase de cocina con el grado de servicio, comodidad, y la atmósfera que esperan los clientes.

### 6. Medidas para promover el turismo responsable.

#### 1) *Impulsar la Economía Social:*

Todo su personal está conformado por miembros de comunidades locales del Ecuador. Ya sea parte de sus oficinas, transporte o equipos que guían. El personal aporta con su experiencia local indispensable para cada uno de sus productos y operaciones.

#### 2) *Abriendo Nuevas Oportunidades turísticas:*

Funciona con la comunidad local para crear mejores beneficios económicos y mejora el bienestar de las comunidades mediante su apertura a las oportunidades turísticas. Montañitours ha sido un miembro clave en la exploración y conformación del turismo en la costa ecuatoriana.



### 3) *No hay huella ecológica:*

Todos sus viajes a las Galápagos, la cuenca del Amazonas y otras reservas son al unísono con los operadores que ponen al turismo sostenible como la vanguardia de sus negocios. Al elegir específicamente estos proveedores especializados en prácticas ecológicas han establecido una toma de conciencia de la importancia de revertir el daño hecho en los últimos 50 años y la restauración de la santidad de algunos de los mayores tesoros naturales de la Tierra.

### 4) *Dona a proyectos locales:*

Trabaja de la mano con la gente de Montañita para promover proyectos y esfuerzos en apoyo de la comunidad.

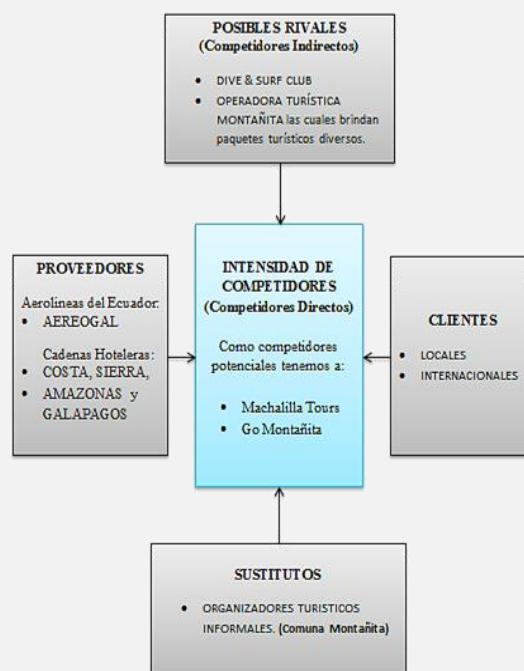
## 7. Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización que ha mantenido “MONTAÑITOURS”, no es el ingreso económico que generan los clientes, sino de fidelizar más a los clientes hacia ellos.

- Trabajar con empresas serias y que ayuden a dar un buen servicio.
- Promover el uso del servicio turístico entre los clientes más frecuentes.
- Adaptarse a los cambios existentes en los Tours por los cambios climáticos.
- Analizar los hoteles que promocionan sus paquetes y darles un presente de agradecimiento.
- Promover los destinos turísticos que existen en los alrededores de la Comuna Montañita.
- Brindar información de los paquetes turísticos cuando el cliente llega para obtener datos de alojamientos, es donde ellos aprovechan para dar información turística e información de los servicios que brindan.

## 8. Análisis de las cinco fuerzas de Porter-Montañitours.

A continuación se analizarán las llamadas cinco fuerzas que influyen la operación de Montañitours, de acuerdo a lo desarrollado por Michael Porter (BARRERA & BAQUERO, 2015), como elementos básicos de las estrategias de una empresa competitiva. Las mismas se resumen en el gráfico 1.



**Gráfico 1.** Análisis de las cinco fuerzas de Porter  
**Fuente:** Elaboración propia

### 8.1. Sustitutos

El Mercado turístico en la actualidad tiene un constante crecimiento, razón por la cual Organizadores Turísticos Informales como la Comuna Montañita, se han interesado en difundir el turismo por medio de paquetes turísticos programados a un costo de cambio flexible para los clientes, sin tener problemas en utilizar su producto sustituto.

Se deberían mejorar las ofertas existentes que brinda la Tour Operadora Montañitours, el uso de publicidad efectiva junto con la marca y la innovación en mejorar sus productos para reducir la amenaza de los sustitutos. De esta manera fidelizar más a los clientes locales e internacionales y cumplir con los objetivos trazados para lograr el éxito de la empresa.

### 8.2. Posibles rivales (Competencias Indirectas)

En este mercado local existen empresas INDIRECTAS que intervienen de forma lateral en su mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente como: Dive & Surf Club y Operadora Turística Montañita, por ello es importante adoptar distintas formas de destrezas para competir en: precios, promociones, descuentos dándole un plus al servicio que brinda Montañitours para que se diferencie de sus competencias.

### 8.3. Clientes

A Montañita acuden una gran cantidad de Turistas Extranjeros y por supuesto los turistas de Guayaquil, de la península y de alguna otra ciudad del país. Tienen un nivel alto de poder adquisitivo, por ello dependerá mucho de qué manera se enfocará el servicio (acceso a tecnología y reserva directa) para una mayor captación de los mismos ya que cuenta con consumidores altamente exigentes, esperando satisfacer sus gustos y necesidades.

### 8.4. Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es importante y son seleccionados por su cuidado con el entorno ambiental, ya que permiten establecer alianzas potencialmente comerciales, con el fin de poder acceder todos los requerimientos que se necesitan para satisfacer la alta demanda del servicio.

Montañitours trabaja con diversas operadoras en los lugares establecidos del cual brinda sus ofertas turísticas para el consumidor final.

### 8.5. Intensidad de competidores (Competencias Directas)

COMPETENCIAS DIRECTAS que venden un producto igual o casi igual al que oferta la operadora turística “Montañitours” y que lo venden en el mismo mercado en el que se encuentran, es decir, buscan a sus clientes para venderles prácticamente lo mismo.

El nivel del mercado turístico es altamente exigente y con tendencia a subir e incrementarse, esto es un buen indicador de la tentativa favorable de haber ubicado la operadora turística en la Provincia de Santa Elena – Comuna Montañita y sus posibilidades de éxito, dependiendo de las medidas de estrategias de comercialización que se apliquen para lograr un posicionamiento y preferencia en el mercado, y así, obtener la demanda esperada.

## 9. Análisis de Montañitours

<<FODA>>

A continuación se analizará el FODA dentro de cada uno de los ambientes de las condiciones externas (Amenazas y Oportunidades) y de las condiciones internas (Debilidades y Fortalezas) que afectan positiva y negativamente la operación de Montañitours. Las mismas se resumen en el gráfico 2.

	POSITIVO	NEGATIVO
DE ORIGEN INTERNO	<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación (calle principal)</li> <li>• Paquetes, tours y excursiones adaptables al cliente.</li> <li>• Apoyo por parte de la Comuna Montañita.</li> <li>• Primera operadora turística en la Comuna Montañita.</li> <li>• Personal calificado</li> <li>• Tener su propio transporte turístico.</li> <li>• Uso de medios de comunicación</li> </ul>	<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promoción de su página web.</li> <li>• Falta de comunicación y coordinación.</li> <li>• Falta de publicidad del establecimiento.</li> </ul>
DE ORIGEN EXTERNO	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente tendencia en el desarrollo del turismo de sol y playa.</li> <li>• Más acercamiento con los consumidores.</li> <li>• Apoyo al turismo por parte de instituciones de gobierno.</li> <li>• Interés de turistas y operadoras en los paquetes turísticos.</li> </ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afluencias de competencias Directas e Indirectas.</li> <li>• Inestabilidad económica en destinos de sol y playa.</li> <li>• Cambios climáticos.</li> <li>• Desastres naturales</li> <li>• Falta seguridad en Montañita.</li> </ul>

**Gráfico 2.** Análisis FODA  
Fuente: Elaboración propia

### 9.1. Fortalezas

#### • *Ubicación (calle principal)*

Para Ishai la ubicación de su operadora turística fue muy importante, ya que permite atraer más clientes.

#### • *Paquetes, tours y excursiones adaptables al cliente.*

Paquetes, tours y excursiones acorde al presupuesto del cliente y en base a la variedad de actividades turísticas.

#### • *Apoyo por parte de la Comuna Montañita.*

#### • *Primera operadora turística en la Comuna Montañita.*

Durante la lucha constante que mantuvo Ishai para levantar su empresa cuando aún en la Comuna no había competencia.

#### • *Personal calificado*

#### • *Tener su propio transporte turístico.*

Camionetas de doble cabina con capacidad para 5-6 personas y Furgonetas con capacidad para 10-12 personas.

- **Uso de medios de Comunicación.**

Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y su Página WEB oficial).

- **Alianzas estratégicas**

Medios de transportes y alojamientos (Hoteles de tres y cuatro estrellas y Hostales).

- **Flexibilidad en sus precios.**
- **Transmitir seguridad a los clientes.**
- **Oferta innovadora y variada de paquetes turísticos.**
- **Participación del cliente vía presencial o vía internet.**

El producto se ha diseñado con la participación del cliente y el mismo estará en contacto permanente con la empresa.

## 9.2. Oportunidades

- **Creciente tendencia en el desarrollo del turismo de sol y playa.**

Esta actividad ocupa un espacio muy importante en la preferencia de los gustos de los turistas. (MINTUR, 2015)

- **Más acercamiento con los consumidores.**

Debido a su ubicación y estrategias del cual se rigen, la operadora turística ha logrado ganarse la confianza de sus clientes.

- **Apoyo al turismo por parte de instituciones de gobierno.**

Trabajan de la mano con **CAPTUR** (La Cámara Provincial de Turismo del Guayas), en la apertura y la creación de nuevos servicios turísticos ubicados en la costa de Ecuador.

- **Interés de turistas y operadoras en los paquetes turísticos.**

## 9.3. Debilidades

- **Falta de promoción de su página web.**

La página web de la operadora turística en cuanto a su promoción, todavía le falta mejorar para hacerse conocer en sitios de internet donde los usuarios de

servicios turísticos comentan sus experiencias sobre las instalaciones, los productos y sobretodo el servicio que ofertan como: Tripadvisor

- **Falta de sistema operacional y logística entre operadoras afiliadas.**

La falta de comunicación existente entre las operadoras afiliadas con Montañitours, hecho que afecta al sistema operacional, logístico y la insatisfacción del cliente final.

- **Falta de publicidad del establecimiento.**

Al establecimiento aún le falta mejorar su imagen y expandirse turísticamente por medio de banners, carteles, entre otros, lo que ocasiona que no sea conocido de manera general por los habitantes y turistas que podrían visitar dicho lugar y así atraer a más personas de todo el país para poder ser más productivos en cuanto a turismo se refiere.

## 9.4. Amenazas

- **Afluencias de competencias Directas e Indirectas.**

Por haber sido el primer mercado atractivo en la Comuna Montañita, en la actualidad, ahora tiene sus propias competencias directas e indirectas.

- **Inestabilidad económica en destinos de sol y playa.**

Debido al cambio drástico de temporadas bajas que existen durante los meses del año en destinos de sol y playa.

- **Cambios climáticos.**

Los aumentos de nivel del mar, pérdidas humanas por olas de gran tamaño e intensidad de fuerza.

- **Desastres naturales**

Las lluvias que no cesan, vientos fuertes, marejadas, impacto a las infraestructuras urbanas como: calles y viviendas en mal estado

- **Falta seguridad en Montañita.**

Debido a que se ha presentado casos de robos, asaltos e incluso secuestros y violaciones que han terminado en homicidios como: El caso de las argentinas asesinadas en Montañita.

## 10. Conclusiones y Recomendaciones

### 10.1. Conclusiones

La Tour operadora “MONTAÑITOURS” está muy bien posicionada en el mercado local debido a que tiene alianzas con otras operadoras turísticas de diferentes provincias de la Costa, por medio de estrategias de posicionamiento de mercado que han empleado:

- 1) Flexibilidad de los productos y sus precios.
- 2) Por ser pioneros en la Comuna Montañita.
- 3) Ubicación estratégica (calle principal).
- 4) Participación del cliente en vía presencial o vía internet.
- 5) Brindar Ofertas innovadoras y variadas de paquetes turísticos.

Entre sus ventajas competitivas que tiene la operadora turística “Montañitours”, tenemos:

Calidad, buen servicio, información actualizada, trato amable, experiencia y excelencia son los parámetros con los que la empresa puede destacarse sobre las demás operadoras turísticas.

Creaciones de paquetes turísticos con sus métodos estratégicos que les permiten tener un abanico de clientela muy grande.

Fidelidad de su staff de trabajo.

Operadora Turística que cuenta con su propio transporte turístico para el traslado confortable del visitante.

Cuenta con personal interno y externo profesional y calificado (idiomas, técnicas de guiar) que garantiza el manejo y la operación turística.

### 10.2. Recomendaciones

- ✓ Planificar con sus proveedores turísticos las diversas actividades que se puedan realizar en un tour o paquete turístico, durante temporadas altas y bajas para la satisfacción del cliente final.
- ✓ Mantenerse informado y actualizado con las ofertas que brindan los diferentes destinos o centros turísticos, para poder brindar los servicios de mejor manera y sean operados en su totalidad.
- ✓ Ofrecer más información de sus paquetes turísticos en sus redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y su Página oficial WEB) para atraer más turistas locales e internacionales.
- ✓ Seguir mejorando su calidad de servicio para la satisfacción de sus clientes actuales y fijos, establecer procedimientos de calidad que requiera

- ✓ la participación de sus empleados, y así, definir una organización de calidad que concuerde y se articule con la organización existente, y de esta manera se pueda corregir o mejorar errores que se produzcan en el transcurso del mismo.
- ✓ Mejorar su imagen y expandirse turísticamente por medio de banners, carteles, entre otros para aumentar su publicidad, y así atraer a más personas de todo el mundo para poder ser más productivos en cuanto al turismo.
- ✓ Difundir y comercializar los productos y paquetes turísticos a través de medios impresos y electrónicos eficientes que garanticen una comercialización exitosa.

## 11. Referencias

- [1] BARRERA, R., & BAQUERO, M. (Martes de Septiembre de 2015). *Las 5 Fuerzas De Porter*. Recuperado el Lunes de Mayo de 2016, de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf)
- [2] Eshed , I. (20 de febrero de 2016). Análisis de caso Operadora Montañitours. (B. Herrera, Entrevistador).
- [3] ESHED, L. &. (2007). *Montañitours*. Recuperado el Lunes de Marzo de 2016, de El paraíso de los Surfistas: <http://www.montanitours.com/index.php?dir=site&page=content&cs=3>
- [4] MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA. (Martes de 26 marzo de 2013). *Tiene una población de más de 6.000 personas que habitan en esta comunidad, perteneciente a la parroquia rural de Manglar Alto*. Recuperado el Lunes de Mayo de 2016, de Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda > Comunicamos > Noticias > Más de 6.000 habitantes de Montañita se beneficiarán con nuevo alcantarillado que financia el MIDUVI: <http://www.habitatyvivienda.gob.ec/mas-de-6-000-habitantes-de-montanita-se-beneficiaran-con-nuevo-alcantarillado-que-financia-el-miduvi/>
- [5] MINISTERIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA. (26 marzo 2013). *tiene una poblacion de mas de 6.000 personas que habitanen esta comunidad,*

*perteneciente a la parroquia rural de manglar alto.*

- [6] MINTUR. (2015). *Rendición de cuentas 2015*. Recuperado el Lunes de Marzo de 2016, de MINTUR:  
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/RENDICI%C3%93N-DE->