



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO(A) EN TURISMO**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**DISEÑO DE UNA OPERADORA DE TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL  
TURISMO SOSTENIBLE DEL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE  
(BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS**

**AUTORES**

**JAVIER PATRICIO PANDO MORENO**

**JENNIFER LORENA GALLEGOS RAMOS**

**TUTOR**

**Ing. Dolores Mieles MSC.**

**MILAGRO, SEPTIEMBRE DEL 2013**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

Que he analizado el Proyecto de grado con el tema “DISEÑO DE UNA OPERADORA DE TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE DEL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS”, presentando como requisito previo a la probación y desarrollo de la investigación para optar el título de: Licenciado(a) en Turismo

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2013

Ing. Dolores Mieles MSc.

**Firma del tutor(a)**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, a los 27 días de Septiembre del 2013

Javier Pando Moreno

Jennifer Lorena Gallegos

---

Firma del egresado (a)

CI: 010474151-7

---

Firma del egresado (a)

CI: 092002518-6

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El Tribunal calificador previo la obtención del título de Licenciado(a) en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

<b>MEMORIA CIENTÍFICA</b>	<b>( )</b>
<b>DEFENSA ORAL</b>	<b>( )</b>
<b>TOTAL</b>	<b>( )</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>( )</b>

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE  
DEL TRIBUNAL

\_\_\_\_\_  
PROFESOR DELEGADO

\_\_\_\_\_  
PROFESOR SECRETARIO

## **DEDICATORIA**

Momentos de alegría han llegado a mi vida el haber culminado un logro más en mi vida es por eso mi dedicación en primer lugar a Dios ya que sin el nada hubiese sido posible; salud, perseverancia y certeza de que el presente proyecto sea una realidad tangible para el logro de mis objetivos, he aprendido a enriquecerme aún más moralmente, el trabajar con suma responsabilidad junto a los docentes que estuvieron paso a paso con sus sabios consejos para lograr contribuir al desarrollo de la región y el país.

Javier Pando Moreno

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Estatal de Milagro, por permitirme formar parte de ella, el pilar fundamental que todos en un momento de nuestra vida lo vamos a necesitar para nuestro desarrollo como profesionales, sobretodo agradecer infinitamente a todos los involucrados en nuestro camino estudiantil.

En primer lugar a Dios, porque sin el nada hubiese sido posible, a nuestros padres y familiares que sin su apoyo nuestra labor estudiantil no se hubiese dado, gracias por ser nuestros guías, el convertirnos en profesionales es el reflejo de lo que ustedes hicieron junto a nosotros.

A nuestros docentes que con sus altos conocimientos y destrezas lograron formarnos en el camino del éxito y sobre todo por las participaciones integras durante todo este tiempo en especial al MSc. Rigoberto Zambrano y a la MSc. Dolores Mieles quienes fueron nuestros guías en la elaboración de esta tesis.

A todos que de una u otra manera pertenecieron a esta maravillosa etapa, Gracias.

Javier Pando Moreno

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a Dios por permitirme llegar a este momento tan esperado en mi vida, por mis logros y dificultades que me han hecho valorarlo cada día más. A mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre estuvieron brindándome su apoyo económica y moralmente. A toda mi familia que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis estudios y metas propuestas y a los docentes que estuvieron dispuestos ayudarnos en nuestra formación como profesionales.

Jennifer Gallegos

## **AGRADECIMIENTO**

Le Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera y por brindarme una vida llena de salud, bendiciones aprendizajes y por haber sido mi fortaleza en los momentos de debilidad.

A mis padres que son los que me han permitido llegar hasta este punto de culminar mi carrera como profesional debido a sus constantes esfuerzos y apoyos hacia a mí, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida y por hacer de mí una mejor persona.

A mi familia y amigos que participaron directa o indirectamente en este triunfo, leyendo opinando y corrigiendo, dándome ánimos y acompañándome en cada momento de felicidad y de tristeza.

A nuestros docentes que gracias a sus amplios conocimientos, dedicación y paciencia han logrado nuestra formación como profesionales y especialmente a nuestros tutores MSc. Rigoberto Zambrano y a la MSc. Dolores Mieles que me ayudaron en asesorías para la elaboración de la tesis.

Jennifer Gallegos

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Lcdo. Jaime Orozco Hernández, Msc.

---

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos hacerle entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue, DISEÑO DE UNA OPERADORA DE TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTON GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 27 de Septiembre del 2013

Javier Pando Moreno

Jennifer Lorena Gallegos

---

Firma del egresado (a)

CI: 010474151-7

---

Firma del egresado (a)

CI: 092002518-6

# INDICE GENERAL

Carátula.....	i
Aceptación del tutor.....	ii
Declaración de la autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento.....	viii
Cesión de derechos del autor.....	ix
Índice General.....	x
Índice de Cuadros.....	xiv
Índice de Gráficos.....	xv
Resumen.....	xvii
Abstract.....	xviii
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	4

1.1.4 Sistematización del Problema.....	4
1.1.5 Determinación del Problema.....	4
1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 Justificación.....	6
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>7</b>
2.1 Marco Teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	16
2.1.3 Fundamentación.....	23
2.2 Marco Legal.....	32
2.3 Marco Conceptual.....	34
2.4 Hipótesis y variables.....	39
2.4.1 Hipótesis General.....	39
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	39
2.4.3 Declaración de variables.....	39
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	41
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>42</b>
<b>MARCO METODOLOGICO.....</b>	<b>42</b>
3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	42
3.1.1 Según su objetivo gnoseológico.....	42

3.1.2 Según su contexto.....	42
3.1.3 Según el control de las variables.....	42
3.1.4 Según la orientación temporal.....	42
3.2 La población y la muestra.....	43
3.2.1 Características de la población.....	43
3.2.2 Delimitación de la población.....	43
3.2.3 Tipo de muestra.....	43
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	43
3.2.5 Proceso de la selección.....	45
3.3 Los métodos y las técnicas.....	46
3.3.1 Métodos teóricos.....	46
3.3.2 Métodos empíricos fundamentales.....	46
3.3.3 Métodos empíricos complementarios.....	46
3.4 El tratamiento estadístico de la información.....	47
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>48</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....</b>	<b>48</b>
4.1 Análisis de la situación actual.....	48
4.2 Análisis Comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	61
4.3 Resultados.....	61
4.4 Verificación de hipótesis.....	61
4.4.1 Hipótesis General.....	61
4.4.2 Hipótesis Particular.....	61

<b>CAPITULO V</b> .....	61
<b>PROPUESTA</b> .....	62
5.1 Tema.....	62
5.2 Justificación.....	62
5.3 Fundamentación.....	63
5.4 Objetivos.....	64
5.4.1 Objetivo General.....	64
5.4.2 Objetivos Específicos.....	64
5.5 Ubicación.....	65
5.6 Funciones.....	66
5.7 Estudio Técnico.....	71
5.7.1 Factibilidad Financiera.....	91
<b>CONCLUSIONES</b> .....	104
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	105
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	106
<b>LINCOGRAFIA</b> .....	109
Matriz.....	Anexo 1
Encuesta .....	Anexo 2
Autorización para ejercer la propuesta.....	Anexo 3
Modelo de Solicitud de Registro para Agencias de Viajes.....	Anexo 4
Permisos.....	Anexo 5
Resultados de plagio.....	Anexo 6
Fotografías.....	Anexo 7

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.....	39
Cuadro 2.....	41
Cuadro 3.....	48
Cuadro 4.....	50
Cuadro 5.....	51
Cuadro 6.....	52
Cuadro 7.....	53
Cuadro 8.....	54
Cuadro 9.....	55
Cuadro 10.....	56
Cuadro 11.....	57
Cuadro 12.....	58
Cuadro 13.....	59
Cuadro 14: .....	60
Cuadro 15: .....	72
Cuadro 16: .....	74
Cuadro 17: .....	91
Cuadro 18: .....	93
Cuadro 19: .....	93
Cuadro 20: .....	94
Cuadro 21: .....	94

Cuadro 22: .....	95
Cuadro 23:.....	95
Cuadro 24:.....	97
Cuadro 25: .....	98
Cuadro 26: .....	99
Cuadro 27:.....	100
Cuadro 28:.....	101
Cuadro 29:.....	102
Cuadro 30:.....	103
Cuadro 31:.....	103

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1.....	48
Gráfico 2.....	50
Gráfico 3.....	51
Gráfico 4.....	52
Gráfico 5.....	53
Gráfico 6.....	54
Gráfico 7.....	55
Gráfico 8.....	56
Gráfico 9.....	57
Gráfico 10.....	58
Gráfico 11.....	59

Gráfico 12.....	60
Gráfico 13.....	65
Gráfico 14: .....	75
Gráfico 15: .....	85
Gráfico 16:.....	85
Gráfico 17: .....	88
Gráfico 18:.....	89
Gráfico 19:.....	90
Gráfico 20:.....	96

## RESUMEN

El presente trabajo propone un Análisis de la oferta turística y su relación con el grado de desarrollo en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas, que tiene como objetivo principal ofertar turísticamente dicho Cantón de una manera sostenible para lo cual se realizó un estudio de factibilidad.

Para la realización del presente estudio se cuenta con el respaldo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón General Antonio Elizalde.

El estudio de mercado determina como resultado que existe una oferta turística baja debido a un servicio inadecuado por parte de la comunidad, falta de capacitación a los propietarios de plantas turísticas y ausencia de productos turísticos.

Se detalló el diseño de una Operadora de Turismo para el desarrollo del turismo sostenible en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

Con el estudio de costos e ingresos, nos permiten determinar las utilidades del proyecto, se realizó la evaluación tomando específicamente variables de evaluación como: TIR (Tasa Interna de Retorno del 42%); VAN (Valor Actual Neto de \$ 61.015,98), de esta manera se puede cumplir con los objetivos planteados.

## **ABSTRACT**

This paper proposes an analysis of the tourist offer and its relationship with the degree of tourism development in General Antonio Elizalde (Bucay Town), Guayas' Province, the main Objective of this project is to offer touristically this Town and so in this way promote economic and sociocultural of this place, for that this feasibility research study was done.

The implementation of the present study it is supported by the General Antonio Elizalde's Decentralized Autonomous Government.

The Market research determines as result that there is a low tourist offer due to inadequate service by the community, lack of training and knowledge for tourism plant owners and lack of tourism products.

It's detailed the design of a Tourism Operator for the development of sustainable tourism in the canton General Antonio Elizalde (Bucay).

With the cost and revenue study allows us to determine the profits of the project; evaluation was performed taking as endpoints specifically:

IRR (Internal Rate of Return of 42%); NPV (Net Present Value of \$ 61,015.98), so this way we can achieve the objectives.

## INTRODUCCION

Se entiende por Turismo al conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y su estancia en lugares distintos a los de su residencia por un periodo, inferior a un año y superior a un día, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

La oferta turística comprende: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios. La demanda se alinea al tipo de turistas y finalmente los operadores turísticos.

En el cantón Bucay hay ciertas actividades de operación turística pero no cuenta con una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos orientados al desarrollo de un turismo sostenible establecida como tal, ni operadores turísticos legalmente constituidos, por tal motivo el diseño de la misma para satisfacer las necesidades de los visitantes.

La mayor parte de los que realizan las actividades turísticas en el cantón trabajan con operadoras de Guayaquil o por medio de haciendas turísticas como San Rafael y D'franco, las cuales arman y ofrecen paquetes turísticos o convenios con empresas de Guayaquil o alrededores.

Bucay recién se está potencializando turísticamente, tan solo se espera que el Consejo (Alcalde y concejales), aprueben ordenanzas para comenzar a trabajar y establecerse turísticamente en el país y así se de a flote el desarrollo turístico del mismo.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1.1 Problematización**

El Dr. Enrique Torres Bernier, uno de los investigadores españoles más importantes en el área de Turismo en el año 2008 ha identificado algunas tendencias fundamentales del mercado y como estas van determinando el futuro de este extenso sector en que los clientes son un exceso de la oferta turística. Pese a la crisis actual que afecta diversos países, el turista sigue viajando, sin olvidar que el servicio es algo intangible que a muchos se nos va de las manos al momento de tratar con un cliente, puede un lugar optar con todos los implementos y recursos necesarios pero reflejen falencias en el servicio que brindan; afectando directamente la oferta turística a nivel global.

Actualmente existen grandes problemas con respecto a la oferta turística en el país, la cual nos da la desventaja de no poder llegar directamente al turista nacional y extranjero creando una oferta turística escasa y limitada, afectando el desarrollo proporcional en diferentes zonas del país dando como resultado que muchas regiones sean más ofertadas que otras.

El Cantón Bucay se ve afectado en el aspecto socio-económico, siendo una zona que mantiene viva un alto atractivo natural y tradicional no posee un crecimiento en el sector terciario que generalmente se encuentra en niveles de baja expansión, en zonas de baja economía; y en el aspecto cultural debido a la poca oferta turística

que ofrece, al no tener un contacto directo con los habitantes de diversos países, se pierde un conocimiento vivo de culturas distintas impidiendo el desarrollo de una mejor comprensión, todo esto implica un problema que imposibilita el desarrollo a nivel de la región y el país.

### **Causas**

1. Servicio turístico inadecuado por parte de la comunidad hacia los turistas.
2. Ausencia de productos turísticos adecuados en el mercado.
3. Carencia de publicidad para poder ofertar Bucay turísticamente.

### **Efectos**

1. Insatisfacción en los turistas.
2. Poca oferta y disminución de la demanda.
3. El no reconocimiento turístico del cantón.

### **Pronóstico**

Basándonos en las causas y efectos mencionados anteriormente si no se tendría una oferta adecuada turísticamente en el Cantón Bucay esto afectaría su campo económico y social; puesto que las actividades turísticas generan una fuente de ingreso económica y sociocultural positiva para el Cantón y a la vez no se daría un reconocimiento turístico del mismo con proyección al desarrollo de la región y el país.

### **Control de pronóstico**

Al desarrollar una oferta turística apropiada en el cantón esto generaría un buen desarrollo económico debido a que las fuentes de empleados y visitas de turistas aumentarían donde a más de recibir ingresos económicos se fomentaría el intercambio de cultura y a la vez se incentivara la inversión extranjera, como también se impulsara la implementación de nuevos proyectos como el de la fundación Nobis que está apuntando un proyecto de desarrollo para impulsar un nuevo destino turístico que a su vez promueva productos y servicios que deberán ser ofertados y

comercializados por microempresas turísticas, dando como resultado una buena rentabilidad contribuyendo al desarrollo y reconocimiento turístico del cantón, la región y el país.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**País:** Ecuador

**Cantón:** General Antonio Elizalde (Bucay)

**Realidad poblacional:** 10.642 habitantes.<sup>1</sup>

**Tiempo:** 2013

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Qué factores están afectando a la oferta turística para que no contribuya al grado de desarrollo del Cantón Bucay?

### **1.1.4 Sistematización del problema**

1. ¿De qué manera afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas que visitan el Cantón Bucay?
2. ¿Cómo influye la ausencia de productos turísticos adecuados en el mercado?
3. ¿Que está incidiendo para que no se desarrolle una mejor publicidad en cuanto a la oferta turística del cantón?

### **1.1.5 Determinación del tema**

Análisis de la oferta turística y su relación con el grado de desarrollo en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas.

---

<sup>1</sup> INEC: *Instituto Nacional de Estadística y Censos*,  
[http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB\\_iframe=true&height=450&width=800%20rel=slbox](http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800%20rel=slbox).

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar los factores que afectan a la oferta turística y su relación con el grado de desarrollo en el Cantón Bucay.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar cómo afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas.
2. Identificar las necesidades de los turistas para ofrecer productos turísticos adecuados en el mercado.
3. Evaluar el grado publicitario que permite el reconocimiento turístico del cantón.

### **1.3 JUSTIFICACION**

El turista en el siglo XXI es más informado y esa información lo convierte en consumidor más exigente, cada día la diversión y el ocio se hace más necesaria puesto que los niveles de estrés se incrementan a nivel mundial y esto provoca el desplazamiento, deseos de viajar y de disfrutar de destinos turísticos en que los clientes son un exceso de la oferta turística mundial.

En el país, la oferta turística presenta falencias en la difusión de algunas regiones costeras no exploradas por el turista debido a la limitada oferta turística, resultando las provincias de los Andes y Galápagos con un mayor turismo receptivo afectando directamente al desarrollo económico y turístico del país. Por lo tanto el impulso del turismo pasa por conocer y valorar la oferta turística, más que todo establecer que es posible ofrecer y determinar a qué público u objetivo dirigirse. El rol de la oferta turística no solo se puede limitar a un paisaje, este puede ser aprovechado en base a la calidad de los servicios turísticos, de la infraestructura, una conveniente relación calidad-precio, un transporte adecuado, y sin olvidar las condiciones de seguridad.

En el Cantón Bucay es factible realizar el estudio de la oferta turística debido a su riqueza natural y cultural que posee dicho cantón, lo cual ayuda en gran medida siendo una de las mayores potencias turísticas de la provincia del Guayas, sin olvidar que está situada en las estribaciones de la cordillera de los Andes al ser llamada como “La puerta de entrada al Guayas”, por algunas provincias de los Andes ecuatorianos; por ende con el aumento de la oferta turística se determinara la difusión de un turismo consciente en sus productos y servicios obteniendo un mayor desarrollo socio-cultural, incrementando la fuente de empleo e ingresos económicos a la vez. Por lo tanto queda justificada la realización del proyecto sobre el análisis de la oferta turística y su grado de desarrollo en el mencionado cantón.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEORICO**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

En la Nueva Enciclopedia Universal Carroggio, tomo 25 del año 1911, se menciona que hace 1000 años un pueblo eminentemente comercial, el fenicio, embarcado en sus naves de vela, cruzo el Mediterráneo y llego hasta las islas Casitérides. El valor turístico de sus viajes radica en haber despertado y transmitido por todo el mundo conocido el anhelo de visitar otras tierras.

Los griegos viajaron con motivo de los Juegos Olímpicos que se celebraban cada cuatro años y duraban cinco días, durante ellos cesaban todas las hostilidades y los asistentes protegidos por la tregua sagrada, se beneficiaban de la hospitalidad que se les brindaba. También se viajaba a oráculos y templos. Uno de los más importantes fue el de Delfos, que ejerció considerable influencia en la vida pública y privada de Grecia. Es esta época cuando aparecen los primeros viajeros famosos como Tales de Mileto, Platón, Pitágoras, Eneas y Tácito.

Las leyes comienzan a reglamentar los viajes, no obstante estas manifestaciones viajeras tropezaban con el mal estado de los caminos, en abandono casi total, aunque debe consignarse que la navegación costera sustituía.

El cristianismo nace unido a los viajes, un ejemplo de ello es Pablo de Tarso, quien recorre con gentilidad, Atenas y España para ir a morir a Roma. En la Edad Media

se viaja por motivos eminentemente religiosos, culturales o mercantiles, se viaja por necesidades. Y a finales de esta época renace el viejo anhelo griego del viaje por puro placer o curiosidad. Marco Polo llega a la China y excita la curiosidad del mundo. Venecianos, genoveses y catalano-aragoneses recorren el Mediterráneo.<sup>2</sup>

A partir del siglo XVI en Europa renace el turismo de balnearios, aunque se conocía y era importante desde la época del Imperio Romano, toma un impulso notable este tipo de turismo, primero en ciudades británicas como Bath, para pasar después con fuerza al resto de Europa en ciudades como Spa (Bélgica) o Baden-Baden (Alemania).

A partir de 1600 d.C., en Europa aparecen la diligencia (que permite realizar viajes de más larga duración, llegando a recorrer hasta 60km, al día) y las posadas (para proporcionar servicios a los viajeros y a los caballos).

Entre 1600 a 1850 d.C., en Europa surge entre las clases sociales altas británicas el Gran Tour, itinerario educativo en el que jóvenes aristócratas europeos, acompañados por un tutor, trataban de instruirse en la cultura clásica, fruto de la revolución industrial, con el tiempo a estos viajeros se los empezó a llamar turistas y a sus desplazamientos turismo. Cuando estas palabras se castellanizaron aparecieron los términos turista y turismo. El recorrido solía incluir ciudades como Venecia, Florencia, París o Atenas.

En el siglo XIX, en Europa se produce el desarrollo de ciertos factores que posibilitan el auge del turismo, como la mejora en medios de transporte (el tren y el barco de vapor facilitan los desplazamientos), el desarrollo económico de países como Gran Bretaña o el deseo de conocer otras zonas geográficas.

Surgen las grandes compañías británicas de transporte marítimo, nace el turismo de playa y los baños de mar como terapia para ciertas enfermedades en las costas frías del Norte de Europa. En Alemania, Karl Baedeker, considerado el padre de las guías de viajes, introduce su primera guía en 1839.

En países como Suiza o Noruega nace el interés por el turismo de montaña, debido a que el aire puro se considera remedio para enfermedades como la tuberculosis, al

---

<sup>2</sup>MARTINEZ, Luis Rodrigo: *Nueva Enciclopedia Universal Carroggio*, p. 9492.

igual que aparecen actividades deportivas relacionadas con la montaña como el esquí o el alpinismo.

En Estados Unidos Henry Wells y William G. Fargo, crean American Express, empresa inicialmente relacionada con el transporte de mercancías y que posteriormente emite cheques de viajes.

A inicios del siglo XX en Europa se produce un aumento importante de los viajes por motivos turísticos alentados por la progresiva mejora de los medios de transporte, la seguridad por toda Europa y el interés por viajar.

Entre 1914-1945 en Europa, a unos primeros años después de la I Guerra Mundial de relativo crecimiento turístico debido a la introducción del automóvil, autobús, le sigue la crisis de 1929, que prácticamente no se recupera hasta poco antes del estallido de la II Guerra Mundial.

En los años 50 en el mundo los avances tecnológicos que se habían producido en la II Guerra Mundial se aplican a la aviación civil que rápidamente tiene gran expansión. Debido a su rapidez, comodidad y seguridad de a poco va desplazando a otros medios de transporte como al ferrocarril y al barco. En 1957, el avión adelanta al barco en números de pasajeros que atraviesan el Océano Atlántico. En 1958 se introduce el Boeing 707 que permite el despegue del turismo de masas.

A finales de los años 50 y 60 en el mundo se extienden los paquetes turísticos que ya utilizan el transporte aéreo chárter. Se presenta el turismo de masas. La costa española, Italia, Grecia u otros destinos del Mediterráneo reciben la llegada de millones de alemanes, escandinavos y británico. En 1960 en España se alcanza la cifra de seis millones de visitantes y en 1965 se duplica.

Entre 1950 y 1973 son los años en los que se produce el boom turístico, debido entre otras razones a la recuperación económica de los países tras la II Guerra Mundial, la mejora de los medios de transporte, la relativa paz internacional y la mejora de las condiciones de trabajo.

Las crisis económica de 1973, ocasionada por los precios del petróleo, provocó en los primeros años de la década una recesión a nivel mundial. Pasada la crisis, el turismo sigue creciendo a un ritmo acelerado.

A partir de 1987 se inicia el proceso de liberalización del transporte aéreo siguiendo las políticas iniciadas a finales de los 70 en los Estados Unidos, lo que supone la creación de numerosas compañías aéreas, la ampliación del número de rutas y la disminución de precios. La caída del muro de Berlín (1989), los cambios en la Europa del Este, junto con el ascenso de los fundamentalismos en países con potencial turístico como Marruecos, Egipto, afecta significativamente al panorama turístico internacional.

En los años 90 continua el crecimiento vertiginoso de las cifras turísticas. En 1990 se producen 439 millones de llegadas por turismo internacional, 536 millones en 1995, la década se cierra en el año 2000 con 683 millones. Europa es la principal región de la OMT en llegadas de turistas con una cuota de mercado superior al 50%. A más de eso, se expanden por todo el mundo las compañías aéreas de bajo coste que revolucionan el mercado de las aerolíneas.

A principios del siglo XXI, en Europa el 1 de Enero del 2002 se produce la entrada del euro en 12 países de la Unión Europea, lo que significa una facilidad más para el movimiento de turistas por todo ese espacio geográfico.<sup>3</sup>

El turista en el siglo XXI es más informado y esa información lo convierte en consumidor más exigente, en países globalizados como España, se ha considerado como el segundo país a nivel mundial en generar ingresos por turismo internacional, al recibir el pasado mes de abril a 4,63 millones de turistas extranjeros. El gobierno consciente de la importancia del turismo, ha impulsado desde el 2012 el llamado Plan Nacional Integral del Turismo (PNIT), que desde el pasado mes de abril del 2013 se ha ejecutado ya un 40%.<sup>4</sup>

### **Evolución de la estadística turística mundial**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1950, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial fueron de algo más de 25 millones. En 1960 casi se triplicaron, pasando a 69 millones de turistas. En 1970, el total de llegadas alcanzo casi 160 millones. En 1973, fue de 190 millones. En 1978, fue de 267 millones. En

---

<sup>3</sup>OLMOS JUAREZ, Lourdes y GARCIA CEBRIAN, Rafael: *Estructura del Mercado Turístico*, pp.8-11.

<sup>4</sup>SDPNOTICIAS: <http://www.sdpnoticias.com>.

1983, fue de 292 millones. En 1988, fue de 401 millones. En 1993, fue de 500 millones.

## **NACIONAL**

El Ecuador por ser un país que está entre los diecisiete países con mayor biodiversidad del planeta, estudio realizado por La Conservación Internacional, debido a que ocupa 9.2 especies por km<sup>2</sup>, por ello ocupa el primer lugar con referencia a especies por km<sup>2</sup> en el mundo. A más de tener cuatro diversas y únicas regiones: La Amazonia, Los Andes, La Costa y el Archipiélago de Galápagos. Estas regiones se subdividen en provincias con una exuberante biodiversidad, el mismo que es la casa de una variedad de grupos étnicos, incluido comunidades el cual practica antiguas tradiciones culturales.<sup>5</sup>

Existen numerosas y variadas opciones de turismo que evidencian la enorme prospectiva de oferta que dispone, para que estas opciones puedan ser llevadas a la práctica es preciso que exista una capacidad instalada suficiente que permita atender la demanda de servicios de turismo, además esa oferta turística debe aprovechar la inmensa diversidad que posee el Ecuador. La enorme biodiversidad que posee el país, además de una riqueza natural única lo convierte en un país que puede explotar esta variante de turismo en forma sistemática y efectiva. Pues a pesar de que ocupa apenas el 0,2% de la superficie mundial, en su territorio se encuentran cerca del 8% del total de mamíferos registrados en el mundo, siendo 30 de estas especies únicas, además 17,9% de aves, el 6% de reptiles, el 9,8% de anfibios y el 7,1% de peces. Eso sin contar con que el 1,6% del total mundial de plantas se encuentra en el Ecuador.<sup>6</sup>

Dentro del mercado existe una gran cantidad de empresas que prestan el mismo servicio, razón por la cual la competencia es un factor que afecta la oferta de manera favorable ya que el cliente está en posibilidad de escoger el servicio que más convenga a sus intereses, gusto, preferencia o presupuesto, además garantiza una

---

<sup>5</sup> THISISECUADOR: *The most complete guide of Ecuador since 1968*, p.6.

<sup>6</sup> ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO: Creación de una hostería en el Cantón Mera, Provincia de Pastaza, pp. 14-15.

sana competencia y promueve un desarrollo armónico a la vez que permite un servicio de calidad.<sup>7</sup>

El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad se preguntó cuáles son las actividades más atractivas para los clientes de las empresas (ya sea que se promocionaran en Ecuador o no), así como aquellas que promocionan en Ecuador. Estas actividades están divididas por tipo de turismo, como: actividades de sol y playa, turismo histórico, turismo arqueológico, turismo ecológico, turismo de aventura, turismo cultural, vida de noche y entretenimiento de día, turismo de negocios y turismo educativo. Las actividades que fueron calificadas como las más atractivas fueron las de turismo cultural, turismo ecológico, y turismo histórico. Es importante determinar la disponibilidad de este tipo de actividades y aprovechar la oportunidad para darlas a conocer al mundo. De especial consideración son las actividades que fomenten el contacto con culturas indígenas, los recorridos de observación y las visitas a lugares históricos.

Las entrevistas con los turistas finales confirman que las visitas a ciudades históricas cuentan con una gran preferencia (más del 60% de los turistas la calificaron como una actividad preferida), al igual que los recorridos de observación, y el contacto con culturas indígenas. Las visitas a museos o centros culturales también son actividades atractivas, los recorridos de observación y el contacto con culturas indígenas. Las visitas a museos o centros culturales también son actividades atractivas, los recorridos por minas y los safaris fotográficos. De las actividades de turismo de sol y playa, nadar en el mar fue una actividad preferida para el 55% de los turistas. Las actividades de turismo ecológico también recibieron un alto nivel de preferencia.

Las empresas opinaron sobre la infraestructura necesaria en el país para mejorar su oferta turística. Entre las empresas. Entre las empresas entrevistadas en Ecuador y las entrevistas en el resto del mundo se observaron ciertas diferencias en cuanto a la opinión sobre la seguridad, la necesidad de mejorar recursos humanos, de restaurantes, de reservas ecológicas, carreteras y servicios bilingües. La mayoría de las empresas ecuatorianas tienen relación comercial con hoteles independientes, agencias de viajes, aerolíneas y servicios de guías y traducción.

---

<sup>7</sup> ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO: Creación de una hostería en el Cantón Mera, Provincia de Pastaza, p. 29.

En una encuesta aplicada a turistas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil, un total de 556 turistas y 150 en frontera, con un nivel de confianza del 95%, se pudo constatar que los motivos por lo que prefieren a Ecuador como destino de viaje, principalmente es por vacaciones, por negocios o por visitar amigos o familiares. Un importante 10% de entrevistados indico que tenía otros motivos para viajar a Ecuador, como: aventura, cercanía al lugar de residencia, clínica en Galápagos, conocer sus costumbres, aprender español, buscar posibilidades de negocios, misiones médicas, viajes de misiones, conservación, parada de avión, trabajo, fotografía submarina.

Los turistas reportan que los meses en los que realizan más viajes vacacionales son Junio, Julio y Agosto (16%, 21% y 16%). Los visitantes en frontera viajan más en Agosto y Septiembre, mientras que quienes llegan por vía aérea viajan más en Junio, Julio y Agosto. En los viajes de negocios la distribución de los meses es más equitativa, pero se concentra en Agosto (20%) y Septiembre (24%). Los visitantes de frontera viajan mucho por negocios en los meses de Septiembre y Diciembre mientras que los visitantes de aeropuertos viajan más por estos motivos en Junio (16%) y Marzo (12%).

La imagen que los turistas tienen de Ecuador como destino turístico es principalmente, de turismo ecológico (17%), mientras que el turismo de aventura y el cultural también representan una imagen importante (16% y 14%), algunos turistas mencionan como importante la imagen del sol y playa junto con la de turismo histórico.

Los turistas viajan a Ecuador principalmente, impulsados por una idea propia o por recomendación de amigos o familiares, para el 56% de los turistas era la primera visita a Ecuador, y para los que no, la mayoría había estado en el país 3 veces (el 20%).<sup>8</sup>

El Ministerio de Turismo del Ecuador presenta el Programa Nacional de Capacitación Turística, PNCT, el cual se constituye en una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de

---

<sup>8</sup> MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACION, PESCA Y COMPETITIVIDAD: *Benchmarking del turismo ecuatoriano*, pp. 19-30.

actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector.

El PNCT contempla una formación gratuita e integral mediante talleres, seminarios y conferencias a 10.000 personas vinculadas y con interés en el sector turístico como empresarios, administradores, profesionales del sector, personal operativo, prestadores de servicios en turismo comunitario, prestadores de servicios de comida típica, guías especializados y nativos, emprendedores turísticos, funcionarios públicos de gobiernos locales, jóvenes productivos y niños de educación básica.<sup>9</sup>

## **LOCAL**

El cantón Bucay ha demostrado con el devenir del tiempo ser un pueblo noble y trabajador, con luchas desplegadas por sus habitantes, su desarrollo y progreso obedecen a la visión y decisión de sus autoridades, consolidando así una posición relevante, basada en la historia de su viejo ferrocarril y es por eso que la ciudadanía hace gestiones para que el plenario de las comisiones del Congreso Nacional en segunda sesión del 9 de Noviembre de 1.994 aprueba que la Parroquia General Antonio Elizalde sea elevada a cantón, el mismo que se oficializó en la publicación del Registro Oficial No. 618 el 24 de Enero de 1.995.<sup>10</sup>

Existen costumbres muy acentuadas que no corresponden a la generalidad de los pueblos de una misma región, o porque su localización no tiene pertenencia regional como en el caso del Cantón Bucay ubicado casi al límite de la Cordillera Andina. Tiene una categoría poblacional de costeños y serranos, casi por igual.<sup>11</sup>

En Noviembre del año 2009, La Dirección de Turismo en su afán de desarrollar turísticamente a la Provincia, fue invitado a visitar el Recinto Río Limón del Cantón Bucay, donde existe una comunidad Shuar asentada desde hace 70 años atrás, su Cacique Juan López quien aproximadamente tiene 100 años, relata que quiere desarrollar turísticamente este sector, para eso solicita que implemente una casa comunal donde ellos podrían ofrecer bailes típicos indígenas, elaboración de

---

<sup>9</sup> MINISTERIO DE TURISMO: <http://www.turismo.gob.ec>.

<sup>10</sup> GAD DEL CANTON BUCAY: [http://www.municipiobucay.gob.ec/pw\\_bucay.php](http://www.municipiobucay.gob.ec/pw_bucay.php).

<sup>11</sup> NEVAREZ ROJAS, Vicente: *El desarrollo del Turismo en el Ecuador: fundamentos y realidades*.

artesanías, limpias con plantas medicinales, todo esto demostrando la cultura autóctona Shuar. Se espera que con todo esto, se desarrolle como atractivo turístico de esta zona, otra comunidad shuar paralela a la que existe en Naranjal.<sup>12</sup>

La Prefectura del Guayas desde el año 2009 conducido por Jimmy Jairala Vallazza, actual prefecto provincial y su viceprefecta Luzmila Nicolalde, han difundido al Guayas como una provincia que cuenta con una oferta turística invaluable, sus imponentes paisajes, su exquisita y variada gastronomía, la hospitalidad de su gente, y su identidad cultural la convierten en el destino predilecto de propios y extraños, es por ello que mantienen la idea de que el turismo y el desarrollo están íntimamente conectados, por eso el objetivo fundamental de la administración, ha sido el proyectar la provincia hacia el mundo, gestión que se la ha realizado a través de la identificación de las seis Rutas Turísticas, como son: Ruta del Arroz, Ruta del Cacao, Ruta del Azúcar, Ruta del Pescador, Ruta de la Aventura, Ruta de la Fe, que nos invitan a conocer un Guayas poco explorado y que guarda un sinfín de destinos por descubrir.<sup>13</sup>

La prefectura ha creado un mapa con la finalidad de facilitar la movilidad de usuarios, principalmente de turistas dentro del territorio que comprende la provincia del Guayas, y está basado en la información cartográfica del Instituto Geográfico Militar del Ecuador (IGM), así como en la georreferenciación del Departamento de Planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas.

El mapa cuenta con un manual de señalización turística del Ecuador, las Áreas Protegidas y Bosques Protectores, la división política de los 25 cantones de la Provincia y las seis rutas turísticas.

En la ruta de la Aventura se destacan tres cantones: El Empalme, El Triunfo y General Antonio Elizalde (Bucay). A 99km de Guayaquil y a 320msnm se encuentra Bucay, esta población es netamente ecoturístico, cuyos límites geográficos albergan el balneario de Agua Clara, una formación rocosa natural con una gran caída de agua que nutre al río Chimbo; todo esto ofrece muchas actividades recreativas y

---

<sup>12</sup> LA PREFECTURA DEL GUAYAS: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/noticias/bucay-comunidad-shuar>.

<sup>13</sup> LA PREFECTURA DEL GUAYAS: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guiasturisticas/>.

extremas en sus cascadas, ríos y senderos de montaña, tales como canopy, rappeling, así como las modalidades de ciclismo de montaña.<sup>14</sup>

## **2.1.2 Antecedentes referenciales**

### **Metropolitantouring**

Es una corporación de turismo especializada, establecida en 1953, actualmente celebrando el aniversario número 60.

Empezando las operaciones en Ecuador, se han expandido a Perú, Argentina, Chile y Colombia.

MetropolitanTouring es la compañía pionera en viajes a las Islas Galápagos desde 1960. Hoy en día, cuentan con tres embarcaciones propias para cruceros de expedición: la MN Santa Cruz y los yates Isabela II y La Pinta. La compañía es además propietaria del FinchBayEco Hotel en la Isla Santa Cruz.

Las operaciones en el continente se caracterizan por fantásticos itinerarios, cuidadosamente planificados a la medida, y por el compromiso que tienen con el turismo sustentable, además de los más altos estándares de servicio y atención al detalle. Cuentan con propias oficinas locales, una amplia experiencia, contactos, productos y conocimiento, que garantizan una operación eficiente y de la misma alta calidad, especialmente al combinar dos o más países. Por tal razón, pueden ofrecer a los clientes un solo punto de contacto para todas sus necesidades operacionales y administrativas en América del Sur.

MetropolitanTouring ofrece viajes especializados excepcionales, así como cruceros y excursiones en tierra, incentivos y congresos. Trabajan junto a los clientes en todo momento para diseñar los itinerarios ideales para sus necesidades; brindan capacitación, presentaciones al consumidor; cuentan con un banco de imágenes de alta resolución, así como vídeos y fotografía panorámica 360°, e implementan innovadoras iniciativas de mercadeo y organizan viajes de familiarización y prensa.

Con 60 años de experiencia, el equipo de especialistas cuentan con un profundo conocimiento de cada país y apoyados por soporte operativo las 24 horas. El equipo se complementa y refuerza con la estabilidad financiera y un fuerte énfasis en

---

<sup>14</sup> LA PREFECTURA DEL GUAYAS: “mapa turístico y vial del Guayas”, *Guayas Turístico*.

investigación y desarrollo, además de continuas inversiones en soluciones tecnológicas.

MetropolitanTouring ha colocado su política ambiental en el corazón mismo de su negocio. Constantemente busca crear un impacto positivo en las comunidades donde trabajan, así como contribuir a preservar la integridad de los ecosistemas.<sup>15</sup>

## **1.- PRIMER ESTUDIO**

### **1.1 Título de la Tesis**

Elaboración de paquetes turísticos para grupos de voluntarios extranjeros en el Cantón Quito, provincia de Pichincha.

### **1.2 Desarrollo**

Según la autora Adriana López Villa en su estudio previo al proyecto de elaboración de paquetes turísticos para grupos de voluntarios extranjeros en el Cantón Quito, provincia de Pichincha, señala un estudio del análisis de la oferta turística tales como:

#### **a) La oferta**

Es estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto. Incluye lo siguiente:

#### **b) Análisis de la oferta actual**

Se busca caracterizar la evolución de la oferta.

#### **c) Caracterización del mercado**

Consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura como de competencia perfecta o monopólica o en una posición entre ambas.

#### **d) Pronostico de la oferta**

Consiste en tratar de identificar, con la ayuda de distintas hipótesis, la probable evolución futura de la oferta.

---

<sup>15</sup> METROPOLITAN TOURING: <http://www.metropolitantouring.com>.

### **e) Objetivo del análisis de la oferta**

Determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

- Balance oferta demanda
- Análisis del producto
- Análisis del precio
- Análisis de canales de distribución y comercialización
- Análisis de la comunicación

Finalmente citando conclusiones como:

- La situación geográfica de las comunidades, permiten la subsistencia de la diversidad de recursos naturales y la riqueza cultural que caracteriza como la cultura, costumbres, producción. Este potencial turístico incentiva la realización de proyectos turísticos, considerando la importancia de concienciar a la población sobre el cuidado y manejo adecuado de los recursos naturales así como la valoración y revitalización de sus recursos culturales.

Al igual que nos recomienda lo siguiente:

- Se recomienda que cuando el proyecto se encuentre operando, realice alianzas estratégicas y convenios con instituciones internacionales y nacionales para su mejor desempeño y el incremento de la demanda.
- Se recomienda que cuando la empresa se encuentre operando, según los requerimientos de ley definidos en el presente estudio, se elaboren y apliquen programas de manejo, promoción y capacitación, que permitan satisfacer las necesidades de los turistas e involucrar a mas comunidades para contribuir de esa forma a mejorar la calidad de los productos turísticos que se promocionan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>LOPEZ VILLA, Adriana: *Elaboración de paquetes turísticos para grupos de voluntarios extranjeros en el Cantón Quito, Provincia de Pichincha*, pp. 33-34.

## **2. SEGUNDO ESTUDIO**

### **2.1 Título de la Tesis**

Impulso a las prácticas de Turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o camino principal Andino.

### **2.2 Desarrollo**

Según la autora Diana Gómez Salgado en su proyecto de Impulso a las prácticas de Turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o camino principal Andino, cita lo siguiente:

La Oferta turística puede ser definida como “el número total de empresas, instituciones privadas o públicas que se dedican a la detección, incitación o satisfacción directa o indirecta de una necesidad, o de un conjunto determinado de necesidades de ocio, mediante un viaje.

En la actualidad, se pueden identificar algunos subsectores que constituyen el núcleo central de la Oferta turística. Para el presente análisis se han agrupado en tres grandes grupos:

#### **a) Establecimientos de Alojamiento**

Según la Ley de Turismo ecuatoriana “son alojamiento los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.” En esta definición se incluyen: hoteles, hoteles residencia, hostales, hostales residencia, pensiones y hospedaje comunitario.

#### **b) Establecimientos de Alimentos y Bebidas**

Son todos aquellos establecimientos que mediante precio, brindan un servicio de alimentación, bebidas a las personas. Dentro de ellos se incluyen: restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda y peñas.

**c) Empresas de Actividades Turísticas (No Alojamiento y No Gastronomía)**

Como su nombre lo indica son establecimientos que permiten la ejecución de actividades de carácter turístico, sin pertenecer a la clasificación anterior. Dentro de ellas se encuentran las Agencias de Viajes, Empresas de Banquetes/Eventos y Fundaciones. A continuación se presenta de forma detallada el Análisis de la Oferta turística, cuya información es el resultado de la aplicación de 150 encuestas en las comunidades que forman parte del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino en el Sur del Ecuador.

Entre las principales conclusiones obtenidas luego de realizado el análisis de la oferta turística en la Ruta del Qhapac-Ñan o Camino del Inca, se destacan las siguientes:

- La Ruta del Qhapac-Ñan o Camino del Inca posee un gran potencial ecológico, arqueológico y cultural sin explotar, que puede ser aprovechado turísticamente de manera sustentable.
- Los empleados que trabajan en las empresas no poseen una capacitación suficiente en temas hoteleros y turísticos necesarios para poder brindar un servicio de calidad a los turistas.
- El visitante a los establecimientos en su mayoría es de procedencia Nacional, aunque se observa que poco a poco va entrando el mercado internacional.
- La Oferta de Alojamiento es muy limitada, la mayoría de establecimientos encuestados son de tercera categoría. Esto implica que la calidad del servicio prestado sea baja y destinada a un mercado que realiza un gasto mínimo, esto no ocurriría si la Oferta acaparase a otro tipo de turista, que pudiera dejar más rentabilidad dentro de las comunidades.
- Existe un número demasiado bajo de Empresas de Actividades Turísticas (No Alojamiento y No Gastronomía) sobretodo de Agencias de Viaje Operadoras, lo que nos demuestra que el producto está muy poco consolidado en el mercado, necesita mucho trabajo de promoción y comercialización, estas dos actividades son prácticamente inexistentes.

- No existen empresas turísticas que brinden Servicios de Ocio y diversión que permitan complementar la Oferta Turística y con ello extender la estadía del turista en la zona.

Y algunas recomendaciones que nos dan a conocer como:

- Fomentar la participación de las comunidades en el desarrollo del Turismo comunitario, incentivando la cooperación e intercambio de experiencias entre ellas.
- Se considera indispensable desarrollar la Oferta de Empresas de Diversión y Ocio que complementen a las demás y de esta manera poder consolidar el producto. Entre las actividades que estas empresas podrían ofrecer tenemos: turismo de aventura (biking, rappel, hiking), birdwatching, diversificación del turismo cultural y gastronómico de tal forma que la estadía del turista se prolongue con el consiguiente aumento de su consumo diario en la comunidad.
- Establecer un Plan de Promoción y Comercialización interna y externa que permita dar a conocer el producto turístico a personas nacionales y extranjeras, tomando en cuenta tanto el destino en conjunto como a las empresas de Oferta turística por separado.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> GOMEZ SALGADO, Diana: *Impulso a las prácticas de Turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o camino principal Andino*, pp. 45-46.

### **3.- TERCER ESTUDIO**

#### **3.1 Título de la tesis**

Promoción turística del Ecuador a través de una Agencia de Viajes.

#### **3.2 Desarrollo**

Según la autora Rosa Ochoa Hernández, en su proyecto de promoción turística del Ecuador a través de una Agencia de Viajes, menciona lo siguiente:

La valoración turística es necesaria cuando se trata de recursos de la misma calidad, se debe fijar una valoración convencional que permita establecer una comprensión acerca de su calidad turística. La jerarquización debe hacerse con base en las preferencias y categorías turísticas manifestadas por las corrientes turísticas reales o potenciales.

Una de las cosas más difíciles es establecer criterios directos para el adecuado manejo de los recursos turísticos en el proceso de oferta y demanda. Esto es, señalar en base a que recurso o tipo de recurso se piensa promover para el desencadenamiento de corrientes turísticas con probabilidades de éxito. No basta con saber si el recurso natural o socio-cultural tiene una calidad turística potencial y real, donde la promoción este dirigida a captar el mercado. Se convierte en materia prima de una oferta que se vende como excitante viaje. Por ello, la acertada jerarquización sirve como primer paso para organizar la promoción turística en forma técnica, continua e institucional.

Con respecto al análisis de la oferta de Las agencias de viajes, ahora ya no son un negocio rentable como lo eran hace unos diez años debido al aumento de este servicio. Hace quince años no había más de veinte. Hoy en día, Guayas cuenta con 127 agencias de viajes, Pichincha con 196, Azuay con 36, entre las más numerosas. Por categoría existen 343 agencias internacionales, 11 mayoristas y 69 operadoras registradas en CETUR en 1992.

Es notorio el incremento de agencias de viajes en la Región Interandina por el movimiento turístico que posee la capital y el estar cerca de las provincias del Norte y Sur de Pichincha. Esto lo convierte en un importante centro de operaciones con conexiones rápidas a la Amazonia.

La mayor publicidad que se ha hecho, ha estado dirigida a la región Interandina, resaltando sus parajes, gente y cultura. A veces, esta situación parece tomar un tinte regionalista, lo cual no es correcto porque todos somos Ecuador.<sup>18</sup>

### **2.1.3 Fundamentación**

Los pioneros del turismo a lo largo del siglo XIX surgen una serie de personajes que por su actividad, se pueden considerar como los pioneros de las modernas empresas y actividades turísticas. Ellos son:

#### **Thomas Cook**

Padre de las agencias de viajes, y por extensión de la actividad turística, nació el 22 de noviembre de 1808, en Inglaterra. Huérfano de padre desde muy pequeño y de familia humilde, muy pronto dejó la escuela para ayudar a su familia. Trabajo de tornero, y más tarde en una editorial y en una asociación baptista que le llevo a una tarea de proselitismo y de ayuda a los alcohólicos. Fue en 1841, cuando organizo el histórico viaje de Leicester a Loughborough de 570 viajeros para asistir al congreso antialcohólico y, a partir de este acontecimiento histórico, desarrollo toda su amplia y compleja actividad como primer agente de viajes de la historia.

Cuando Cook murió en 1892, la agencia Thomas Cook and Son era la más importante del mundo, llegando hasta nuestros días con másde 600 oficinas abiertas por todo el mundo. Sus actuales propietarios están vinculados a la cadena hotelera Trust House Forte.

#### **Cesar Ritz**

Considerado como el padre de la moderna hostelería. Ritz, al igual que Cook procede de una familia numerosa y pobre de la pequeña población suiza de Niederwald y hubo de trabajar desde muy pequeño para ayudar a su familia. Trabajo desde niño como pastor de cabras. Su primer contacto con los hoteles se lo proporciono un trabajo de camarero de comedor de una posada suiza. Se cuenta

---

<sup>18</sup> OCHOA HERNANDEZ, Rosa: *Promoción turística del Ecuador a través de una Agencia de Viajes*, pp. 55-56, 72-73.

que el posadero le dijo: “nunca aprenderás el negocio de los hoteles. Se necesita un talento que tu no lo tienes”.

En 1867 se marcha a París donde estuvo trabajando en diversas tareas de hostelería y restauración, hasta que regreso a Suiza con 28 años y comenzó a dirigir el Hotel Nacional de Luzerna. En este hotel, uno de los mejores de la época, Ritz dio su espaldarazo y comprendió que debía cambiarse el estilo y la gestión de organizar y prestar los servicios hoteleros.

Su fama se fue extendiendo y fue requerido para modernizar y hacer rentables hoteles ruinosos. Fue creando nuevos hoteles o modificando otros con una concepción arquitectónica distinta y más funcional. Hoteles como el Gran Hotel de Roma (1883); Hotel Ritz, de París (1898); Hotel Carlton, de Londres (1899), fueron algunos a los que Ritz dio su impulso y creatividad. Llego a dirigir doce hoteles simultáneamente. Cambio también la forma de trato tanto a los clientes como al personal de los hoteles, con mayor amabilidad, buenas relaciones publicas y humanas.

### **George Mortimer Pullman**

El tren fue durante todo el siglo XIX el medio de transporte por excelencia para largos recorridos por tierra. Paulatinamente fue mejorándose sus servicios haciéndolo más confortable. George Mortimer Pullman concibió la idea en 1860, en EEUU, de crear el coche salón y mejorar los servicios de alojamiento en los trenes. La innovación de Pullman fue adoptada en la Europa continental en 1872, año en que se funda la Compañía Internacional de Wagons-Lits y pocos años después fue adoptada en Inglaterra, con la inauguración en 1880 del primer servicio Pullman en la ruta Londres a Brighton.

Pullman fue nombrado en 1867 presidente de la Pullman Place Company, que firmó contratos con la mayor parte de las compañías ferroviarias estadounidenses para fabricar diferentes tipos de vagones: “wagons-fumoir”, “wagons-restaurant”, “wagons-salon”. En 1881, las fábricas de Pullman fabricaban 100.000 vagones para mercancías, 500 para pasajeros y unos 200 coches-cama. Pullman murió en 1897.

Junto con Pullman, cabe citar a Negelmackers que fue quien en 1872, por un convenio de licencias, promovió la Compañía Internacional Wagons-Lits en Europa, concretamente en Bélgica.

### **Karl Baedeker**

Puede catalogarse como el pionero de la moderna concepción de las guías turísticas de viaje. De familia de editores, Baedeker nació en Eseen-Alemania y viajó mucho durante su juventud, lo que le permitió ver la importancia e interés que podría tener para los viajeros el producir y lanzar al mercado una serie de guías de viaje, en las que no solamente se detallaba el viaje y las impresiones del mismo, sino que se daban también consejos y datos de interés para el viajero como alojamientos, medios de transporte, visitas a realizar, artículos para poder comprar como recuerdo.

La primera guía que editó fue una sobre un viaje por el Rin, "Rheinlande", escrita por Klein, en 1839. Posteriormente fue ampliando su fondo editorial con nuevas guías sobre Alemania y Austria que fueron introducidas a varios idiomas. La primera guía sobre España publicada por la editorial Baedeker fue en 1868 de la que se hicieron numerosas ediciones, incluso traducidas al castellano. Por esta misma época, Murray inició guías semejantes en Inglaterra.

Baedeker murió el 4 de octubre de 1859 en Suiza y sus hijos continuaron publicando libros de viaje. La editorial ha llegado hasta nuestros días y es una de las más importantes todavía en su género de colección de guías de viaje de todo el mundo, junto con las Guides Bleu, Fodor, Michelin y Nagel.

### **Siglo XX**

El fenómeno del "boom" del turismo se da en el siglo XX, tras la Segunda Guerra Mundial, momento en que surgen las principales condiciones para el desarrollo masivo del turismo de masas. Sin embargo, durante la primera mitad del siglo (1900-1945), la actividad moderna se va consolidando con una serie de hechos históricos, prevaleciendo un turismo de elite que está motivado por las playas, los balnearios y grandes cruceros.

El siglo XX esta jalonado por dos guerras mundiales y varios momentos de recesión económica el “crack” económico de 1929, las crisis petrolíferas de 1973 y 1978 que repercuten de forma directa y negativa sobre el desarrollo o recesión del turismo.

Durante la primera guerra mundial (1900-1918), se origina la prehistoria del automóvil entre 1914 y 1921, siendo el primer autocar, salido de fábrica, construido por Frank Fageol, en 1921 en USA. El ferrocarril y el barco también son los medios de transporte turístico con mayor incidencia en este periodo.

Los vehículos excedentes de la guerra se fueron adaptando para el transporte de pasajeros, y entre 1919 y 1920, los ingleses comenzaron a realizar excursiones en autobús a los campos de batalla de Francia y Flandes. En 1935, las excursiones llegaban ya al norte de África, y en el mismo año se realiza también la primera excursión en autobús desde Reino Unido a Leningrado y Moscú.

Se estima que en 1939, solo en Inglaterra, fueron transportados en autobús unos 37 millones de pasajeros, entre aquellos que hicieron uso de los servicios regulares y de excursión. Otro aspecto relevante en este periodo es el surgimiento de la aviación civil.

La segunda guerra mundial (1939-1945), durante sus seis años de duración, se produjo una paralización económica que repercutió de forma total en el turismo. La repercusión de la postguerra duro unos cinco años y fue a partir de 1950 cuando comienza, de nuevo, la curva ascendente del turismo, originándose el “boom” turístico (1945-1973). Este periodo que se abre tras la Segunda Guerra Mundial y que abarca algo más de un cuarto de siglo es considerado el de mayor expansión del turismo, con un ligero estancamiento en 1967-1968, motivado por la Guerra árabe-israelí de los seis días que afecto principalmente la corriente turística del Mediterráneo.<sup>19</sup>

## **OFERTA TURÍSTICA VIRTUAL**

El ambiente artificial formado por la realidad virtual insertada en el ciberespacio hace despuntar una subdivisión del pos-turismo, denominado turismo virtual.

---

<sup>19</sup> MONTANER MONTEJANO, Jordi: *Estructura del mercado turístico*, pp.106-124.

Por ser un tema complejo, emergente y poco explorado la existencia del Turismo Virtual es blanca de intensas discusiones y controversias entre investigadores y, a partir de la literatura investigada, se desprende que no existe consenso en cuanto al reconocimiento de esa modalidad turística.

El Turismo Virtual es una de las categorías de turismo, teniendo como principales marcos teóricos a Book (2003; 2004) y a Prideaux (2005) quienes desarrollaron estudios sobre esa nueva práctica. Beni (2002) y Moesch (2002) también componen el marco teórico de este estudio, teniendo en cuenta la relevancia de sus propuestas de análisis y comprensión del turismo en un contexto dinámico y transdisciplinario.

El objetivo del Turismo Virtual, más específicamente en el metaverso, mundo virtual tridimensional que simula ambientes reales y también crea otros, fruto de la imaginación. El acceso a esos mundos virtuales es hecho en tiempo real por intermedio de una computadora conectada a internet. En ese sistema existe la posibilidad de interacción entre los usuarios que se comunican por medio de recursos textuales, de voz, gráficos y de movimientos a través de sus avatares, representaciones digitales del individuo en el medio. Los metaversos constituyen ambientes de intenso atractivo y se tornó extremadamente importante para la exploración del tema propuesto debido a su capacidad de proporcionar una experiencia de inmersión del usuario en el sistema, confiriendo mayor realidad a la exploración de destinos online. De forma secundaria se buscó verificar qué tipos de ofertas turísticas estaban siendo presentadas en ese medio, así como describir cómo son ofertados los elementos que componen el turismo virtual en el ámbito tridimensional.

Por su parte, según la oferta turística virtual, volumen 21 de Danielle Arruda y Marilia Branco, cita que Lemos define a las ofertas turísticas como la cantidad de bienes y de servicios que una empresa o conjunto de empresas está apta para producir y colocar en el mercado a determinado precio, con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo. En cambio, Ignarra en 1999, resalta que el turismo busca conocer cierto atractivo pero para eso necesita consumir un conjunto de otros elementos que están involucrados directa o indirectamente en el proceso.

Según Lemos, las principales características de las ofertas turísticas tradicionales son la complementariedad, el núcleo receptor oferta turismo por medio de un conjunto de empresas de diversos sectores; la estabilidad, establece un espacio definido; la diversificación, por ser considerado un producto heterogéneo el turismo presenta una serie de alternativas distintas para el turista; la estacionalidad, vinculada a las estaciones climáticas del año refiriéndose a las temporadas y ciclos de alta y baja producción; y la absorción, debido a la capacidad del turismo de concentrar recursos disponibles y convertirlos en oferta exigiendo menos inversiones para conseguir los resultados económicos deseados. En cuanto a la clasificación de las ofertas turísticas pueden ser considerados como oferta-stock donde todos los factores para la formación del turismo ya están disponibles en el destino a ser explorado, y como oferta-flujo que se basa en la capacidad de creación de otros bienes y servicios para desarrollar el turismo en una región.

### **OFERTA TURÍSTICA DIFERENCIADA**

Para un mejor análisis de la diversificación de los elementos turísticos que pueden ser ofertados. Fellini en 1983, propone la distinción de cada actividad turística formando la oferta turística diferenciada; presentando 11 tipos de ofertas: geografía del núcleo receptor, historia, cultura, atracciones, entretenimientos, calendario de eventos, transportes, hospedaje, alimentación, agencias y servicios auxiliares. Con la intención de promover una mejor comprensión del objeto de estudio del presente trabajo fue adoptado este modelo de ofertas turísticas diferenciales propuestas por el autor.

### **OFERTA TURÍSTICA TRADICIONAL**

Ignarra en 1999, establece que las ofertas turísticas tradicionales ocasionan impactos económicos, físicos y culturales teniendo una connotación no sólo positiva sino también negativa. Los impactos económicos positivos son el aumento de los ingresos y la recepción de divisas, la generación de empleo, el estímulo a las inversiones, la redistribución de ingresos y generación de impuestos; y los negativos son la presión inflacionaria, los posibles cambios estructurales en la localidad receptora, y la dependencia económica del turismo en ciertas regiones que

enfrentan graves dificultades en las temporadas bajas. Los impactos físicos positivos son el interés en la preservación del patrimonio natural y cultural para obtener lucro de esa actividad turística y el desarrollo de la región; y los negativos son la construcción de infraestructura inapropiada, la visita masiva a ambientes frágiles, y la incomodidad de la población local por el exceso de visitantes. Los impactos culturales positivos son que el turismo promueve el conocimiento de la vida y pensamiento de la comunidad receptora y la cercanía a la cooperación internacional (a través del arte, de la música, las artesanías, la gastronomía, el folclore, la agricultura, las manifestaciones religiosas y el desarrollo científico); y los negativos son que la cultura del turista puede ser asimilada por la población local pudiendo generar pérdidas de la identidad local para adecuarse a la demanda, motivo por el cual sus peculiaridades se estandarizan.<sup>20</sup>

La oferta turística tradicional se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005), la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.<sup>21</sup>

## **OFERTA TURISTICA ALTERNATIVA**

A principios del siglo XXI se ha observado un proceso de desconcentración y diferenciación turística que ha permitido el surgimiento de diversos destinos turísticos, esto como respuesta a las motivaciones de una demanda interesada en descubrir nuevas opciones de viajes que satisfagan sus necesidades personales. En palabras de Vera (1997:18), las personas están a la búsqueda de nuevas rarezas o singularidades para experimentar nuevas vivencias y experiencias visitando lugares desconocidos, efectuando actividades al aire libre y en espacios naturales. En este contexto surgen nuevas formas o maneras del quehacer turístico, denominadas o

---

<sup>20</sup> ARRUDA GOMES, Danielle y BRANCO ARAUJO Marilia: *Oferta turística virtual: Un estudio del metaverso*, estudios y perspectivas en turismo, pp. 886-887.

<sup>21</sup> IBANEZ, Reyna y RODRIGUEZ VILLALOBOS, Ismael: *Tipología y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*, <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>.

conocidas bajo el nombre de turismo alternativo, considerado como un modelo más participativo que considera la evolución cultural del hombre individual y social (Molina, Rodríguez y Cuamea, 1986:39). Este tipo de turismo emerge durante la década de los setenta, pero es hasta los noventa que toma mayor auge debido entre otras cosas al desgaste del modelo de masas, el surgimiento de turistas más experimentados y exigentes, así como la participación de la sociedad organizada en diversos temas, a través de las llamadas organizaciones no gubernamentales (ong) que ejercen una importante presión para el desarrollo de políticas y estrategias de conservación y cuidado de los recursos o de fomento. También se debe, por supuesto, a la difusión del paradigma de la sustentabilidad como un asunto relevante porque se ha considerado que el crecimiento turístico puede llevar a la depredación de la naturaleza y la cultura local, con lo cual se destruye la razón por la cual se desarrolla el turismo. Actualmente en Europa, algunos países de África y en Estados Unidos se han convertido en una actividad provechosa, luego fue adoptado más tarde en América Latina.<sup>22</sup>

## **ANALISIS PERSONAL**

Después de analizar las teorías existentes, los investigadores se han basado en aquella frase: “nunca aprenderás el negocio de los hoteles. Se necesita un talento que tu no lo tienes”. Frase con la que trataron al pionero suizo Cesar Ritz cuando trabajaba como camarero en una posada suiza; es con él con quien compartimos pensamientos similares para que el servicio que se ofrece hoy en día por la mayoría de establecimientos no solo turísticos sean de calidad. Fue Ritz, el revolucionario del concepto de alojamiento hotelero, llegando así a dotar los establecimientos de finales del siglo XIX y principios del siglo XX de un servicio lujoso, completo y personalizado, implementando el trato, el ser cortés con los clientes y a más de ser el primer hotelero en instalar cuarto de baño en las habitaciones de los hoteles.

Se ha fundamentado también el turismo tradicional o llamado también de masas, el cual se inició después de la segunda guerra mundial y sería consecuencia de una serie de factores como el surgimiento de medios de transporte que han facilitado la

---

<sup>22</sup> IBANEZ, Reyna y RODRIGUEZ VILLALOBOS, Ismael: *Tipología y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*, <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>.

movilidad de las personas desde ese entonces, a modo que el índice poblacional aumenta se hacen presentes los consumos de productos y servicios turísticos. Y en base al turismo alternativo implica la existencia de un concepto opuesto a los principios del turismo de masas. Se puede considerar que el turismo alternativo representa una oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico de una región o comunidad, sin embargo, se requiere de una estrategia multidisciplinaria y participativa con la sociedad y a la preparación de ésta para usar y mantener los recursos bajo un esquema sustentable. De esta forma el turismo alternativo puede ser visto no como una nueva etiqueta o una nueva oferta para atender segmentos de mercado emergente, sino que surge la necesidad de generar un nuevo esquema de desarrollo, el cual genere la posibilidad de preservar los recursos de manera tal que puedan ser satisfechas las necesidades de generaciones presentes y futuras.

**2.2 MARCO LEGAL**

**MINISTERIO DE TURISMO  
SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJE**

.....,a.....de.....del20.....

Yo,....., en calidad de Representante Legal de la Empresa....., solicito (la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica): .....

Denominación:.....

Ubicación: .....

Provincia CantónCiudad

.....

Calle No. Transversal Sector                      No. Teléfono

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Monto de Inversión:.....

Número de empleados:.....

Tipo de Agencia: Internacional.....Operadora.....Mayorista.....

Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

**Atentamente,**

**REPRESENTANTE LEGAL**

## REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada (Notariada, fiel copia de original) de la escritura pública de constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento;

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Alberto Borgues, Edificio Centrum (CLARO),  
Piso 9, Oficina 5

4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.

5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme lo que se indica a continuación:

**5.1 Para agencias de viajes mayoristas**, el equivalente a **cuatro mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y,

**5.2 Para agencias de viajes internacionales**, el equivalente es **deseis mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,

**5.3 Para agencias de viajes operadoras**, el equivalente de **ocho mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

6. 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 a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viaje deberá contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este

tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.

8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (**MINTUR**)

**NOTA:** Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar con un área mínima de 30 mts<sup>2</sup> (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.

### **Permisos municipales**

- ✓ Permiso anual de funcionamiento
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Patente para el funcionamiento del establecimiento comercial
- ✓ Permiso Registro Único de Contribuyentes

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Atractivos:** cualidades de cosas o hechos que se admiran. Son los principales componentes de la actividad turística.

**Atractivo Turístico:** un atractivo es un bien tangible o intangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda (visitante). Una microempresa tendrá mayor oportunidad de éxito en el sector turístico cuanto más original y autentico sea el atractivo que desea poner en valor.

**Actividad turística:** conjunto de acciones y tareas que se cumplen para satisfacer intereses de turistas y operadores de servicios referidos a un determinado lugar. En cada una de estas actividades se generan ingresos, adquieren insumos y se pagan sueldos a trabajadores.

**Calidad Turística:** Está determinada por factores como el buen trato, la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía con el entorno humano y natural. La gestión de la calidad debe ser total, englobando los aspectos tangibles e intangibles.

**Capacidad de carga turística:** es la cantidad máxima de visitantes que un espacio puede acoger, sin que se perjudiquen los recursos de dicho espacio y se disminuya la satisfacción del visitante.

**Conocimiento:** Noción, idea, información, es el saber.

**Competencia:** Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.

**Competitividad:** es la capacidad que posee un negocio o grupo de negocios de crear, afianzar e incrementar en el tiempo las ventajas comparativas o naturales que le otorgan una posición favorable en el Mercado. Tres son las fuentes más frecuentes de competitividad; liderazgo en costo, la especialización flexible y la diferenciación en términos de calidad, tecnología e imagen de marca.

**Corriente turística o flujo turístico:** conjunto de personas que se desplazan de un país emisor de turismo a uno receptor por motivos de ocio, negocio u otros no lucrativos.

**Demanda turística:** conjunto de consumidores que se desplazan periódicamente y de forma temporal fuera de su lugar de residencia habitual por motivos de viaje que no sean para trabajar o cumplir una actividad remunerada que consuman servicios y/o productos turísticos, motivados por diferentes intereses como el descanso, la cultura.

**Desarrollo turístico:** evolución y crecimiento de las actividades turísticas que tiene como consecuencia el mejoramiento económico de una comunidad o nación.

**Destino turístico:** lugar, ciudad, región o país hacia donde se dirige el flujo de turistas; un destino turístico puede ser interpretado por subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, de su formación cultural, del motivo de su visita, del nivel de educación y, también, de su experiencia previa.

**Ecoturismo:** proporciona oportunidades para que los visitantes experimenten las poderosas manifestaciones de la naturaleza y la cultura y aprendan acerca de la importancia de la conservación de la biodiversidad y de las culturas locales. Por ende el ecoturismo genera ingresos para la conservación y beneficios económicos para las comunidades que viven en áreas rurales y remotas.

**Excursionista:** visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, por lo tanto, permanece menos de 24 horas en el lugar visitado (visitante que no pernocta).

**Guía turístico:** profesional clave para garantizar la calidad y satisfacción de los turistas que visitan una ciudad. Pueden trabajar de manera independiente o directa con las agencias de viajes y las operadoras.

**Habilidad:** Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.

**Indicadores de rutas:** diversos medios físicos que sirven de guía para poder desplazarse por los diferentes caminos y carreteras, sin mayores contratiempos.

**Infraestructura básica:** dotación de bienes y servicios, que provee el Estado y sirven para el desarrollo de las normales y cotidianas actividades de una ciudad, provincia o país.

**Inversionistas:** agentes que aportan y arriesgan sus recursos en calidad de capital, son propietarios de la nueva inversión, esperando generar excedentes sobre la base del desempeño favorable del proyecto. Los inversionistas pueden o no ser los promotores del proyecto.

**Marketing mix:** Combinación de los instrumentos del marketing turístico: producto, precio, distribución y promoción, para alcanzar los objetivos previstos.

**Motivación:** predisposición que tiene el personal a realizar las actividades de su puesto de trabajo.

**Oferta:** es la cantidad de bienes que se produce a un determinado precio.

**Operadora:** Agencia de viajes que elabora, organiza, opera y vende, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

**Oferta turística:** es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elemento de atracción hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante.

**País emisor de turismo:** aquel país que genera una corriente de turistas hacia otros países que son considerados destinos turísticos.

**País receptor de turismo:** aquel país que recibe una corriente de turistas atraídos por los recursos turísticos que este ofrece.

**Parador turístico:** lugares escogidos debidamente equipados con servicios turísticos, en algunos tramos de caminos y carreteras, para dar atención a viajeros y cubrir necesidades eventuales, durante su travesía.

**Paquete Turístico:** Conjunto de servicios turísticos desarrollado por un tour operador (transporte, alojamiento, alimentación u otros.)

**Políticas:** Estrategias de acción fijadas generalmente por una autoridad, cuyo seguimiento o ejecución darán como resultado el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas.

**Patrimonio turístico:** lugares de contenido cultural, paisajísticos o de esparcimiento de alto valor.

**Planta turística:** es el conjunto de servicios contenidos equipamientos e instalaciones de un determinado lugar que puede ser de naturaleza o ciudad.

**Precio:** se define como la representación cuantitativa del valor, a la cual se hace mercado. Es la cantidad de dinero que estimula a los productores a entregar sus productos o servicios y los consumidores a demandarlo.

**Producto turístico:** es un bien o servicio que tiene como componentes básicos para su consumo a: la planta turística, la infraestructura básica y los atractivos que son la razón de ser de esta actividad.

**Promoción:** consiste en dar a conocer el producto turístico entre los potenciales visitantes, para que lo tengan en cuenta en sus decisiones de elección de productos y circuitos en el país. Los materiales más usados son folletos, páginas Web, afiches.

**Promotores:** impulsores, dueños del conocimiento (idea) para la estructuración y posterior ejecución del proyecto.

**Profesionalidad:** cualificación y conocimiento que posee el vendedor para la prestación del servicio.

**Publicidad:** actividades emprendidas con objeto de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión.

**Rentabilidad:** se centra en la venta de la producción de la empresa en un periodo de tiempo determinado, la rentabilidad mide el excedente neto de renta sobre los costos o beneficios.

**Resultados esperados:** Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.

**Salario:** cantidad fija de dinero que se paga a intervalos regulares.

**Turismo:** es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y su estancia en lugares distintos a los de su residencia por un periodo, inferior a un año y superior a un día, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. El turismo es una de las actividades económicas que presenta mayor crecimiento en todo el mundo (6.9% entre 1950 y 2007).

**Turista:** Es quien ha dejado su lugar de residencia y quien por propia elección ha decidido visitar nuestra localidad y espera ser tratado como a ti te gustaría que te trataran.

**Turismo consciente:** es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta a los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista y el patrimonio natural y cultural. El turismo consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. Es una experiencia del dar y recibir.

**Viajero:** toda persona que se desplaza entre dos o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual.

**Visitante:** aquella persona que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por un periodo de tiempo no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad lucrativa.

## 2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

### 2.4.1 Hipótesis General.

Si se realiza un buen análisis de los factores que afectan la oferta turística, entonces esta contribuye al desarrollo del Cantón Bucay.

### 2.4.2 Hipótesis Particulares

1. Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae mayor flujo turístico al cantón.
2. Si se incrementan los productos turísticos adecuados en el mercado, entonces se desarrolla la demanda turística en el cantón.
3. Si se evalúa el grado publicitario, entonces permite un reconocimiento turístico del Cantón Bucay y alrededores.

### 2.4.3 Declaración de Variables

**Cuadro 1.** Declaración de variables

CONCEPTO	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
<b>HIPOTESIS GENERAL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Si se realiza un buen análisis de los factores que afectan la oferta turística, entonces esta contribuye al desarrollo del Cantón Bucay.</li></ul>	Oferta Turística	Desarrollo del Cantón

<b>HIPOTESIS PARTICULAR</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
1. Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae mayor flujo turístico al cantón.	Servicio oportuno de la comunidad	Flujo turístico
2. Si se incrementan los productos turísticos adecuados en el mercado, entonces crece la demanda turística en el cantón.	Productos turísticos adecuados	Demanda turística
3. Si se evalúa el grado publicitario, entonces permite un reconocimiento turístico del Cantón Bucay.	Grado publicitario	Reconocimiento turístico

**Fuente:** Declaración de variables

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

#### 2.4.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro 2.** Operacionalización de las variables

HIPOTESIS GENERAL	CONCEPTO	INDICADORES
<b>V. Independiente</b> Oferta turística  <b>V. Dependiente</b> Desarrollo del cantón	Oferta turística es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, para que puedan ser utilizados por el visitante o turista.	✓ Numero de ofertas turísticas  ✓ Numero de operadoras turísticas

**Fuente:**Operacionalización de variables

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

La investigación se realizó considerando varios aspectos a través un estudio tomando en cuenta lo siguiente:

##### **3.1.1 Según su objetivo gnoseológico:**

Descriptiva: En la investigación se pudo conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes aplicadas a la investigación, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Explicativa: En la investigación se buscó definir los porqués de los fenómenos por medio de la determinación de las relaciones causa-efecto. Esta investigación se utilizó para estudiar las causas o los efectos de un determinado hecho por medio de la prueba de hipótesis.

##### **3.1.2 Según su contexto:**

De campo: Se aplicó para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. La investigación de Campo fue trabajada en un ambiente natural en el que estuvieron presentes las personas, grupos y organizaciones científicas que fueron la fuente de datos para ser analizados.

### **3.1.3 Según el control de las variables:**

No experimental con un enfoque cuantitativo.

### **3.1.4 Según la orientación temporal:**

Históricas.- Se encargó de describir fenómenos que acontecieron en el pasado donde se realizó la investigación, basándose en fuentes históricas o documentos.

La investigación fue cuantitativa ya que se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

La investigación de este proyecto fue enfocada en los 10. 642 habitantes del Cantón Bucay realizado por el INEC del año 2010.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

El diseño se basó en la población finita ya que con datos estadísticos del INEC habitan 10. 642 habitantes en el Cantón Bucay.

### **3.2.3 Tipo de muestra**

El tipo de muestra de la investigación fue probabilística debido a que se aplicó una fórmula que determina la probabilidad de la muestra.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

La población fue finita y estuvo delimitada por el censo en el año 2010 de los cuales obtuvimos una muestra representativa mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

Fórmula 2: Cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E: error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96

$$n = \frac{10.642 (0.5) (0.5)}{\frac{(10.642-1)(0.05)^2}{(1,96)^2} + (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{2660.50}{\frac{(10.641)(0.05)^2}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{2660.50}{\frac{(10.641)(0.0025)}{3.8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{2660.50}{\frac{26.6025}{3.8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{2660.50}{6.924 + 0,25}$$

$$n = \frac{2660.50}{7.18}$$

$$n = 371$$

**El total de la muestra es de 371**

### **3.2.5 Proceso de selección**

Para determinar la selección de quienes formaron parte de la muestra de este proyecto lo obtuvimos de la siguiente manera:

Estuvo dirigida a las personas de entre 18 – 65 años de edad (hombres y mujeres).

- ✓ 221= Mujeres
- ✓ 150 = Hombres

Escogimos una cantidad mayor de mujeres porque está comprobado estadísticamente que a las mujeres les gusta viajar más que a los hombres debido a motivos de ocio, compras o simplemente por curiosidad.

No se escogió en la muestra a ninguna cantidad de niños debido a que ellos son dependientes de sus padres, además el terreno y el clima donde se realizó la investigación no es muy favorable para los pequeños.

### 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

#### 3.3.1 Métodos teóricos

El diseño de este proyecto se realizó mediante varios métodos:

- ✓ **Histórico-lógico:** Porque nos permitió encontrar las respuestas a las preguntas referidas a la génesis del campo en el objeto y la evolución de ambos, sus etapas de desarrollo, las características esenciales, regularidades de cada etapa, así como las diferentes soluciones empleadas.
- ✓ **Analítico-Sintético:** Se lo utilizo porque mediante este método separamos las partes o elementos constitutivos de un todo, para luego unir las partes principales y formar un nuevo todo.
- ✓ **Deductivo-Inductivo:** Se utilizó porque parte de lo general a lo particular y viceversa, y fueron fundamentales para la construcción de una argumentación.
- ✓ **Hipotético-Deductivo:** Fue utilizado dentro de la investigación ya que tuvo varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

#### 3.3.2 Métodos Empíricos Fundamentales

Con relación a los métodos empíricos utilizamos la observación, ya que es un elemento fundamental de todo proceso investigativo que permitió observar atentamente al fenómeno, hecho o caso, para tomar información y registrarla en su posterior análisis.

#### 3.3.3 Métodos Empíricos Complementarios

La técnica que se utilizó para la recolección de información del proyecto fue:

- **Encuesta:** Esta técnica se utilizó para obtener datos de varias personas en el Cantón Bucay.

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Mediante este marco metodológico se ha definido el tipo y diseño de la investigación del proyecto así como también se ha dado a conocer y explicar los métodos y técnicas que se utilizaron en todo el procedimiento del mismo. Se pudo definir también la muestra gracias a los datos estadísticos exactos que se investigaron en el Cantón Bucay.

## CAPITULO IV

### ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### 4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Pregunta 1: ¿Cree Ud., que la oferta turística contribuye al grado de desarrollo del Cantón Bucay?

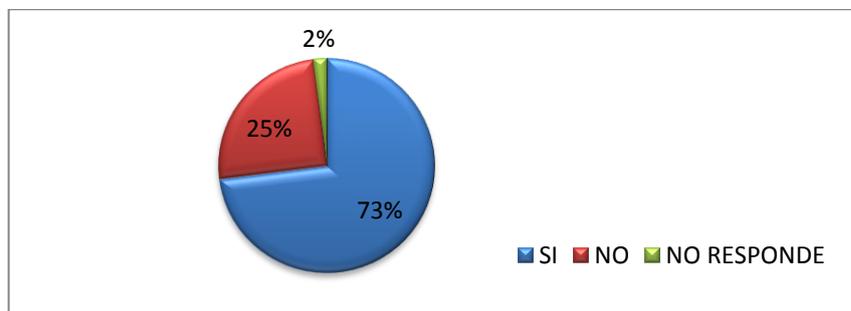
**Cuadro 3.** Oferta turística

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	271	73%
NO	94	25%
NO RESPONDE	6	2%
TOTAL	371	100%

**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 1.** Oferta turística



**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 73% de los encuestados creen que la oferta turística contribuye al grado de desarrollo del Cantón Bucay, mientras que el 25% de los encuestados, está en desacuerdo y el 2% no responde. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se realiza un buen análisis de la oferta turística, entonces esta contribuye al desarrollo del Cantón Bucay”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que sí es necesaria la oferta turística” para fomentar el desarrollo en el Cantón Bucay.

Pregunta 2: ¿Cree Ud., que la oferta turística actual de Bucay es baja, por lo cual no existe la visita de turistas?

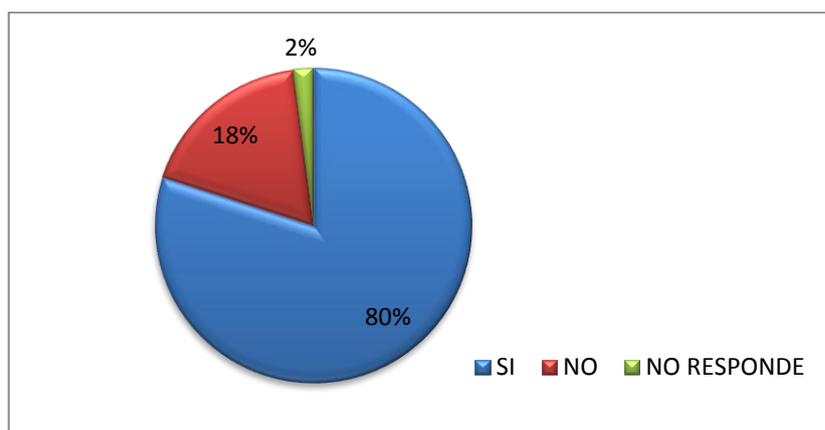
**Cuadro 4.** Oferta turística

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	297	80%
NO	65	18%
NO RESPONDE	9	2%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 2.** Oferta turística



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 80% de los encuestados creen que la oferta turística actual de Bucay es baja, por lo cual no existe la visita de turistas, mientras que el 18% de los encuestados está en desacuerdo y el 2% no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se realiza un buen análisis de la oferta turística, entonces esta contribuye al desarrollo del Cantón Bucay”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que la oferta turística actual de Bucay es baja” por lo cual no existe la visita de turistas.

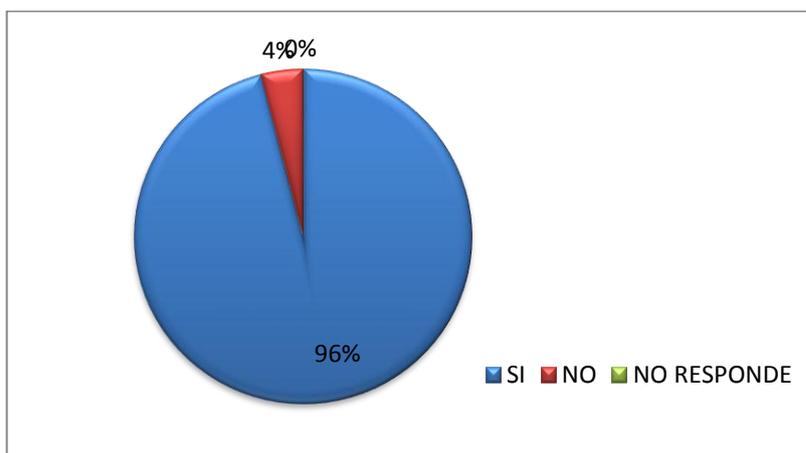
Pregunta 3: ¿Considera Ud., que un buen servicio brindado de parte de los establecimientos turísticos de Bucay atraerían aún más al visitante?

**Cuadro 5.** Buen servicio

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	358	96%
NO	13	4%
NO RESPONDE	0	0%
TOTAL	371	100%

**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay  
**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 3.** Buen servicio



**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay  
**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 96% de los encuestados consideran que un buen servicio brindado de parte de los establecimientos turísticos de Bucay atraerían aún más al visitante, mientras que el 4% de los encuestados está en desacuerdo. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae más turistas al cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que un buen servicio brindado de parte de los establecimientos turísticos de Bucay” atraerían aún más al visitante.

Pregunta 4: ¿Cree Ud., que un servicio de calidad aumenta el flujo turístico y por ende un mayor crecimiento económico?

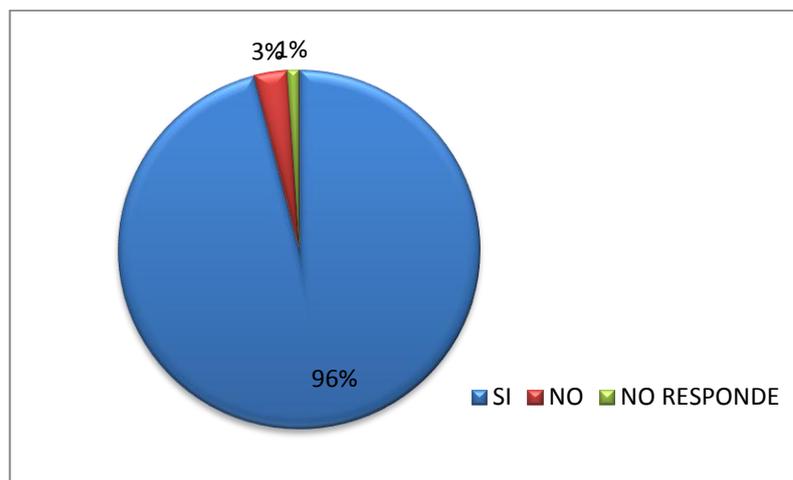
**Cuadro6.** Servicio de calidad

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	357	96%
NO	12	3%
NO RESPONDE	2	1%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 4.** Servicio de calidad



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 96% de la población creen que un servicio de calidad aumenta el flujo turístico y por ende un mayor crecimiento económico, mientras que el 3% de los encuestados está en desacuerdo y el 1% no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae más turistas al cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que un servicio de calidad” aumenta el flujo turístico y por ende un mayor crecimiento económico.

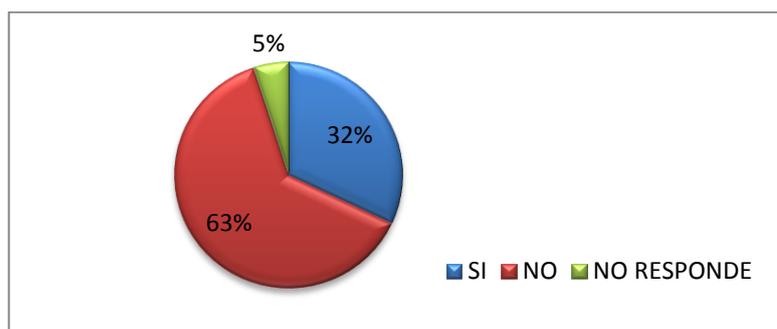
Pregunta 5: ¿Considera Ud., que los propietarios de la planta turística tales como alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, esparcimiento y transportación del Cantón Bucay y sus alrededores han sido capacitados para poder atender las necesidades del cliente?

**Cuadro 7.** Propietarios de la planta turística

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	120	32%
NO	234	63%
NO RESPONDE	17	5%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay  
 Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico5.** Propietarios de la planta turística



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay  
 Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 32% de los encuestados consideran que los propietarios de la planta turística tales como alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, esparcimiento y transportación del Cantón Bucay y sus alrededores han sido capacitados para poder atender las necesidades del cliente, mientras que el 63% de los encuestados está en desacuerdo y el 5% no responde. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae más turistas al cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que los propietarios de la planta turística” han sido capacitados para poder atender las necesidades del cliente.

Pregunta 6: ¿Cree Ud., que actualmente el cantón cuenta con una buena oferta turística, que permita ser reconocido inmediatamente apenas llegue un turista?

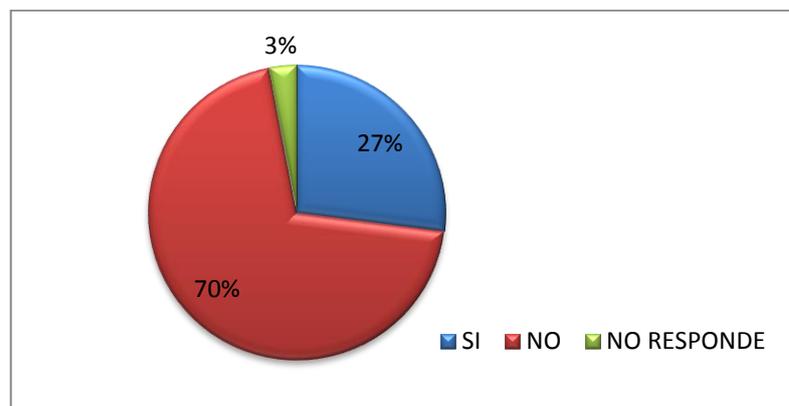
**Cuadro 8.** Oferta turística

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	101	27%
NO	261	70%
NO RESPONDE	9	3%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 6.** Oferta turística



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 27% de los encuestados creen que actualmente el cantón cuenta con una buena oferta turística, que permita ser reconocido inmediatamente apenas llegue un turista, mientras que el 70% de los encuestados está en desacuerdo y el 3% no responde. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae más turistas al cantón”, es correcta. Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que actualmente el cantón cuenta con una buena oferta turística” que permita ser reconocido inmediatamente apenas llegue un turista.

Pregunta 7: ¿Cree Ud., que la ausencia de productos turísticos disminuye el nivel de la oferta turística?

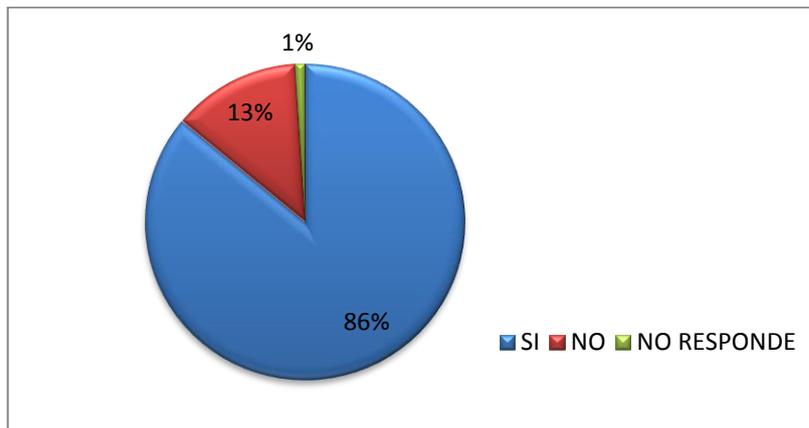
**Cuadro 9.** Productos turísticos

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	319	86%
NO	48	13%
NO RESPONDE	4	1%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 7.** Productos turísticos



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 86% de los encuestados creen que la ausencia de productos turísticos disminuye el nivel de la oferta turística, mientras que el 13% de los encuestados está en desacuerdo y el 1% no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se incrementan los productos turísticos, entonces se desarrolla una mejor oferta en el cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que la ausencia de productos turísticos” disminuye el nivel de la oferta turística.

Pregunta 8: ¿Considera Ud., que el Municipio del cantón fomenta el turismo u organiza actividades con fines turísticos para el desarrollo del mismo?

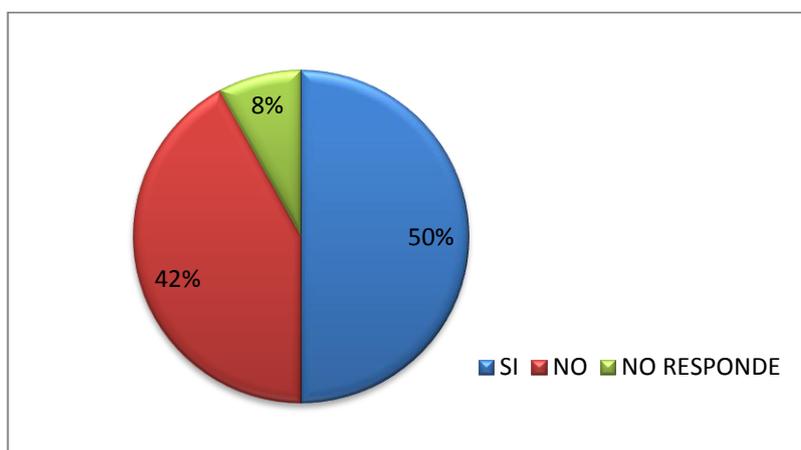
**Cuadro 10.** Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bucay

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	187	50%
NO	155	42%
NO RESPONDE	29	8%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 8.** Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Bucay



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 50% de los encuestados consideran que el Municipio del Cantón Bucay fomenta el turismo u organiza actividades con fines turísticos para el desarrollo del mismo, mientras que el 42% de los encuestados está en desacuerdo y el 8% no responde. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se incrementan los productos turísticos, entonces se desarrolla una mejor oferta en el cantón”, es correcta. Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que el Municipio del cantón” fomenta el turismo u organiza actividades con fines turísticos para el desarrollo del mismo.

Pregunta 9: ¿Cree Ud., que en Bucay existe una Operadora de Turismo establecida legalmente?

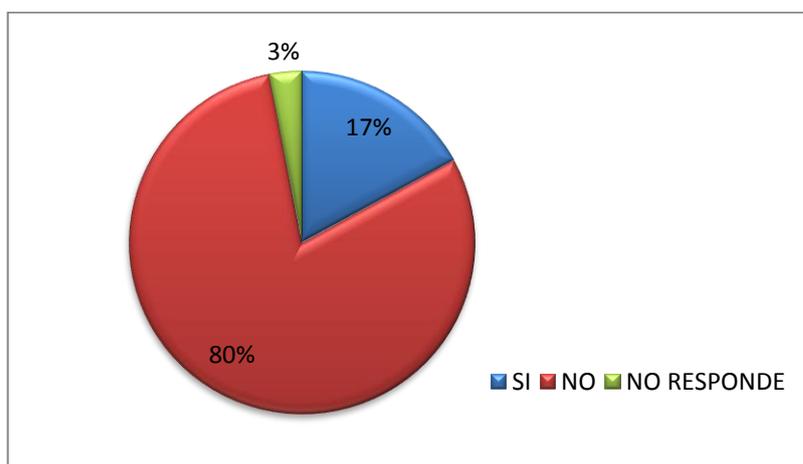
**Cuadro 11.** Operadora de Turismo

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	62	17%
NO	298	80%
NO RESPONDE	11	3%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 9.** Operadora de Turismo



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 17% de los encuestados creen que en Bucay existe una Operadora de Turismo establecida legalmente, mientras que el 80% de los encuestados está en desacuerdo y el 3% no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se incrementan los productos turísticos, entonces se desarrolla una mejor oferta en el cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que en Bucay” existe una Operadora de Turismo establecida legalmente.

Pregunta 10: ¿Considera Ud., que el Cantón Bucay recién se está potencializando turísticamente?

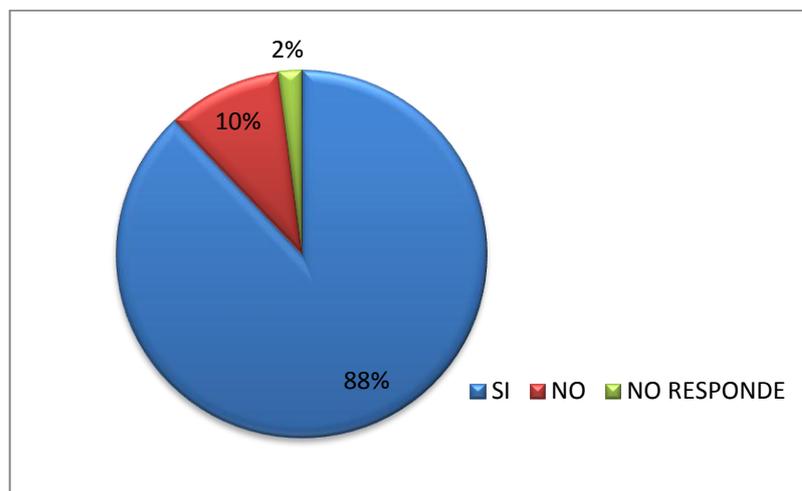
**Cuadro 12.** Cantón Bucay

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	328	88%
NO	38	10%
NO RESPONDE	5	2%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico10.** Cantón Bucay



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 88% de los encuestados consideran que el Cantón Bucay recién se está potencializando turísticamente, mientras que el 10% de los encuestados está en desacuerdo y el 2 % no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si se incrementan los productos turísticos, entonces se desarrolla una mejor oferta en el cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que el Cantón Bucay” recién se está potencializando turísticamente.

Pregunta 11:¿Cree Ud., que Bucay debe promocionar sus productos turísticos para atraer una mayor demanda?

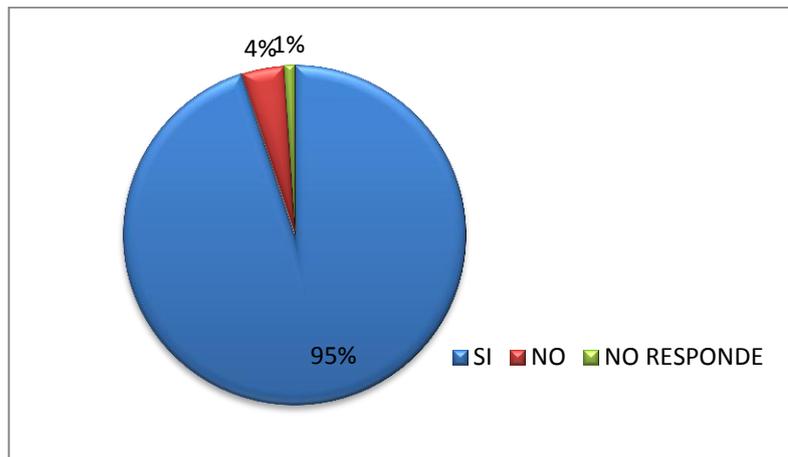
**Cuadro 13.** Productos turísticos

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	356	95%
NO	13	4%
NO RESPONDE	2	1%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico11.** Productos turísticos



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 95% de los encuestados creen que Bucay debe promocionar sus productos turísticos para atraer una mayor demanda, mientras que el 4% de los encuestados está en desacuerdo y el 1% no responde. El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si hay más promotores turísticos, entonces se desarrolla mejor turística y económicamente el cantón”, es correcta. Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que si es necesario los promotores turísticos” ya que se desarrolla mejor turística y económicamente el cantón.

Pregunta 12: ¿Considera Ud., oportuno la creación de una Operadora de Turismo para fomentar el desarrollo turístico del cantón?

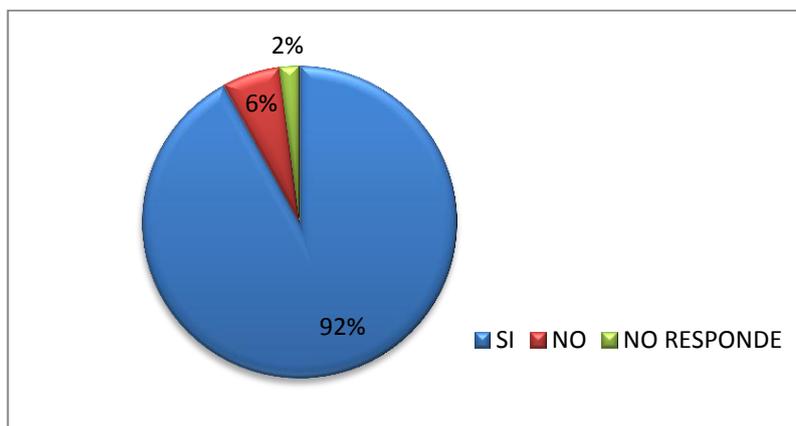
**Cuadro 14.** Creación de una Operadora de Turismo

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	341	92%
NO	23	6%
NO RESPONDE	7	2%
TOTAL	371	100%

Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico12.** Creación de una Operadora de Turismo



Fuente: Los habitantes del Cantón Bucay

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**ANÁLISIS:** El resultado de la encuesta para esta pregunta fue el siguiente: El 92% de los encuestados consideran oportuno la creación de una Operadora de Turismo para fomentar el desarrollo turístico del cantón, mientras que el 6% de los encuestados está en desacuerdo y el 2% no responde.

El porcentaje anterior demuestra que la hipótesis planteada que dice: “Si hay más promotores turísticos, entonces se desarrolla mejor turística y económicamente el cantón”, es correcta.

Este porcentaje sustenta la posición teórica de los investigadores que según Cesar Ritz dice: “que si es necesaria la creación de una Operadora de Turismo” para fomentar el desarrollo turístico del cantón.

## **4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA, Y PERSPECTIVAS**

### **4.3 RESULTADOS**

#### **4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS**

##### **4.4.1 Hipótesis General**

La hipótesis general queda probada, según los resultados de las preguntas uno y dos, la cual dio un promedio del 77%, indicando entonces que si es necesario “que se realice un buen análisis sobre los factores que afectan la oferta turística, para contribuir al desarrollo del Cantón Bucay”.

##### **4.4.2 Hipótesis Particular**

###### **Hipótesis particular 1**

La hipótesis particular 1 queda probada, según los resultados de las preguntas tres, cuatro, cinco y seis, la cual dio un promedio del 63%, indicando entonces que si es necesario “que se brinde un servicio oportuno por parte de la comunidad, para atraer más turistas al cantón”.

###### **Hipótesis particular 2**

La hipótesis particular 2 queda probada, según los resultados de las preguntas siete, ocho, nueve y diez, la cual dio un promedio del 60%, indicando entonces que si es necesario “que se incrementen los productos turísticos adecuados en el mercado, para el desarrollo de la demanda turística en el Cantón”.

###### **Hipótesis particular 3**

La hipótesis particular 3 queda probada, según los resultados de las preguntas once y doce, la cual dio un promedio del 94%, indicando entonces que si es necesario “que se evalúe el grado publicitario, para el reconocimiento turístico del Cantón Bucay y sus alrededores”.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Diseño de una Operadora de Turismo para el desarrollo del turismo sostenible del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas.

#### **5.2 JUSTIFICACION**

De acuerdo a los resultados de la investigación en las conclusiones se estableció que es necesario diseñar una Operadora de Turismo debido a que en los resultados de las encuestas, la población manifiesta la necesidad de la misma.

Por este motivo, se justifica el desarrollo de una Operadora de Turismo orientada a la parte ecológica, que permita promocionar el cuidado del medio ambiente y con mayor razón, en la época actual en la cual el medio ambiente sigue siendo objeto de constante deterioro. Debe de ser el sector turístico uno de los principales medios de preservación ambiental a nivel mundial y promover un desarrollo sustentable utilizado para ello sus diferentes elementos de operación como son las operadoras turísticas.

### 5.3 FUNDAMENTACION

El cantón Bucay ha demostrado con el devenir del tiempo ser un pueblo noble y trabajador, con luchas desplegadas por sus habitantes, su desarrollo y progreso obedecen a la visión y decisión de sus autoridades, consolidando así una posición relevante, basada en la historia de su viejo ferrocarril y es por eso que la ciudadanía hace gestiones para que el plenario de las comisiones del Congreso Nacional en segunda sesión del 9 de Noviembre de 1.994 aprueba que la Parroquia General Antonio Elizalde sea elevada a cantón, el mismo que se oficializó en la publicación del Registro Oficial No. 618 el 24 de Enero de 1.995.

Existen costumbres muy acentuadas que no corresponden a la generalidad de los pueblos de una misma región, o porque su localización no tiene pertenencia regional como en el caso del Cantón Bucay ubicado casi al límite de la Cordillera Andina. Tiene una categoría poblacional de costeños y serranos, casi por igual.

La Prefectura del Guayas desde el año 2009 conducido por Jimmy JairalaVallazza, actual prefecto provincial y su viceprefecta Luzmila Nicolalde, han difundido al Guayas como una provincia que cuenta con una oferta turística invaluable, sus imponentes paisajes, su exquisita y variada gastronomía, la hospitalidad de su gente, y su identidad cultural la convierten en el destino predilecto de propios y extraños, es por ello que mantienen la idea de que el turismo y el desarrollo están íntimamente conectados, por eso el objetivo fundamental de la administración, ha sido el proyectar la provincia hacia el mundo, gestión que se la ha realizado a través de la identificación de las seis Rutas Turísticas, como son: Ruta del Arroz, Ruta del Cacao, Ruta del Azúcar, Ruta del Pescador, Ruta de la Aventura, Ruta de la Fe, que nos invitan a conocer un Guayas poco explorado y que guarda un sinfín de destinos por descubrir.

La prefectura ha creado un mapa con la finalidad de facilitar la movilidad de usuarios, principalmente de turistas dentro del territorio que comprende la provincia del Guayas, y está basado en la información cartográfica del Instituto Geográfico Militar del Ecuador (IGM), así como en la georreferenciación del Departamento de Planificación del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas.

El mapa cuenta con un manual de señalización turística del Ecuador, las Áreas Protegidas y Bosques Protectores, la división política de los 25 cantones de la Provincia y las seis rutas turísticas.

En la ruta de la Aventura se destacan tres cantones: El Empalme, El Triunfo y General Antonio Elizalde (Bucay). A 99km de Guayaquil y a 320msnm se encuentra Bucay, esta población es netamente ecoturístico, cuyos límites geográficos albergan el balneario de Agua Clara, una formación rocosa natural con una gran caída de agua que nutre al río Chimbo; todo esto ofrece muchas actividades recreativas y extremas en sus cascadas, ríos y senderos de montaña, tales como canopy, rappeling, así como las modalidades de ciclismo de montaña, por lo que es necesario el diseño de una Operadora de Turismo para poder ofertar todos estos productos turísticos que cuente con un servicio especializado y fomente el desarrollo del Cantón Bucay y alrededores.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Fomentar el desarrollo turístico ecológico, para contribuir al desarrollo sustentable del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

### **5.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Establecer la ubicación de la Operadora.
- ✓ Diseñar un organigrama de quienes forman parte la empresa.
- ✓ Observación de un análisis FODA para el conocimiento de la Operadora.
- ✓ Realizar una combinación de los instrumentos del marketing turístico (marketing mix).
- ✓ Planear un estudio financiero

## 5.5 UBICACIÓN

Gráfico 13. Ubicación de la propuesta



Fuente: Ubicación de la propuesta

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

## **5.6 Funciones**

### **Información general**

**Cargo: Administrador**

**Nivel: Ejecutivo**

### **Objetivo del cargo:**

Se ocupa, principalmente de dirigir, organizar, planificar y controlar las actividades de su departamento o incluso con el proceso decisorio en el nivel institucional.

### **Funciones:**

- ✓ Representar a la organización.
- ✓ Definir estrategias de desarrollo.
- ✓ Administrar el negocio.
- ✓ Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas.
- ✓ Supervisar la operación de sistemas y equipos.
- ✓ Supervisar la presentación del personal.
- ✓ Asegurar la satisfacción del cliente.
- ✓ Liderar el equipo.

## **Información general**

**Cargo: Contador**

**Nivel: Administrativo**

### **Objetivo del cargo:**

Es la persona quien puede por ley desempeñar actividades relacionadas con la Contabilidad y la Auditoría, dichas actividades deben estar enmarcadas por lo señalado en el Código de Ética Profesional, las regulaciones civiles, mercantiles, societarias, tributarias, laborales.

### **Funciones:**

- ✓ Llevar toda la contabilidad de la Operadora.
- ✓ Controlar gastos e ingresos de la Operadora.
- ✓ Preparar informes sobre el estado financiero de la Operadora.
- ✓ Verifica los procedimientos de los registros contables.
- ✓ Realizar los pagos correspondientes con respecto a los sueldos del personal, liquidación de vacaciones y otros.
- ✓ Realizar todas las gestiones y pagos de acuerdo a las obligaciones fiscales como aportaciones, declaración del impuesto y otros.

## **Información general**

**Cargo: Agente de Ventas**

**Nivel: Operativo**

### **Objetivo del cargo:**

El agente de ventas profesional pone su servicio a disposición del cliente, les indica a sus compradores el tipo adecuado de bien o servicio que más se adecue a sus necesidades, a un precio justo y de buena calidad.

El jefe de ventas debe ser el contacto principal entre los clientes a nivel local, nacional e internacional, servicio y asesoría técnica para poder alcanzar los objetivos de ventas planteados; elaboración de programas turísticos, promoción, manejo de redes sociales tener facilidad de palabra y un conocimiento del idioma inglés como también disponibilidad para viajar.

### **Funciones:**

- ✓ De volumen: Establecer una cantidad de mercancía como meta.
- ✓ De ganancias: Establecer ganancias de acuerdo al tipo de producto.
- ✓ De gastos: Establecer metas de gastos.
- ✓ De actividades: Establecer metas de actividades diarias, semanales o quincenales.

## **Información general**

**Cargo: Guía Nacional**

**Nivel: Operativo**

### **Objetivo del cargo:**

Un guía de Turismo tiene como objetivo conducir grupos turísticos nacionales e internacionales interpretando los atractivos turísticos de diverso tipo, por medio de los conocimientos adquiridos de patrimonio turístico nacional.

### **Funciones:**

El Guía de Turismo Nacional está en capacidad de:

- ✓ Planificar y ejecutar circuitos turísticos nacionales.
- ✓ Conducir grupos nacionales e internacionales en circuitos turísticos.
- ✓ Informar a turistas sobre atractivos nacionales y prestadores de servicios.
- ✓ Desempeñar las actividades propias de su profesión, de acuerdo a lo previsto por la operadora.
- ✓ Atender y resolver los problemas que pudieran tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado.
- ✓ Estarán capacitados en atención al cliente y primeros auxilios.
- ✓ Supervisar el correcto desarrollo de las actividades por parte del turista.
- ✓ Desarrollar cada una de las actividades y deportes de aventura según su especialidad con responsabilidad y compromiso.

## **Información general**

**Cargo: Vendedor**

**Nivel: Operativo**

### **Objetivo del cargo:**

El vendedor que actúa en un punto de venta o en servicio ambulante se ocupa, principalmente, de recibir, atender y efectuar la venta al cliente; orientar sobre el uso de artículos para consumidores; cuidar la presentación y controlar el punto de venta.

### **Funciones:**

- ✓ Atender a clientes.
- ✓ Demostrar y vender.
- ✓ Efectivizar la venta.
- ✓ Receptar pago.
- ✓ Cuidar del punto de venta.
- ✓ Utilizar calculadoras.
- ✓ Operar teléfonos.
- ✓ Utilizar máquinas de tarjeta de crédito, registradora e impresora.

## 5.7 ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico está compuesto por:

Se diseñó cuatro rutas turísticas para empezar la operación de la empresa, estas son: 1) Ruta Baños del Guayas, 2) Ruta del Tren Aventura, 3) Ruta Sendero de la Aventura 1, 4) Ruta Sendero de la Aventura 2, con el respectivo costo de los paquetes turísticos.

### 1. Administración y Planificación de la propuesta

- **Giro del negocio**

Operadora de Turismo Portal del Rio

- **El Promotor(es) o ejecutor(es)**

Sr. Javier Pando, Srta. Jennifer Gallegos

- **La administración** (Estructura Organizacional)

La parte Organizacional, estará compuesta por dos niveles de organización, los cuales detallamos a continuación:

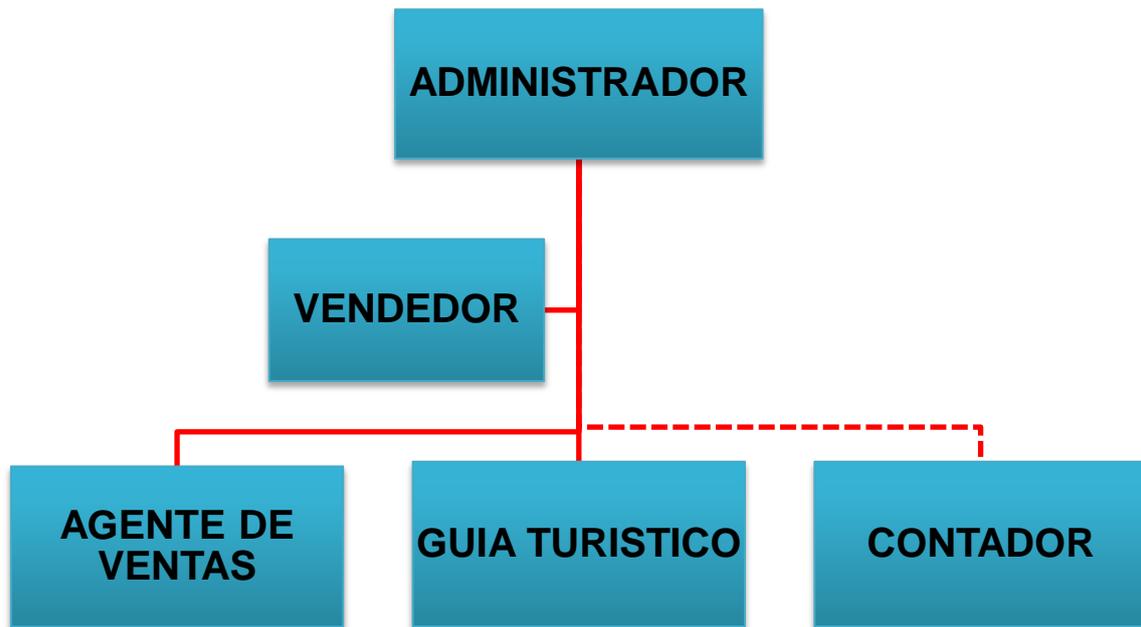
1.- Nivel de Ejecución.

2.- Nivel de Operación.

El nivel de Ejecución estará compuesto por el Administrador y un contador. Por otro lado el nivel de Operación estará compuesto por un vendedor, un agente de ventas y 1 guía turístico.

A continuación se presenta el Organigrama Funcional de la Propuesta:

**Cuadro 15.**Organigrama Funcional



FUENTE: Organigrama Funcional

AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

- **Situación Laboral** (Cuantos empleados, turnos, etc.)

**Martes – Domingo**

5personas ----- 1 turno ----- 08h00-17h00

- **Plan y Objetivos estratégicos** (Misión, Visión, Objetivos)

## **VISIÓN**

Ser una empresa turística reconocida a nivel regional, nacional e internacional que se identifique por su confidencialidad y responsabilidad de su equipo humano, brindando un servicio de calidad en fusión con la conservación del ambiente alcanzando la mayor satisfacción de turistas y visitantes, disminuyendo el impacto ambiental y fomentando el desarrollo sostenible del cantón, la región y el país.

## **MISIÓN**

Mostrando la histórica tradición, cultura y recursos naturales que superen las perspectivas de los turistas y visitantes con garantía satisfactoria, disminuyendo el impacto ambiental y aportando al desarrollo sostenible del cantón Bucay y sus alrededores.

## **OBJETIVOS**

- ✓ Establecer el sistema operativo en las áreas de la Operadora de Turismo.
  - ✓ Promover áreas cualitativas alrededor y/o anexas a la Operadora.
  - ✓ Mantener siempre la cordialidad con los clientes.
  - ✓ Estar pendiente ante cualquier eventualidad que llegase a presentar en la Operadora.
- 
- **Análisis FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

### **Fortalezas**

- ✓ Personal capacitado generador de ideas y capacidad de resolver problemas.
- ✓ Apoyo eficaz de familiares y/o amigos.

### **Debilidades**

- ✓ Carencia de infraestructura hotelera.
- ✓ Ser nuevos en el mercado local.

### **Oportunidades**

- ✓ Inexistencia de operadoras.
- ✓ Alianzas estratégicas con empresas de la planta turística.
- ✓ Buena ubicación en una ruta de mayor demanda turística, flujo turístico nacional e internacional.
- ✓ Apoyo financiero a proyectos turísticos productivos.

## Amenazas

- ✓ Cambios climáticos.
- ✓ Inestabilidad económica en el país (crisis).

## 2. ASPECTOS DE MERCADO

- **Mercadeo** (Investigación de Mercadeo)

- ✓ **Análisis e investigación de mercados**

Promocionar paquetes turísticos dirigidos a personas que oscilan entre las edades de 18 a 65 años de edad, y que representan a la población económicamente activa.

- ✓ **Análisis del entorno**

Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas, Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, y alrededores.

- ✓ **Análisis del microentorno**

Operadora ecológica ubicada en el Km 6, vía Bucay-Naranjito (Sector Cristo Rey), Bucay-Guayas-Ecuador.

- ✓ **Análisis de la demanda cuantitativa**

Aproximadamente fines de semana y feriados, mayor demanda turística.

- ✓ **Segmentación de mercados**

Se realizó una encuesta dirigida a personas que oscilan de 18 – 65 años de edad (hombres y mujeres).

### Qué tipo de turismo prefiere realizar en el cantón Bucay?

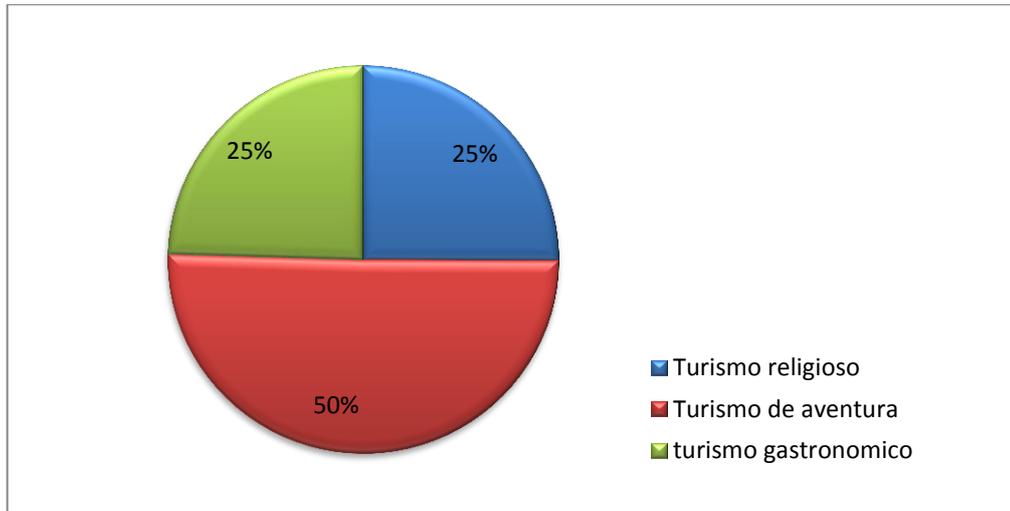
**Cuadro 16.** Estudio de mercado

OPCIONES	CANTIDAD	%
Turismo religioso	93	25%
Turismo de aventura	187	50%
Turismo gastronómico	91	25%
TOTAL	371	100%

**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Grafico 14. Estudio de mercado**



**Fuente:** Los habitantes del Cantón Bucay  
**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

✓ **Definición de estrategia competitiva**

Innovar continuamente las áreas de la Operadora turística.

• **Demanda**

✓ **¿Quiénes son los clientes?**

Personas que van desde los 18 a 65 años de edad.

✓ **¿Cuáles son sus características?**

(65 años en adelante), buscan paz, relajación, naturaleza, mar  
(20-35 años), amantes de la aventura, adrenalina

✓ **¿Dónde están y cómo llegar a ellos?**

Llegar con publicidad en negocios de la planta turística, en terminales terrestres, cabinas telefónicas, etc.

✓ **¿Cuál es la frecuencia de compra?**

Enero – fiestas de cantonización de Cumandá

Julio – fiestas patronales de La Virgen del Carmen – Patrona de Bucay

Septiembre – fiestas patronales de La Virgen de Los Dolores de Cumandá

Noviembre – fiestas de cantonización de Bucay

(Estas fechas son de mayor afluencia de visitantes y turistas)

- ✓ **Sus criterios de elección**  
Paquetes turísticos accesibles
  - ✓ **Sus exigencias de servicio**  
Seguridad y eficiencia en los servicios prestados por la Operadora.
  - ✓ **¿Por qué abandonan un producto?**  
Por la mala atención al cliente, siempre hay que ser cortés y amable con la demanda turística.
- **Definición de estrategias de mercadeo (Marketing mix)**
- ✓ **Productos** (Definir los productos, bienes o servicios a ofertar)

### **1. Servicios a ofertar**

#### 1.1 transportación

- 1.1.1 alimentación
- 1.1.2 guianza especializada
- 1.1.3 alojamiento

#### **1.2. Aventura**

- 1.2.1 cabalgatas
- 1.2.2 descenso de cascadas-canyoning
- 1.2.3 mountainbyking
- 1.2.4 ciclismo

#### **1.3 Ecoturismo**

- 1.3.1 caminatas por senderos
- 1.3.2 visitas a comunidades shuar – convivencia cultural

## RUTA BAÑOS DEL GUAYAS

### **Objetivo general:**

Dar a conocer la nueva Ruta Baños del Guayas mediante la visita a diferentes puntos de encuentro para contribuir al desarrollo socio-turístico del cantón Bucay.

### **Objetivos específicos:**

Observar principales sitios turísticos de la ruta trazada.

Diferenciar aspectos socio-económicos y geográficos de la localidad.

Visitar sitios naturales y culturales durante el proceso de la salida.

## **ITINERARIO**

### **Día sábado**

Hora: 09h00: salida desde los exteriores de la Operadora

09h20: visita al trapiche Finca La Perla

10h00: box lunch

11h00: llegada a La Casa de Piedra

Recorrido por sus instalaciones

12h30: almuerzo

14h00: visita a las cascadas

14h30: practica de canyoning

17h00: regreso a Bucay

**El paquete incluye:** transportación en chiva, alimentación, guianza e implementos para la práctica de canyoning.

**Cortesía:** box lunch

**Valor por pax:** \$65,00 por pax

**Recomendaciones:**

- ✓ Llevar poncho de aguas
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Botas de caucho
- ✓ Repelente
- ✓ Agua



## **RUTA DEL TREN AVENTURA**

### **Objetivo general:**

Dar a conocer la Ruta del Tren Aventura mediante la visita a diferentes puntos de encuentro para contribuir al desarrollo socio-turístico del cantón Bucay y alrededores.

### **Objetivos específicos:**

Observar principales sitios turísticos de la ruta trazada.

Distinguir aspectos culturales y geográficos de Bucay y sus alrededores.

Visitar sitios naturales y culturales durante el proceso de la salida.

## **ITINERARIO**

### **Día sábado**

Hora: 07h50: salida desde Bucay

08h30: desayuno en Hacienda San Rafael

09h30: recorrido por la Hacienda

Práctica de deportes como (cabalgatas, ciclismo, canoping, paseos en bote, paintball)

13h00: almuerzo

14h00: visita a la estación del ferrocarril (Recinto San Pedro)

15h00: visita a la parroquia Matilde Esther

Deportes y actividades recreativas

18h00: retorno a Bucay

**El paquete incluye:** transportación en chiva y guianza

**El paquete no incluye:** almuerzo ni la práctica de deportes en Hacienda San Rafael, quedara a disposición del turista.

**Cortesía:** box lunch

**Valor por pax:** \$20,00 por pax

**Recomendaciones:**

- ✓ Llevar bloqueador solar
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Sombrero
- ✓ Traje de baño
- ✓ Repelente
- ✓ Agua



## RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 1

### **Objetivo general:**

Dar a conocer la Ruta Sendero de la Aventura 1 mediante la visita a diferentes puntos de encuentro para contribuir al desarrollo socio-turístico del cantón Bucay y sus alrededores.

### **Objetivos específicos:**

Observar principales sitios turísticos de la ruta trazada.

Distinguir aspectos culturales y geográficos de Bucay y sus alrededores.

Visitar sitios naturales y culturales durante el proceso de la salida.



### **Programa incluye:**

1 noche 2 días de alojamiento en el Hotel El Rey

Desayunos diarios

Transportación en chiva

Visita al mirador de la Virgen del Carmen

Visita a Pallantanga-Prov. Del Chimborazo, degustación de su gastronomía

Visita de 1 día a la Hacienda San Rafael con box lunch

Personal capacitado para su guianza

**El paquete no incluye:** práctica de deportes en Hacienda San Rafael, quedara a disposición del turista.

**Recomendaciones:**

- ✓ Llevar bloqueador solar
- ✓ Repelente
- ✓ Agua
- ✓ Cámara fotográfica

## RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 2



### **Programa incluye:**

2 noches 3 días de alojamiento en el Hotel El Rey

Desayunos diarios

Transportación en chiva

Visita al mirador de la Virgen del Carmen

Visita a la Estación del Ferrocarril

Visita al Malecón Río Chimbo de Bucay

Visita a Pallantanga-Prov. Del Chimborazo, degustación de su gastronomía

Visita al Balneario de Agua Clara

Visita de 1 día a la Hacienda San Rafael con box lunch

Visita a la Comunidad Shuar – Recinto Limón y trapiche Finca La Perla

Visita al balneario de Matilde Esther

Personal capacitado para su guianza

## **Recomendaciones:**

- ✓ Llevar bloqueador solar
- ✓ Repelente
- ✓ Agua
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Traje de baño

### **a. Precio** (Valor del bien o servicio a ofertar y el valor de proyección)

- ✓ Ruta Baños del Guayas (\$65,00)
- ✓ Ruta del Tren Aventura (\$20,00)
- ✓ Ruta Sendero de la Aventura 1 (\$65,00)
- ✓ Ruta Sendero de la Aventura 2 (\$110,00)

### **b. Zona de influencia del Proyecto**

Km 6. Vía Bucay-Naranjito (sector Cristo Rey), Cantón General Antonio Elizalde – Bucay, Provincia del Guayas, Ecuador

### **c. Perfil del turista y la demanda de turismo**

Personas entre las edades de 18 a 65años.

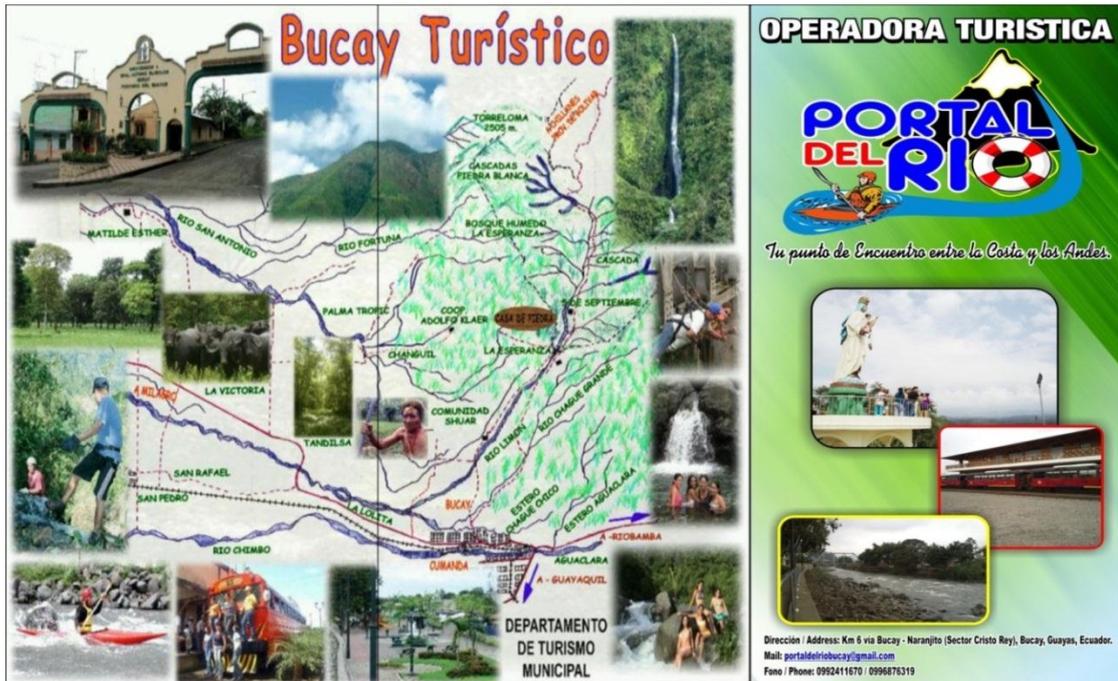
Demanda de naturaleza y aventura de 18 a 40años.

Demanda de turismo religioso, artesanal y gastronómico de 40 a 65 años.

### **d. Comercialización** (promoción del proyecto)

## **Promoción directa**

Grafico 15. Diseño externo tríptico de la propuesta



Fuente: Diseño externo tríptico de la propuesta

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

Grafico 16. Diseño interno tríptico de la propuesta



Fuente: Diseño interno tríptico de la propuesta

Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

## Plan de Medios

- ✓ **Radio**

Informar los paquetes turísticos y ofertas con mayor frecuencia en pre-feriado en emisoras de mayor sintonía local y regional.

- ✓ **Prensa y TV**

Anuncios en el diario NoticiasBC (diario semanal que circula en el cantón Bucay y el cantón Cumandá, además en el diario Buenas Nuevas del cantón Naranjito y Prensa La Verdad del cantón Milagro.

- **INGENIERÍA TURÍSTICA**

- ✓ **Requerimientos** (Necesidades que tiene el proyecto desde el punto de vista técnico)

- ✓ **Suministros y servicios**

- ✓ Internet wifi en las instalaciones.
- ✓ Permisos municipales.
- ✓ Permiso del MINTUR.

## Elementos Técnicos

### Diseño o descripción del producto y/o servicio

Operadora diseñada con materiales ecológicos para contribuir el grado de sostenibilidad.

Departamento Administrativo: Administrador y contador

Departamento de Ventas: Agente de Ventas y Vendedor

Departamento de Operaciones: Vendedor y Guía Turístico, sala de espera (de lectura, programación).

Transportes por el lugar:

Transporte Citim / Bucay – Naranjito - Guayaquil

Transimesa / Bucay – Matilde Esther

Transporte Babahoyo / Bucay – Matilde Esther - Babahoyo

**Determinación de la capacidad instalada del negocio**

Demanda turística alta en feriados como: Cantonización del Cantón Cumandá en el mes de Enero, Carnaval, Semana Santa, vacaciones en la región Costa (Febrero-Marzo), Fiestas patronales del Cantón Bucay en el mes de Julio, vacaciones estudiantiles en Los Andes (Julio-Septiembre), Fiestas patronales del Cantón Cumandá en el mes de Septiembre, Cantonización de Bucay en el mes de Noviembre, Día de los Difuntos, Navidad, Fin de Año, Año Nuevo; en estas fechas abastecerse con lo necesario para evitar inconvenientes en la alimentación con más razón por escasez.

## Diseño de la planta

**Grafico17.**Diseño externo de la propuesta



**Fuente:** Diseño externo de la propuesta  
**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico18.**Slogan de la propuesta



**Fuente:** Nombre comercial de la propuesta

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Gráfico 19.**Diseño interno de la propuesta



**Fuente:** Diseño externo de la propuesta

**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

## 5.7.1 FACTIBILIDAD FINANCIERA

### 1. COSTOS

### 2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

### 3. SUELDO DEL PERSONAL

**Costo:** es la inversión que se le hace ha dicho producto.

**Gasto:** son erogaciones que no se pueden recuperar.

**Precio:** es el costo del producto más la ganancia deseada

**Cuadro 17. Activos Fijos**

<b>OPERADORA TURISTICA PORTAL DEL RIO</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
3	ESCRITORIO EJECUTIVO	\$ 150,00	\$ 450,00
6	SILLAS EJECUTIVAS	\$ 18,00	\$ 108,00
2	ARCHIVADORES	\$ 50,00	\$ 100,00
2	SOFA DE ESPERA (ARTESANALES)	\$ 150,00	\$ 300,00
12	SILLAS DE MADERA (ARTESANALES)	\$ 20,00	\$ 240,00
5	MESAS DE MADERA (ARTESANALES)	\$ 40,00	\$ 200,00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$ 1.398,00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
1	LCD 50 PULGADAS	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	TELEFONO	\$ 30,00	\$ 30,00
1	CAFETERA	\$ 120,00	\$ 120,00
1	NEVERA	\$ 600,00	\$ 600,00
3	VENTILADORES	\$ 30,00	\$ 90,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	\$ 40,00	\$ 40,00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$ 1.880,00</b>
	<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		
3	COMPUTADORAS (LAPTOP)	\$ 550,00	\$ 1.650,00
2	IMPRESORAS MULTIFUNCIONAL	\$ 120,00	\$ 240,00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>\$ 1.890,00</b>
	<b>TERRENO</b>		
1	TERRENO 21m X 13m	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
	<b>TOTAL DE TERRENO</b>		<b>\$ 12.000,00</b>
	<b>VEHICULOS</b>		
1	BUS (USADO, MARCA HINO, AÑO 2004) CHIVA	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
	<b>TOTAL VEHICULOS</b>		<b>\$ 15.000,00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 32.168,00</b>

FUENTE: Activos Fijos

AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 18.**Inversión del proyecto

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.398,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.890,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.880,00
VEHICULO	\$ 15.000,00
TERRENO	\$ 12.000,00
MATERIALES DE EDIFICACION	\$ 9.000,00
MANO DE OBRA DE EDIFICACION	\$ 5.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 500,00
CAJA-BANCO	\$ 500,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>\$ 47.168,00</b>

**FUENTE:** Inversión del proyecto

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 20.**Depreciación de Activos Fijos

<b>DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$1.390,00	10%	\$11,58	\$139,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.890,00	33%	51,98	623,70
EQUIPO DE OFICINA	1.880,00	10%	15,67	188,00
VEHICULO	15.000,00	20%	250,00	3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$20.160,00</b>		<b>\$329,23</b>	<b>\$3.950,70</b>

FUENTE: Depreciación de Activos Fijos  
 AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 21.**Tabla de Amortización

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
-				<b>\$ 33.012,00</b>
1	\$ 6.602,40	\$ 4.291,56	\$ 10.893,96	\$ 26.409,60
2	\$ 6.602,40	\$ 3.433,25	\$ 10.035,65	\$ 19.807,20
3	\$ 6.602,40	\$ 2.574,94	\$ 9.177,34	\$ 13.204,80
4	\$ 6.602,40	\$ 1.716,62	\$ 8.319,02	\$ 6.602,40
5	\$ 6.602,40	\$ 858,31	\$ 7.460,71	-
	<b>\$ 33.012,00</b>	<b>\$ 12.874,68</b>	<b>\$ 45.886,68</b>	

FUENTE: Tabla de Amortización  
 AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 22.** Financiación, Tasa y Préstamo bancario

<b>FINANCIACION DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>\$ 47.160,00</b>
Financiado	<b>70%</b>	33.012,00
Aporte Propio	<b>30%</b>	14.148,00
		<b>\$ 47.160,00</b>

<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>13,00%</b>	<b>0,13</b>
		<b>0,13</b>

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Préstamo Bancario	<b>\$ 33.012,00</b>	<b>\$4.291,56</b>

**FUENTE:** Financiación, Tasa y Préstamo bancario

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 23.** Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
VENTAS	\$ 114.150,00
COSTOS FIJOS	\$ 32.754,59
COSTOS VARIABLES	\$ 9.230,70
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 35.636,31

**FUENTE:** Punto de Equilibrio

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Grafico 20. Punto de Equilibrio**



**FUENTE:** Punto de Equilibrio

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 24. Detalle de Costos**

<b>DETALLE DE GASTOS</b>																	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1 ADMINISTRADOR	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65
1 VENDEDOR	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
1 AGENTE DE VENTAS	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
1 GUIA TURISTICO	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
1 CONTADOR	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 4.006,80	\$ 4.207,14	\$ 4.417,50	\$ 4.638,37
APORTE PATRONAL	\$ 259,52	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 247,37	\$ 2.980,59	\$ 3.129,62	\$ 3.286,10	\$ 3.450,41	\$ 3.622,93
DECIMO CUARTO				\$ 1.590,00									\$ 1.590,00	\$ 1.669,50	\$ 1.752,98	\$ 1.840,62	\$ 1.932,65
DECIMO TERCERO												\$ 2.168,00	\$ 13.800,00	\$ 14.490,00	\$ 15.214,50	\$ 15.975,23	\$ 16.773,99
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 2.427,52</b>	<b>\$ 2.415,37</b>	<b>\$ 2.415,37</b>	<b>\$ 4.005,37</b>	<b>\$ 2.415,37</b>	<b>\$ 32.754,59</b>	<b>\$ 34.392,32</b>	<b>\$ 36.111,94</b>	<b>\$ 37.917,53</b>	<b>\$ 39.813,41</b>							
<b>GASTOS DE GENERALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ENERGIA ELECTRICA	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 345,00	\$ 675,00	\$ 1.335,00	\$ 2.655,00
TELEFONO	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 264,00	\$ 506,00	\$ 990,00	\$ 1.958,00	\$ 3.894,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 575,00	\$ 1.125,00	\$ 2.225,00	\$ 4.425,00
SERVICIOS DE INTERNET	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 216,00	\$ 414,00	\$ 810,00	\$ 1.602,00	\$ 3.186,00
COMBUSTIBLE	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 4.600,00	\$ 9.000,00	\$ 17.800,00	\$ 35.400,00
UTILES DE OFICINA	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 460,00	\$ 900,00	\$ 1.780,00	\$ 3.540,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 11,58	\$ 139,00	\$ 266,42	\$ 521,25	\$ 1.030,92	\$ 2.050,25
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTA	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 51,98	\$ 623,70	\$ 1.195,43	\$ 2.338,88	\$ 4.625,78	\$ 9.199,58
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 15,67	\$ 188,00	\$ 360,33	\$ 705,00	\$ 1.394,33	\$ 2.773,00
DEPRECIACION DE VEHICULO	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 5.750,00	\$ 11.250,00	\$ 22.250,00	\$ 44.250,00
GASTOS DE CONSTITUCION													\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 629,23</b>	<b>\$ 8.150,70</b>	<b>\$ 8.360,70</b>	<b>\$ 8.581,20</b>	<b>\$ 8.812,73</b>	<b>\$ 9.055,83</b>											
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
PUBLICIDAD	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 100,00					
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 1.080,00</b>	<b>\$ 1.134,00</b>	<b>\$ 1.190,70</b>	<b>\$ 1.250,24</b>	<b>\$ 1.312,75</b>
<b>TOS INDIRECTOS</b>	<b>3.156,75</b>	<b>3.124,60</b>	<b>3.124,60</b>	<b>4.734,60</b>	<b>3.124,60</b>	<b>3.124,60</b>	<b>3.144,60</b>	<b>3.124,60</b>	<b>3.144,60</b>	<b>3.124,60</b>	<b>3.144,60</b>	<b>5.312,60</b>	<b>41.985,29</b>	<b>43.887,02</b>	<b>45.883,84</b>	<b>47.980,49</b>	<b>50.181,98</b>

FUENTE: Detalle de Costos  
AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

### Cuadro 25. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	\$ -	\$ 114.150,00	\$ 119.857,50	\$ 125.850,38	\$ 132.142,89	\$ 138.750,04	\$ 630.750,81
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>\$ 114.150,00</b>	<b>\$ 119.857,50</b>	<b>\$ 125.850,38</b>	<b>\$ 132.142,89</b>	<b>\$ 138.750,04</b>	<b>\$ 630.750,81</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSION INICIAL	<b>\$ 47.160,00</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	\$ -	\$ 32.754,59	\$ 34.392,32	\$ 36.111,94	\$ 37.917,53	\$ 39.813,41	\$ 180.989,79
GASTO DE VENTAS	\$ -	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,70	\$ 1.250,24	\$ 1.312,75	\$ 5.967,68
GASTOS GENERALES	\$ -	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13	\$ 23.207,65
COSTOS DE VENTAS		\$ 38.094,00	\$ 39.998,70	\$ 41.998,64	\$ 44.098,57	\$ 46.303,50	\$ 210.493,40
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	\$ -	\$ -	\$ 4.466,87	\$ 4.880,78	\$ 5.308,95	\$ 5.752,08	\$ 6.210,94
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ 5.821,82	\$ 6.361,28	\$ 6.919,33	\$ 7.496,88	\$ 8.094,92
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 47.160,00</b>	<b>\$ 76.128,59</b>	<b>\$ 90.223,72</b>	<b>\$ 95.173,83</b>	<b>\$ 100.356,63</b>	<b>\$ 105.783,74</b>	<b>\$ 434.964,38</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>\$ -47.160,00</b>	<b>\$ 38.021,41</b>	<b>\$ 29.633,78</b>	<b>\$ 30.676,54</b>	<b>\$ 31.786,26</b>	<b>\$ 32.966,30</b>	<b>\$ 163.084,30</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
PRESTAMO BANCARIO	\$ 33.012,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>\$ 33.012,00</b>	<b>\$ -</b>		<b>\$ -</b>		<b>\$ -</b>	
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL	\$ -	\$ 6.602,40	\$ 6.602,40	\$ 6.602,40	\$ 6.602,40	\$ 6.602,40	\$ 33.012,00
PAGO DE INTERESES	\$ -	\$ 4.291,56	\$ 3.433,25	\$ 2.574,94	\$ 1.716,62	\$ 858,31	\$ 12.874,68
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 10.893,96</b>	<b>\$ 10.035,65</b>	<b>\$ 9.177,34</b>	<b>\$ 8.319,02</b>	<b>\$ 7.460,71</b>	<b>\$ 45.886,68</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>\$ 33.012,00</b>	<b>\$ -10.893,96</b>	<b>\$ -10.035,65</b>	<b>\$ -9.177,34</b>	<b>\$ -8.319,02</b>	<b>\$ -7.460,71</b>	<b>\$ -45.886,68</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ -14.148,00</b>	<b>\$ 27.127,45</b>	<b>\$ 19.598,14</b>	<b>\$ 21.499,21</b>	<b>\$ 23.467,24</b>	<b>\$ 25.505,59</b>	<b>\$ 117.197,62</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 27.627,45</b>	<b>\$ 47.225,59</b>	<b>\$ 68.724,79</b>	<b>\$ 92.192,03</b>	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 27.627,45</b>	<b>\$ 47.225,59</b>	<b>\$ 68.724,79</b>	<b>\$ 92.192,03</b>	<b>\$ 117.697,62</b>	
<b>TIR DEL NEGOCIO</b> 67%		La TIR para el negocio es del 67% es mas alta que el inversionista, eso quiere decir que tiene mas dividendos de la empresa.					
<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b> 42%		La TIR para el inversor (la que espera que sea mayor al 30%) surge del flujo (plata) que queda para él, y tiene menos dividendos en la empresa.					

FUENTE: Flujo de Caja  
AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 26. Costo de Ventas**

<b>COSTO DE VENTAS</b>							
<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b><u>PAQUETE TURISTICO "BAÑOS DEL GUAYAS"</u></b>						
<b>45</b>	TRASPORTE	<b>10,00</b>	3005,00	3.155,25	3.313,01	3.478,66	3.652,60
<b>45</b>	ALIMENTACION	<b>5,00</b>	2331,00	2.447,55	2.569,93	2.698,42	2.833,35
<b>45</b>	GUIANZA	<b>10,00</b>	3007,00	3.157,35	3.315,22	3.480,98	3.655,03
<b>45</b>	IMPREMENTOS PARA DEPORTES EXTREMOS	<b>15,00</b>					
	<b>TOTAL DE PAQUETE TURISTICO "BANOS DEL GUAYAS"</b>	<b>40,00</b>	<b>8343</b>	<b>8760,15</b>	<b>9198,158</b>	<b>9658,065</b>	<b>10140,97</b>
	<b><u>PAQUETE TURISTICO "RUTA DEL TREN AVENTURA"</u></b>						
<b>80</b>	TRASPORTE	<b>4,00</b>	2615,00	2.745,75	2.883,04	3.027,19	3.178,55
<b>80</b>	GUIANZA	<b>5,00</b>	2856,00	2.998,80	3.148,74	3.306,18	3.471,49
	<b>TOTAL DE PAQUETE TURISTICO "RUTA DEL TREN AVENTURA"</b>	<b>9,00</b>	<b>5471</b>	<b>5744,55</b>	<b>6031,778</b>	<b>6333,366</b>	<b>6650,035</b>
	<b><u>PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 1"</u></b>						
<b>40</b>	ALOJAMIENTO	<b>15,00</b>	3456,00	3.628,80	3.810,24	4.000,75	4.200,79
<b>40</b>	TRANSPORTACION	<b>10,00</b>	2857,00	2.999,85	3.149,84	3.307,33	3.472,70
<b>40</b>	GUIANZA	<b>8,00</b>	2618,00	2.748,90	2.886,35	3.030,66	3.182,20
	<b>TOTAL DE PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 1"</b>	<b>33,00</b>	<b>8931</b>	<b>9377,55</b>	<b>9846,428</b>	<b>10338,75</b>	<b>10855,69</b>
	<b><u>PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 2"</u></b>						
<b>35</b>	ALOJAMIENTO	<b>25,00</b>	4282,00	4.496,10	4.720,91	4.956,95	5.204,80
<b>35</b>	TRANSPORTACION	<b>20,00</b>	3758,00	3.945,90	4.143,20	4.350,35	4.567,87
<b>35</b>	GUIANZA	<b>20,00</b>	3759,00	3.946,95	4.144,30	4.351,51	4.569,09
<b>35</b>	CENA	<b>18,00</b>	3550,00	3.727,50	3.913,88	4.109,57	4.315,05
	<b>TOTAL DE PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 2"</b>	<b>83,00</b>	<b>15349,00</b>	<b>16116,45</b>	<b>16922,27</b>	<b>17768,39</b>	<b>18656,81</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>38094,00</b>	<b>39998,70</b>	<b>41998,64</b>	<b>44098,57</b>	<b>46303,50</b>

FUENTE: Costo de Ventas  
AUTORES: Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 27. Presupuesto de Ingresos**

PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	UNIDADES	P.U.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE TURISTICO "BAÑOS DEL GUAYAS"	\$ 45,00	\$ 65,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.200,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.925,00	\$ 2.200,00	\$ 33.650,00	\$ 35.332,50	\$ 37.099,13	\$ 38.954,08	\$ 40.901,79
PAQUETE TURISTICO "RUTA DEL TREN AVENTURA"	\$ 80,00	\$ 15,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 12.800,00	\$ 13.440,00	\$ 14.112,00	\$ 14.817,60	\$ 15.558,48
PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 1"	\$ 40,00	\$ 65,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 800,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 800,00	\$ 27.600,00	\$ 28.980,00	\$ 30.429,00	\$ 31.950,45	\$ 33.547,97
PAQUETE TURISTICO "RUTA SENDERO DE LA AVENTURA 2"	\$ 35,00	\$ 110,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 800,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 800,00	\$ 40.100,00	\$ 42.105,00	\$ 44.210,25	\$ 46.420,76	\$ 48.741,80
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>\$ 10.575,00</b>	<b>\$ 10.575,00</b>	<b>\$ 10.575,00</b>	<b>\$ 4.200,00</b>	<b>\$ 10.575,00</b>	<b>\$ 4.200,00</b>	<b>\$ 114.150,00</b>	<b>\$ 119.857,50</b>	<b>\$ 125.850,38</b>	<b>\$ 132.142,89</b>	<b>\$ 138.750,04</b>						

**FUENTE:** Presupuesto de Ingresos

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 28. Estado de Resultados y Ganancias**

Aquí mostramos los rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>							
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>VENTAS</b>	\$ 114.150,00	\$ 119.857,50	\$ 125.850,38	\$ 132.142,89	\$ 138.750,04	\$ 630.750,81
(-)	<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 38.094,00	\$ 39.998,70	\$ 41.998,64	\$ 44.098,57	\$ 46.303,50	\$ 210.493,40
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 76.056,00	\$ 79.858,80	\$ 83.851,74	\$ 88.044,33	\$ 92.446,54	\$ 420.257,41
	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	\$ 41.985,29	\$ 43.887,02	\$ 45.883,84	\$ 47.980,49	\$ 50.181,98	\$ 229.918,62
	ADMINISTRADOR	\$ 7.200,00	\$ 7.560,00	\$ 7.938,00	\$ 8.334,90	\$ 8.751,65	\$ 16.689,65
	VENDEDOR	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13	\$ 9.735,63
	AGENTE DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 13.908,04
	GUIA TURISTICO	\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43	\$ 11.126,43
	CONTADOR	\$ 3.816,00	\$ 4.006,80	\$ 4.207,14	\$ 4.417,50	\$ 4.638,37	\$ 8.845,51
	APORTE PATRONAL	\$ 2.980,59	\$ 3.129,62	\$ 3.286,10	\$ 3.450,41	\$ 3.622,93	\$ 6.909,03
	DECIMO CUARTO	\$ 1.590,00	\$ 1.669,50	\$ 1.752,98	\$ 1.840,62	\$ 1.932,65	\$ 3.685,63
	DECIMO TERCERO	\$ 2.168,00	\$ 2.276,40	\$ 2.390,22	\$ 2.509,73	\$ 2.635,22	\$ 5.025,44
	ENERGIA ELECTRICA	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79	\$ 417,24
	TELEFONO	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 291,06	\$ 305,61	\$ 320,89	\$ 611,95
	SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 695,40
	SERVICIOS DE INTERNET	\$ 216,00	\$ 226,80	\$ 238,14	\$ 250,05	\$ 262,55	\$ 500,69
	COMBUSTIBLE	\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22	\$ 5.563,22
	UTILES DE OFICINA	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 556,32
	DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 278,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 623,70	\$ 623,70	\$ 623,70	\$ 623,70	\$ 623,70	\$ 1.247,40
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 376,00
	DEPRECIACION DE VEHICULO	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
	GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30	\$ 1.390,80
	PUBLICIDAD	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,70	\$ 1.250,24	\$ 1.312,75	\$ 2.503,45
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 34.070,71	\$ 35.971,78	\$ 37.967,90	\$ 40.063,83	\$ 42.264,56	\$ 190.338,79
(-)	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 4.291,56	\$ 3.433,25	\$ 2.574,94	\$ 1.716,62	\$ 858,31	\$ 12.874,68
	<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	\$ 29.779,15	\$ 32.538,53	\$ 35.392,97	\$ 38.347,21	\$ 41.406,25	\$ 177.464,11
	PARTICIPACION EMPLEADOS	\$ 4.466,87	\$ 4.880,78	\$ 5.308,95	\$ 5.752,08	\$ 6.210,94	\$ 26.619,62
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	\$ 25.312,28	\$ 27.657,75	\$ 30.084,02	\$ 32.595,13	\$ 35.195,31	\$ 150.844,49
	IMPUESTO RENTA	\$ 5.821,82	\$ 6.361,28	\$ 6.919,33	\$ 7.496,88	\$ 8.094,92	\$ 34.694,23
	<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 19.490,45	\$ 21.296,47	\$ 23.164,70	\$ 25.098,25	\$ 27.100,39	\$ 142.769,88

Fuente: Estado de Resultados  
Autores: Javier Pando y Jennifer Gallegos

### Cuadro 29. Balance General

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	\$ 400,00	\$ 27.627,45	\$ 47.225,59	\$ 68.724,79	\$ 92.192,03	\$ 117.697,62
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 27.627,45</b>	<b>\$ 47.225,59</b>	<b>\$ 68.724,79</b>	<b>\$ 92.192,03</b>	<b>\$ 117.697,62</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
DEPRECIAC. ACUMULADA		\$ 3.950,70	\$ 7.901,40	\$ 11.852,10	\$ 15.802,80	\$ 19.753,50
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 20.160,00</b>	<b>\$ 16.209,30</b>	<b>\$ 12.258,60</b>	<b>\$ 8.307,90</b>	<b>\$ 4.357,20</b>	<b>\$ 406,50</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 20.560,00</b>	<b>\$ 43.836,75</b>	<b>\$ 59.484,19</b>	<b>\$ 77.032,69</b>	<b>\$ 96.549,23</b>	<b>\$ 118.104,12</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	\$ 33.012,00	\$ 26.409,60	\$ 19.807,20	\$ 13.204,80	\$ 6.602,40	\$ -
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	\$ -	\$ 4.466,87	\$ 4.880,78	\$ 5.308,95	\$ 5.752,08	\$ 6.210,94
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ -	\$ 5.821,82	\$ 6.361,28	\$ 6.919,33	\$ 7.496,88	\$ 8.094,92
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 33.012,00</b>	<b>\$ 36.698,30</b>	<b>\$ 31.049,26</b>	<b>\$ 25.433,07</b>	<b>\$ 19.851,36</b>	<b>\$ 14.305,86</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	\$ 14.148,00	\$ 14.148,00	\$ 14.148,00	\$ 14.148,00	\$ 14.148,00	\$ 14.148,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ -	\$ 19.490,45	\$ 21.296,47	\$ 23.164,70	\$ 25.098,25	\$ 27.100,39
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	\$ -	\$ -	\$ 19.490,45	\$ 40.786,92	\$ 63.951,62	\$ 89.049,87
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 14.148,00</b>	<b>\$ 33.638,45</b>	<b>\$ 54.934,92</b>	<b>\$ 78.099,62</b>	<b>\$ 103.197,87</b>	<b>\$ 130.298,26</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 20.560,00</b>	<b>\$ 43.836,75</b>	<b>\$ 59.484,19</b>	<b>\$ 77.032,69</b>	<b>\$ 96.549,23</b>	<b>\$ 118.104,12</b>

**Fuente:** Balance General  
**Autores:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 30.** Tasa de descuento y Rendimiento promedio

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	16,00%

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	\$ 163.084,30
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	\$ 47.160,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	69,16%

**FUENTE:** Tasa de Descuento y Rendimiento promedio

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

**Cuadro 31.** VAN & TIR

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		\$ 107.675,98
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>\$ 61.015,98</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1.76
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	76.47
<b>TASA INTERNA DE RETORNO DEL NEGOCIO</b>		<b>66,88%</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA</b>		<b>42,07%</b>

**FUENTE:** VAN & TIR

**AUTORES:** Javier Pando y Jennifer Gallegos

## CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ Se determinó de qué manera afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas.
- ✓ Se identificó las necesidades de los turistas para ofrecer productos adecuados en el mercado.
- ✓ Se evaluó el grado publicitario que impide el reconocimiento turístico del Cantón.

## RECOMENDACIONES

Entre las principales recomendaciones se destacan las siguientes:

- ✓ Incentivar a los habitantes del Cantón Bucay y alrededores con capacitaciones para que presten un trato cordial y brinden un servicio de calidad para que el turista quede satisfecho y decida regresar, esto va atraer mayor flujo turístico al cantón.
- ✓ Ofrecer paquetes turísticos donde se brinden actividades adecuadas para cada turista dependiendo sus edades y condiciones físicas.
- ✓ Realizar gestiones junto con las autoridades municipales del Cantón para promover la difusión turística que permita el reconocimiento del Cantón Bucay y los alrededores dentro y fuera del mismo.

## BIBLIOGRAFIA

1. ACERENZA Miguel Ángel: Agencia de Viajes, Operación y plan de negocios, Editorial Trillas, S.A., México, 2010.
2. AMAT Oriol y CAMPA Fernando: Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles, Editorial Profit, Barcelona, 2011.
3. ARRUDA GOMES, Danielle y BRANCO ARAUJO Marília: Oferta turística virtual: Un estudio del metaverso, Estudios y Perspectivas en Turismo, vol.21, Brasil, 2012.
4. CAMPO Sara y YAGÜE María Jesús: Publicidad y promoción en las empresas turísticas, Editorial Síntesis S.A., Madrid, 2011.
5. CASTEJON MONTIJANO, Rafael, GOMEZ BARROSO, José y MENDEZ PEREZ, Esther: Introducción a la economía para Turismo, Pearson Educación, S.A, Madrid, 2003.
6. CRESPI Montserrat y PLANELLS Margarita: Destinos Turísticos, Editorial Síntesis, S.A., Madrid, 2011.
7. C. BOULLON, Roberto: Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista, Editorial Trillas, México, 2009.
8. ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO: Creación de una hostería en el Cantón Mera, Provincia de Pastaza.
9. GOMEZ SALGADO, Diana: Impulso a las prácticas de Turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac- Ñan o camino principal Andino – Análisis de la oferta turística, Tesis previa a la obtención del título de Ingeniera en la carrera

- de Administración Turística y Hotelera, Escuela de Hotelería y Turismo, Universidad Técnica Particular de Loja, Loja, Ecuador, 2010.
10. HERNANDEZ DIAZ, Edgar: Proyectos Turísticos, formulación y evaluación, Editorial Trillas, S.A., México, 2010.
  11. IBANEZ, Reyna y RODRIGUEZ VILLALOBOS, Ismael: Tipología y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo, <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>, extraído el 04 de Julio de 2013.
  12. LANQUAR, Robert: Marketing Turístico: de lo global a lo local, Editorial Ariel, S.A, Barcelona, 2001.
  13. LOPEZ VILLA, Adriana: Elaboración de paquetes turísticos para grupos de voluntarios extranjeros en el Cantón Quito, Provincia de Pichincha, Tesis presentada como requisito para obtener el Título de Ingeniera en Ecoturismo, Escuela de Ingeniería en Turismo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador, 2011.
  14. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACION, PESCA Y COMPETITIVIDAD: Benchmarking del turismo ecuatoriano, Impresión Diagraff, Quito, 2001.
  15. MONTANER MONTEJANO, Jordi: Estructura del mercado turístico, Editorial Síntesis, S.A, Madrid, 1996.
  16. NEVAREZ ROJAS, Vicente: El desarrollo del Turismo en el Ecuador: fundamentos y realidades, Talleres Imprenta Segura Cía. Ltda., Guayaquil, 2006.
  17. Nueva Enciclopedia Universal Carroggio: Tomo 25, Carroggio, S.A. de Ediciones, España, 1911.
  18. OCHOA HERNANDEZ, Rosa: Promoción turística del Ecuador a través de una Agencia de Viajes, proyecto previo a la obtención del título de Ingeniera

Comercial, Facultad de Ciencias Económicas, Administración y Auditoría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, 1994.

19. OLMOS JUAREZ, Lourdes y GARCIA CEBRIAN, Rafael: Estructura del Mercado Turístico, Ediciones Paraninfo S.A, Madrid.

20. THISISECUADOR: “welcometo Ecuador”, The most complete guide of Ecuador since 1968, Septiembre 2012, Quito.

21. VACAS GUERRERO, Catalina: Contabilidad financiera para empresas turísticas: Editorial Síntesis, S.A, Madrid, 2012.

22. VIGNATI SCARPATI, Federico: Gestión de Destinos Turísticos: como atraer personas a polos, ciudades y países, Editorial Trillas, México, 2009.

## LINCOGRAFIA

23. CEPLAES: <http://www.ceplaes.org.ec/pdf/Boletin%20N%2017bis%20La%20oferta%20turistica%20en%20Quito.pdf>.
24. DESTINO BUCAY: Presentación Análisis del Potencial Turístico, <http://destinobucay.com/PresentacionAnalisisdelPotencialTuristico.pdf>.
25. DESTINO BUCAY: <http://destinobucay.com/PROYECTO.html>.
26. GAD DEL CANTON BUCAY: [http://www.municipiobucay.gob.ec/pw\\_bucay.php](http://www.municipiobucay.gob.ec/pw_bucay.php).
27. INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos, [http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB\\_iframe=true&height=450&width=800'%20rel=slbox](http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800'%20rel=slbox).
28. LA PREFECTURA DEL GUAYAS: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/quiasturísticas/>.
29. METROPOLITAN TOURING: <http://www.metropolitantouring.com>.
30. MINISTERIO DE TURISMO: <http://www.turismo.gob.ec>.
31. MINISTERIO DE TURISMO: La Experiencia Turística del Ecuador, [http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadísticas/Minis\\_Turismo\\_folleto\\_español\\_completo.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadísticas/Minis_Turismo_folleto_español_completo.pdf).

**ANEXOS**

## ANEXO 1 MATRIZ

### TITULO

### DISEÑO DE UNA OPERADORA DE TURISMO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTON GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS

PROBLEMA	FORMULACION	OBJ. GENERAL	HIP. GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	MARCO TEORICO	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
Poca oferta turística que ofrece, se pierde un conocimiento vivo de culturas impidiendo el desarrollo de una mejor comprensión, todo esto implica un problema que imposibilita el desarrollo a nivel de la región y el país.	¿Qué factores están afectando a la oferta turística para que no contribuya al grado de desarrollo del Cantón Bucay?	Analizar los factores que afectan a la oferta turística y su relación con el grado de desarrollo en el Cantón Bucay.	Si se realiza un buen análisis de los factores que afectan la oferta turística, entonces esta contribuye al desarrollo del Cantón Bucay.	Oferta Turística	Desarrollo del Cantón	<p style="text-align: center;"><b>CAPÍTULO II</b></p> <p style="text-align: center;"><b>MARCO TEORICO</b></p> <p><b>2.1 MARCO TEÓRICO</b></p> <p>2.1.1 Antecedentes Históricos</p> <p>2.1.2 Antecedentes Referenciales</p>		
CAUSAS	SISTEMATIZACION	OBJ. ESPECIFICOS	HIP. PARTICULAR	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE			
1. Servicio turístico inadecuado por parte de la comunidad hacia los turistas.	1. ¿De qué manera afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas que visitan el Cantón Bucay?	1. Determinar cómo afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas.	1. Si se brinda un servicio oportuno por parte de la comunidad, entonces esto atrae mayor flujo turístico al cantón.	Servicio oportuno de la comunidad	Flujo turístico		<p>1. Se determinó de qué manera afecta el servicio inadecuado por parte de la comunidad a los turistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insatisfacción en los turistas.</li> <li>• Se crean y se difunden malos comentarios.</li> </ul>	<p>1. Incentivar a los habitantes del Cantón Bucay y alrededores con capacitaciones que presten un trato cordial y brinden un servicio de calidad para que el turista quede satisfecho y decida regresar, esto va a atraer mayor flujo turístico al cantón.</p>

<p>2. Ausencia de productos turísticos adecuados en el mercado.</p>	<p>2. ¿Cómo influye la ausencia de productos turísticos adecuados en el mercado?</p>	<p>2. Identificar las necesidades de los turistas para ofrecer productos turísticos adecuados en el mercado.</p>	<p>2. Si se incrementan los productos turísticos adecuados en el mercado, entonces se desarrolla la demanda turística en el cantón.</p>	<p>Productos turísticos adecuados</p>	<p>Demanda turística</p>	<p>2. Se Identificó las necesidades de los turistas para ofrecer productos adecuados en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paquetes turísticos para adultos mayores.</li> <li>• Deportes extremos para jóvenes.</li> </ul>	<p>2. Ofrecer paquetes turísticos donde se brinden actividades adecuadas para cada turista dependiendo sus edades y condiciones físicas.</p>
<p>3. Carencia de publicidad para poder ofertar Bucay turísticamente.</p>	<p>3. ¿Que está incidiendo para que no se desarrolle una mejor publicidad en cuanto a la oferta turística del cantón?</p>	<p>3. Evaluar el grado publicitario que permite el reconocimiento turístico del cantón.</p>	<p>3. Si se evalúa el grado publicitario, entonces permite un reconocimiento turístico del Cantón Bucay y alrededores.</p>	<p>Grado publicitario</p>	<p>Reconocimiento turístico</p>	<p>3. Se evaluó el grado publicitario que impide el reconocimiento turístico del Cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca motivación en las autoridades municipales a trabajar en favor de la publicidad turística del Cantón.</li> </ul>	<p>3. Realizar gestiones junto con las autoridades municipales del Cantón para promover la difusión turística que permita el reconocimiento del Cantón Bucay y los alrededores dentro y fuera del mismo.</p>

**ANEXO 2**  
**ENCUESTA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

La presente encuesta esta dirigida a la población del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), con el objetivo de hacer un análisis situacional de la oferta turística y su relacion con el grado de desarrollo del cantón. Favor sírvase contestar las siguientes preguntas, lo cual le agradecemos con anticipación.

**\*\* OFERTA TURISTICA:** Es un conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se organizan de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

**\*\* OPERADORA DE TURISMO:** compañía de turismo que comercializa los servicios generados por un Operador Turístico, (agente que participa en la actividad turística en calidad de intermediario entre el consumidor o turista, y el producto turístico, bien, servicio o destino turístico).

**Marque con una X la respuesta de su elección.**

1.-) ¿Cree Ud., que la \*\*oferta turística contribuye al grado de desarrollo del Cantón Bucay?

SI  NO  NO RESPONDE

2.-) ¿Cree Ud., que la oferta turística actual de Bucay es baja, por lo cual no existe la visita de turistas?

SI  NO  NO RESPONDE

3.-) ¿Considera Ud., que un buen servicio brindado de parte de los establecimientos turísticos de Bucay atraerían aún más al visitante?

SI  NO  NO RESPONDE

4.-) ¿Cree Ud., que un servicio de calidad aumenta el flujo turístico y por ende un mayor crecimiento económico?

SI  NO  NO RESPONDE

5.-) ¿Considera Ud., que los propietarios de la planta turística tales como alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, esparcimiento y transportación del Cantón Bucay y sus alrededores han sido capacitados para poder atender las necesidades del cliente?

SI  NO  NO RESPONDE

6.-) ¿Cree Ud., que actualmente el cantón cuenta con una buena oferta turística, que permita ser reconocido inmediatamente apenas llegue un turista?

SI  NO  NO RESPONDE

7.-) ¿Cree Ud., que la ausencia de productos turísticos disminuye el nivel de la oferta turística?

SI  NO  NO RESPONDE

8.-) ¿Considera Ud., que el Municipio del cantón fomenta el turismo u organiza actividades con fines turísticos para el desarrollo del mismo?

SI  NO  NO RESPONDE

9.-) ¿Cree Ud., que en Bucay existe una operadora de turismo establecida legalmente?

SI  NO  NO RESPONDE

10.-) ¿Considera Ud., que el Cantón Bucay recién se está potencializando turísticamente?

SI  NO  NO RESPONDE

11.-) ¿Cree Ud., que Bucay debe promocionar sus productos turísticos para atraer una mayor demanda?

SI  NO  NO RESPONDE

12.-) ¿Considera Ud., oportuno la creación de una \*\*Operadora de Turismo para fomentar el desarrollo turístico del cantón?

SI  NO  NO RESPONDE

## ANEXO 3

### AUTORIZACION PARA EJECUTAR LA PROPUESTA



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE  
GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY)

## CERTIFICACION

A petición de los futuros profesionales en Turismo, tengo a bien **CERTIFICAR**:

Que el presente Proyecto de "Diseño de una Operadora Turística para el Desarrollo del Turismo Sostenible en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas; realizado por los señores Jennifer Lorena Gallegos Ramos y Javier Patricio Pando Moreno, que vienen laborando desde hace meses atrás, desde el punto de vista de este Departamento de Turismo tiene una viabilidad y gran aportación al proceso de desarrollo turístico que esta Municipalidad se ha planteado en conjunto con otros grupos involucrados, para posesionar a nuestro cantón como Destino de Turismo; donde queda aprobado el mencionado tema de tesis de grado.

Además nos hemos propuesto mejorar desarrollo socio económico de los habitantes de Bucay y sus alrededores, con la implementación de proyectos de esta índole.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad, pudiendo el Comité hacer uso del presente documento de la forma que considere conveniente.

Atentamente.

  
**Lcdo. Jorge Montalvo I.**  
**JEFE DE TURISMO**  
Municipio de General  
Antonio Elizalde (Bucay)



GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
DE GENERAL ANTONIO ELIZALDE  
(BUCAY)  
**JEFATURA DE TURISMO**

  
**Lcdo. Víctor Lozano**  
**ASISTENTE DE TURISMO**  
Municipio de General  
Antonio Elizalde (Bucay).

Dirección: 19 de Agosto entre Av. Paquisha y Calle 5 de Junio  
Telf.: Conmutador: 2728 120 \* 2728 145 \* 2728 026 \* Fax: 2727 525  
E-mail: municipiobucay@hotmail.com \* Web: www.municipiobucay.gob.ec  
Bucay - Ecuador

## ANEXO 4

### MODELO DE SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJES



#### SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJE



.....a.....de.....del 20.....

Yo,....., en calidad de Representante Legal de la Empresa....., solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo, se digne de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón social (Persona Jurídica): .....

Denominación: .....

Ubicación: .....

Provincia Cantón Ciudad

.....  
Calle N°. Transversal Sector N°. Teléfono

Fecha constitución: .....

Registro Único de Contribuyentes: .....

Monto de Inversión: .....

Número de empleados: .....

Tipo de Agencia: Internacional..... Operadora..... Mayorista.....

Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------

CROQUIS

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------

## SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJE

### REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia **certificada** (Notariada, Fiel copia de original) de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento
- Quito:** Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
- Guayaquil:** Av. Francisco de Orellana y Alberto Borges, Edificio Centrum (CLARO), Piso 9, Oficina 5
- Cuenca:** Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:
- 5.1 Para agencias de viajes mayoristas**, el equivalente a **cuatro mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y,
- 5.2 Para agencias de viajes internacionales**, el equivalente es de **seis mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,
- 5.3 Para agencias de viajes operadoras**, el equivalente es de **ocho mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.
6. 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 a nivel ejecutivo en 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, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.
7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

**NOTA:** Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts<sup>2</sup> (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.

ANEXO 5  
PERMISOS

PATENTE DE COMERCIO

  
MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN  
LOS PUENTES  
Consejo Cantonal

# PATENTE

DE COMERCIANTES, INDUSTRIALES  
Y OTRAS ACTIVIDADES QUE EJERZAN EN EL CANTÓN

Nº. 005025

De conformidad con el capítulo VIII de la ley de Régimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación del impuesto de patentes, se confiere en esta fecha la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a: .....

Propiedad de: ..... RUC: .....

Situado en la calle, .....

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado hasta con la clausura

Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2012

Registro Nº.

**VALOR US \$3,50**

18 SEP 2012  
CANCELLADO  
TESORERÍA

ORIGINAL: CONTRIBUYENTE  
COPIA: TESORERÍA

Imprenta "ARTES" Cumandá: Av. Los Puentes \*Tel.: 2728-373 10B 100X2 Nº. 5.001 - 6.000

# PERMISO DE FUNCIONAMIENTO CUERPO DE BOMBEROS



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY)  
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO  
CUERPO DE BOMBEROS**

0002735

REGISTRO		CONTRIBUYENTE	
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		CATEGORÍA	AÑO
UBICACIÓN		Tasa de Servicio \$	
CALLE		Bonificación \$ <input type="checkbox"/>	Total \$
SECTOR	SOLAR		
FECHA DE EMISIÓN			
		TESORERO	

Imprenta ARTES. Comandó: Av. Los Puentes S/N \*Tel: 2728-373 1081 100x3 N°. 2.501 - 3.500

## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

**SRI**  
...le hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0925380974001  
 APELLIDOS Y NOMBRES: HERRERA NAULA LUIS ALFREDO  
 NOMBRE COMERCIAL:  
 CLASE CONTRIBUYENTE: RISE OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO  
 CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSIÓN TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO: 03/05/1985 FEC. ACTUALIZACIÓN:  
 FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/09/2011 FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:  
 FEC. INSCRIPCIÓN: 16/09/2011 FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:  
 VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR

DOMICILIO TRIBUTARIO:  
 Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: FEBRES CORDERO Calle: 41 AVA. Número: SN Intersección:  
 CALLEJON G Referencia: A UNA CUADRA DE LA ESCUELA AMIGOS DEL SABER Teléfono: 0949650983  
 DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:  
 \* REGIMEN SIMPLIFICADO  
 ACTIVIDADES DE COMERCIO Cuota mensual a pagar: 1.17  
 El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).  
 Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1  
 JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SURI GUAYAS CERRADOS: 0

Miguel Angel Lopez Plaza  
 DELEGADO DEL RUC  
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
 LITORAL SURI

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: *Luis Herrera* SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

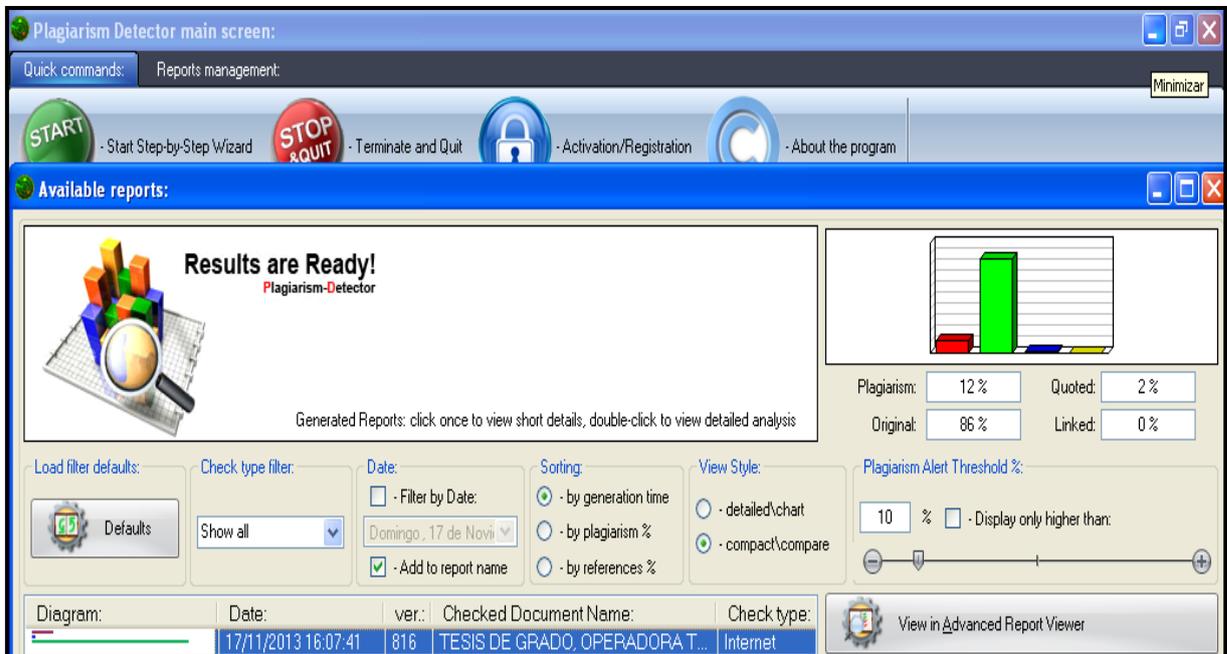
Usuario: MALP030507 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 16/09/2011 16:28:03

Página 1 de 2

SRI.gov.ec

## ANEXO 6

### RESULTADOS DE PLAGIO



**ANEXO 7**  
**FOTOGRAFIAS**

