



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**CASO PRÁCTICO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION**

**TEMA:
MODELO DE NEGOCIOS PARA LA AGENCIA “ONE TOUR 360” EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**AUTOR:
MORAN ACOSTA JAMILETH DAMARYS**

GUAYAQUIL

2023

CERTIFICADO DE SIMILITUD

MODELO DE NEGOCIOS PARA LA AGENCIA "ONE TOUR 360" EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %	1 %	0 %	0 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	1 %
----------	------------------------------------------------------	------------

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza, quien con su bendición no hubiese sido posible este sueño.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que conforman la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, a mis profesores por su valiosa enseñanza. De igual manera a la Agencia One Tour por confiar en mí, y permitirme realizar todo este proceso investigativo de su empresa.

Gracias a mi madre: Rocío Acosta por su apoyo incondicional en esta etapa, por motivarme cada día a cumplir mi sueño, gracias por su amor infinito.

Agradezco a mi aún esposo Ronny Flores por su apoyo emocional y económico en el proceso de mi carrera.

A sí mismo agradezco mi tío Galo Acosta, Hermana Tacna Alarcón, sobrinos y cuñado por creer en mí y acompañarme a cumplir este maravilloso sueño.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, Roció Acosta Rivera, por ser mi pilar fundamental y la principal promotora de mis sueños, por confiar en mi expectativa, por los consejos, valores y principios que me ha inculcado.

A mi hija Brianna Flores, mi amor infinito, mi motivación diaria, la que me da fuerzas para levantarme cuando siento que ya no puedo más.

A mi tío Sr. Galo Acosta que es como un padre para mí gracias por tu apoyo. Así mismo a mi hermana Tacna Alarcón por estar pendiente de mi alimentación y que llegue sana y salva a casa después de clases a mis sobrinos y a todos mis familiares que me apoyaron en este proceso, este logro es para ustedes, qué dichosa me siento de poder darles esta alegría, el camino no fue nada fácil, pero con mucho esfuerzo, y sabiduría pude culminar una de las etapas más hermosas y satisfactoria que me ha regalado la vida.

ÍNDICE

CERTIFICADO DE SIMILITUD	ii
INDICE DE FIGURAS.....	v
INDICE DE TABLAS.....	vi
INDICE DE ANEXO	vi
1. INTRODUCCION.....	1
2. SEGMENTOS DE CLIENTES.....	2
3. PROPUESTA DE VALOR.....	5
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	8
a. CUENTA DE NEGOCIO EN REDES SOCIALES UTILIZADAS PARA REGISTRO DE PROMOCIONES POR PARTE DE LOS CLIENTES	9
5. RELACIÓN CON LOS CLIENTES	11
6. LAS FUENTES DE INGRESOS	13
7. RECURSOS CLAVE.....	16
8. ACTIVIDADES CLAVE.....	17
9. SOCIOS CLAVE.....	19
10. ESTRUCTURAS DE COSTOS.....	23
11. CONCLUSION	28
Bibliografía.....	29
ANEXOS.....	31

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 LOCAL "ONE TOUR 360"	- 3 -
FIGURA 2 MODELO PROMOCION "ONETOUR 360"	- 5 -
FIGURA 3 RED SOCIAL INSTAGRAM "ONE TOUR 360"	- 6 -
FIGURA 4 RED SOCIAL FACEBOOK "ONE TOUR 360"	- 7 -
FIGURA 5 COMENTARIOS DE CLIENTES	- 7 -
FIGURA 6 SORTEO REALIZADO EN RED SOCIAL FACEBOOK	- 9 -

FIGURA 7 TARJETAS DE PRESENTACIÓN	- 10 -
FIGURA 8 PROMOCION DE LATINOAMERICA	- 11 -
FIGURA 9 PLANTILLA DE SISTEMA	- 16 -
FIGURA 10 LOGO PLANTILLA	- 16 -
FIGURA 11 COMPRA DE PLANTILLA	- 19 -

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 COSTOS DE IMPLEMENTOS DE OFICINA	- 19 -
TABLA 2 PROYECCIONES 5% DE LAS VENTAS MENSUSALES	- 20 -
TABLA 3 PROYECCIONES 5% DE LAS VENTAS MENSUALES	- 21 -

INDICE DE ANEXO

ANEXO 1 LIENZO MODELO DE NEGOCIO	- 25 -
ANEXO 2 MODELO DE	- 26 -
ANEXO 3 MODELO	- 26 -
ANEXO 4 RED SOCIAL FACEBOOK	- 26 -
ANEXO 5 LISTA DE CLIENTES	- 27 -
ANEXO 6 PROVEEDORES DE ONE TOUR	- 27 -
ANEXO 7 PROGRAMA DE INVENTARIO	- 28 -
ANEXO 8 INVETARIO DE ENTRADA	- 28 -
ANEXO 9 INVENTARIO DE SALIDA	- 28 -
ANEXO 10 COSTOS	- 29 -
ANEXO 11 COSTOS	- 29 -
ANEXO 12 MATRIZ FODA	- 30 -

1. INTRODUCCION

La agencia de Viaje, con nombre comercial ONE TOUR 360 es una compañía dedicada a la venta de paquetes turístico, servicios de estadía, boletos aéreos, entradas a parque temáticos para todos los destinos, las ventas se realizan en línea mediante tele mercadeo, actualmente la empresa cuenta con 5 trabajadores incluyendo área administrativa y venta.

La empresa ONE TOUR 360 es una empresa constituida en Estados Unidos, pero trabajando físicamente en Ecuador-Guayaquil, se creó en el año 2021 nació de la necesidad de emprender para descubrir nuevos mercados en Ecuador. Uno de sus objetivos era obtener un rendimiento económico a corto plazo, dando un aprendizaje constante, se empezó a elaborar con asesores comerciales los cuales realizaban la respectiva gestión en la ciudad de Guayaquil, ofreciendo paquetes turísticos Los asesores Comerciales se enfocan en dar información a sus clientes, las ventajas y beneficios que nuestro servicio brindaba.

Desde su inicio, la empresa ONE TOUR 360, surgió con diversos problemas, uno de ellos fue la inseguridad de los consumidores, de no tener la costumbre de las compras en línea, también mucha desconfianza que han ocasionado otras compañías en este mercado que engañan a clientes con mala calificación al momento de vender un paquete turístico por tiempo compartido y las personas se sienten estafados y esto genera mala fama a las otras compañías que se dedican a este negocio, sumándole a esto buenas estrategias e inversiones mayores de la competencia que le hacían captar más clientes que buscan a compañías de renombre y mucha trayectoria como BOOK HOTEL STAYS , VIAJEROS 24 de Enero de 2023, SOMOS ORLANDO que se encuentran con Sucursales en la ciudad de Guayaquil.

Agregándole a esto varias falencias, tales como mala inversión en flyer publicitarios a precios súper bajos y que esto que hacía que el cliente piense que es una estafa, sumándole a esto el proceso de venta y cobro ya que todo se realiza mediante el teléfono y los países de Latinoamérica Ecuador, Perú, Colombia, que no acostumbran a realizar compras en línea y era super difícil tratar sacar una venta a

esos países. Con el propósito de aumentar las ventas de One Tour, se implementará un plan estratégico de marketing que incorporará el modelo Canvas como herramienta para el análisis de la situación y la formulación de estrategias. A través de este enfoque, se busca establecer un plan de marketing concreto que guíe a la empresa en la implementación de diversas estrategias.

2. SEGMENTOS DE CLIENTES

La agencia (One Tour 360., 2022) tiene un segmento de clientes, hombres y mujeres casados mayores de 25 años y grupos familiares de todos los países que quieran realizar unas vacaciones placenteras y económicas, así también este segmento de cliente debe de constar con una buena estabilidad económica y con tarjetas de crédito para que puedan así acceder a nuestras promociones. La agencia (One Tour 360., 2022) empezó a ofrecer sus promociones en línea utilizando cuentas de negocios como Facebook, WhatsApp empresarial e Instagram en el año 2021, es por este motivo que su mercado se ha ido expandiendo. De esta manera puede tener una conexión entre vendedor-cliente y será brindada de forma telefónica en donde se podrán aprovechar las mejores ofertas y aclarar todas las dudas que tengan del mismo etc.

Los referidos por parte de los clientes de la agencia (One Tour 360., 2022) son importantes ya que le ha generado que nueva segmentación: de familias de Estados Unidos. Puerto Rico, Colombia, Perú y Ecuador sumaron nuestra cartera de clientes y pudieron disfrutar de nuestro servicio.

Los clientes finales de la agencia (One Tour 360., 2022) y por la mayor parte de ventas son clientes de Estados Unidos y Puerto Rico, que son personas que actualmente se encuentra en un país mucho más avanzado y están acostumbrados a realizar compras en línea, ellos se registran en las promociones, donde se les brinda atención y se les adapta paquetes turísticos según su requerimiento y destino que deseen, son clientes que quedan satisfecho de la estadía o atracciones que le podemos brindar y se fidelizan con nosotros.

Cabe mencionar que las fechas son muy importantes para la empresa (One Tour 360., 2022) ya que se pudo visualizar y establecer qué fechas o temporadas como

carnaval, San Valentín, Semana Santa, Halloween, Navidad, Independencia de los países, feriados representativos de cada lugar, son temporadas donde incrementan las ventas ya que las personas planifican sus vacaciones.

La segmentación del mercado se define según (Philip Kotler, 2020) “La segmentación es un proceso que implica dividir el mercado completo de un producto o servicio en grupos más pequeños que sean internamente homogéneos. El propósito fundamental de la segmentación es comprender verdaderamente a los consumidores.”

Es más, la segmentación del mercado es un proceso fundamental en la estrategia de marketing, ya que permite a las empresas dirigir sus esfuerzos y recursos de manera más efectiva hacia grupos específicos de consumidores con características y necesidades similares. Al comprender las preferencias, comportamientos y motivaciones de cada segmento, las empresas pueden crear mensajes y productos más personalizados, lo que aumenta la probabilidad de que los consumidores se sientan atraídos y se conviertan en clientes leales. Además, la segmentación también ayuda a reducir el riesgo de fracaso en el mercado al enfocarse en nichos más específicos y rentables. (Justel, 2022)

En lugar de adoptar una estrategia genérica y dirigirse a todo el mercado de manera homogénea, las empresas pueden identificar oportunidades en segmentos particulares donde tienen una ventaja competitiva. El proceso de segmentación no es estático y puede evolucionar con el tiempo en función de los cambios en las preferencias del consumidor y las tendencias del mercado. Es fundamental que las empresas realicen investigaciones y análisis periódicos para mantenerse actualizadas y ajustar sus estrategias de segmentación según las nuevas circunstancias.

La segmentación es una herramienta esencial para comprender, abordar y conectar con los consumidores de manera más efectiva. Permite una mayor personalización en el marketing, mejora la satisfacción del cliente y ayuda a las empresas a alcanzar una posición competitiva sólida en un mercado cada vez más diverso y cambiante. Es una estrategia clave para el éxito a largo plazo de cualquier negocio.

Figura 1 Local "One Tour 360"



Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 1 es donde se encuentra ubicado el local físico en la ciudad de Guayaquil de la agencia One Tour 360, en esta oficina donde se realizan la telemercadeó a todos países ofreciendo los paquetes turísticos de Estadía, Boletos aéreos entradas a parques de diversiones, muchas más cruceros y aventuras para los amantes del viaje.

El local físico se inauguró en el año 2021 y al principio no tuvo una buena acogida es por este motivo que la Gerente se planteó si era buena idea o si era rentable tener un local físico, pero luego de un buen uso de publicidad mediante volantes y referidos, la agencia con una publicidad pudo generar leads y analizar que si se podía seguir invirtiendo.

3. PROPUESTA DE VALOR

One Tour es una agencia que ofrece paquete vacacional de estadía para Orlando, Miami, California, Las Vegas, Cancún, Puerto Plata y Punta Cana, Boletos aéreos para todos los destinos, entradas a parques temáticos, cruceros por las Bahamas y muchas más aventuras para los amantes del viaje.

(Infoautónomos, 2023) La propuesta de valor constituye la parte central de un modelo de negocio y engloba todos los beneficios que la empresa brinda a sus clientes al ofrecer sus productos y servicios, satisfaciendo sus necesidades particulares. En consecuencia, la ventaja competitiva del negocio surge directamente de esta propuesta de valor.

La Gerente de One Tour tuvo una percepción de que en la ciudad de Guayaquil no existía una agencia de viajes con la de idea de negocio con las características planteadas es por esta razón que decidió poner en marcha (One Tour 360., 2022) agencias confiables donde los clientes se puedan contactar y así poder confiar sus vacaciones y dejarlo en mano de las asesoras de viaje.

La empresa ONE TOUR 360 es una empresa constituida en Estados Unidos, pero trabajando físicamente en Ecuador-Guayaquil, se creó en el año 2021 nació de la necesidad de emprender para descubrir nuevos mercados en Ecuador. Su estrella es la recepción de pedidos en línea, ya que de esta manera a llegado a muchos clientes por medio de cuenta de negocios que brinda la aplicación Instagram, Facebook y por WhatsApp empresarial, a cada uno de los clientes que se registran se le brindan una atención personalizada.

ONE TOUR 360 es una empresa reciente que ha adoptado una mentalidad emprendedora para buscar oportunidades en el mercado ecuatoriano. A través de la utilización de plataformas digitales como Instagram, Facebook y WhatsApp empresarial, ha logrado llegar a un amplio público y recibir pedidos en línea de manera efectiva.

El hecho de que la empresa ofrezca una atención personalizada a sus clientes demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente y la construcción de

relaciones a largo plazo. Esta estrategia puede generar confianza y lealtad hacia la marca, lo que a su vez puede traducirse en recomendaciones positivas y retención de clientes.

Dado que la compañía se estableció con el propósito de descubrir nuevos mercados en Ecuador, es probable que esté en un proceso de adaptación y crecimiento. Su enfoque en las plataformas en línea y la personalización de la experiencia del cliente le brindan una ventaja competitiva en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

ONE TOUR 360 es una empresa que ha apostado por la innovación y el enfoque en el cliente para incursionar en el mercado ecuatoriano. Su estrategia centrada en plataformas digitales y la atención personalizada atraen a una amplia audiencia y pueden contribuir al éxito y crecimiento continuo de la empresa en el futuro.

La Ing. Solange Quimi (Gerente de la agencia One Tour 360) que es la encargada de la recepción de los leads, los leads son personas de todos los países que se registran en las promociones de los pedidos en línea, asesora a sus clientes ofreciéndoles una atención personalizada o por la aplicación de mensajes WhatsApp empresarial y de esta manera direcciona a los asesores para que puedan brindarle los beneficios. Ayuda al cliente a elegir y a tener una visión de lo que le conviene para sus vacaciones para que el cliente quede satisfecho de los servicios de asesoría de viaje y lograr que nos recomienden con su familiares y amigos. Además de su enfoque en la satisfacción del cliente, ONE TOUR 360 se destaca por brindar asesoría de viaje especializada y personalizada. Su equipo de expertos en viajes ayuda a los clientes a seleccionar destinos, actividades y servicios que mejor se adapten a sus preferencias y presupuesto.

La empresa se esfuerza por garantizar que los clientes tengan una experiencia de viaje única y memorable, lo que puede contribuir a la creación de recuerdos positivos asociados con la marca. Al enfocarse en la calidad del servicio y la atención individualizada, ONE TOUR 360 busca establecerse como una agencia de confianza en la industria turística. A través de su estrategia de recomendaciones y fidelización del cliente, la empresa puede crear una sólida base de clientes

recurrentes, lo que brinda una mayor estabilidad y crecimiento sostenible. La reputación positiva y las referencias pueden atraer nuevos clientes y consolidar la posición de la empresa en el mercado. Estas estrategias, combinadas con su búsqueda de la excelencia en el servicio, la convierten en una opción atractiva para aquellos que buscan una experiencia de viaje única y bien planificada. El tiempo que se registran los leads, se los aplican a los asesores que son los encargados de llamar a los números asignados, poder brindar el detalle de los paquetes y realizar la respectiva calificación para poder saber si las familias califican para un tiempo compartido o se les brinda un hospedaje normal. La recomendación para la venta de este tipo de paquete, se prioriza en realizar todo el proceso correcto para tratar de cerrar la venta en la primera máxima segunda llamada al cliente, utilizando de herramienta aplicaciones como Channels.app y WhatsApp Business como método de seguimiento, ya que al alargar muchos días el cierre de venta se corre el riesgo que la competencia pueda captarlos con publicidades engañosas.

En la figura 2 se muestra una publicidad de nuestras redes sociales, una promoción de tiempo compartido que se aplica a personas que cumplen con varios requisitos específicos.

Figura 2 Modelo de promoción "One Tour 360"



Fuente: (One Tour 360, 2021)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

Según (Giner, G. J., 2019) Los canales de distribución son los medios utilizados por la empresa para llevar el producto desde su origen, el fabricante, hasta su destino final, el cliente. Estos canales se componen de diversos recursos y estrategias que facilitan el proceso de entrega y aseguran que el producto llegue a manos del consumidor de manera eficiente. Según (Nacho, S., 2019) antes de que el consumidor adquiera el producto, debe pasar por tres etapas iniciales en el ciclo de ventas: conocimiento (awareness). En esta etapa, el cliente debe ser consciente de nuestra existencia y de la disponibilidad de nuestro producto para que decida realizar la compra.

La estrategia de canales directos de distribución incluye el telemarketing como una forma de promover los servicios y paquetes turísticos de ONE TOUR 360, mismos recursos que son utilizados por la empresa para promover su ciclo de ventas.

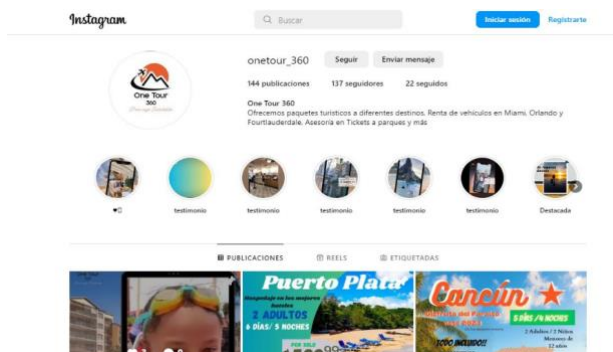
- Telemarketing de paquetes turísticos: El equipo de ventas de ONE TOUR 360 puede utilizar el telemarketing para contactar a clientes potenciales y ofrecerles paquetes turísticos personalizados de acuerdo con sus preferencias y necesidades. A través de llamadas telefónicas, pueden explicar las características de cada paquete y brindar asesoramiento para que los clientes tomen decisiones informadas.
- Promociones y ofertas especiales: El telemarketing puede ser una herramienta efectiva para informar a los clientes sobre promociones y ofertas especiales. Los representantes de ventas pueden comunicar las ventajas de las promociones y la disponibilidad limitada de ciertas ofertas, lo que puede crear un sentido de urgencia y motivar a los clientes a realizar una compra.
- Atención al cliente postventa: El telemarketing también puede utilizarse para realizar seguimiento postventa con los clientes que ya han adquirido servicios de ONE TOUR 360. Los representantes de ventas pueden verificar la satisfacción del cliente, resolver cualquier problema o duda que puedan tener y ofrecerles servicios adicionales o recomendaciones para futuros viajes.

- Generación de referencias: El telemercadeo puede ser una estrategia para fomentar la generación de referencias por parte de clientes satisfechos. Los representantes de ventas pueden pedir a los clientes que recomienden los servicios de ONE TOUR 360 a sus familiares y amigos, y ofrecer incentivos o descuentos especiales por cada referencia exitosa.
- Segmentación de mercado: A través del telemercadeo, ONE TOUR 360 puede segmentar su mercado objetivo y dirigirse a clientes potenciales que se ajusten a ciertos criterios demográficos, geográficos o de interés. Esto permite una comunicación más personalizada y efectiva con cada grupo de clientes.

El telemercadeo puede ser un canal directo de distribución valioso para ONE TOUR 360. A través de llamadas telefónicas, la empresa puede promover sus paquetes turísticos, ofrecer promociones y ofertas especiales, brindar atención al cliente postventa, fomentar las referencias y segmentar su mercado objetivo de manera más eficiente. Utilizado de manera adecuada, el telemercadeo puede ser una herramienta efectiva para incrementar las ventas y fortalecer la relación con los clientes.

a. CUENTA DE NEGOCIO EN REDES SOCIALES UTILIZADAS PARA REGISTRO DE PROMOCIONES POR PARTE DE LOS CLIENTES

Figura 3 Red social Instagram "One Tour 360"



Fuente: (One Tour 360, 2021)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 5 se observa comentarios positivos por parte de los clientes de las cuentas de negocios (One Tour 360., 2022) de la aplicación de Facebook. Además, los comentarios positivos en las redes sociales, como en la aplicación de Facebook, pueden alcanzar una amplia audiencia y tener un impacto significativo en la percepción de la marca por parte del público en general. (Martínez, 2017)

La figura 5 muestra que la estrategia de utilizar testimonios de clientes satisfechos en la página de negocios de la empresa en Facebook ha sido efectiva para generar una imagen positiva de la marca y fomentar la confianza del público en los servicios ofrecidos.

5. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Las empresas deben definir su relación con los clientes según (Philip Kotler, 2022) "La clave para mantener a los clientes es constantemente buscar formas de ofrecerles más valor por menos". Phil enfatiza que el cliente es el enfoque central de toda estrategia, resaltando simultáneamente la importancia de la rentabilidad del negocio.

La estrategia de ONE TOUR 360 para incrementar las ventas mediante redes sociales, se plantea una relación con los clientes enfocada en utilizar WhatsApp empresarial, Instagram y Facebook negocio como canales de comunicación y publicidad.

La empresa utiliza WhatsApp empresarial para establecer una comunicación directa y personalizada con sus clientes. Puede enviar mensajes de bienvenida, responder a consultas y brindar asesoramiento de forma rápida y efectiva. Además, puede enviar promociones exclusivas y recordatorios de eventos y paquetes turísticos, manteniendo a los clientes informados y comprometidos.

Las redes sociales de Instagram y Facebook negocio, son plataformas ideales para compartir contenido visual y atractivo sobre los destinos turísticos, experiencias de clientes y testimonios. ONE TOUR 360 puede publicar fotos y videos de los lugares que ofrece, así como historias y publicaciones sobre eventos y promociones. Esto

ayuda a generar interacción con los seguidores y a construir una comunidad en línea.

La publicidad dirigida mediante la segmentación de anuncios en redes sociales, ONE TOUR 360 puede dirigir su publicidad específicamente a su mercado objetivo. Puede mostrar anuncios a personas interesadas en viajar, en ciertos destinos o con ciertas características demográficas. Esto aumenta la relevancia de los anuncios y mejora la efectividad de la publicidad.

La empresa puede fomentar la participación de los seguidores en sus redes sociales, por ejemplo, mediante sorteos, encuestas y preguntas interactivas. Esto aumenta la interacción con los clientes y crea un sentido de comunidad en torno a la marca.

La atención al cliente en redes sociales de ONE TOUR 360 puede utilizar las redes sociales como un canal para brindar atención al cliente, respondiendo a preguntas y comentarios de manera rápida y profesional. Esto demuestra el compromiso de la empresa con la satisfacción del cliente y mejora la reputación de la marca.

Para establecer una relación con los clientes mediante redes sociales como WhatsApp empresarial, Instagram y Facebook negocio, es una estrategia efectiva para incrementar las ventas de ONE TOUR 360. Al utilizar estas plataformas para la publicidad dirigida, la interacción con los clientes, la atención al cliente y la comunicación personalizada, la empresa puede generar un mayor compromiso y lealtad de sus clientes, lo que contribuye al éxito y crecimiento continuo de la empresa en el mercado del turismo.

Ejemplo

Figura 6 Sorteo realizado en Red social Facebook



Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 6 podemos observar que la Gerente realizó mediante la cuenta de negocios de la aplicación de Facebook un sorteo, de esa manera tenía más seguidores por ende dichos seguidores se convertirían en un prospecto de cliente.

6. LAS FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingreso según: (Mise, 2023) Es una evaluación de los recursos generados por la venta de productos y/o servicios. Los ingresos reflejan la actividad del negocio y se componen de supuestos sobre cómo el modelo de negocio generará ingresos de cada segmento de clientes.

La agencia (One Tour 360., 2022) tuvo un crecimiento óptimo aplicando mejores estrategias en las publicidades en redes sociales. Siempre se busca estar innovado respecto a los destinos y estar pendiente de las fechas que se realizan actividades, meses de temporadas altas que los clientes siempre buscan para realizar su viaje, claro ejemplo julio excelente mes por la independencia de Estados Unidos, algo que mejoró los ingresos es implementar las facilidades de pago, es decir le indica al cliente que para separar la promoción con mínimo de reserva debe dar un valor de \$100 o \$200 dependiendo el monto total del paquete vacacional y el resto del pago hasta 20 días antes de sus vacaciones, esta estrategia resultó de gran beneficio para el incremento de ingreso ya que muchas personas que no tenía una fecha de

viaje, pero tienen la opción de aprovechar la promoción reservando con un mínimo y la dejan con fecha abierta y vigencia de 36 meses.

En la actualidad, se admiten pagos en línea a través de tarjetas de crédito o débito mediante un proceso de llamada de seguridad.

Implementamos la estrategia de poder cambiarnos de oficina a un lugar con disponibilidad de espacio para poder así la oficina que antes eran netamente administrativa, así poder abrir las puertas al mercado con atención a los clientes de forma física y atender a este segmento ecuatoriano que no acostumbra a realizar compras por teléfono por la desconfianza que tienen y lo puedan hacer directamente con nosotros así se sientan con más seguridad de realizar su compra.

La implementación de la estrategia de trasladar nuestra oficina a un lugar con mayor espacio ha sido un paso significativo en la evolución de ONE TOUR 360. Anteriormente, nuestra oficina estaba enfocada principalmente en tareas administrativas y en atender a nuestros clientes de forma remota, lo que limitaba nuestra capacidad para brindar una experiencia más personal y cercana.

El nuevo espacio nos ha permitido abrir las puertas al mercado de manera física y ofrecer una atención más directa y personalizada a nuestros clientes.

Al contar con un lugar físico de atención, hemos podido conectar de manera más cercana con el segmento ecuatoriano que prefiere realizar compras en persona. Comprendemos que algunos clientes pueden sentir cierta desconfianza al hacer compras por teléfono o en línea, y tener una oficina física les brinda la seguridad y tranquilidad de poder interactuar directamente con nosotros.

Otra opción que implementamos fue un paquete para Países Latinoamericanos donde se ofrece totalmente gratis la asesoría de visa y como beneficio una carta de invitación a las personas que están interesadas en obtener su visa americana, y también añadimos a nuestros productos la Carta invitación sellada por la compañía que la vendemos en un costo de \$150 por cada uno a las personas que solo desean este servicio para añadir a su documentación de proceso de visa, esto sumó ganancias adicionales al ingresos de la agencia.

La opción de vender la carta de invitación como un producto adicional es una forma inteligente de generar ingresos adicionales y aprovechar una oportunidad de mercado. Muchas personas pueden requerir una carta de invitación como parte de su proceso de solicitud de visa. Al ofrecer este servicio a un costo adicional, la agencia puede capitalizar esta demanda y aumentar sus ganancias. Además, al ofrecer estos servicios específicos para países latinoamericanos.

(One Tour 360, 2023) demuestra una estrategia enfocada y adaptada a las necesidades de un mercado objetivo particular. Esto puede ayudar a la agencia a destacarse entre la competencia y atraer a clientes que buscan soluciones específicas para sus necesidades de viaje.

La estrategia de ofrecer un paquete especial para países latinoamericanos con asesoría gratuita de visa y carta de invitación, así como la venta de la carta de invitación como un producto adicional, ha demostrado ser una decisión acertada para ONE TOUR 360.

Esta estrategia ha brindado un mayor valor a los clientes y ha generado ingresos adicionales para la agencia, lo que contribuye al éxito y crecimiento continuo de la empresa en el mercado del turismo.

Figura 7 carta de presentación, Pagina web de la compañía

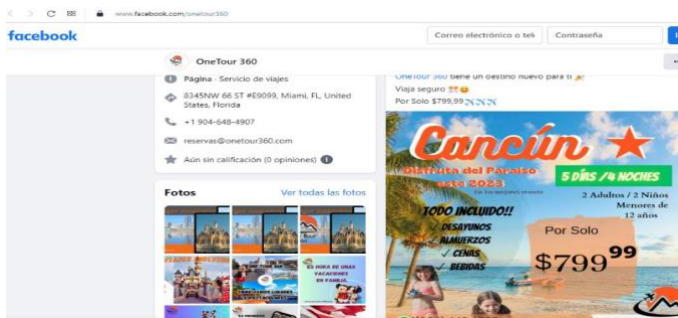


Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 7 se observa el modelo de nuestra página web que es nuestra carta de presentación ante el público ya que se encuentra la información de la empresa, como la misión visión y catálogo de los productos que ofrecemos. (Pirela, 2014)

Figura 8 promoción Latinoamérica



Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 8 se observa una de las publicidades que se adaptaron para segmento de cliente de Latinoamérica con servicios de Asesoría de Visa implementando como beneficio de la carta de Invitación

7. RECURSOS CLAVE

(Osterwalder & Pigneur, 2010) los recursos son indispensables para la creación y entrega de la propuesta de valor, y, naturalmente, cada negocio requiere diferentes tipos de recursos. Estos recursos pueden ser tangibles, como los insumos utilizados en la producción, o intangibles, como el conocimiento, la experiencia y la reputación. Los recursos clave de un emprendimiento son importantes para la creación de recursos innovadores que darán valor a los clientes y esto generará recursos positivos para el emprendimiento. Los recursos claves que utiliza One Tour 360 son los siguientes: Herramientas digitales para poder así realizar la publicidad de nuestras promociones ya que para poder llegar a otros países necesitamos de las redes Sociales como Facebook Instagram y la página web.

Nombre de la agencia (One Tour 360, 2023) es muy importante junto al logo de la compañía ya que es la forma en la que va a impactar a los clientes, el nombre que no va a salir de su cabeza y con el que van a reconocerlo, es por este motivo que la Gerente decidió usar un nombre pequeño, llamativo y que tenga relación con el producto que ofrece.

Humanos. – La agencia (One Tour 360, 2023) es un emprendimiento de un grupo de amigos que trabajaron como asesores en una empresa de turismo muy conocida y les gustó este mundo de negocio, son 2 personas quien han mantenido los 3 años de esta inversión la Lcda. Isis Varela socia y Manager de Venta, Ing. Solange Quimi (Gerente) Administradora y contadora, 2 asesoras permanentes que se fidelizaron con la compañía Grimaneza Robles, Jamileth Moran y actualmente forma parte la señorita Melissa Noboa quien está a cargo del diseño de publicidad de esta forma cada uno cumple un rol importante.

Económicos. – La inversión que realizó la Gerente en el año 2021 al implementar su emprendimiento fue de \$2.000 y alquilando una oficina física en el centro de la ciudad para poder contratar asesores, la captación de los asesores fue lo complicado, pero aplicando estrategias de marketing que adquiriría con el pasar del tiempo One Tour 360 comenzó a quedarse en la cabeza de las personas y poco a poco comenzó a ver resultados de ventas. (Farell, 2015)

8. ACTIVIDADES CLAVE

(Fernández José, D., 2022) Dentro del Business Model Canvas, las "actividades clave" son las acciones más importantes y prioritarias para que tu negocio siga funcionando de manera efectiva. Estas actividades pueden ser de diferentes tipos, como gestión u operativas, y serán fundamentales para crear tu propuesta de valor, mejorar tus ingresos y mantener una relación sólida con los clientes. Es esencial comprender que, si estas acciones no se llevan a cabo adecuadamente, tu negocio podría enfrentar dificultades. Por tanto, es crucial mantener a tus empleados y socios debidamente informados sobre estas actividades para garantizar el éxito y evitar posibles fracasos.

La agencia (One Tour 360, 2023) tiene como principal actividad la venta de paquetes de estadía con tiempo compartido la venta se realiza a todos los países, pero el mejor mercado es el de Estados Unidos, Puerto Rico, Perú, también entradas a parque temáticos de Disney y Universal Studio, Sea World, Acuática son parque de Orlando Florida Usa, boletos aéreos.

Demostración – Cuando los clientes se registran a las promociones y se les brinda todos los detalles punto a punto de cada paquete, para que ellos puedan escoger si se quedan con un paquete de tiempo compartido o un paquete normal que subirá el precio, se les explica todos los beneficios que le brindamos y compartir información para que puedan verificar la legalidad de la compañía y se le comparte testimonios de nuestros clientes para que ellos puedan revisar.

Ayudas. – One Tour tiene como prioridad conectar con sus clientes es por eso que todo lo antes mencionado la Gerente encargada te brinda una introducción y direcciona a los asesores para poder brindarle una atención personalizada, siempre se trata de que el cliente se sienta seguro con lo que se está ofreciendo, se torne un diálogo amable entre el asesor y cliente para que así sea una venta segura y el cliente quede satisfecho con nuestro servicio.

Algo que se debe tener mucho en cuenta es darle mucho valor al producto hacerles entender a los clientes que el producto que ofrecemos tiene muchos beneficios a la diferencia que otras compañías que le pueden ofrecer a precios más barato, nuestro producto es el mejor ya que se trabaja como patrocinadores directos con los resorts de 5 estrellas tanto como Orlando, Miami, Cancún, que ellos van a tener un servicio y producto de calidad. La clave que One Tour 360 usa para poder incrementar sus ventas mediante sus páginas de internet son la referencias mediante videos de nuestros clientes. También estrategias que se implementa al momento de la venta utilizando palabras claves tal como es promoción limitada por hoy este se usa como un disparador mental que creara un sentido de urgencia es decir que tienen que comprar el producto en ese momento para que aproveche la oferta, siempre se trata de brindar seguridad a las personas enviándole detalles de la empresa la licencia es puntos importantes para aumentar la credibilidad en los clientes.

La empresa utiliza videos y testimonios de clientes satisfechos como una herramienta efectiva para generar confianza y credibilidad en sus servicios. Las experiencias positivas de otros clientes actúan como una prueba social y pueden influir en las decisiones de compra de nuevos clientes potenciales. (Galán, 2018)

Además, los testimonios y videos de clientes satisfechos actúan como una forma de validación de la calidad y fiabilidad de los servicios de la empresa. Cuando los clientes expresan abiertamente su satisfacción y recomiendan los servicios, esto genera una imagen positiva de la marca y puede influir en la percepción del público sobre la empresa. La empresa implementa estrategias de venta utilizando palabras clave como "promoción limitada por hoy". Este tipo de mensajes actúa como un disparador mental que crea un sentido de urgencia en los clientes potenciales, incentivándolos a tomar decisiones rápidas para aprovechar la oferta antes de que expire. Para aumentar la credibilidad y generar confianza en los clientes, ONE TOUR 360 se asegura de brindar detalles sobre la empresa, como licencias y puntos importantes, que respalden su profesionalismo y legitimidad.

Al utilizar videos y testimonios de clientes satisfechos, la empresa se centra en la experiencia positiva que ofrece a sus clientes. Esto resalta la calidad del servicio y la satisfacción del cliente como elementos clave de su propuesta de valor. (Vázquez, 2016)

Estas estrategias son valiosas para aumentar las ventas de la empresa a través de sus páginas de internet. Al generar confianza y credibilidad en los clientes, y al crear un sentido de urgencia mediante estrategias de venta efectivas, ONE TOUR 360 puede mejorar la conversión de visitantes a clientes y maximizar el rendimiento de sus esfuerzos de marketing en línea. El enfoque en la satisfacción del cliente y en brindar una experiencia positiva es clave para el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa en el mercado del turismo. (Morgan, 2005)

9. SOCIOS CLAVE

(Carvajal Maribel, T, 2021) Este elemento se refiere a las asociaciones estratégicas que la empresa establece para colaborar e intercambiar información relevante, relacionada con experiencias, costos y recursos. En esta etapa, se destaca la importancia de establecer alianzas estratégicas, ya que no solo ayudan a reducir la necesidad de recursos, sino también a disminuir los riesgos, asegurando así la disponibilidad de los materiales necesarios para el negocio.

Para One Tour sus socios clave son los que aportan algún beneficio para la agencia.

Uno de los socios claves más importantes y principales para la agencia son los proveedores ya que ellos ponen a disposición el producto para poder venderlo en tiempo compartido es un gran beneficio para empresa y el cliente ya que este no suma costos para la compañía solo en publicidad y el cliente tiene nivel de ahorro a comprar una estadía sin tiempo compartido, lo que los proveedores reciben es el llamado fee de reserva 30 días antes de las vacaciones.

La lista de proveedores de One tour son los siguientes: Empresario Americano Socio de los Resort Westgate de Orlando y Las Vegas, Lake buena Vista, SummerBay, y Plataforma Española Restel, plataformas de Disney, Universal, Expedia, Sea World.

La gerente con respecto a sus proveedores tiene dos formas en la cual ella trabaja existe una persona directa que tiene un contrato de proveer todos estos paquetes y se maneja el Mercha Internacional, y la plataforma Restel donde se envía los clientes que no desean un tiempo compartido, y plataforma de Disney, Universal donde se realiza la compra de todas estas actividades para poderse las brindar a los clientes.

El primer proveedor es el Empresario Lin, nos provee de estadías de tiempo compartido a disposición los destinos Orlando, Miami, Las Vegas, California, Cancún, Punta Cana Puerto Plata, Cruceros

El primer proveedor provee a la compañía los paquetes de tiempo compartido que son estadía de 5 días 4 noches para 4 personas, Desayuno para grupo familiar, traslado a disposición, auto rentado en los siguientes Resort Westgate de Orlando y Las Vegas, Lake buena Vista, SummerBay, para tomar este tipo de promociones los clientes deben cumplir con una respectiva calificación, deben de ser grupos familiares o parejas de casados mayores de 25 años, sin viven en Estados Unidos ser residente temporal o en proceso o por lo menos constar con permiso de trabajo, de países de Latinoamérica solo constar con la visa de turista y sus identificación, el requisito específico para todos es constar con una tarjeta de crédito.

Con el proveedor Restel tiene a su disposición estadía en todas las partes de mundo este nos permite realizar pre reserva ya que se tiene un contrato con ellos.

Con los proveedores plataformas directas de Disney, Universal, Sea World por este medio no ayudamos en las compras de entradas al parque temáticos en Usa.

Esta es una de las problemáticas que se pudo observar al realizar la investigación de socios clave es que la agencia One Tour respecto a los paquetes que nos proveen para Latinoamérica no se está vendiendo la cantidad que se espera, ya que los usuarios Ecuatorianos que no están acostumbrado a realizar compras en línea, cuando se comunican ellos preguntan por oficina física y se indica que todo se realiza en línea les representa inseguridad, esto genera perdida de prospectos de venta y mala inversión de publicidad por ende menos ventas.

Una de las soluciones a este problema que se pudo aplicar, fue mudarnos a una oficina con espacio disponible y poder así abrir la puerta de la oficina física para atención al cliente y poder alcanzar a ese segmento de mercado ecuatoriano y puedan hacer las compras directo en oficina.

La solución implementada para abordar este problema consistió en mudar la oficina a un espacio más amplio y funcional, lo que permitió abrir las puertas físicas para la atención al cliente.

Con esta decisión, ONE TOUR 360 pudo llegar al segmento de mercado ecuatoriano que prefiere realizar sus compras en persona, brindándoles la oportunidad de interactuar directamente con el equipo de ventas y recibir asesoramiento personalizado en un ambiente más cercano y confiable. Otra solución a esta Problemática es poder acceder a un merchán propio y un método de pago que les brinda un poco más seguridad a los clientes al momento del pago, se implementó el método de pago PYPHONE.

Otro de los proveedores más importantes para la empresa son las agencias de visado y asesores en trámites migratorios son socios clave para ONE TOUR 360 debido a la importancia de facilitar los procesos de obtención de visas y documentos necesarios para viajar al extranjero. Estos socios especializados brindan un servicio

esencial para los clientes de la agencia, especialmente aquellos que desean explorar destinos internacionales.

ONE TOUR 360 reconoce que los trámites migratorios pueden ser complicados y abrumadores para algunos viajeros, y es aquí donde las agencias de visado y asesores juegan un papel fundamental. Estos socios proporcionan asesoramiento experto sobre los requisitos y procedimientos de visado para cada país, asegurando que los clientes cumplan con los documentos y permisos necesarios para su viaje.

Además, las agencias de visado pueden ayudar en la obtención de cartas de invitación, especialmente valiosas en solicitudes de visas de turismo o negocios. Estas cartas son documentos formales que respaldan la intención y el propósito del viaje, lo que puede ser un requisito esencial para algunas embajadas y consulados.

La colaboración con agencias de visado permite que ONE TOUR 360 brinde a sus clientes un servicio más completo y confiable, lo que aumenta la satisfacción y confianza de los viajeros en la empresa. Al contar con socios expertos en trámites migratorios, ONE TOUR 360 asegura que sus clientes tengan una experiencia de viaje sin contratiempos y puedan disfrutar plenamente de su aventura en el extranjero.

Figura 9 Plantilla de pago pyphone

The image shows a mobile payment interface titled "Check out" with a timestamp of 09:28. The main heading is "Pagar a One Tour 360" with a close button. A prominent green badge displays the amount "\$ 529.20". Below this, there are two payment options: "Tarjeta VISA" (selected) and "App payphone". The form is divided into three sections: "Información de tarjeta" (card number, MM/AA, CVV, cardholder name), "Información personal" (ID card, ID number, reference), and "Información de contacto" (email, phone number). A "Pagar" button is at the bottom. A note states: "Al realizar el pago aceptas Términos y Condiciones. Este pago está siendo procesado por Payphone, un proveedor de Grupo Promerica." Logos for Visa, Mastercard, and Payphone are visible at the bottom.

Fuente: (One Tour 360, 2023)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

Figura 10 foto de Oficina



Fuente: (One Tour 360, 2023)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 9 y 10 se puede observar foto de la oficina y de plantilla que se utilizara para llevar el proceso de pago de los productos. De esta manera se genera más confianza con los clientes ecuatorianos y poder así consuman estos paquetes.

10. ESTRUCTURAS DE COSTOS

(Botero Manuel, 2020) La sección de "Estructura de Costos" engloba las diferentes proporciones que cada tipo de costo representa en el costo total de la actividad del sector o la empresa. En el ámbito empresarial, los costos pueden clasificarse por función, es decir, por producción, que incluye los procesos de adquisición de materias primas, insumos, conocimiento y similares, por comercialización, por apoyo y financieros. (Guerrero&Fuentes, 2015)

One Tour comenzó el 2021 con una inversión de \$2.000 siendo ahorros de un grupo de compañeros que trabajaron en este tipo de negocio y les gusto este ámbito, empezaron alquilando una pequeña oficina en el centro de la ciudad de Guayaquil, con 3 computadoras, 3 audífonos con dos asesores recomendados. Durante los 2 primeros años de la apertura de la agencia

One Tour se planteó ventas en línea y en años en curso en el local físico que serían diarias, ventas receptadas mediante redes sociales. One Tour se ha proyectado y ha cumplido ventas con un rango de \$7.000 a \$10.000 mensuales a partir de año 2023. Los años anteriores tenía ventas mensuales con menos valor ya que recién

estaba teniendo acogida en redes sociales y tratando de fidelizar clientes. La agencia tiene ventas parciales diarias de \$400 a \$600 diario Las ventas que se realizan diariamente son de Promoción de Orlando, Miami, crucero y las Vegas. Las mayores ventas con las que cuenta One Tour son las temporadas altas, en feriados de Carnaval, San Valentín, Día de la madre, Día del Padre, Navidad respectivamente. Receptados mediante redes sociales en Facebook, Instagram y WhatsApp empresarial Mensualmente la agencia tiene ventas entre \$7.000 a \$10.000 valor en el cual la Gerente distribuye pago a los asesores rigiéndose en la tabla de comisiones, pago de costo de publicidad \$400 y \$4.000 a los principales socios y el restante para los gastos de servicio básico mantenimiento y demás. Cabe recalcar que toda la remodelación y cambio de oficina para el local físico se realizó con las ventas generadas este año esto resulto una inversión para el emprendimiento ya causo un impacto positivo en la ciudad. One Tour ha invertido en publicidad entre \$400 mensuales en las cuentas de negocio de Instagram y Facebook para promocionar su producto y sus cuentas en estas aplicaciones, ya que es una buena manera para llegar a más clientes por medio de redes sociales y poder incrementar ventas. Para poder incrementar el nivel de confianza en el cliente se optó por la contratación de un sistema de cobro, la cual cobra por cada procesamiento

Figura 11 Compra de sistema



Fuente: (One Tour 360, 2023)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 11 se puede observar el detalle de la plantilla del sistema de pago

Tabla 1 Costos de implementos de cocinas

Costos de implementos de oficina		
Computadoras	\$25,00	\$600
Audífonos	\$50	\$150
Sillas ejecutivas	\$30	\$120
Cubículos	\$35	\$105
Útiles de oficina	\$60	\$60
Escritorio	\$150	\$150
Utensilio para decoración	\$15	\$15
Utensilios de Limpieza	\$20	\$20
Dispensador de Agua	\$30	\$30

Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborada por: (Moran Jamileth, 2023)

En la figura 12 se puede observar los precios de muebles y útiles de oficina de que compro en sus inicios (Año 2020) la Gerente iniciar este negocio.

Tabla 2 Proyecciones 5% de las ventas mensuales

Proyección 5% de las ventas mensuales						
One Tour 360						
	31/08/23	28/9/23	31/10/23	30/11/23	31/12/23	30/1/24
Ventas	\$ 6.000	\$ 6.300	\$ 6.615	\$ 6.945	\$ 7.293.03	\$ 7.657.68
Materia prima	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1.200	\$ 1,200
Costos fijos	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00
Agua	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Luz eléctrica	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

Suscripciones	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Inversión	\$ 495	\$ -495	\$ - 495	\$ - 495	\$ -495	\$ -495
<u>Costos variables</u>						
Mantenimientos de equipo	\$ 30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>Mano de obra</u>	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
Empleada 1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Empleado 2	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Empleada 3	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
UTILIDAD	\$ 2.200	\$ 2.530	\$ 2.845	\$ 3.175	\$ 3.523.03	\$ 3.887.68

Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

Tabla 3 Proyecciones 5% de las ventas mensuales

Proyección 5% de las ventas mensuales						
One Tour 360						
	28/02/24	31/03/24	31/04/24	30/05/24	31/06/24	31/07/24
Ventas	\$ 8.040.57	\$ 8.442.60	\$ 8.864.73	\$ 9.307.95	\$ 9.773.36	\$ 10.262.03
Materia prima	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200
<u>Costos fijos</u>	\$ 570.00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00
Agua	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Luz electrica	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Suscripciones	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00

Inversión	\$ 495	\$ -495	\$ - 495	\$ - 495	\$ -495	\$ -495
<u>Costos variables</u>						
Mantenimientos de equipo	\$ 30,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>Mano de obra</u>	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
Empleada 1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Empleado 2	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Empleada 3	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
UTILIDAD	\$ 4.240.57	\$ 4.672.60	\$ 5.094.73	\$ 5.537.95	\$ 6.003.36	\$ 6.492.03

Fuente: (One Tour 360., 2022)

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

11. CONCLUSION

En el presente caso de estudio podemos visualizar que la Agencia One Tour 360, es un negocio 100% rentable para los socios, ya que los proveedores dependiendo las calificaciones de ciertos paquetes no tiene costo, y el valor que se le cobre al cliente es netamente ingreso a la compañía One Tour 360, pudimos ver que en el camino presento varias inseguridades tal como las forma de venta por telemarketing y pago directo con su tarjeta de crédito, por esta razón se implementó el método de pago Payphone para brindar más opciones de pago y seguridad al momento de realizar los pagos, también de apertura las puertas de oficinas físicas para atención al cliente de Ecuador. De esta manera no existirá desconfianza de activar paquetes en línea telefónica, sino que se les facilita el link de pago para que ellos lo efectúen directo en su dispositivo ya con el monto generado en el link de pago, y así obtendremos buenas referencias por parte de ellos. Ya que los referidos son muy importantes para el crecimiento de la agencia "One Tour 360". One tour está invirtiendo en sus cuentas de negocios de las aplicaciones de Instagram y Facebook, en estos últimos años ha sido la forma en la que se ha llegado a clientes de todo el mundo, también sería bueno seguir implementado paquete turístico para lugares Turísticos de Ecuador, ya que existe mercado que no tiene posibilidades de salir país, pero sí puedo viajar en el interior de su país. Además de las estrategias mencionadas, la Agencia One Tour 360 también ha puesto énfasis en la importancia de las referencias y recomendaciones de clientes satisfechos. Al proporcionarles un proceso de pago seguro y eficiente, se espera que los clientes estén más dispuestos a compartir su experiencia positiva con amigos y familiares, generando así un efecto de boca a boca que puede atraer a nuevos clientes potenciales. Para mantenerse relevante y competitiva en el mercado, la Agencia One Tour 360 ha decidido invertir en la creación de paquetes turísticos para lugares turísticos específicos dentro de Ecuador. En conclusión, la Agencia One Tour 360 ha adoptado diversas estrategias para consolidarse como un negocio rentable y exitoso en el sector turístico. Su enfoque en ofrecer experiencias de calidad, opciones de pago seguras, presencia activa en redes sociales y la creación de paquetes turísticos específicos, han sido pilares fundamentales para su crecimiento y expansión.

Bibliografía

- Carvajal Maribel, T. (7 de Septiembre de 2021). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL repositorio.uisrael*. Plan de negocio para la creación de una empresa de helado de mandarina "Tangerine Ice": <https://repositorio.uisrael.edu.ec>
- Farrell, L. (2015). *es.scribd.com*. es.scribd.com: <https://es.scribd.com/doc/87886279/Monografia>
- Fernández José, D. (10 de Febrero de 2022). *doi.org*. <https://josedavidfernandez.com/actividades-clave-modelo-canvas/>
- Galán, B. L. (2018). *zagan.unizar.es*. zagan.unizar.es: <https://zagan.unizar.es/record/75524/files/TESIS-2018-090.pdf>
- Giner, G. J. (12 de Septiembre de 2019). *Escuela de negocios y direccion*. . <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Guerrero&Fuentes. (2015). *Diseño De Un Modelo De Costos Basado En Actividades Para La Construcción De Vivienda De Interés Social En La Ciudad De Tunja*. repositorio.utp.edu.co: <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/a20c8564-259d-46df-81db-17dcaa0119f/content>
- Infoautónomos. (2023). *nfoautonomos.com*. Plan de Negocios: <https://www.infoautonomos.com/plan-de-negocio/lienzo-propuesta-de-valor/>
- Justel, D. (Octubre de 2022). *Mondragon Unibertsitatea*. mondragon.edu: <https://www.mondragon.edu/en/-/hcd-facility-tool>
- Martínez, M. G. (31 de Marzo de 2017). *es.slideshare.net*. es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/MartaGuillnMartnez/la-industria-de-la-nostalgia-a-nivel-musical-en-la-publicidad-audiovisual-en-espaa-20062016-marta-guilln-martnez>
- Mise, J. (3 de Enero de 2023). *MODELO DE NEGOCIOS CANVAS*. Acavir: <https://www.acavir.com/modelo-canvas/fuentes-de-ingreso>
- Moran Jamileth. (2023).
- Morgan, J. (2005). *IBM: CONTRATO DE OUTSOURCING*. icmrindia.org: <https://www.icmrindia.org/Casestudies/catalogue/Cases%20in%20other%20Languages/O-SITSY047.htm>
- Nacho, S. (12 de Septiembre de 2019). *Escuela de Negocio y Direccion*. Escuela de Negocio y Direccion: <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- One Tour 360. (2021). *onetour-360*. onetour-360: <https://onetour-360.com/>
- One Tour 360. (2023). *onetour-360*. onetour-360: <https://onetour-360.com/>

One Tour 360. (2022). *onetour-360*. onetour-360: <https://onetour-360.com/>

Osterwalder & Pigneur. (9 de Noviembre de 2010). *Amelica*. portal.amelica.org:
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2213811033/2213811033.pdf>

Philip Kotler. (31 de Agosto de 2020). *zendesk.com*. zendesk.com:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados>

Philip Kotler. (20 de Diciembre de 2022). *Mailrelay*. Mailrelay: <https://mailrelay.com>

Pirela, A. (Noviembre de 2014). *slideshare*. slideshare:
<https://fr.slideshare.net/martinserrano/tg4797>

Risueño, V. (Febrero de 2014). *prezi.com*. prezi.com:
<https://prezi.com/mrlz7xdaxisv/presentacion-pasantia/>

Vázquez, G. (7 de Julio de 2016). *Atención al Cliente*. prezi.com/:
<https://prezi.com/z8d2cx0swxow/atencion-al-cliente/>

ANEXOS

Anexo 1 Lienzo modelo de negocio



Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

Anexo 2 Modelo de paquetes Promocionales

Vacaciones en Florida
2 destinos

Hotel ORLANDO 5 días / 4 noches + **MIAMI** 3 días / 2 noches

Desde \$149 por persona SALE

A partir de 4 personas, llévate una entrada gratis para tu parque favorito

Auto Rentado
No incluye seguros

UNIVERSAL ISLANDS OF ADVENTURE

Contactanos: +1 904 649 4907

Aplica restricciones

No incluye tickets aéreas

Anexo 3 Modelo de paquetes para Latinoamérica

PUERTO PLATA

\$699 Hotel 5 días/ 4 noches
2 adultos **Todo incluido**

OneTour 360
25 de enero

EL CARIBE!! Es el lugar perfecto para una luna de miel o darte una escapadita para salir de lo cotidiano

Incluye:

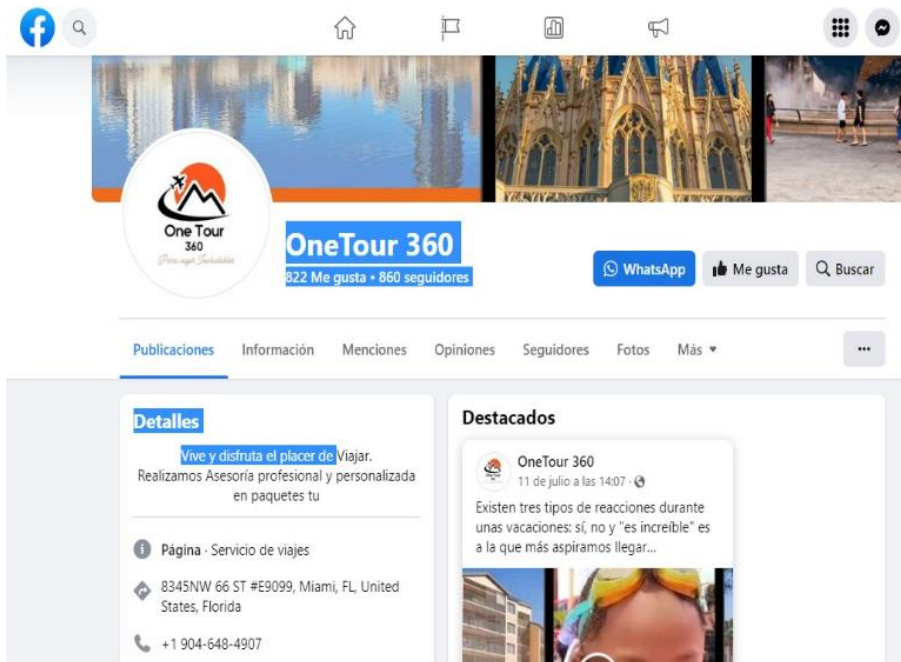
- Estadia por 5 días y 4 noches
- Servicio de Hotel All Inclusive (desayunos, almuerzos y cenas)
- Bebidas ilimitadas
- Traslados al Aeropuerto totalmente gratuitos
- ... Ver más

4

Me gusta Comentar

Descubre más novedades de OneTour 360 en Facebook

Anexo 4 Red Social Facebook



Anexo 5 Lista de clientes

Clientes ONE TOUR	
HOMBRES	MUJERES
Cristian Amaya	Evelin González
Joshua Rivera	Marcela Aguilera
Rony Rodríguez	Diamelas Garcés
Pedro Quinto	Niurka Cáceres
Wilson Baldean	Pamela Salgado
Marcos Moran	Yujani Gómez
José Malta	Karla Chiringo
Fernando Fernández	Rosy Tierra
Ulises Shell	Tifian Zaporra
Carlos Mariño	Mónica Ulises
Darío Andrade	Velkis Briones

Anthony Gallardo	Vicky Córdova
Fernando Calzado	Martha Gallardo
Saúl Eugenio	Cendo Mauus

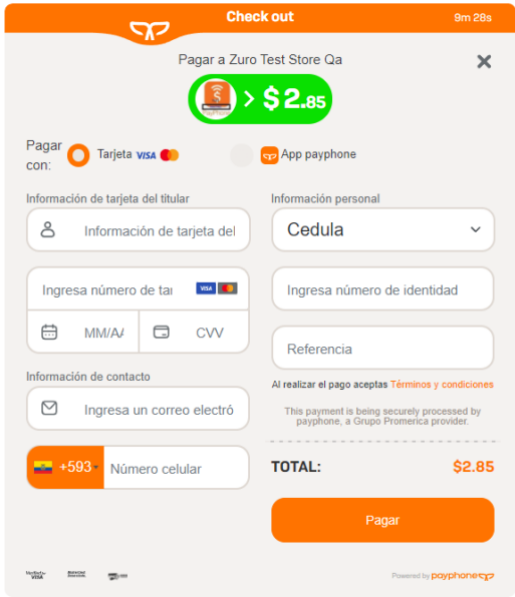
Anexo 6 Proveedores de One Tour 360

Proveedores One Tour 360
Socios Americanos
Restel
Plataforma Disney -
Plataforma Universal
Plataforma Orbiz
Avianca
Expedia

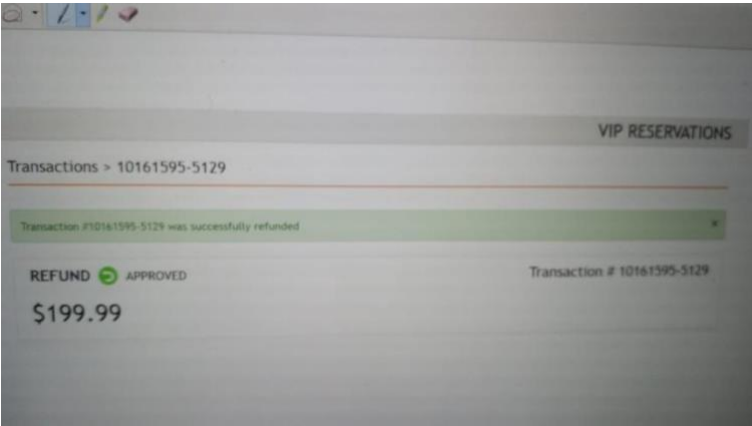
Anexo 7 Programa de Cobro



Anexo 8 Inventario de entrada



Anexo 9 Inventario de salida



Anexo 10 Costos de Paquete promocional Septiembre 1BD

PAQUETE CON COSTO 1BD						
Costo de paquete promocional Septiembre 1BD						
DETALLES	CIUDAD	N° PERSONAS	N° DE NOCHES	COSTO POR NOCHE	FEE DE RESERVA	TOTAL
ESTADIA	ORLANDO USA	4	6	\$ 89.00	\$ 129.00	\$ 663.00
AUTO	AUTO	4	6	-	-	-
CREDITO BROKER						\$ 300.00
TOTAL DE COSTOS						\$ 363.00

Anexo 11 Costos de Paquete promocional Septiembre 2 BD

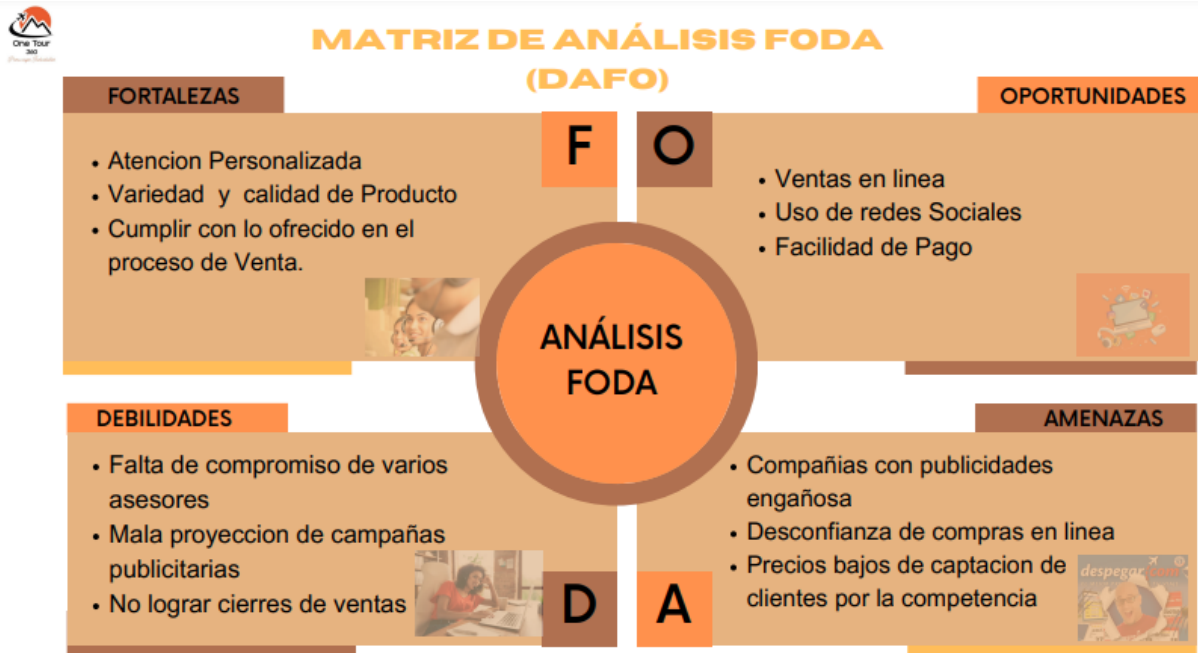
PAQUETE CON COSTO 2BD						
Costo de paquete promocional Septiembre 2 BD						
DETALLES	CIUDAD	N° PERSONAS	N° DE NOCHES	COSTO POR NOCHE	FEE DE RESERVA	TOTAL
ESTADIA	ORLANDO USA	6	6	\$ 129.00	\$ 129.00	\$ 903.00
AUTO	AUTO	6	6	-	-	-
CREDITO BROKER						\$ 300.00
TOTAL DE COSTOS						\$ 603.00

Anexo 12 Costos de Paquete promocional Septiembre 1 BD

PAQUETE SIN COSTO						
Costo de paquete promocional Septiembre 1BD						
DETALLES	CIUDAD	N° PERSONAS	N° DE NOCHES	COSTO POR NOCHE	FEE DE RESERVA	TOTAL
ESTADIA	ORLANDO USA	4	4	\$ -	\$ -	\$ -
AUTO	AUTO	4	4	-	-	-
CREDITO BROKER						\$ 300.00
TOTAL DE COSTOS						\$ -

Anexo 13 Matriz FODA

MATRIZ FODA



Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)

Anexo 14 Ingreso Anual

Considerar que estás fechas en EEUU son las más altas, las reservas se deben solicitar de 30 a 45 días antes de cada fecha de viaje en general, sobretodo EN HIGH SEASON!

HIGH SEASON DATES

FEBRERO 17 - FEBRERO 22	\$95 / \$129
MARZO 15 - ABRIL 14	\$124 / \$149
JUNIO 14 - JULIO 18	\$124 / \$149
OCTUBRE 28 - NOVIEMBRE 4	\$124 / \$149
NOVIEMBRE 14 - NOVIEMBRE 29	\$124 / \$149
DICIEMBRE 12 - ENERO 6	\$149 / \$218
	1 BD / 2BD

CALIFICACION

Hasta 4 Pax (1BD)

De 5 a 8 Pax (2 BD)

Parejas Casadas o Cohabitanes desde 25 a 65 años

Solteras o divorciadas desde 28 a 65 años

Ingreso anual por pareja \$60 mil en adelante / Soltera \$70 mil en adelante

NO APLICA HOMBRES SOLTEROS O DIVORCIADOS

**PRESENTACIÓN DE 120 MINUTOS. A CAMBIO DE LA PROMOCIÓN
TODOS LOS PARTICIPANTES DEBEN TENER TARJETA DE CREDITO**

1 BD (HASTA 4 PAX)	COSTOS 1 BD NOCHE ADICIONAL
feb-23	\$89
mar-23	\$89
abr-23	\$89
may-23	\$89
jun-23	\$89
jul-23	\$89
ago-23	\$89
sep-23	\$89
oct-23	\$89
nov-23	\$89
dic-23	\$89
2 BD (DE 5 A 8 PAX)	COSTOS 2BD NOCHE ADICIONAL
feb-23	\$119
mar-23	\$129
abr-23	\$129
may-23	
jun-23	
jul-23	
ago-23	
sep-23	
oct-23	
nov-23	
dic-23	

CREDITO BROKER
\$300

Elaborado por: (Moran Jamileth, 2023)