



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

PROPUESTA DE FACTIBILIDAD FINANCIERA DE UNA OPERADORA  
TURÍSTICA QUE OFREZCA SERVICIOS DE GUIANZA RECREATIVOS Y  
ECOTURISTICOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

**AUTOR**

**Jalón Díaz, Carlos Eduardo**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
INGENIERO COMERCIAL**

**TUTOR:**

**ING. MURILLO DELGADO ERICK PAUL, MAE.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Carlos Eduardo Jalón Díaz**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**

### TUTOR

---

**Ing. Erick Paul Murillo Delgado, MAE.**

### DIRECTOR DE LA CARRERA

---

**Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.**

**Guayaquil, Septiembre del 2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECOÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Carlos Eduardo Jalón Díaz**

**DECLARO QUE**

El Trabajo de Titulación “**Propuesta De Factibilidad Financiera De Una Operadora Turística Que Ofrezca Servicios De Guianza Recreativos Y Ecoturísticos En La Ciudad De Guayaquil**” previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de **mi** total autoría.

En virtud de esta declaración, **me responsabilizo** del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **aplicado** referido.

**Guayaquil, Septiembre del 2015**

**EL AUTOR**

---

**Carlos Eduardo Jalón Díaz**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Carlos Eduardo Jalón Díaz**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Propuesta De Factibilidad Financiera De Una Operadora Turística Que Ofrezca Servicios De Guianza Recreativos Y Eco turísticos En La Ciudad De Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de **mi** exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, Septiembre del 2015**

**EL AUTOR**

---

**Carlos Eduardo Jalón Díaz**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia, por estar siempre pendientes de mí y mis decisiones y motivarme a culminar este proceso.

A mis amigos que siempre me insistieron para culminar y cumplir esta meta.

A mis queridas asistentes de la carrera de Administración de Empresas quienes también han sido muy pacientes y colaboradoras en todo momento.

Y a todos quienes en algún momento me brindaron su ayuda.

**CARLOS EDUARDO JALÓN DÍAZ**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN .....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN .....	9
Justificación.....	9
Objetivos .....	10
Objetivo general .....	10
Objetivos específicos.....	10
CAPITULO I.....	11
1.1 MARCO TEÓRICO .....	11
1.1.1 Definición de turismo.....	11
1.1.2 Clasificación del turismo .....	12
1.1.3 Ecoturismo.....	14
1.1.4 El sistema turístico.....	16
1.1.5 El turismo en el Ecuador.....	17
1.1.6 Importancia del turismo.....	18
1.1.7 El turismo en Guayaquil.....	24
1.1.8 Ecoturismo en Guayaquil.....	27
CAPITULO II .....	30
2.1 MARCO REFERENCIAL .....	30
2.2 MARCO LEGAL.....	32
2.2.1 En relación a la Ley de Turismo .....	32
2.2.2 En Relación al Plan Nacional del Buen Vivir: .....	43
2.2.3 En Relación a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.....	48
2.3 MARCO CONCEPTUAL: .....	55
2.4 PLAN DE MARKETING: .....	57
2.4.1 Productos.....	57
a. Guayaquil Contemporáneo y Patrimonial: .....	57
b. Guayaquil Verde: .....	65
2.4.2 Plaza: .....	72
2.4.3 Precio:.....	73

2.4.4 Promoción y comunicación:.....	74
CAPITULO III .....	76
3.1 PROPUESTA .....	76
3.1.1 Estudio Organizacional .....	76
3.1.2 Características de la Empresa: .....	77
3.1.3 Misión: .....	78
3.1.4 Visión: .....	78
3.1.5 Organigrama: .....	78
3.1.6 Análisis de la Competencia .....	82
3.2 ANALISIS FODA .....	84
3.2.1 Análisis Interno.....	84
3.2.2 Análisis Externo .....	86
3.3 MARCO METODOLÓGICO .....	88
3.3.1 Modalidad de Investigación.....	88
3.3.2 Población .....	88
3.3.3 Muestra .....	89
3.3.4 Tamaño de la Muestra .....	89
3.3.5 Instrumentos de recolección de datos .....	90
3.3.6 Procedimiento de la Investigación .....	90
3.3.7 Análisis de Resultados de Encuesta .....	91
Mercado Meta: .....	111
CAPITULO IV.....	112
4.1 ANALISIS FINANCIERO .....	112
4.1.1 Inversión en Activos .....	112
4.1.2 Plan de Inversión y Financiamiento:.....	113
4.1.3 Depreciación de Activos:.....	115
4.1.4 Sueldos y Salarios .....	116
4.1.5 Gastos Administrativos y Financieros.....	117
4.1.6 Capacidad Instalada:.....	118
4.1.7 Costos Variables .....	119
4.1.8 Punto de Equilibrio: .....	121
4.1.9 Flujo de Caja.....	122
4.1.10 VAN y TIR .....	123
4.1.11 Estado de Resultados .....	124

4.1.12 Balance General .....	125
4.2 Indicadores Financieros.....	126
4.2.1 De Liquidez: .....	126
4.2.2 De Eficiencia: .....	127
4.2.3 De Endeudamiento: .....	128
CONCLUSIONES .....	130
RECOMENDACIONES .....	131
BIBLIOGRAFIA .....	132
ANEXOS.....	134



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Peso del Consumo Emisor (PIB) .....	19
Tabla N° 02: Peso del Consumo Emisor (PIB) .....	20
Tabla N° 03: Balanza Turística (PIB).....	21
Tabla N° 04: Consumo Turístico Receptor (Bienes) .....	22
Tabla N° 05: Consumo Turístico Receptor .....	23
Tabla N° 06: Bicitour 1 .....	59
Tabla N° 07: Bicitour 2 .....	60
Tabla N° 08: Bicitour 3 .....	66
Tabla N° 09: MTB Tour .....	67
Tabla N° 10: Kayak Tour .....	68
Tabla N° 11: Sexo de los Encuestados .....	91
Tabla N° 12: Edad de los Encuestados .....	92
Tabla N° 13: ¿Primera visita a Ecuador?.....	93
Tabla N° 14: ¿Con quién visitó la ciudad?.....	94
Tabla N° 15: Tiempo de Estadía .....	96
Tabla N° 16: Motivos de visita a Guayaquil .....	97
Tabla N° 17: Actividades Realizadas durante estadía .....	98
Tabla N° 18: ¿Interés en Turismo Alternativo? .....	99
Tabla N° 19: Preferencia de Actividades .....	100
Tabla N° 20: Preferencia de Actividades .....	101
Tabla N° 21: Preferencia de Actividades .....	102
Tabla N° 22: ¿Suficiente Información Turística?.....	103
Tabla N° 23: ¿Ha contratado servicios de Operadoras en Guayaquil? ....	104
Tabla N° 24: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 1 .....	105
Tabla N° 25: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 2.....	106
Tabla N° 26: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 3.....	107
Tabla N° 27: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?.....	108
Tabla N° 28: Fuentes de Información Turística .....	109
Tabla N° 29: Detalle de Inversión de Activos.....	112
Tabla N° 30: Plan de Inversiones .....	113
Tabla N° 31: Plan de financiamiento .....	113
Tabla N° 32: Préstamo .....	114
Tabla N° 33: Depreciación de Activos .....	115

Tabla N° 34: Sueldos .....	116
Tabla N° 35: Gastos Administrativos y Financieros .....	117
Tabla N° 36: Capacidad Instalada de la Empresa .....	118
Tabla N° 37: Bicitour 1 .....	119
Tabla N° 38: Bicitour 2 .....	119
Tabla N° 39: Bicitour 3 .....	120
Tabla N° 40: MTB Tour .....	120
Tabla N° 41: Kayak tour .....	120
Tabla N° 42: Punto de Equilibrio .....	121
Tabla N° 43: Flujo de Caja .....	122
Tabla N° 44: VAN y TIR .....	123
Tabla N° 45: Estado de Resultados.....	124
Tabla N° 46: Balance General.....	125
Tabla N° 47: Razón Corriente .....	126
Tabla N° 48: Rentabilidad sobre Activos y Patrimonio.....	127
Tabla N° 49: Autonomía.....	128

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01: Ubicación Geográfica de Guayaquil .....	24
Gráfico N° 02: Ingreso de Turistas al Ecuador (2009-2014) .....	26
Grafico N° 03: Plaza de la Administración .....	61
Grafico N° 04: Parque Seminario .....	62
Grafico N° 05: Malecón del Salado .....	63
Grafico N° 06: Plaza del Centenario.....	63
Grafico N° 07: Museo Buque Calderon .....	64
Grafico N° 08: Plaza de la Administración.....	69
Grafico N° 09: Bosque Protector Cerro Blanco.....	70
Grafico N° 10: Puerto Hondo.....	71
Gráfico N° 11: Organigrama .....	78
Gráfico N° 12: Sexo de los Encuestados.....	92
Gráfico N° 13: Edad de los Encuestados.....	93
Gráfico N° 14: Primera visita Ecuador .....	94
Gráfico N° 15: ¿Con quién viaja? .....	95
Gráfico N° 16: Tiempo de Estadía en Guayaquil .....	96
Gráfico N° 17: Motivos de visita a Guayaquil.....	97
Gráfico N° 18: Actividades Realizadas durante estadía.....	98
Gráfico N° 19: Interés en Turismo Alternativo .....	99
Gráfico N° 20: Preferencia de Actividades – Prioridad 1.....	100
Gráfico N° 21: Preferencia de Actividades – Prioridad 2.....	101
Gráfico N° 22: Preferencia de Actividades – Prioridad 3.....	102
Gráfico N° 23: ¿Existe suficiente Información Turística de la ciudad? .....	103
Gráfico N° 24: ¿Ha utilizado servicios de operadoras en Guayaquil? .....	104
Gráfico N° 25: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 1 .....	105
Gráfico N° 26: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 2 .....	106
Gráfico N° 27: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 3 .....	107
Gráfico N° 28: Aprobación de nuestros servicios.....	108
Gráfico N° 29: Fuentes de información turística .....	109
Gráfico N° 30: Razón Corriente.....	126
Gráfico N° 31: Rentabilidad sobre Activos y Patrimonio .....	128
Gráfico N° 32: Autonomía .....	129

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo general determinar la factibilidad de crear una operadora turística cuyos servicios sean ecológicos y amigables con el medio ambiente, buscando promover un turismo alternativo y de aventura en la ciudad de Guayaquil, aprovechando espacios poco promocionados de la ciudad y de una forma diferente, utilizando la bicicleta como principal instrumento de transporte dentro de los diferentes recorridos.

El proyecto está enfocado principalmente hacia el turista extranjero ya que se ha considerado este mercado como el de mayor potencial debido a las pocas alternativas de servicios de guianza que existen actualmente para este mercado dentro de la ciudad. A lo largo del estudio se busca medir la aceptación de este tipo de servicios y a lo largo del mismo surgen otras interrogantes que nos llevan a conocer un poco más el perfil del turista extranjero que visita la ciudad, como el por qué motivos visitan la ciudad, si el turista viaja solo o acompañado, las actividades tradicionales que el turista extranjero realiza en la ciudad, los medios que el turista utiliza para informarse sobre que sitios visitar en la ciudad, etc.

El documento final es el resultado de una investigación bibliográfica que permitió la recolección de información general sobre el turismo en el país y en la ciudad y posteriormente se analiza mediante un trabajo de campo, es decir encuestas, realizadas en distintos puntos de la ciudad exclusivamente a turistas extranjeros que visitaron y pernoctaron en la ciudad de Guayaquil.

**Palabras clave:** turismo, ecoturismo, turismo alternativo, factibilidad, bicicleta, Guayaquil.

## ABSTRACT

This degree work has the general objective to determine the feasibility of creating a tour operator whose services are ecological and friendly to the environment, seeking to promote an alternative tourism and adventure in the city of Guayaquil, taking advantage of some areas of the city and promoted in a different way, using the bicycle as the main instrument of transport within the different routes..

The project is mainly focused on foreign tourists because this market has been considered as the most potential because of the few alternatives for guidance services that currently exist for this market in the city. Throughout the study is to measure the acceptance of such services and along the same raises other questions that lead us to know a little more the profile of foreign tourists visiting the city, including the reasons why visiting the city, if the tourist traveling alone or accompanied, traditional activities that the foreign tourist place in the city, means that tourists used to report on what sites to visit in the city, etc.

The final document is the result of a literature investigation that led to the collection of general information on tourism in the country and the city and subsequently analyzed by a field, that is surveys conducted at different points in the city exclusively foreign tourists who visited and stayed overnight in the city of Guayaquil

**Keywords:** Tourism, eco-tourism, alternative tourism, feasibility, bicycle, Guayaquil.

## INTRODUCCIÓN

### **Justificación**

La presente disertación hace un análisis crítico al actual sistema de guianza eco turístico aplicado a la ciudad de Guayaquil, considerando a la actividad de guianza como parte esencial de la experiencia que proporciona este producto turístico dentro del área de Guayaquil.

Proporciona una propuesta adecuada a las condiciones actuales tanto de la infraestructura, como de las tendencias actuales de conocimientos del público al que está dirigido este producto.

Hoy existen muchas empresas de servicio de guianza cuyo énfasis es la conservación del medio ambiente, la cual es multifuncional puesto que busca socializar y promover la convivencia y el respeto por la cultura y el medio ambiente por medio de mensajes e información.

Los servicios de guianza ecoturística permiten que el público pueda realizar una convivencia amigable con el ambiente mediante acciones cotidianas que ayudan a reducir el impacto ambiental de las costumbres practicadas en las ciudades.

En la actualidad el ecoturismo es una actividad compleja, cuyo adecuado manejo reporta beneficios para el medio ambiente y las comunidades locales considerando el aumento de la demanda turística por los viajes con la temática de preservar la naturaleza. Por lo expresado las actividades de guianza en este tipo de turismo contribuyen a generar sostenibilidad de las actividades habituales de los visitantes, por medio de la concienciación de la conservación de las especies silvestres y los recursos naturales disponibles.

El servicio de guianza turística es importante porque orienta e informa sobre un patrimonio turístico, una cultura, la naturaleza y todo lo relacionado al turismo.

La propuesta “FACTIBILIDAD FINANCIERA DE UNA OPERADORA TURÍSTICA QUE OFREZCA SERVICIOS DE GUIANZA RECREATIVOS Y ECOTURISTICOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” tiene como finalidad fortalecer la calidad del servicio de guianza que se ofrece dependiendo de las características de los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil, ya que los contenidos y forma de llegar al público para crear hábitos, deben ser acorde a sus edades puesto que las estrategias pedagógicas y didácticas difieren.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la factibilidad de implementación de una operadora turística que ofrezca servicios de guianza ecoturística en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

1. Realizar un análisis del turismo en la ciudad de Guayaquil.
2. Establecer la demanda turística dentro de la ciudad de Guayaquil.
3. Desarrollar productos turísticos y estrategia de ventas
4. Desarrollar un estudio de factibilidad técnica y financiera del proyecto.

## CAPITULO I

### 1.1 MARCO TEÓRICO

#### 1.1.1 Definición de turismo

A lo largo del tiempo la definición o concepción de lo que es turismo ha ido evolucionando, esto debido a que con el paso de los años se han incorporado nuevos elementos y aspectos, que han permitido definiciones muy complejas y completas como las que hay en la actualidad. A continuación se verá alguna de ellas:

Según la Organización Mundial del Turismo (1994): “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

Otra definición de turismo es la de Acerenza (1999) que expresa:

El turismo, desde el punto de vista conceptual, no es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivado fundamentalmente por una actividad no lucrativa. El turismo es, por consiguiente una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación. Es esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también con algún tipo de actividad. (p.49)



### **1.1.2 Clasificación del turismo**

Según el sitio web Thopsy (2011) el turismo se lo puede clasificar de acuerdo a las siguientes características o aspectos:

#### **Según el motivo del viaje**

Esta clasificación identifica al turismo de acuerdo al propósito de la visita a un determinado punto o destino. De acuerdo a este criterio el turismo se clasifica en:

- Turismo de tipo vacacional: es el que se realiza por motivos relacionados con la educación, el placer, el descanso o la recreación.
- Turismo especializado: es el que se realiza por motivos de aventura o de interés científico.
- Turismo de interés común: se lo realiza por motivos profesionales, religiosos, o filosóficos.

#### **Según la forma de viajar**

De acuerdo a la manera de viajar el turismo se clasifica en:

- Turismo individual
- Turismo en grupo

#### **Según el tipo de viaje**

De acuerdo a la forma como se hayan realizado los arreglos relacionados al viaje, el turismo se clasifica en:

- Turismo independiente: es cuando el mismo turista compra en forma directa y separada, cada uno de los elementos del viaje (Ej: él contrata el transporte para llegar a su destino, contrata el alojamiento, adquiere sus alimentos, contrata las distracciones que quiera disfrutar, etc.).

- Turismo organizado: en esta clase de turismo, el turista adquiere todos los componentes del viaje en un solo paquete.

### **Según la clase de operación**

Las empresas que son parte de la industria del turismo, para identificar de mejor manera el campo de los negocios turísticos, clasifican el turismo en:

- **Turismo receptor:** es todo turismo que llega al destino donde la empresa de turismo se encuentra asentada, y proporciona sus servicios, sin importar el punto de origen del turista (nacional o extranjero).
- **Turismo emisor:** es el que se origina en el lugar donde la empresa de turismo se encuentra establecida y que tiene como destino cualquier punto (nacional o extranjero).

### **Según la permanencia en el sitio de destino**

Según el tiempo que dure la permanencia del turista, se clasifica en:

- **Turismo itinerante:** su característica es la permanencia corta en el punto de destino. Generalmente está relacionado con un tour, o un paquete turístico.
- **Turismo residencial:** su característica es la permanencia larga en el punto de destino. Normalmente está relacionado con el uso del alojamiento en residencias y apartamentos.

### **1.1.3 Ecoturismo**

#### **Definición**

Según Arauz (2010) el ecoturismo o turismo ecológico consiste en:

Viajar o visitar áreas naturales relativamente inalteradas (incluyendo a las áreas protegidas), con el fin de disfrutar, apreciar y disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado), que pueda encontrarse ahí, mediante un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo en lo ambiental o cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales

De acuerdo a la anterior definición el ecoturismo también llamado turismo ecológico, destaca la importancia de la preservación y la apreciación del medio ambiente. Por lo expresado anteriormente el ecoturismo trata de educar y sensibilizar al turista sobre los temas antes señalados, también trata de establecer un acercamiento entre el turista y la comunidad local.

#### **Diferencia entre ecoturismo y turismo tradicional**

Según Arrueta (1996) el turismo ecológico se diferencia del turismo tradicional en:

El turismo tradicional concebido de modo simple como la práctica de visita y paseo realizado por visitantes extranjeros a diversos lugares en busca de conocimiento, satisfacción e información, se diferencia del ecoturismo porque este incorpora un marco de reglamentación y principios de conducta del visitante, caracterizado por la conservación y preservación del paisaje natural y silvestre de los sitios que se visita. Cabe añadir también que entre sus postulados se incluyen recomendaciones como el consumo mínimo

de energéticos (combustibles y otros) en transporte, iluminación, etc. así como el control y la disminución del impacto causado, directa o indirectamente, sobre la naturaleza por equipo utilizado, cantidad de personas o turistas, infraestructura y otras posibles causas de deterioro del medio ambiente. (pp. 13-14)

### **Objetivos del ecoturismo**

Los objetivos del ecoturismo son los siguientes:

- Ayuda a que los recursos naturales se preserven, ya que son el fundamento de la oferta ecoturística.
- Resalta el valor de un patrimonio natural y cultural, por los beneficios económicos y sociales que aportan.
- Impulsa el buen manejo de los recursos naturales que se encuentran en un sitio turístico.
- Contribuye al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales porque genera fuentes de empleo y fomenta el comercio de servicios y productos.
- Contribuye con el conocimiento científico en lo relacionado a los recursos naturales.
- Permite la integración de áreas consideradas marginales al desarrollo de la economía de una localidad.
- Sirve como instrumento para capacitar y concientizar a las personas de las comunidades locales y a los turistas que visitan el atractivo turístico
- Promover la creación de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas ecoturística.

#### 1.1.4 El sistema turístico

Se puede considerar el turismo como un conjunto de componentes o elementos que se relacionan entre sí, formando de esta manera un sistema turístico. Los componentes de un sistema turístico son los siguientes:

**Superestructura.-** Es la que regula y controla el sistema turístico. Se la puede dividir en 2 clases de subsistemas: los organizacionales que son las instituciones del sector público y privado, y los conceptuales que son las normativas, programas, etc.

**Demanda turística.-** Está conformada por los turistas nacionales y extranjeros y las necesidades físicas (beber, dormir, distracción, etc.) y espirituales (aprender, autor realizarse, etc.) que pudieran tener

**Oferta turística.-** Se refiere al conjunto de productos y servicios que se ofrecen para satisfacer la demanda de los turistas en un destino determinado. Ejemplo: alojamiento, alimentación, artesanías, transporte, actividades culturales y recreativas, etc.

**Atractivos turísticos.-** Es el sitio, lugar, evento o elemento más importante de un sitio turístico. Los atractivos turísticos se clasifican en:

- Sitios naturales (playas, montañas, cascadas, isla, etc.)
- Expresiones de cultura y arte (ruinas arqueológicas, galerías de pinturas, bibliotecas, etc.)
- Folklore (gastronomía y artesanías.)
- Actividades y competencias deportivas

**Instalaciones y equipamiento existente.-** Son los establecimientos productores de los servicios turísticos. Ejemplo: hoteles, comedores, hostales, bares, cafeterías, discotecas, mall, agencias de viajes, etc. y las instalaciones

que los apoyan. Ejemplo: muelles, puentes, miradores, piscinas, campos de golf, canchas de tenis, fútbol, etc.).

**Infraestructura.** Son los servicios básicos que proporcionar apoyo al sistema turístico. Se clasifica en infraestructura interna, la misma que está compuesta de: redes de telefónicas, agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, vías de acceso dentro del sitio turístico; e infraestructura externa que la componen: aeropuertos, autopistas, etc.

**Comunidad local.-** La conforman las personas que viven permanentes en el sitio turístico. Está compuesta por 2 grupos: el primero que está relacionado de manera directa con todo lo que tiene que ver con turismo (Ejemplo: empleados de hoteles, guías de turismo, trabajadores de líneas aéreas, de agencias de viajes, cantantes, bailarines); y el segundo grupo que está relacionado de forma indirecta con la actividad turística (Ejemplo: cangrejeros, campesinos, policías y agentes de tránsito).

### **1.1.5 El turismo en el Ecuador**

Ecuador es un país con una gran diversidad de especies (flora y fauna) gracias a los grandes contrastes que posee, su pequeña extensión de territorio reúne cuatro regiones naturales (Costa, Sierra, Amazónica e Insular) la cuales ofrecen un sinnúmero de suelos, climas, volcanes, lagunas, playas, islas y selva. Además el país es rico en su gente, ya que en el territorio existen 14 nacionalidades indígenas con diversas costumbres e idiomas.

Por lo expresado en el párrafo anterior, Ecuador es un destino turístico que ofrece muchas alternativas de actividades para los turistas: turismo de aventura, turismo ecológico, avistamiento de aves, agroturismo, arte, historia, actividades deportivas y convenciones.

### **1.1.6 Importancia del turismo**

El turismo es muy importante para la economía del país porque genera nuevas plazas de empleo, atrae la inversión local y extranjera, mejora las infraestructuras hoteleras, puertos y carreteras y permite la entrada de divisas al país

“El sector turístico es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo. La dinámica de la demanda turística, además de ser más respetuosos con el ambiente, es más exigente con la relación calidad – precio del producto o servicio consumido. La provisión de un servicio de calidad pretende ser el rasgo diferenciador del sector turístico ecuatoriano en el que basa su estrategia de desarrollo, y representa el principal factor de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos” (<http://www.turismo.gob.ec>, 2015).

A continuación se presentan los indicadores económicos del turismo en el Ecuador tomados del Boletín Trimestral de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador

#### **Consumo turístico receptor (CONTUREC)**

El cálculo del consumo turístico receptor se obtiene a partir de la información de la balanza de pagos y es igual al rubro viajes más el rubro transporte de pasajeros registrados entre los créditos de la cuenta corriente.

**Tabla Nº 01: Peso del Consumo Emisor (PIB)  
PESO DEL CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR EN EL PIB**

<b>(en millones de dólares)</b>			
<b>TRIM</b>	<b>CONTUREC</b>	<b>PIB</b>	<b>INDICADOR</b>
I 2010	189,0	16762,6	1,1
II 2010	194,7	17070,8	1,1
III 2010	199,9	17429,4	1,1
IV 2010	203,0	18292,6	1,1
I 2011	200,8	18921,2	1,1
II 2011	199,3	19724,5	1,0
III 2011	215,6	19967,6	1,1
IV 2011	234,0	20663,4	1,1
I 2012	250,3	21662,5	1,2
II 2012	257,0	21879,7	1,2
III 2012	259,5	21947,1	1,2
IV 2012	272,0	22134,1	1,2
I 2013	296,8	22915,9	1,3
II 2013	284,9	23331,5	1,2
III 2013	318,9	23978,2	1,3
IV 2013	350,6	24247,0	1,4
I 2014	364,1	24584,9	1,5
II 2014	346,9	25135,2	1,4
III 2014	375,6	25621,7	1,5
IV 2014	400,6	25201,4	1,6
I 2015	414,8	24819,8	1,7

**Fuente: Banco Central del Ecuador**



### Consumo turístico emisor (CONTUREM)

El cálculo del consumo turístico emisor se obtiene a partir de la información de la balanza de pagos y es igual al rubro viajes más el rubro transporte de pasajeros registrados entre los débitos de la cuenta corriente.

**Tabla Nº 02: Peso del Consumo Emisor (PIB)**

<b>PESO DEL CONSUMO TURÍSTICO EMISOR EN EL PIB</b>			
<b>(en millones de dólares)</b>			
<b>TRIM</b>	<b>CONTUREM</b>	<b>PIB</b>	<b>INDICADOR</b>
I 2010	209,2	16762,6	1,2
II 2010	219,8	17070,8	1,3
III 2010	218,8	17429,4	1,3
IV 2010	215,5	18292,6	1,2
I 2011	222,0	18921,2	1,2
II 2011	233,4	19724,5	1,2
III 2011	232,4	19967,6	1,2
IV 2011	228,7	20663,4	1,1
I 2012	228,6	21662,5	1,1
II 2012	240,3	21879,7	1,1
III 2012	239,2	21947,1	1,1
IV 2012	235,4	22134,1	1,1
I 2013	239,2	22915,9	1,0
II 2013	251,8	23331,5	1,1
III 2013	250,7	23978,2	1,0
IV 2013	246,4	24247,0	1,0
I 2014	247,0	24584,9	1,0
II 2014	260,1	25135,2	1,0
III 2014	259,0	25621,7	1,0
IV 2014	254,4	25201,4	1,0
I 2015	248,0	24819,8	1,0

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Tabla N° 03: Balanza Turística (PIB)**  
**BALANZA TURISTICA EN PROPORCION DEL PIB**

(en millones de dólares)

TRIM	CONTUREC	CONTUREM	CONTUREC- CONTUREM	PIB	INDICADOR
I 2010	189,0	209,2	-20,2	16762,6	-0,1
II 2010	194,7	219,8	-25,2	17070,8	-0,1
III 2010	199,9	218,8	-18,9	17429,4	-0,1
IV 2010	203,0	215,5	-12,5	18292,6	-0,1
I 2011	200,8	222,0	-21,3	18921,2	-0,1
II 2011	199,3	233,4	-34,1	19724,5	-0,2
III 2011	215,6	232,4	-16,8	19967,6	-0,1
IV 2011	234,0	228,7	5,3	20663,4	0,0
I 2012	250,3	228,6	21,7	21662,5	0,1
II 2012	257,0	240,3	16,6	21879,7	0,1
III 2012	259,5	239,2	20,2	21947,1	0,1
IV 2012	272,0	235,4	36,6	22134,1	0,2
I 2013	296,8	239,2	57,6	22915,9	0,3
II 2013	284,9	251,8	33,1	23331,5	0,1
III 2013	318,9	250,7	68,2	23978,2	0,3
IV 2013	350,6	246,4	104,2	24247,0	0,4
I 2014	364,1	247,0	117,1	24584,9	0,5
II 2014	346,9	260,1	86,9	25135,2	0,3
III 2014	375,6	259,0	116,6	25621,7	0,5
IV 2014	400,6	254,4	146,2	25201,4	0,6
I 2015	414,8	248,0	166,9	24819,8	0,7

Fuente: Banco Central del Ecuador

**Tabla N° 04: Consumo Turístico Receptor (Bienes)**  
**PORCENTAJE DEL CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR /**  
**EXPORTACION DE BIENES**

<b>(en millones de dólares)</b>			
<b>TRIM</b>	<b>CONTUREC</b>	<b>X BIENES</b>	<b>INDICADOR</b>
I 2010	189,0	4292,4	4,4
II 2010	194,7	4563,6	4,3
III 2010	199,9	4277,9	4,7
IV 2010	203,0	5003,2	4,1
I 2011	200,8	5531,0	3,6
II 2011	199,3	5889,7	3,4
III 2011	215,6	5795,5	3,7
IV 2011	234,0	5866,1	4,0
I 2012	250,3	6414,6	3,9
II 2012	257,0	6247,4	4,1
III 2012	259,5	6109,7	4,2
IV 2012	272,0	5797,2	4,7
I 2013	296,8	6405,8	4,6
II 2013	284,9	6149,4	4,6
III 2013	318,9	6620,3	4,8
IV 2013	350,6	6510,1	5,4
I 2014	364,1	6860,4	5,3
II 2014	346,9	7008,6	5,0
III 2014	375,6	6753,0	5,6
IV 2014	400,6	5982,4	6,7
I 2015	414,8	5085,7	8,2

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Tabla N° 05: Consumo Turístico Receptor  
PORCENTAJE DEL CONSUMO TURÍSTICO  
RECEPTOR / EXPORTACION DE SERVICIOS**

<b>(en millones de dólares)</b>			
<b>TRIM</b>	<b>CONTUREC</b>	<b>X SERVICIOS</b>	<b>INDICADOR</b>
I 2010	189,0	350,2	54,0
II 2010	194,7	365,3	53,3
III 2010	199,9	374,9	53,3
IV 2010	203,0	381,8	53,2
I 2011	200,8	374,7	53,6
II 2011	199,3	384,8	51,8
III 2011	215,6	404,0	53,4
IV 2011	234,0	424,0	55,2
I 2012	250,3	435,3	57,5
II 2012	257,0	449,2	57,2
III 2012	259,5	456,0	56,9
IV 2012	272,0	466,7	58,3
I 2013	296,8	482,1	61,6
II 2013	284,9	478,4	59,6
III 2013	318,9	518,9	61,5
IV 2013	350,6	549,5	63,8
I 2014	364,1	556,3	65,4
II 2014	346,9	562,0	61,7
III 2014	375,6	593,2	63,3
IV 2014	400,6	622,4	64,4
I 2015	414,8	616,9	67,2

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

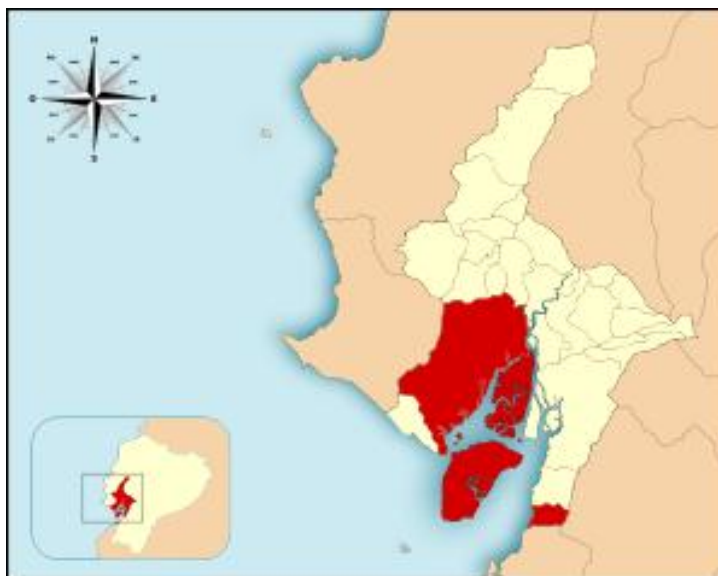
### 1.1.7 El turismo en Guayaquil

#### Características generales del cantón Guayaquil

##### Situación geográfica

El cantón Guayaquil está ubicado en la parte noroeste de América del Sur, con pocas elevaciones, se encuentra ubicada en la región litoral o costa de Ecuador, tiene fácil acceso al Océano Pacífico a través del Golfo de Guayaquil, esta cercanía al océano y la condición de puerto marítimo ha contribuido para que Guayaquil sea la ciudad más poblada del Ecuador

#### Gráfico N° 01: Ubicación Geográfica de Guayaquil



Fuente: [http://conocemiplaneta.blogspot.com/2015/06/blog-post\\_10.html](http://conocemiplaneta.blogspot.com/2015/06/blog-post_10.html)

El poco relieve de Guayaquil está formado por cerros que atraviesan la ciudad y luego se unen a un sistema montañoso menor denominado Chongón Colonche al oeste de la ciudad.

## **Límites**

La ciudad de Guayaquil tiene los siguientes límites:

- Al Norte con Lomas de Sargentillo, Nobol, Daule y Samborondón
- Al Sur con el Golfo de Guayaquil, General Villamil y Balao
- Al Oeste con la Provincia de Santa Elena
- Al Este con los cantones Naranjal y Duran.

## **Recursos Naturales**

La siguiente información fue tomada del sitio web <https://sites.google.com/site/alcgye/la-ciudad/geografia> de la Alcaldía de Guayaquil:

La ciudad de Guayaquil tiene suelos muy fértiles que permiten una producción agrícola y ganadera muy abundante y variada. En sus suelos se puede cultivar algodón, cacao, legumbres, plátano, oleaginosas, caña de azúcar, café, arroz, banano, y frutas tropicales como el mango, maracuyá de la cual es uno de los primeros exportadores mundiales, papaya, melones, entre otros.

La ciudad exporta flores y plantas tropicales de su principal afluente, el río Guayas. También se destaca la producción y explotación pesquera, que se fundamenta en la crianza en cautiverio de camarón, la pesca del atún, sardinas, y otras variedades de peces, que sirven para el consumo interno y para la exportación, ya sea congelado o en conservas; la mayoría de las flotas y las industrias que se dedican a la actividad pesquera se encuentran asentadas en los alrededores del Golfo de Guayaquil.

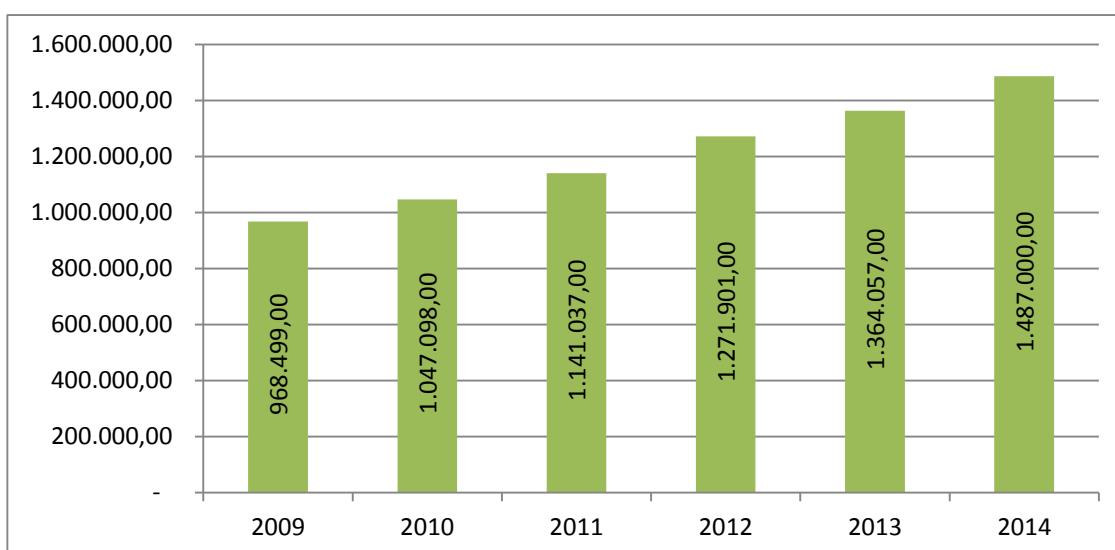
En la ciudad, es posible encontrar diferentes especies de maderas tales como: guasango, balsa, palo santo, guayacán, fernán sánchez, muyuyo, pegapega, chipra, mosquero, ceibo, etc.; las cuales son capaces de soportar largas sequías. También existen gran número de granjas avícolas y haciendas

de ganado bovino y porcino. Además en el área del Golfo de Guayaquil existen algunos yacimientos de gas natural que tienen gran potencial, por esta razón toda su plataforma continental se considera como de exploración petrolera.

### **Turistas que ingresaron a Guayaquil**

El Ecuador tiene una tasa promedio de crecimiento en cuanto al ingreso de turistas de alrededor del 9%; de los 1.5 millones de turistas que ingresaron al Ecuador en 2014 cerca del 22% (330.000 aproximadamente) de estos ingresaron a través de Guayaquil es decir que esta ciudad es puerta de entrada de turistas extranjeros al Ecuador, a través del aeropuerto José Joaquín de Olmedo. (MINTUR, 2014)

**Gráfico N° 02: Ingreso de Turistas al Ecuador (2009-2014)**



**Fuente: Ministerio de Turismo, 2014**

**Elaborado por: Autor**

Según la empresa municipal de Turismo en un estudio realizado por UEES en 2014 mediante encuestas, se determinó que cerca del 54% de turistas que visitan Guayaquil son del extranjero, principalmente de EEUU, Chile y Europa y cuya estadía promedio es de 5 días; el 46% restante son turistas nacionales.

### **1.1.8 Ecoturismo en Guayaquil**

La siguiente información fue tomada del sitio web <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/guayaquil-y-el-turismo-ecologico.html> del Diario El Telégrafo:

Hace algunos años el puerto de Guayaquil había crecido a espaldas de sus fuentes naturales de agua y no había sabido aprovechar sus recursos naturales.

En la década de los sesenta del siglo XX, la ciudad perdió el vínculo habitual con el puerto y, de esta manera, muchas prácticas habituales cambiaron. Guayaquil creció por la migración exhaustiva de personas provenientes de todas partes del país en esos años y porque los municipios no pudieron enfrentar el problema de las invasiones de tierras, lo cual produjo un desastre ecológico, ya que muchos esteros se rellenaron con cascajo y aparecieron nuevos sectores de la ciudad sin servicios básicos.

En la actualidad se han creado o se van a crear proyectos que cumplan con las aspiraciones de los ciudadanos, como la necesidad de convertir a Guayaquil en una ciudad más segura, más participativa y más ecológica. Un ejemplo de lo anterior es el proyecto “Guayaquil Ecológico”, que busca recobrar el espacio público, a partir de la interacción del ser humano con la naturaleza.

La principal acción que se ha implementado y que tiene mayor impacto, es la recuperación del Estero Salado. Hoy en los ramales del sector sur de la ciudad ya se puede nadar y disfrutar de sus aguas, ya que no existe ningún peligro de contaminación. Esto es una gran noticia para la ciudad porque hace décadas el estero salado se había perdido y ninguna autoridad hizo nada por remediar la situación. Pero una indeclinable decisión política del Gobierno del presidente Rafael Correa está demostrando que sí es posible recuperar el



estero. Lo mismo se puede decir de la reconstitución del espacio público, al pie de los esteros que rodean a la ciudad por el suroeste.

A más de lo mencionado en el párrafo anterior, la construcción del Parque Samanes es un extraordinario atractivo turístico para Guayaquil y el país, que ofrece variadas atracciones a deportistas y amantes de la naturaleza como: canchas de fútbol, basket, indoor y tenis, pista para correr, pista para andar en bicicletas, alquiler de botes, etc. Este parque es de gran importancia para Guayaquil ya que sirve para mejorar los niveles de áreas verdes por metro cuadrado por habitante, el cual es un indicador reconocido internacionalmente para medir la calidad de vida de los habitantes de una ciudad y en el que Guayaquil siempre ha sido por debajo de los estándares internacionales.

Pero el combo ecoturístico estaría completo con la incorporación de un circuito fluvial en la vida del puerto. El río Guayas no solo debe verse como símbolo territorial de la ciudad, sino como una fuente de recursos que puede generar servicios turísticos. Por tal razón, el proyecto de implementar un corredor fluvial que permita navegar por el río Guayas en embarcaciones entre el Parque Histórico Guayaquil, la Isla Santay y la antigua estación del Ferrocarril ubicada en Durán, es una iniciativa loable que debe hacerse una realidad en el menor tiempo. Esta infraestructura atraerá el turismo nacional e internacional y además mejorará la conectividad de los cantones Guayaquil, Samborondón y Durán, fortaleciendo sus lazos históricos.

La ciudad en la actualidad posee diversos atractivos turísticos como: el Malecón del Río Guayas y el Malecón del Estero Salado, Cerro Blanco, Jardín Botánico, Manglares de Puerto Hondo, Zoológico El Pantanal, Río Guayas, Parque Histórico, las haciendas bananeras, cacaoteras, cafetaleras y el entorno cercano a Guayaquil como son las playas de la ruta del sol, la observación de delfines en Posorja y Puerto El Morro, permite a los amantes del ecoturismo disfrutar de interesantes visitas a la naturaleza.

Además de su posición geográfica, características climáticas y actual infraestructura hotelera y de servicios, es la gran puerta de entrada del flujo turístico hacia las Islas Galápagos y al resto del país, pudiéndose convertir en poco tiempo en el centro de convenciones comerciales y culturales de importancia continental.

## CAPITULO II

### 2.1 MARCO REFERENCIAL

Como trabajo de referencia se ha escogido la tesis realizada por la Ingeniera Daniella Campoverde, con el tema de su tesis “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA ECOLÓGICA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOSTENIBLE”

#### a) “Piedra Blanca Ecoturismo Comunitario

Se encuentra localizado en las estribaciones de la Cordillera Occidental de Los Andes al oeste del Cantón Guaranda en la Parroquia San Luis de Pambil. El bosque de las cercanías de este pueblo se ve amenazado por la extracción de madera, sus pobladores son muy pobres y no tienen otra fuente de ingreso diferente a la comercialización de la madera. Por esta razón nace el proyecto de Ecoturismo Comunitario para ayudar a los pobladores a generar ingresos de forma sostenible y a su vez salvar la flora y fauna que allí habita. 25 Las facilidades de estadía son básicas pero es una experiencia verdadera, agradable y educativa. Se puede descansar en la eco-cabaña, disfrutar de caminatas en el bosque con un guía local, descansar en el agua fresca de las cascadas, admirar los colibríes, escuchar los tucanes, observar las mariposas, etc. También se puede pasear a caballo para explorar el lugar sobre todo en los meses secos del año (junio a diciembre). Se tienen preparadas muchas actividades para los visitantes que acudan al lugar pero todo depende de lo que ellos quieran experimentar y el dinero que tengan presupuestado gastar.

#### b) Turismo Ecológico en las Islas Galápagos

El turismo ecológico se ha desarrollado en las Islas Galápagos con la finalidad de proteger a todas las especies que viven en las islas, actualmente llegan 200 000 turistas por año procedentes de todo el

mundo. El Gobierno Ecuatoriano ha creado leyes a favor del turismo en las Islas Galápagos para proteger sus recursos naturales. Las leyes están orientadas a proteger al ecosistema marino y terrestre para preservar los procesos ecológicos y de evolución y a su vez garantizar una experiencia altamente educativa a los turistas. Existen 45 sitios aprobados para el turismo alrededor de las islas. La mayoría de ellos tienen senderos marcados con la finalidad de proteger la vegetación y la vida salvaje que vive en las ellas. La estación Charles Darwin es uno de los lugares más importantes en Galápagos, allí se pueden observar a las tortugas gigantes y como se cuidan a todas las especies. El Parque Nacional Galápagos es otro sitio muy concurrido por los turistas, aquí los guías naturalistas lideran los paseos. Estos guías hablan varios idiomas, están muy bien entrenados y son altamente profesionales; su actividad principal es la de informar y compartir las maravillas de Galápagos con los visitantes. Los grupos son pequeños, no deben sobrepasar las 16 personas por cada guía naturalista. Galápagos es un paraíso en la tierra y uno de los Parques Nacionales más visitados en el mundo” (CAMPOVERDE, 2012).

## **2.2 MARCO LEGAL**

El Estado Ecuatoriano con el fin de salvaguardar sus recursos naturales ha emitido leyes y políticas para el cuidado de su flora y fauna y que no se vea amenazada por la actividad turística ni por la actividad comercial en general, dentro de los principales normas legales que guardan relación con la actividad a la que vamos a dedicarnos tenemos a la Ley de Turismo, Plan Nacional del Buen Vivir y la Ley de transporte, a continuación revisaremos en detalle aquellos artículos y objetivos que

### **2.2.1 En relación a la Ley de Turismo**

#### **GENERALIDADES**

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su

identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

## **DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad,

concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

**Art. 26.-** Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala para la empresa que recibe el aporte.

Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

**Art. 27.-** Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia. Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.



El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

**Art. 28.-** Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea está impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la 40 determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país. Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

**Art. 29.-** Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta.

El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

**Art. 30.-** Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

**Art. 31.-** Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado

pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

**Art. 32.-** Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

**Art. 33.-** Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

**Art. 34.-** Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;

- b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

**Art. 35.-** El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

**Art. 36.-** No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

**Art. 37.-** Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del período de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

### **PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS**

**Art. 42.-** Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

**Art. 43.-** De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

**Art. 45.-** Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;

- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

**Art. 46.-** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

**Art. 47.-** En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

**Art. 48.-** De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la

Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

**Art. 52.-** Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios.

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

## **DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 57.-** Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

### **2.2.2 En Relación al Plan Nacional del Buen Vivir:**

Asimismo a continuación analizaremos dentro del presente marco legal las relaciones del presente proyecto en concordancia con el Plan Nacional del Buen Vivir, cuya máxima premisa es que: “El buen vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental, es armonía, igualdad, equidad, solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito” premisa con la cual se siente plenamente identificado el tesista y que va acorde con la intención y finalidad del presente proyecto, a continuación se detallarán los principales objetivos del plan nacional del buen vivir que más relevancia tienen para el presente proyecto:

#### **Objetivo 3**

##### **Mejorar la calidad de vida de la población**

La Constitución, en el artículo 66, establece —el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios. Por ello, mejorar la calidad de vida de la población es un proceso multidimensional y complejo.

Entre los derechos para mejorar la calidad de vida se incluyen el acceso al agua y a la alimentación (art. 12), a vivir en un ambiente sano (art. 14), a un hábitat seguro y saludable, a una vivienda digna con independencia de la situación social y económica (art. 30), al ejercicio del derecho a la ciudad



(art.31) y a la salud (art. 32). La calidad de vida se enmarca en el régimen del Buen Vivir, establecido en la Constitución, dentro del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social (art. 340), para la garantía de servicios sociales de calidad en los ámbitos de salud, cultura física y tiempo libre, hábitat y vivienda, transporte y gestión de riesgos.

Esto implica la recuperación de los espacios públicos y la garantía de la vivienda digna, en protección de la universalidad de los servicios urbanos.

Generar movilidad segura y sustentable requiere romper los intereses corporativos y gremiales del transporte, fortaleciendo la planificación, la regulación y el control de la movilidad y la seguridad vial; fomentando el uso del transporte público seguro, digno y sustentable; y promoviendo la movilidad no motorizada. (p.136)

### **Políticas y lineamientos estratégicos**

1. Ampliar los servicios de prevención y promoción de la salud para mejorarlas condiciones y los hábitos de vida de las personas.

2. Fortalecer y consolidar la salud intercultural, incorporando la medicina ancestral y alternativa al Sistema Nacional de Salud.

3. Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas.

4. Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población.

5. Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente

6. Garantizar el acceso a servicios de transporte y movilidad incluyentes, seguros y sustentables a nivel local e internacional.

- Promocionar y propiciar condiciones y espacios públicos bajo normas técnicas que incentiven el uso de transportes no motorizados como alternativa de movilidad sustentable, saludable e incluyente.

- Promover el respeto del derecho del peatón, el ciclista y los demás tipos de transeúntes a circular por la vía pública.
- Generar programas para la renovación paulatina del parque automotor de transporte público y privado, para garantizar el acceso de la población a un servicio de calidad y calidez y reducir los niveles de contaminación.
- Dotar de infraestructura adecuada y en óptimas condiciones para el uso y la gestión del transporte público masivo y no motorizado.

Este objetivo nos parece importante de mencionar pues el mismo habla dentro de sus políticas y lineamientos del fomento de actividades de ocio que contribuyan a mejorar las condiciones físicas y también habla del crecimiento del parque automotor en el país, Guayaquil es la ciudad con mayor cantidad de vehículos en el Ecuador, por lo que en parte la presente propuesta busca métodos alternativos de transporte como la bicicleta, precisamente por esto, para tratar de promover el uso de transportes no motorizados y fomentar el respeto hacia el ciclista en las vías.

## **Objetivo 7**

### **Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global**

Ecuador, considerado entre los diecisiete países mega diversos del mundo, tiene grandes recursos naturales, pero también ha sufrido un gran impacto de las actividades productivas sobre tales recursos, debido a urgentes necesidades de su población. La mayor ventaja comparativa con la que cuenta el país es su biodiversidad, por ello es fundamental saberla aprovechar de manera adecuada, mediante su conservación y su uso sustentable.

Con la Constitución de 2008, Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, como una respuesta contundente al estado actual de la misma, orientando sus esfuerzos al respeto integral de su existencia, a su mantenimiento y a la regeneración de sus ciclos vitales y procesos evolutivos (arts.71-74). Esta propuesta se enmarca en un contexto en el que la gestión del gobierno se orienta al cumplimiento de los principios y derechos del Buen Vivir o *Sumak Kawsay* (art.14).

El Programa de Gobierno 2013-2017, en el apartado Revolución Ecológica, apuesta por la transformación productiva bajo un modelo ecoeficiente con mayor valor económico, social y ambiental. En este sentido, se plantean como prioridades la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos naturales, la inserción de tecnologías ambientalmente limpias, la aplicación de la eficiencia energética y una mayor participación de energías renovables, así como la prevención, el control y la mitigación de la contaminación y la producción, el consumo y el posconsumo sustentables (Movimiento Alianza PAIS, 2012). (p.222)

## **Políticas y lineamientos estratégicos**

1. Asegurar la promoción, la vigencia y la plena exigibilidad de los derechos de la naturaleza

2. Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios

3. Consolidar la gestión sostenible de los bosques, enmarcada en el modelo de gobernanza forestal

4. Impulsar la generación de bioconocimiento como alternativa a la producción primario-exportadora

5. Garantizar la bioseguridad precautelando la salud de las personas, de otros seres vivos y de la naturaleza

6. Gestionar de manera sustentable y participativa el patrimonio hídrico, con enfoque de cuencas y caudales ecológicos para asegurar el derecho humano al agua

7. Promover la eficiencia y una mayor participación de energías renovables sostenibles como medida de prevención de la contaminación ambiental

8. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y posconsumo.

9. Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterio de suficiencia dentro de los límites del planeta

10. Implementar medidas de mitigación y adaptación al cambio climático para reducir la vulnerabilidad económica y ambiental con énfasis en grupos de atención prioritaria

11. Promover la consolidación de la Iniciativa Yasuní-ITT

12. Fortalecer la gobernanza ambiental del régimen especial del Archipiélago de Galápagos y consolidar la planificación integral para la Amazonía

Este objetivo propone el derecho ciudadano a vivir en un ambiente sano, libre de contaminación y de modo sustentable, y la garantía de los derechos de la Naturaleza.; esto es muy importante para el presente proyecto pues el mismo al tratarse de servicios eco turísticos, busca dar a conocer al turista extranjero áreas protegidas y ecosistemas importantes dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil, como Cerro Blanco, la Isla Santay, Puerto Hondo pero siempre en concordancia con este objetivo, es decir sin que nuestra actividad genere un impacto negativo en estos hábitats y mucho menos siendo parte de la contaminación de estos, sino más bien tratando de mitigar el impacto que podamos generar y promoviendo y generando consciencia en los turistas sobre la importancia de los mismos.

### **2.2.3 En Relación a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial**

A continuación detallaremos aquellos artículos que mencionan el transporte en bicicleta y a los ciclistas, para dar a conocer y entender nuestros derechos y obligaciones en las vías dado que los servicios que brindaremos tienen como protagonista a la bicicleta:

**Art. 63.-** Los terminales terrestres, estaciones de trolebús, metrovía y similares, paraderos de transporte en general, áreas de parqueo en aeropuertos, puertos, mercados, plazas, parques, centros educativos de todo nivel y en los de los de las instituciones públicas en general, dispondrán de un espacio y estructura para el parqueo, accesibilidad y conectividad de bicicletas, con las seguridades mínimas para su conservación y mantenimiento.

Los organismos seccionales exigirán como requisito obligatorio para otorgar permisos de construcción o remodelación, un lugar destinado para el estacionamiento de las bicicletas en el lugar más próximo a la entrada principal, en número suficiente y con bases metálicas para que puedan ser

aseguradas con cadenas, en todo nuevo proyecto de edificación de edificios de uso público.

**Art. 87.-** Están sujetas a las disposiciones del presente Libro, todas las personas que como peatones, pasajeros, ciclistas o conductores de cualquier clase de vehículos, usen o transiten por las vías destinadas al tránsito en el territorio nacional.

#### **Contravenciones leves de primera clase:**

**Art. 139.-** Incurren en contravención leve de primera clase y serán sancionados con multa equivalente al cinco por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 1,5 puntos en su licencia de conducir:

o) Los ciclistas y motociclistas que circulen por sitios en los que no esté permitida su circulación;

En los casos señalados en las contravenciones l), m), n), o), p), q), r) y s) a los conductores de motocicletas, ciclistas, y peatones en general, se los sancionará única y exclusivamente con la multa pecuniaria establecida en el presente artículo.

#### **Contravenciones leves de tercera clase:**

**Art. 141.-** Incurren en contravención leve de tercera clase y serán sancionados con multa equivalente al quince por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general, veinte horas de trabajo comunitario y reducción de 4,5 puntos en su licencia de conducir:

c) El que condujere un vehículo en sentido contrario a la vía normal de circulación, siempre que la respectiva señalización esté clara y visible;

- l) El conductor que haga cambio brusco o indebido de carril;
- n) Los conductores que lleven en sus brazos o en sitios no adecuados a personas, animales u objetos;
- t) Los conductores de vehículos de transporte público masivo que se negaren a transportar a los ciclistas con sus bicicletas, siempre que el vehículo se encuentre adecuado para transportar bicicletas;
- u) Los conductores que no respeten el derecho preferente de los ciclistas en los desvíos y avenidas y carreteras, cruce de caminos, intersecciones no señalizadas y ciclovías;
- v) El conductor que invada con su vehículo, circulando o estacionándose, las vías asignadas para uso exclusivo de los ciclistas;
- x) Los conductores de motocicletas o similares que transporten a un número de personas superior a la capacidad permitida del vehículo, de conformidad con lo establecido en el Reglamento;

En los casos señalados en las contravenciones w), x) y y) a los conductores de motocicletas, ciclistas, y peatones en general, se los sancionará única y exclusivamente con la multa pecuniaria establecida en el presente artículo.

### **Los ciclistas y sus Derechos**

**Art. 204.-** Los ciclistas tendrán los siguientes derechos:

- a) Transitar por todas las vías públicas del país, con respeto y seguridad, excepto en aquellos en la que la infraestructura actual ponga en riesgo su seguridad, como túneles y pasos a desnivel sin carril para ciclistas, en los que se deberá adecuar espacios para hacerlo;
- b) Disponer de vías de circulación privilegiada dentro de las ciudades y en las carreteras, como ciclovías y espacios similares;
- c) Disponer de espacios gratuitos y libres de obstáculos, con las adecuaciones correspondiente, para el parqueo de las bicicletas en los terminales terrestres, estaciones de trolebús, metrovía y similares;

d) Derecho preferente de vía o circulación en los desvíos de avenidas y carreteras, cruce de caminos, intersecciones no señalizadas y ciclovías;

e) A transportar sus bicicletas en los vehículos de transporte público cantonal e interprovincial, sin ningún costo adicional. Para facilitar este derecho, y sin perjuicio de su cumplimiento incondicional, los transportistas dotarán a sus unidades de estructuras portabicicletas en sus partes anterior y superior; y,

f) Derecho a tener días de circulación preferente de las bicicletas en el área urbana, con determinación de recorridos, favoreciéndose e impulsándose el desarrollo de ciclopaseos ciudadanos.

#### **Respecto a la circulación vehicular:**

**Art. 162.-** Los conductores, en áreas urbanas, deberán mantener una distancia prudencial mínima de 3 metros con respecto al vehículo al que antecedan en el mismo carril, de tal forma que le permita detenerse con seguridad ante cualquier emergencia.

En áreas perimetrales y rurales, para observar esta distancia se considerará: la velocidad, estado del vehículo, condiciones ambientales, el tipo, condiciones y topografía de la vía, y el tránsito existente al momento de la circulación.

Los vehículos, en sus desplazamientos, mantendrán una distancia lateral de seguridad mínima de 1.5 metros, y una mayor distancia cuando rebasen o adelanten a ciclistas, motociclistas y carretas.



**Restricciones:**

**Art. 190.-** Se prohíbe la circulación de los vehículos automotores, bicicletas, motos y similares en las playas del país, con las siguientes excepciones:

1. Cuando las Comisiones Provinciales lo autoricen; ante una necesidad de comunicación y por no existir otra vía alterna en condiciones de circulación aceptable;
2. Para sacar o introducir embarcaciones al mar;
3. En caso de emergencia o en las que se requieran acciones para proteger vidas humanas;
4. En el caso de los vehículos que ingresan a la playa, con la finalidad de cargar productos provenientes de la pesca o para desarrollar otras actividades laborables; y,
5. Los cuadrones y bicicletas de las autoridades de control.

**Respecto al derecho o preferencia de la vía**

**Art. 210.-** En las carreteras los conductores de vehículos automotores de cuatro o más ruedas deberán respetar la preferencia que tienen los motociclistas, similares y ciclistas.

**Art. 212.-** En las intersecciones no reguladas (sin semáforo) o zonas delimitadas para el paso de peatones, los conductores deberán otorgar la preferencia de paso a los peatones.

**Art. 213.-** Cuando el conductor tenga que cruzar la acera para entrar o salir de un estacionamiento, deberá obligatoriamente respetar la preferencia de paso de los peatones, ciclistas y vehículos.

## **Artículo del reglamento de la Ley dedicado exclusivamente para los Ciclistas**

**Art. 302.-** Sin perjuicio de los derechos establecidos en el Art. 204 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, los ciclistas tendrán además los siguientes derechos:

1. A ser atendidos inmediatamente por los agentes de tránsito sobre sus denuncias por la obstaculización a su circulación por parte de los vehículos automotores y el irrespeto a sus derechos de preferencia de vía y transportación pública;

2. Tener preferencia de vía respecto a los vehículos a motor cuando habiéndoles correspondido el paso de acuerdo con la luz;

3. Mantener sus bicicletas equipadas con los siguientes aditamentos de seguridad: Frenos de pie y mano, dispositivos reflectantes en los extremos delantero de color blanco y posterior de color rojo, dispositivos reflectantes en pedales y ruedas. Para transitar de noche, la bicicleta debe tener luces trasera y delantera en buen estado;

4. Mantener la bicicleta y sus partes en buen estado mecánico, en especial los frenos y llantas;

5. Abstenerse de llevar puestos auriculares que no permitan una correcta audición del entorno;

6. Respetar la prioridad de paso de los peatones, en especial si son mujeres embarazadas, niños, niñas, adultos mayores de 65 años, invidentes, personas con movilidad reducida y personas con capacidades especiales;

7. Circular, en caso de que existan, por las sendas especiales destinadas al uso de bicicletas, como ciclo vías. En caso contrario, lo harán por las mismas vías por las que circula el resto de los vehículos, teniendo la precaución de hacerlo en sentido de la vía, por la derecha, y acercándose lo más posible al borde de la vereda;

8. Abstenerse de circular por los carriles de media y alta velocidad;

9. Abstenerse de circular por las aceras o por lugares destinados al tránsito exclusivo de peatones. En caso de necesitar hacerlo, bajarse de la bicicleta y caminar junto a ella;

10. Abstenerse de asirse o sujetarse a otros vehículos en movimiento;

11. Abstenerse de realizar maniobras repentinas;

12. Abstenerse de retirar las manos del manubrio, a menos que haya necesidad de hacerlo para efectuar señales para girar o detenerse y hacer uso anticipado de señales manuales advirtiendo la intención cuando se va a realizar un cambio de rumbo o cualquier otro tipo de maniobra, señalando con el brazo derecho o izquierdo, para dar posibilidad de adoptar las precauciones necesarias;

13. Llevar a bordo de forma segura sólo el número de personas para el que exista asiento disponible en las bicicletas cuya construcción lo permita, siempre y cuando esto no disminuya la visibilidad o que incomode en la conducción. En aquellas bicicletas que, por construcción, no puedan ser ocupadas por más de una persona, siempre y cuando el conductor sea mayor de edad, podrá llevar un menor de hasta siete años en asiento adicional;

14. Abstenerse de transportar personas en el manubrio de la bicicleta o entre el conductor y el manubrio; y,

15. Abstenerse transportar carga que impida mantener ambas manos sobre el manubrio, y un debido control del vehículo o su necesaria estabilidad o que disminuya la visibilidad del conductor.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL:**

### **Sistema Nacional de Áreas Protegidas**

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP) fue creado en 1976 a partir de la Estrategia Preliminar para la Conservación de las Áreas Silvestres Sobresalientes del Ecuador, con el propósito de conservar la biodiversidad y el acervo histórico cultural, además de los vestigios, yacimientos y asentamientos arqueológicos del país.

El SNAP está constituido por 40 áreas naturales que cubren 4'822.186 hectáreas de superficie terrestre y 14'889.158 hectáreas de superficie marina, equivalente al 18,81 % del territorio nacional.

El Sistema abarca a las 24 provincias del país e incluye la mayor parte de ecosistemas con 40 formaciones vegetales -de las 46 existentes en Ecuador-, en cuatro regiones geográficas de Ecuador (áreas continentales y marinas), con diferencias de altitud que van desde el nivel del mar hasta los 6700 metros. Además de albergar una biodiversidad única, el SNAP es fuente de servicios ambientales claves, particularmente aquellos relacionados a las fuentes de agua, la misma que es consumida en las ciudades del país, utilizada en plantas hidroeléctricas y usadas en la agricultura. Categorías de Manejo de las Áreas Protegidas del Ecuador

- **Parque nacional:**

Áreas con uno o varios ecosistemas, comprendidos dentro de un mínimo de 10.000 hectáreas. Mantenimiento del área en su condición natural, prohibida cualquier explotación u ocupación.

- **Reserva ecológica:**

Área de por lo menos 10.000 hectáreas, con uno o más ecosistemas con especies de flora y fauna silvestres importantes o amenazadas de extinción, para lo cual se prohíbe cualquier tipo de explotación u ocupación.

- **Reserva biológica:**

Áreas terrestres o acuáticas de extensión variable. Sus objetivos están orientados a la conservación de los procesos naturales, posible ejecución de investigación científica, educación y conservación de los recursos genéticos.

- **Área nacional de recreación:**

Superficie mayor a 1.000 hectáreas o más en donde existan bellezas escénicas, recursos turísticos o de recreación en un ambiente natural, fácilmente accesibles desde centros poblados.

- **Refugio de vida silvestre:**

Área indispensable para garantizar la existencia de la vida silvestre - residente o migratoria- con fines científicos, educativos y recreativos.

- **Reserva de producción de fauna:**

Área natural o parcialmente alterada, de extensión variable pero suficiente para el fomento y uso económico de la fauna silvestre.

## **2.4 PLAN DE MARKETING:**

### **2.4.1 Productos**

Se han creado 3 líneas de productos a ofertar, cada una de estas líneas presenta distintos sub productos con la finalidad de brindar más opciones a los turistas y tratando de abarcar diversas necesidades que estos presenten, cada línea de productos busca un objetivo diferente, todos los subproductos incluyen transporte, alimentación y guías.

#### **a. Guayaquil Contemporáneo y Patrimonial:**

Guayaquil si bien es cierto es de las ciudades más antiguas del Ecuador no cuenta con edificios simbólicos o patrimoniales como Quito o Cuenca, principalmente por los incendios sufridos a finales del siglo XIX, pero si cuenta con edificios de relevancia para la historia de la ciudad y aunque ya son edificios de no más de 100 años de antigüedad el municipio está mucho más consciente de la importancia de preservar estos edificios.

Adicionalmente Guayaquil se proyecta como una ciudad moderna y de vanguardia por lo que consideramos importante estos factores para aprovechar estos recursos que brinda la ciudad y que a su vez le dan su ventaja diferencial con el resto de ciudades importantes del país.

Durante el recorrido se plantea dar a conocer a los turistas lo que está pasando en la actualidad en la ciudad, que cambios, mejoras, se han implementado en la ciudad e incluso a nivel nacional de forma general con el fin de aportar al turista un conocimiento general de la realidad nacional.

Dentro de los tours “Guayaquil Contemporáneo” también se busca que el turista viva una experiencia cercana con la ciudad, con la cultura, y se busca promover un turismo sustentable y acorde al PlanDETUR 2020.

Tenemos dos subproductos que conforman los tours de Guayaquil contemporáneo y ambos son tours realizados en bicicleta para promover el uso de la misma como medio de recreación y transporte en la ciudad, a continuación detallaremos el itinerario de los tours y posteriormente haremos una breve reseña de los sitios a visitar:

**Tabla Nº 06: Bicitour 1**

**Bici tour Guayaquil Contemporáneo**

**1. Salida en Bicicleta desde la Operadora**

introducción, saludos, presentación, Río Guayas, Guayaquil ciudad comercial

**2. Plaza de la administración**

Referencias: Municipio, Gobernación, Museo Nahim Isaías, Monumento a Sucre, Fragua de Vulcano, antiguo Hotel Criyon

**3. Parque Seminario**

Referencias: Catedral, Monumento a Bolívar, Plazoleta, Museo y Biblioteca municipal, Antigua plaza de armas,

**4. Parque Centenario**

Referencias: Monumento a los Próceres, Monumentos mitológicos, Palacio de Justicia, Casa de la cultura ecuatoriana, Metro vía (movilidad)

**5. Malecón del Salado**

Referencias: Obelisco en la plaza, Universidad Estatal (educación), puente 5 de junio, Paseo de los Escritores (los 5 como un puño), Regeneración urbana barrio Ferroviaria.

**6. Museo Abierto CFN**

Referencias: Obras religiosas y contemporáneas expuestas por Publivia, centro financiero, Banca del Ecuador, crisis financiera.

**7. Restaurant "La culata"**

Cena, comida típica de mar (con opciones alternativas para vegetarianos)

**8. La Rotonda (Malecón 2000)**

Referencias: importancia de avenida 9 de Octubre y Malecón, Monumento a Bolívar y San Martín, Rol ecuatoriano actual en integración regional

**Elaborado por: Autor**



**Tabla N° 07: Bicitour 2**

<b>Bicitour Patrimonial</b>
<b>Salida en bicicleta desde la Operadora</b> Referencias: introducción, saludos, presentación, Río Guayas, Guayaquil ciudad comercial
<b>Visita a Museo de la Música</b> Referencias: Museo de Emelec, Historia de la cerveza y Julio Jaramillo y la música ecuatoriana
<b>Visita al museo Casa de la Cultura</b> Recorrido interno y visita guiada
<b>Restaurant La Culata</b> Cena, comida típica de la costa, mariscos (con opciones alternativas para vegetarianos)
<b>Visita al cementerio de la ciudad</b> Referencias: Bóveda de Medardo Angel Silva, Vicente Rocafuerte, Jose Joaquín de Olmedo, Víctor Emilio Estrada,
<b>Incluye:</b> Bicicletas y equipo Snack Guía bilingüe
<b>Horarios:</b> Lunes a Domingo, salida 10am

**Elaborado por: Autor**

### **Plaza de la Administración:**

La Plaza de la Administración es uno de los puntos más elegantes y hermosos dentro de la urbe, un paseo peatonal cuya su construcción data de los años 30's, su nombre proviene del hecho de que en la misma se encuentran ubicadas el edificio de la Gobernación del Guayas y el Municipio de Guayaquil, en esta localidad podemos observar dos monumento; uno que rinde tributo al Mariscal Antonio José de Sucre y otro llamado la Fragua de Vulcano que representa las distintas conspiraciones que se dieron previa a la gesta libertaria de la independencia de Guayaquil.

**Grafico N° 03: Plaza de la Administración**



**Fuente: El autor**

### **Parque Seminario**

Este parque es uno de los más reconocidos en la ciudad, es el parque más antiguo de Guayaquil, la construcción del actual parque es de 1868 y a lo largo de su historia ha tenido más de un nombre, reconocido inicialmente como, Plaza de la estrella, pues tenía anteriormente una estrella de ocho puntas en el centro del mismo, luego se lo conoció como el Parque Bolívar debido a un monumento que fue ubicado en el centro del mismo en homenaje al libertador Simón Bolívar y por último se lo conoce como Parque Seminario pues este ilustre personaje de la ciudad, donó importantes sumas de dinero

para las adecuaciones del mismo y también donó las rejas del mismo, entre otros. Y por último es conocido como parque de las iguanas ya que existe gran cantidad de estos animales que actualmente viven en el mismo.

**Grafico N° 04: Parque Seminario**

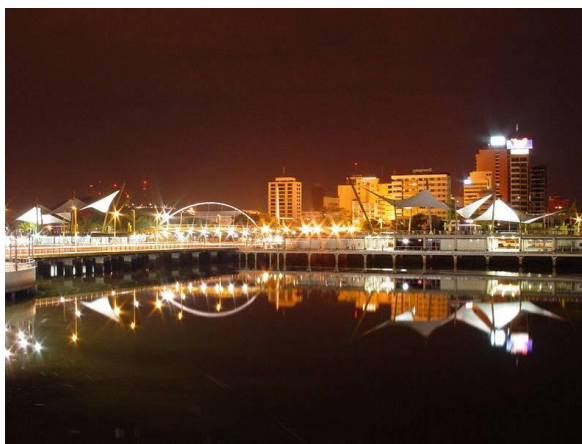


**Fuente: El autor**

### **Malecón del Salado**

Esta obra ha servido para revitalizar uno de los principales atractivos de la ciudad el Estero Salado, este sector actualmente es un atractivo turístico pues permite este acercamiento con el brazo de mar, y cuenta con distintos servicios como patios de comida, bares y discotecas, además cuenta con un corredor turístico: la Plaza de los escritores, que rinde tributo a distintos escritores Guayaquileños, denominados “Los cinco como un puño”, también cuenta con una fuente de agua que en las noches brinda un espectáculo lleno de colores, música y alegría.

### **Grafico N° 05: Malecón del Salado**



**Fuente:** <http://www.suitesguayaquil.com/images/fotos-guayaquil/guayaquil29-g.jpg>

### **Plaza del Centenario**

Este es sin duda un lugar muy simbólico para la ciudad de Guayaquil, fue inaugurado en 1920, cien años después de la independencia de la ciudad. Es un gran atractivo por su arquitectura y diseño griego, y muy simbólico, sin duda su principal atractivo es su imponente monumento central “La columna de los próceres” que con una dama cargando una antorcha representando al llama de la libertad que sigue latente en sus ciudadanos.

### **Grafico N° 06: Plaza del Centenario**



**Fuente:** <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/plazas-y-parques/del-centro-de-la-ciudad/plaza-del-centenario>

**Museo Buque Calderón:**

Este museo que fue inaugurado en 1985 y el buque cuenta con ese nombre desde 1950 en honor al héroe militar cuencano Abdón Calderón; este atractivo museo, aunque es pequeño nos permite abordar con el turistas tema de conflictos internacionales del Ecuador y como ha cambiado ese rol hasta llegar a la actual situación de integración que vive el continente.

**Grafico N° 07: Museo Buque Calderon**

**Fuente:** <http://www.museosdefensa.gob.ec/index.php/mar/buque-bae-calderon>

**Picantería La Culata:**

Ubicado en las calles Córdova y Mendiburo, este restorán se ha convertido en un referente gastronómico por sus platos basados exclusivamente en mariscos y comida de mar, con un menú muy variado y un sabor único, es un lugar muy concurrido por locales y extranjeros, cuenta con precios económicos y con una ubicación estratégica y privilegiada en el centro de la ciudad, cerca de hoteles y sitios turísticos de la urbe guayaquileña.

**b. Guayaquil Verde:**

Mediante la línea de productos “Guayaquil verde” además de promover turismo sustentable también se busca crear un lazo hombre-naturaleza con el turista, aprovechando la diversidad de recursos y ecosistemas que existen en la ciudad y sus alrededores, mostrando un lado poco conocido y promocionado de la ciudad como es el de la naturaleza, parques, bosques, etc.

Además de buscar mediante estos tours que el turista tenga un contacto directo con la naturaleza, se busca generar un impacto en el turista con el fin de que este sea un poco más consciente del impacto del hombre una interacción de aventura, es decir mediante la exploración de los espacios naturales o artificiales pero siempre complementarlos con actividades de aventura, es decir caminatas, kayaking, Ciclismo de montaña, etc. De esta forma se crea una sinergia y se busca despertar la consciencia de las personas que requieran nuestros servicios, al verse en contacto y a su vez interactuando con estos espacios es que logramos un verdadero impacto en la mente del turista y a su vez le brindamos una experiencia única en nuestra ciudad.

Para la elaboración de estos paquetes contamos con recorridos en bicicleta y también en transporte privado pues dadas las distancias no siempre se podría visitar los diferentes atractivos en bicicleta, por esto es necesario tener más alternativas de movilización.

**Tabla N° 08: Bicitour 3****BiciTour Isla Santay (3 horas)****1. Salida en bicicleta desde la Operadora**

Introducción, saludos, presentación, Río Guayas, Guayaquil ciudad comercial y su gente, breve historia de barrio del astillero y equipos de futbol de la ciudad.

**2. Parada en Museo Buque Calderón**

Referencias: Visita al museo buque Calderón y mención sobre conflictos con vecino país Perú, relaciones actuales y rol de Ecuador en integración Regional.

**3. Visita a la Isla Santay**

Referencias: información general sobre fauna y flora en la isla, vigencia del proyecto y generalidades de proyecto Guayaquil Ecológico

**4. Guianza interna por nativo de la isla**

A partir de esta parada el recorrido se realiza a pie, y se subdivide en 3 recorridos internos en la isla:

**4.1. Cocodrilera**

Datos generales sobre los cocodrilos y breve historia de su traslado a la Isla

**4.2. Eco-aldea**

Se mencionan generalidades del proyecto, el cambio del estilo de vida de los habitantes pros y contras del proyecto según habitantes.

**4.3. Sendero Mirador**

Este recorrido termina en un mirador donde se pueden observar algunas especies de aves y en el trayecto se mencionan leyendas de la isla y se hace referencia a algunas especies de plantas utilizadas medicinalmente por los nativos e historia general de la isla

**5. Snack en la isla**

Plato fuerte, menú variable según disposición de la comuna.

**Elaborado por: Autor**

**Tabla N° 09: MTB Tour****Guayaquil MTB Aventura****1. Salida en transporte privado desde la Operadora**

Introducción, saludos, presentación, Río Guayas, Guayaquil Ecológico, datos generales sobre la flora y fauna de la ciudad.

**3. Mountain Bike por senderos internos en bosque cerro blanco / O en trillos de ESPOL**

Caminata y observación y exploración de flora y fauna, microclimas dentro del bosque y observación de mono aulladores

**4. Visita Reserva Puerto Hondo**

Traslado a puerto Hondo, para realizar actividades recreativas y de Kayaking

**5. Almuerzo en Puerto Hondo**

Degustación de platos típicos del sector

**Elaborado por: Autor**



**Tabla Nº 10: Kayak Tour****Guayaquil Natural****1. Salida en transporte privado desde la Operadora**

Introducción, saludos, presentación, Río Guayas, Guayaquil Ecológico, datos generales sobre la flora y fauna de la ciudad.

**2. Visita a Reserva Cerro Blanco**

Generalidades sobre cerro Blanco, información sobre fauna, flora y variedad de especies, Existen 3 rutas posibles dentro de la reserva,

**4. Traslado hacia Puerto Hondo**

Traslado a puerto Hondo, para realizar actividades recreativas y de Kayaking

**5. Almuerzo en Puerto Hondo**

Degustación de platos típicos del sector

**6. Retorno hacia la operadora.**

**Elaborado por: Autor**

## **Isla Santay**

Esta isla a pocos metros de distancia de la ciudad, es sin duda un punto ecoturístico de mayor relevancia en la ciudad por su biodiversidad natural, pues la isla cuenta con una variedad de 128 especies de aves, 5 especies de mangles, alrededor de 65 tipos de plantas y 25 distintos mamíferos, además cuenta con una pequeña cocodrilera que cuenta con 12 cocodrilos de la costa, mismos que están en peligro de extinción, además la isla es una zona protegida Ramsar, que es una organización que a nivel mundial se dedica a la conservación de estos hábitats y humedales. Además cuenta con espacios para ciclistas y peatones que permiten un contacto con la naturaleza con un mínimo impacto en el ecosistema de la isla.

**Grafico N° 08: Plaza de la Administración**

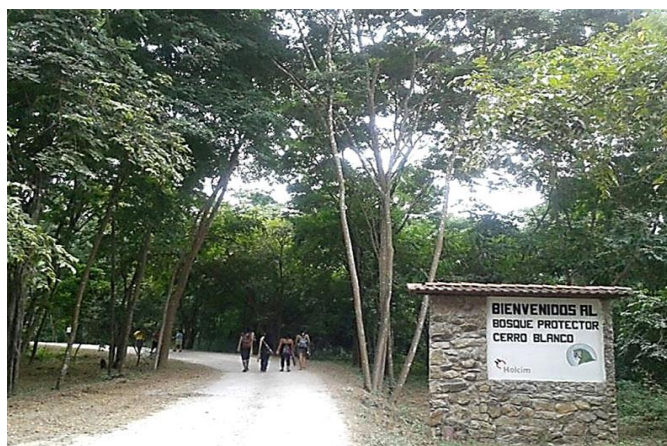


Fuente:<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/02/nota/3177706/guayaquil-e-isla-santay-unidas-turismo>

### **Bosque Protector Cerro Blanco**

Este bosque es otro importante punto ecológico de la ciudad, se trata de un bosque protegido de 6.000 hectáreas aproximadamente, ubicado en la vía a la costa y forma parte de la cordillera Chongon-Colonche, este bosque cuenta con una importante biodiversidad que abarca 54 especies de mamíferos, 221 especies de aves, entre las cuales se incluye el Papagayo de Guayaquil que está en peligro de extinción, 8 de anfibios y 12 de reptiles y cerca de 130 especies de plantas endémicas.

#### **Grafico N° 09: Bosque Protector Cerro Blanco**



**Fuente: El autor**

## **Puerto Hondo**

Puerto hondo es un balneario recreacional ubicado en el km 17,5 vía a la costa que cuenta con áreas recreacionales, está ubicado junto a una reserva ecológica de manglares, cuenta con una playa artificial que permite a los visitantes bañarse en un brazo de mar, además cuenta con servicios de comida y juegos para niños.

**Grafico N° 10: Puerto Hondo**



Fuente: <http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/diversion-y-esparcimiento/balnearios/balneario-y-centro-recreacional-puerto-hondo>

## **Estrategias de Producto**

Se busca desarrollar nuevos y mejores productos enfocados a satisfacer diversos tipos de turistas y siempre orientado a brindar servicios eco turísticos y de aventura conforme a los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas. Toda la información de los productos será presentada a través de página web de la operadora para su respectiva promoción.

### **2.4.2 Plaza:**

MonkeyTours s.a. ha considerado inicialmente que el canal principal de distribución de sus servicios será de forma directa al cliente a través de los siguientes canales:

- A través del e-mail directamente desde el sitio web de la operadora.
- Formulario en página web.
- Redes Sociales y medios tecnológicos: Instagram, Facebook, Whatsapp, vía telefónica, etc.
- Contratación directa en oficina.

La información sobre nuestros tours y paquetes estará disponible 24 horas al día los 365 días del año a través de nuestra página web y redes sociales, brindando la facilidad de acceso a esta información a cualquier persona a nivel mundial; además el cliente podrá visualizar mediante redes sociales parte de los recorridos y atractivos que la ciudad brinda creando así una expectativa en el turista que deberá ser cumplida por nuestros servicios, es por esto la importancia fundamental de la calidad del servicio ofertado sea muy alta. Adicionalmente se le brinda al turista la opción de hacer la contratación de forma directa sin necesidad de intermediarios lo que a su vez permite ofrecer un servicio a un menor costo pues al no contar con personal de ventas o agencias intermediarias la operadora no debe pagar comisiones a terceros.

### **Estrategias de Plaza:**

Será necesario establecer alianzas estratégicas con hostales y hoteles de la ciudad preferiblemente en el mismo sector en el que se ubicará la operadora, es decir en el centro de la ciudad, por su estratégica ubicación en relación a los atractivos turísticos de la misma, aunque se pueden considerar

también opciones hoteleras fuera del casco céntrico de la ciudad. La intención de estas alianzas se basará en la calidad de servicio que se brinde, es decir la satisfacción del turista con nuestro servicio será lo que nos permita mantener estas alianzas a largo plazo. No se negociará una comisión pues el contacto lo realizará directamente el turista, y se manejará a través de canjes publicitarios en nuestro sitio web de los distintos hoteles que a su vez nos facilitarán el repartir volantes dentro de su área de recepción o menciones a través de redes sociales y sitios web.

#### **2.4.3 Precio:**

Al ya existir empresas con servicios similares dentro del mercado, el precio debe ser competitivo dentro del mismo, se han establecido dentro de nuestros paquetes precios que van desde los \$30,00 el más económico hasta los \$45,00 el de más alto valor, siempre guardando una relación precio-calidad y cantidad también pues varían según las actividades a realizar y a la duración de los recorridos, cabe recalcar que se encuentran estos precios dentro de los rangos establecidos actualmente en el mercado por las dos empresas consideradas como competencia directa.

El turista extranjero antes de realizar la reserva de este tipo de tours realiza una investigación previa para poder determinar la confiabilidad de la empresa y la calidad del servicio que se oferta, es por esto que es fundamental contar con un buen manejo de información tanto en el sitio web como en redes sociales.

## **Estrategias de Precio**

Como estrategia de precio se ofrecerán descuentos en grupos de hasta 5 personas del 5% del precio fijado y otro descuento según la anticipación con que se realice la reserva de nuestros servicios, pues este factor nos permitiría un mejor manejo logístico interno y a su vez nos evitaría costos por lo que se ofrecerán descuentos de hasta el 10% del precio ofertado si las reservas se realizan con mínimo dos semanas de antelación.

### **2.4.4 Promoción y comunicación:**

Dado que nuestra principal fuente de información será el internet, sitio web y redes sociales y que nuestro mercado meta son turistas extranjeros es necesario recalcar que existen diversas estrategias de promoción tanto gratuitas, como pagadas y cuya finalidad es atraer mayor cantidad de visitas posibles a nuestra página.

La publicidad se realizará por varios medios, como videos, fotos, blogs y redes sociales, intercambio de enlaces con empresas del sector, traducción del sitio web en español e inglés es también de mucha importancia.

### **Estrategias de comunicación y publicidad.**

Para poder cumplir nuestros objetivos dentro del campo de comunicación y publicidad será necesario emplear distintas estrategias para atraer visitas y direccionar a los turistas hacia nuestro sitio web, las estrategias que detallaremos a continuación se denomina -estrategia de Optimizador de buscadores (SEO)- el mismo que es considerado el más apropiado para empresas pequeñas y que además vale mencionar es gratuito y existen diversas técnicas que formarán parte de nuestra estrategia:

- **Intercambio de links:**

Para esto es necesario contar con empresas dentro del sector turístico que cuenten ya con un posicionamiento que nuestro sitio que por ser nuevo contará con un menor pagerank de esta forma se podrá ayudar a posicionar nuestro sitio en internet.

- **Foros:**

Registrarse en foros relacionados a la industria del turismo, para generar presencia online y contribuyendo a mejorar la experiencia de los turistas o simplemente brindando ayuda al mismo o incentivando a este a emprender su viaje y a su vez posicionando nuestro nombre y marca en el sector y permitiéndonos también ganar confiabilidad por parte de turistas extranjeros.

- **Elección de palabras clave del website:**

Es fundamental para poder obtener un correcto posicionamiento SEO elegir palabras clave muy minuciosamente y una vez seleccionadas las mismas deben ser ubicadas correctamente en el código del sitio y/o en anuncios que se realice.



## **CAPITULO III**

### **3.1 PROPUESTA**

#### **3.1.1 Estudio Organizacional**

Es necesario para conformar el presente proyecto como una operadora turística primeramente proceder con la constitución de la empresa a través de la escritura de la misma para lo cual se requerirá definir los siguientes campos:

##### **RAZON SOCIAL:**

Con la finalidad de apuntar al mercado extranjero que será nuestro principal target el nombre propuesto para la operadora sería: “Monkey Tours Operadora S.A.”

##### **UBICACIÓN:**

La misma inicialmente estaría ubicada en la ciudad de Guayaquil, se arrendará un local ubicado en el centro de la ciudad, de preferencia en el sector de las peñas debido a su gran afluencia de turistas extranjeros en el sector.

##### **NACIONALIDAD:**

Ecuatoriana.

##### **OBJETO SOCIAL:**

La compañía se dedicará a la prestación de servicios turísticos que abarcarán la creación y ejecución de recorridos ecoturísticos, transporte, alimentación y demás actividades de esparcimiento al aire libre de poca difusión exclusivamente en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores, dirigido tanto a turistas nacionales como extranjeros.

##### **PLAZO**

Es necesario al momento de crear una compañía determinar el tiempo de vida por el cual la misma desempeñara sus funciones. En este particular caso hemos decidido establecer que el tiempo de vida de la misma será de 50 años a pesar que posiblemente funcione por menos tiempo pero de esta forma no será necesario realizar trámites para extender el tiempo de vida de la misma.

Datos de los accionistas, representante legal de la compañía y funciones:

### **3.1.2 Características de la Empresa:**

Monkey Tours S.A. Será una operadora turística dedicada a la elaboración de creativos paquetes inicialmente dentro de la ciudad de Guayaquil, con prácticas de turismo sostenible y cuyos paquetes serán propuestas complemente diferentes a lo existente en el mercado actualmente; para esto la empresa deberá contar con guías turísticos con sus licencias vigentes y con experiencia y conocimientos específicos del área a visitar, además de brindar servicios de alimentación y transporte para los diferentes tours.

Según el reglamento de ley de turismo la operación turística “comprende diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante distintas modalidades dentro de las cuales se incluyen: turismo cultural y patrimonial, ecoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico.

Como operadora turística Monkey tours podremos desenvolvemos entre las principales actividades turísticas pero inicialmente nos enfocaremos en la ciudad de Guayaquil solamente en la prestación de los siguientes servicios:

- Organización, operación y venta de tours que incluyan alimentación, movilización mediante asociación con otras empresas en la ciudad.

- Alquiler de equipos para practica de turismo aventura y deportivo.
- Servicio de guianza

### 3.1.3 Misión:

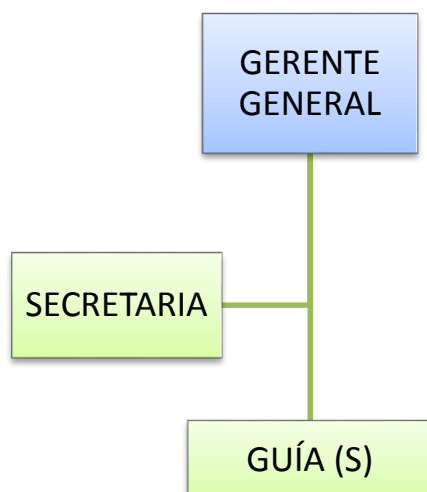
Brindar un servicio de calidad que fusione distintos conceptos de turismo como el de aventura, el cultural y ecoturismo, mostrando así una cara poco conocida de la ciudad y que permitan crear una experiencia única para el turista y que le facilite una interacción cercana y real con la cultura guayaquileña y con la naturaleza de la ciudad.

### 3.1.4 Visión:

Posicionarnos en el mercado nacional como el referente de alternativas de ecoturismo y turismo de aventura en Guayaquil.

### 3.1.5 Organigrama:

**Gráfico Nº 11: Organigrama**



**Elaborado por: Autor**

En cuanto a las funciones a realizar por los integrantes del proyecto previamente descrito en el organigrama anterior tenemos a continuación un detalle:

**Gerente:** dentro de sus principales funciones tenemos:

- Supervisar y controlar de manera global el proyecto.
- Encargado de administrar y actualizar contenidos del sitio web de la empresa.
- Establecer políticas internas de la empresa.
- Establecer presupuestos, controles y administrar recursos financieros de la empresa.
- Buscar generar alianzas estratégicas con establecimientos dentro de la industria para mejorar la promoción del servicio.
- Supervisión y control de registros contables.

**Secretaria:** dentro de sus principales funciones tenemos:

- Atención personal a clientes en local.
- Coordinación y manejo de reservas tanto online como telefónica y presencialmente.
- Llevar registro contable de transacciones.
- Realizar las cobranzas del servicio y manejo de caja.
- Debe hacer firmar el descargo de responsabilidades de la empresa por el cliente.
- Coordinación previo a salida de los tours con

**Guías:** dentro de sus funciones tenemos:

- Regirse a la ruta previamente establecida, pero debe buscar vías alternas en caso de presentarse situaciones especiales durante el tour.
- Brindar atención personalizada a los turistas, orientarlos y ayudarlos en cualquier requerimiento que los mismos puedan tener.
- Brindar sus servicios de guianza conforme al guion previamente elaborado y aportar con sus conocimientos o incluso opiniones adicionales conforme se desarrolle el tour y tratar de solventar cualquier duda que el turista pueda tener.
- Realizar chequeo físico de los equipos de turismo antes de los recorridos.
- Coordinar con oficina para resolución de algún problema con los equipos en caso de darse durante algún tour.
- Elaborar un reporte general del tour, sobre novedades suscitadas durante el mismo y también sobre los equipos de turismo.

Los guías cobrarán un valor por cada tour o recorrido de \$20usd, valor que se detalla dentro del análisis de costos unitarios de los tours y adicionalmente reciben una propina por parte del grupo de turistas. Es necesario recalcar que los mismos no estarán dentro de la nómina de empleados puesto que se considera que los mismos serán personal externo que brindarán servicios ocasionales a la operadora y que serán al menos 3 guías con los que se entablará una relación laboral no formal pero constante.

Los guías son una pieza fundamental en el presente proyecto, por ende hemos planteado algunos requisitos indispensables para la contratación de los mismos, entre las que tenemos:

- Hablar y entender perfectamente el idioma inglés (ser bilingües)
- Ser profesional en el sector de turismo o bien estudiante de últimos años de esta carrera universitaria.
- Tener conocimientos generales de la ciudad y específicos sobre los lugares a visitar.
- Tener experiencia en guianza de grupos de turistas de al menos un año.
- Contar con experiencia movilizándose en bicicleta por la ciudad (indispensable)
- Haber realizado cursos de primeros auxilios.
- Tener conocimientos en temas de interés general, como política y realidad nacional así como un criterio formado en estas materias.
- Preferiblemente se buscará personas jóvenes entre los 22-30 años de edad.

### **3.1.6 Análisis de la Competencia**

Para hacer un respectivo análisis a la competencia es necesario aclarar que la misma casi no existe, en los últimos días de elaboración de la presente tesis ha surgido una pequeña operadora ubicada en el sector del barrio Las Peñas de Guayaquil, y cuyo nombre es “Las Peñas Rent a Bike”, esta nueva empresa junto con el Manso Hostal Boutique ubicado en el centro de la ciudad (malecón y Aguirre) son las dos únicas empresas privadas que actualmente ofrecen servicios turísticos y actividades en bicicleta; a continuación realizaremos una breve descripción de ambas:

#### **El Manso, Hostal-Boutique:**

Sus propietarios son Ricardo Cevallos y Rosi Villacrés, el hostel está ubicado en Malecón 1406 y Aguirre, esta empresa ya lleva alrededor de 7 años en el mercado desde su apertura en 2008. Dentro del hotel se brindan varios servicios, desde hospedaje cuyos valores están entre los \$15 y \$120 usd dependiendo de las comodidades de la habitación, cuentan con un restorán vegano y donde toda su comida es 100% orgánica.

El Manso es un espacio para el arte también Ricardo y Rosi no tienen problema en abrir las puertas del Manso a propuestas artísticas diversas y diferentes; adicionalmente cuentan con una pequeña boutique donde se exhiben productos de diseñadores y artesanos nacionales que desean dar a conocer sus productos.

Cabe recalcar que El Manso recibe turistas de todas partes del mundo, el tipo de turista con el que se manejan va desde mochileros hasta reconocidos investigadores internacionales, su target son principalmente Europeos provenientes de Alemania, Inglaterra y Holanda; americanos de EEUU, Argentina, Colombia y Perú.

Actualmente el manso también maneja una línea de productos de Operadora Turística, no tienen convenios con agencias ya que ellos tienen contacto directo con el turista así que siempre se manejan con ese mismo target y les ofrecen servicios de bicitours y walking tours en la ciudad a un costo de \$30usd por persona, los tours incluyen: guía, snack, bicicletas y casco y tienen una duración aproximada de 3 horas estos servicios son ofertados de lunes a domingo; las bicicletas que actualmente tienen no están en buen estado y son bicicletas de paseo manufactura nacional.

### **Las Peñas, Rent a Bike:**

Como se indicó previamente esta empresa tiene a penas días funcionando, la información sobre esta operadora es muy escasa por la misma razón.

Sabemos solamente que las instalaciones de la operadora se encuentran en una pequeña oficina en el sector de las peñas, en la calle Numa Pompillio, poseen 6 bicicletas marca Giant de aro 26 montañeras, los precios por alquiler de las bicicletas son de \$30 usd el día, las alquilan únicamente a extranjeros y como garantía solicitan el pasaporte, en cuanto a los servicios de Tours de Mountain bike solo se realizan con un mínimo de 6 personas y tienen un costo de \$45 aproximadamente, el precio puede variar según la ruta que se solicite que dependerá de las habilidades del turista y su nivel de experiencia en este deporte.



## **3.2 ANALISIS FODA**

El análisis FODA consiste en hacer un resumen de factores internos y externos con los que la empresa tendrá que lidiar en el mercado para mediante este elaborar planes de mejoras o contingencia ante posibles adversidades.

### **3.2.1 Análisis Interno**

Consiste en detectar las fortalezas y debilidades del negocio, que puedan afectar al desempeño de las mismas evitando que podamos alcanzar los objetivos planteados; por ser internas se entiende que tenemos cierto grado de control sobre las mismas por lo que debemos detectarlas para poder impulsar nuestras fortalezas y actuar frente a nuestras debilidades.

#### **Fortalezas**

- Calidad del servicio:

Es primordial para la aceptación de nuestra empresa en el mercado que el personal de guianza cuente con una capacitación adecuada, tenga fluidez en el manejo del idioma inglés para que el mismo pueda brindar un servicio de calidad , por lo que se buscará contar con personal de buena presencia pero sobretodo que se desenvuelvan positivamente en la función asignada para así darle buena reputación al negocio; otro punto importante es la calidad de los equipos, las bicicletas deben contar con tecnología de punta y deberemos estar a la vanguardia en relación a la competencia.

- Variedad en oferta de tours

Puesto que en la actualidad ya se cuenta con algo de competencia en este tipo de tours, parte de nuestra estrategia de negocio será centrarnos en la variedad de propuestas turísticas a ofertar, darle distintas alternativas y opciones al turista, así tendremos más opciones para que este se decida a emprender su aventura con nosotros.

- Precios accesibles:

Nuestros precios se determinaran a partir del respectivo análisis de costos, pero tenemos presente que los mismos deberán ser accesibles y debe ir en relación a los servicios que se les ofrece a los turistas para que de esta manera haya un grado de satisfacción del mismo y pueda este posteriormente recomendarnos.

### **Debilidades**

- Dependencia de Terceros:

Al tratarse de un negocio de tipo turístico siempre dependeremos de otras empresas sean estas de alojamiento, transporte, alimentación, etc. Pues como operadora al menos inicialmente no podemos abarcar todas estas actividades, por lo que es muy importante que siempre antes de cada tour se maneje una buena coordinación con las distintas empresas que nos brinden estos servicios, siempre orientados a que el turista tenga una experiencia agradable.

- Desconocimiento de la marca:

Como toda empresa nueva deberemos enfrentar el desconocimiento no solo de la marca sino por este tipo de servicios innovadores y diferentes por lo que es importante emprender las respectivas campañas publicitarias para captar la atención de los turistas extranjeros principalmente.

- Poca experiencia en el Sector:

El negocio es netamente turístico y no se cuenta con una vasta experiencia en el mismo, sin embargo consideramos que se pueden pulir detalles ya en el proceso de ejecución del proyecto.

### 3.2.2 Análisis Externo

Nos permite analizar el mercado, es decir un punto de vista más macro del sector, estas variables no son controlables para la empresa por esto es que el objetivo del análisis es que el mismo nos permita tomar medidas internas que nos ayuden ajustar y alinear nuestros objetivos para aprovechar las oportunidades o minimizar las amenazas según como se desenvuelva el mercado.

#### Oportunidades

- Constante crecimiento del sector turístico en el país.

Existe un crecimiento sostenido del sector, por las facilidades e impulsos que se brindan al sector desde el gobierno, hay inversión constante en el sector privado en esta industria, lo que genera confianza en el mismo.

- Facilidades de Publicidad Sector Turístico

Actualmente existen programas de gobierno que ayudan a promocionar negocios turísticos a nivel nacional, mediante campañas y cuentas de redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook, Etc. Con las que se tiene acceso al mercado meta objetivo, que permiten ahorrar costos y ayuda a generar competitividad. Además de otros mecanismos que el internet en estos días facilita sin costo y la posibilidad de llegar a todo el mundo, mantener contacto y relación con clientes y potenciales clientes.

- Posibilidad de Alianzas con otras empresas:

El servicio que brindaremos como operadora es un servicio complementario, será un plus a la estadía del turista, una opción que ayuda al turista a recordar algo más y diferente de Guayaquil, por lo que podemos generar alianzas con empresas hoteleras y de otros servicios turísticos y fortalecer y mejorar en conjunto la experiencia del turista, con empresas que compartan esta visión.

- Poca o casi nula competencia directa en oferta de tours alternativos dentro de Guayaquil.

Existe solo una empresa dentro de la ciudad que oferta servicios similares a los del presente proyecto que no posee capacidad para abarcar totalidad del mercado meta planteado en el proyecto.

### **Amenazas**

- Se mantiene una mala imagen de Guayaquil a nivel internacional.

El turista extranjero aún tiene la percepción de que Guayaquil es una ciudad peligrosa y poco amigable con el turista, sobre todo con el tema de movilidad, pues hay desconfianza con los medios de transporte público, esto afecta directamente a las decisiones que el turista toma en todo momento durante su estadía y muchas veces provoca que el mismo no quiera experimentar nuevas opciones precisamente por ese temor y desconfianza.

- Irrespeto al ciclista:

Es bien conocido que el conductor guayaquileño no tiene una buena relación de respeto hacia al ciclista, por lo que será necesario involucrarse con la comunidad para difundir y promover el respeto al mismo mediante campañas culturales que nos permitan generar conciencia en el conductor.

### **3.3 MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.3.1 Modalidad de Investigación**

El presente trabajo está enmarcado en un proyecto de factibilidad porque pretende realizar el planteamiento de una propuesta que consiste en la creación de una empresa operadora turística que brinda servicios de guianza con opciones eco turísticos

Es una investigación de campo porque los datos se obtuvieron directamente de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Guayaquil y que permanecieron en la misma por al menos una noche.

Además es una investigación bibliográfica, porque se obtuvieron datos de diferentes materiales impresos tales como libros y tesis de grado, papers, etc.

#### **3.3.2 Población**

La población de esta investigación son los turistas extranjeros provenientes en su mayoría de Estados Unidos, Alemania, Suiza, Argentina, España que visitaron la ciudad de Guayaquil.

Según datos del ministerio de turismo por Guayaquil en el 2014 pasaron 330.000 turistas extranjeros de los cuales el 54% aproximadamente permanecieron en la ciudad alrededor de 5 días es decir 178.200 aproximadamente.

### 3.3.3 Muestra

Como muestra se eligió aleatoriamente a turistas extranjeros que durante los meses de julio y agosto visitaron la ciudad de Guayaquil. Se eligieron los turistas que pasaron por la ciudad y permanecieron en la misma pues es aquí donde se pretende implementar el servicio de guianza y tours eco turístico y cultural.

### 3.3.4 Tamaño de la Muestra

La población son 178.200 turistas extranjeros que pernoctan en la ciudad de Guayaquil, al ser población finita ya que se conoce su tamaño, se utilizará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n= tamaño de muestra

N= tamaño de la población (45)

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

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq} \quad n = \frac{178.200 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(178.200-1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{44550}{\frac{(177199)(0,0025)}{3,84} + 0,25} \quad n = \frac{44550}{\frac{442,99}{3,84} + 0,25} \quad n = \frac{44550}{115,36 + 0,25}$$

$$n = \frac{44550}{115,61} \quad \mathbf{n = 385,34}$$

Es necesario aclarar sobre el punto anterior que a pesar de que el cálculo si bien indica se deben realizar las encuestas a 385 personas, no se tuvo apertura por parte de entidades como el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo o la Fundación terminal Terrestre, pues las mismas debido a sus procesos internos tomaba alrededor de 2 a 3 semanas las aprobaciones a los trámites, sin embargo se procedió de forma discreta a a realizar las mismas y sin la respectiva autorización de las entidades, lastimosamente solo se logró realizar 150 encuestas, mayormente a hombres pues estos presentaron mayor apertura y colaboración.

### **3.3.5 Instrumentos de recolección de datos**

El Instrumento que se ha seleccionado para la presente investigación es una encuesta compuesta por 12 preguntas que se la realizó a los turistas extranjeros solamente (véase anexos).

### **3.3.6 Procedimiento de la Investigación**

1. Revisión de diversos materiales bibliográficos relacionados con el tema de investigación.
2. Elaboración del instrumento de recolección de datos (encuesta para turistas).
3. Aplicación del instrumento de recolección de datos a turistas.
4. Análisis estadístico de los datos recopilados:
  - Análisis de las respuestas de las encuestas (clasificación y conteo).
  - Registro de la información y organización en tablas.
  - Elaboración de gráficos estadísticos (columnas, barras, pastel).
  - Análisis de la información presentada a través de gráficos estadísticos.

5. Propuesta de estudio de factibilidad para crear una empresa que rente transporte personal ecológico.

### 3.3.7 Análisis de Resultados de Encuesta

El presente estudio se realizó en un lapso aproximado de dos semanas, durante días laborables y fines de semana en distintos puntos de la ciudad de Guayaquil donde turistas internacionales suelen frecuentar, entre estos lugares tenemos: Malecón 2000, Manso Hostal-Boutique, Aeropuerto José Joaquín de Olmedo. Las preguntas fueron diseñadas con la finalidad de conocer las costumbres o el perfil del turista extranjero que visita la ciudad de Guayaquil y así medir la viabilidad del presente proyecto

#### a. Sexo:

De un total de 150 encuestados, el 68% fueron hombres es decir 102 hombres y 48 mujeres que representan el 32% restante. Es necesario recalcar que existía una mayor predisposición a colaborar con las encuestas por parte de los hombres, pues las mujeres al ser extranjeras muchas veces no quisieron participar o se mostraron su desinterés en participar.

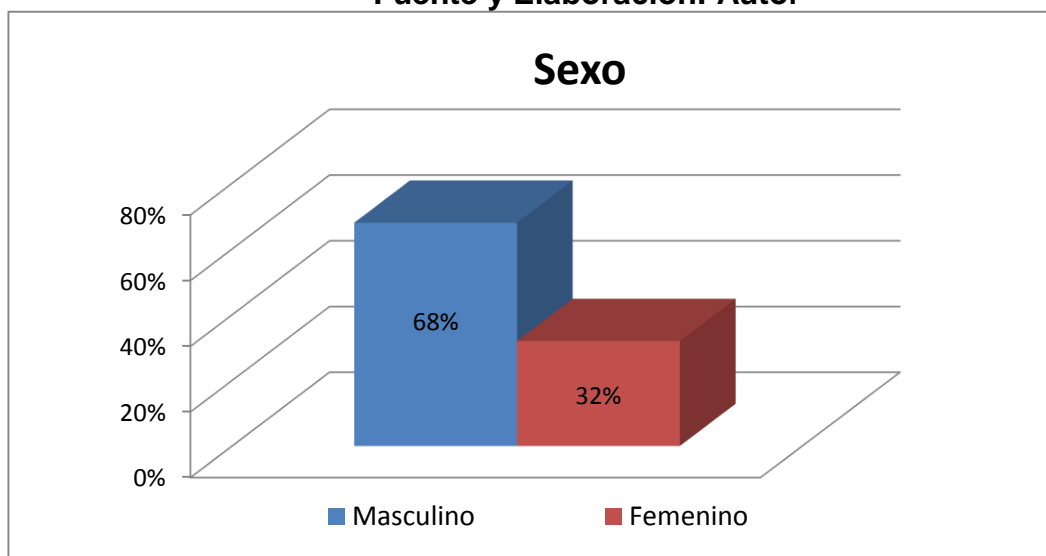
**Tabla N° 11: Sexo de los Encuestados**

SEXO	FRECUENCIA	%
Masculino	102	68%
Femenino	48	32%
<b>TOTAL</b>	150	100%

**Fuente y Elaboración: Autor**



**Gráfico N° 12: Sexo de los Encuestados**  
Fuente y Elaboración: Autor



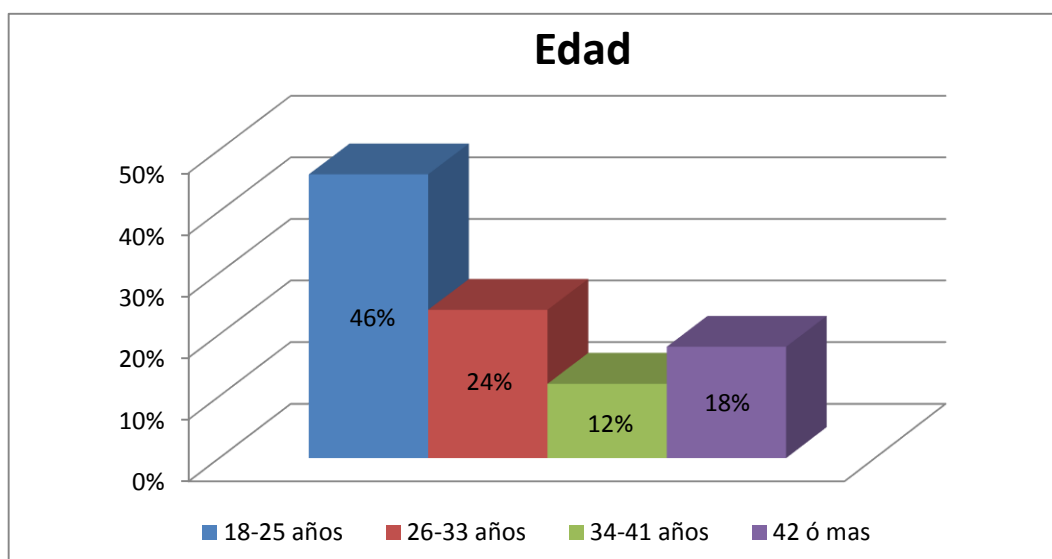
**b. Edad:**

Las edades de los encuestados fueron agrupadas conforme se mostrará más adelante, sin embargo es necesario mencionar que el grupo mayoritario fueron personas entre 18-25 años edad seguido del grupo de 26-33 años y que fueron quienes mayor aceptación e interés brindaron a las encuestas y a la temática en análisis.

**Tabla N° 12: Edad de los Encuestados**

EDAD	FRECUENCIA	%
18-25 años	69	46%
26-33 años	36	24%
34-41 años	18	12%
42 ó mas	27	18%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 13: Edad de los Encuestados**

**Fuente y Elaboración: Autor**

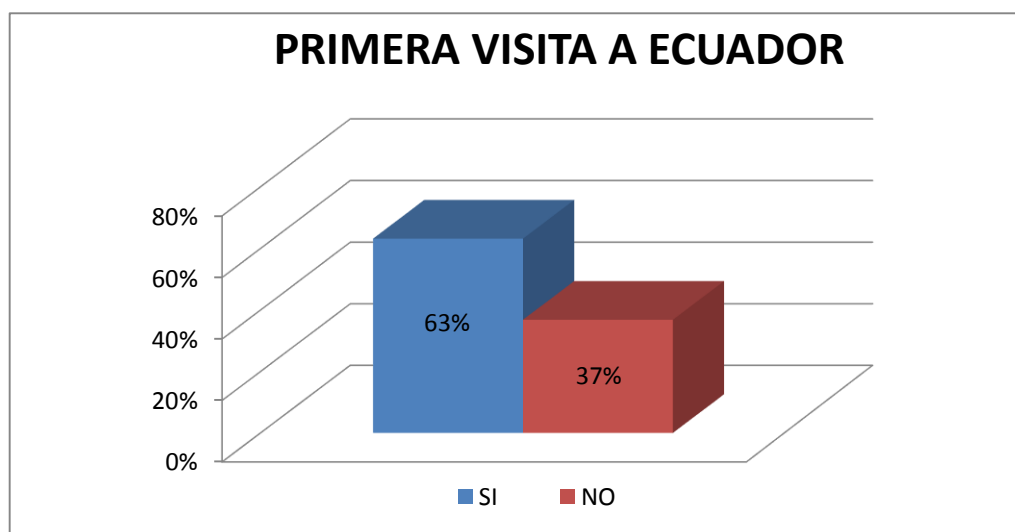
### 1. ¿Es esta su primera visita a Ecuador?

La 1era pregunta está enfocada en conocer un poco mejor el perfil del turista que visita la ciudad, para saber sus hábitos de visita, es decir si ha sido la primera vez que visitan el Ecuador, como resultado obtuvimos:

**Tabla N° 13: ¿Primera visita a Ecuador?**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	95	63%
NO	55	37%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 14: Primera visita Ecuador**

**Fuente y Elaboración: Autor**

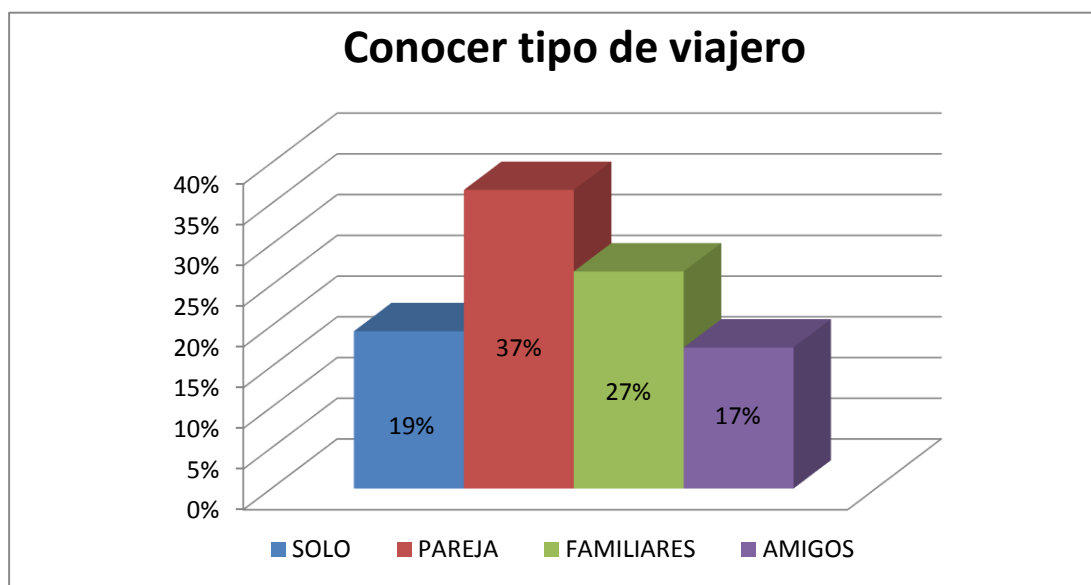
## 2. ¿Con quién visitó Guayaquil?

En la segunda pregunta se desea conocer más a fondo las costumbres y el perfil de los turistas e identificar si es un turista que viaja solo o acompañado y con qué tipo de compañía viaja, es decir si con familia, amigos, pareja, etc.:

**Tabla N° 14: ¿Con quién visitó la ciudad?**

REPUESTAS	FRECUENCIA	%
SOLO	29	19%
PAREJA	55	37%
FAMILIARES	40	27%
AMIGOS	26	17%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 15: ¿Con quién viaja?**

**Fuente y Elaboración: Autor**

### 3. ¿Cuántos días en promedio durará o duró su visita a Guayaquil?

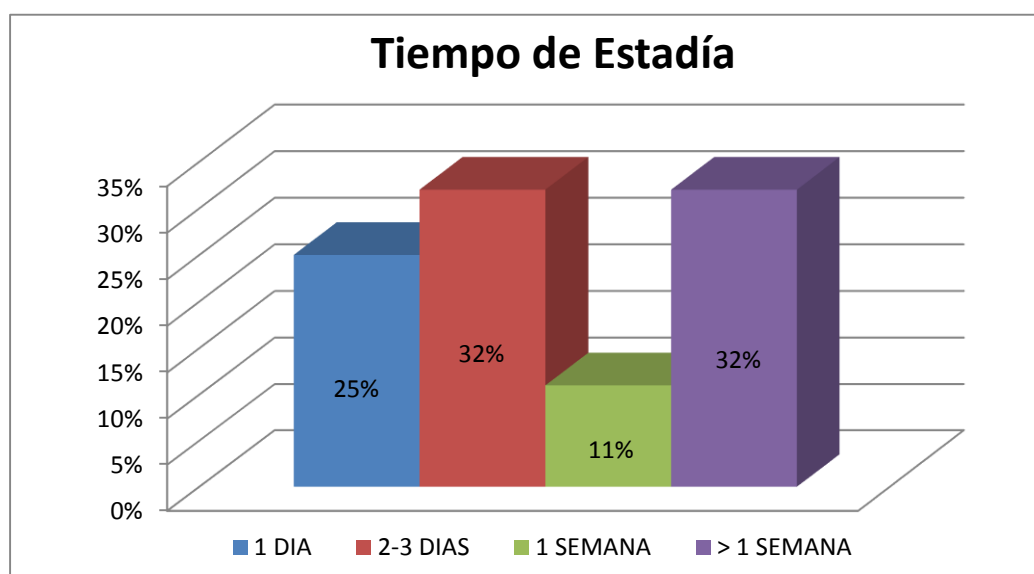
En la pregunta tres, buscamos conocer el tiempo de estadía promedio del turista que visita la ciudad de Guayaquil, así podremos según esta información hacer ajustes a los tiempos de nuestros productos, o podremos ofertar paquetes que incluyan dos o más tours. Como resultado tuvimos:

**Tabla N° 15: Tiempo de Estadía**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
1 DIA	38	25%
2-3 DIAS	47	32%
1 SEMANA	15	11%
> 1 SEMANA	50	32%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 16: Tiempo de Estadía en Guayaquil**



**Fuente y Elaboración: Autor**

#### 4. ¿Cuál es el motivo de su visita a la ciudad de Guayaquil?

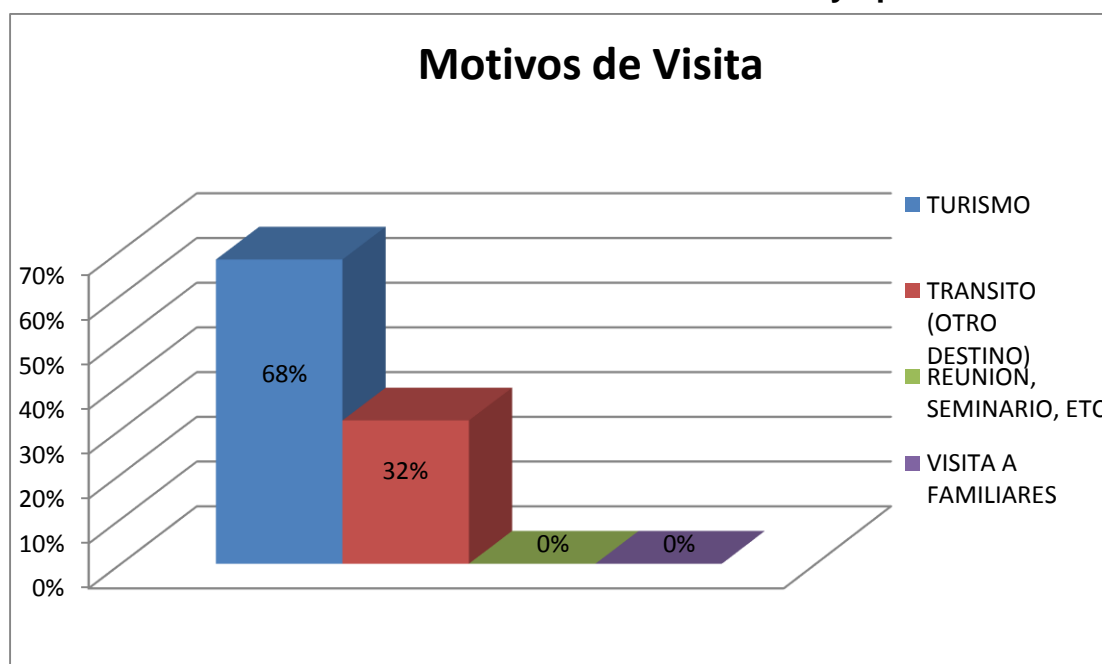
La pregunta cuatro está orientada a conocer la principal motivación de los turistas extranjeros a la ciudad de Guayaquil, como resultados tenemos:

**Tabla N° 16: Motivos de visita a Guayaquil**

MOTIVOS VISITA	FRECUENCIA	%
TURISMO	102	68%
REUNION, SEMINARIO, ETC	0	0%
VISITA A FAMILIARES	0	0%
TRANSITO (OTRO DESTINO)	48	32%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico N° 17: Motivos de visita a Guayaquil**



Fuente y Elaboración: Autor

**5. Durante su visita a la ciudad de Guayaquil que actividades turísticas realizó en la ciudad:**

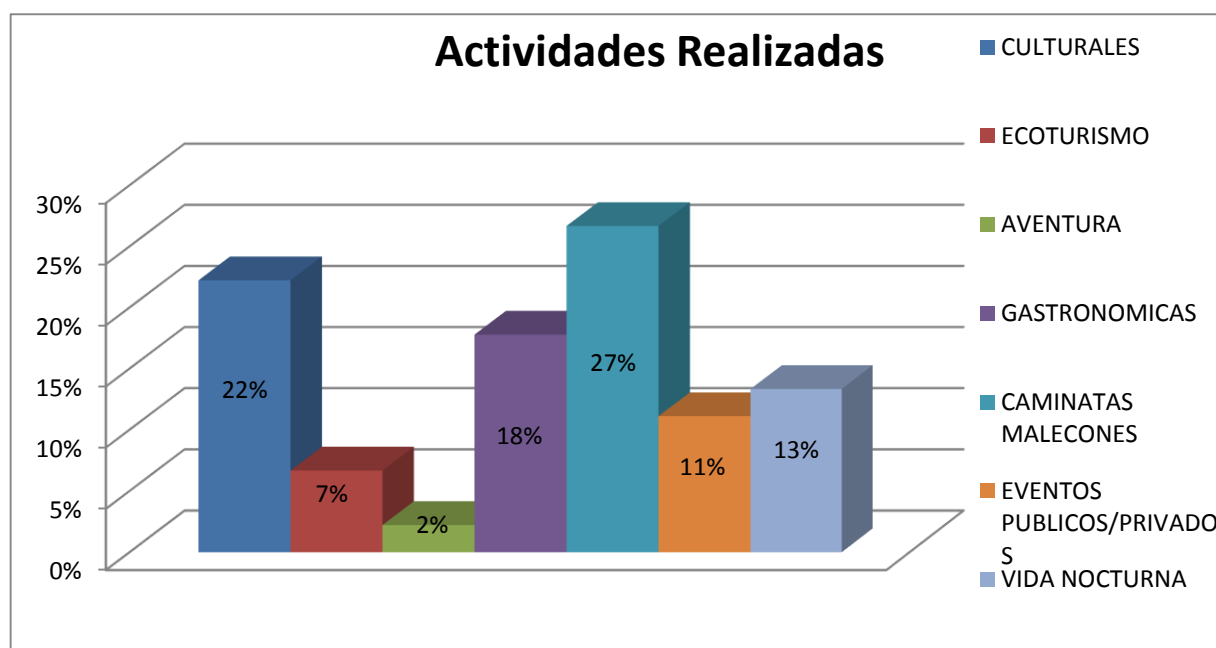
Mediante la pregunta cinco se buscan conocer cuáles fueron los hábitos de consumo turístico efectuado por los turistas que pernoctaron en la ciudad de Guayaquil, que tipo de actividades que actualmente SI están promocionadas realizaron. Como resultados tenemos:

**Tabla Nº 17: Actividades Realizadas durante estadía**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
CULTURALES	33	22%
ECOTURISMO	11	7%
AVENTURA	3	2%
GASTRONOMICAS	26	17%
CAMINATAS	40	27%
EVENTOS PUBLICOS/PRIVADOS	17	11%
VIDA NOCTURNA	20	13%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico Nº 18: Actividades Realizadas durante estadía**



Fuente y Elaboración: Autor

**6. La idea de realizar turismo alternativo y diferente en lugares poco promocionados pero atractivos de la ciudad de Guayaquil, de manera informativa junto a un guía autóctono, ¿ le interesa?:**

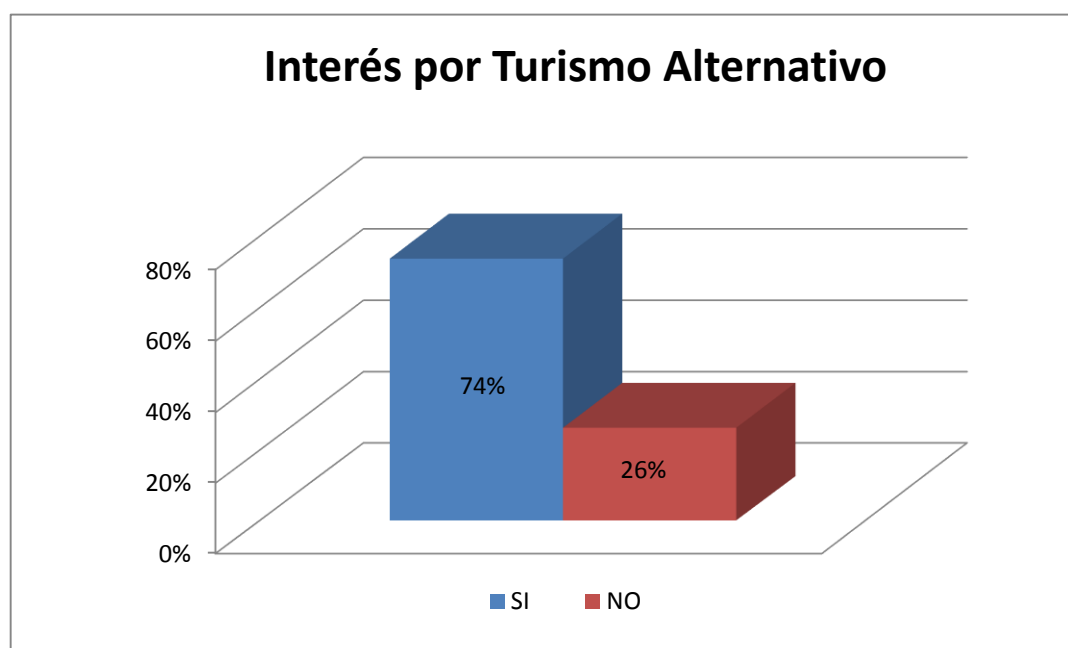
Mediante la pregunta seis se busca medir si existe o no un interés por parte del turista extranjero a realizar actividades turísticas menos tradicionales o un turismo alternativo; teniendo como resultado:

**Tabla N° 18: ¿Interés en Turismo Alternativo?**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	111	74%
NO	39	26%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 19: Interés en Turismo Alternativo**



**Fuente y Elaboración: Autor**



**7.Cuál de las siguientes actividades le hubiese gustado descubrir o experimentar en Guayaquil. (ordene del 1-8, según su criterio, siendo 1 la de mayor relevancia y 8 la de menor):**

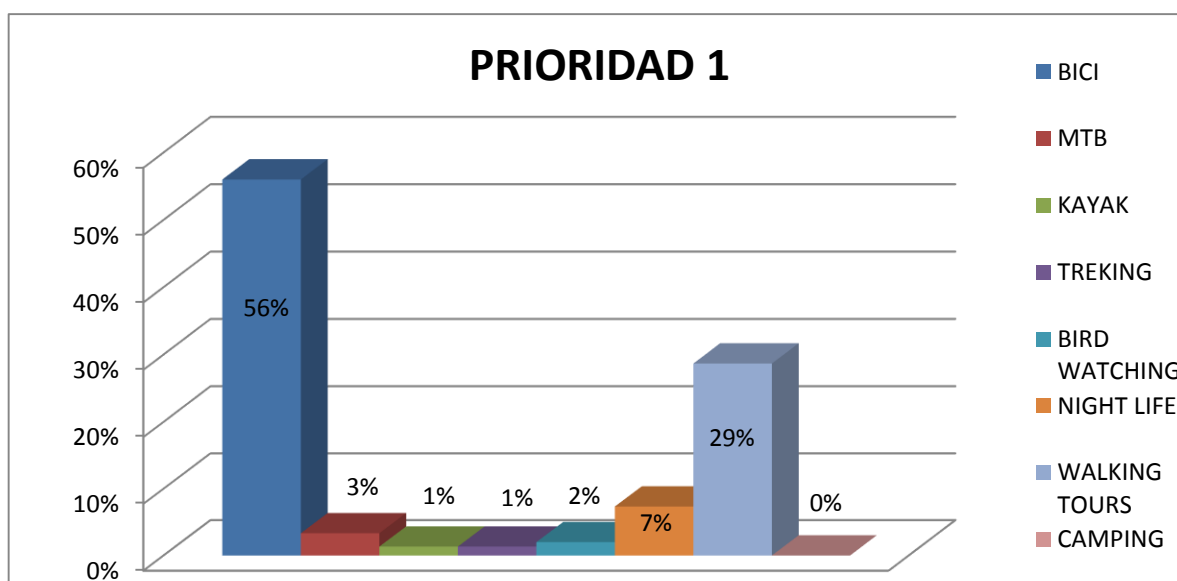
Mediante la pregunta siete, en la que les pedimos a los turistas ordenar según su preferencia y su interés por realizar distintas actividades turísticas en la ciudad, en este informe presentaremos el resultado de las 4 actividades con mayor aceptación dentro del total de encuestados:

**Tabla N° 19: Preferencia de Actividades  
PRIORIDAD 1**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
BICI	84	56%
MTB	5	3%
KAYAK	2	1%
TREKING	2	1%
BIRD WATCHING	3	2%
NIGHT LIFE	11	7%
WALKING TOURS	43	29%
CAMPING	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 20: Preferencia de Actividades – Prioridad 1**



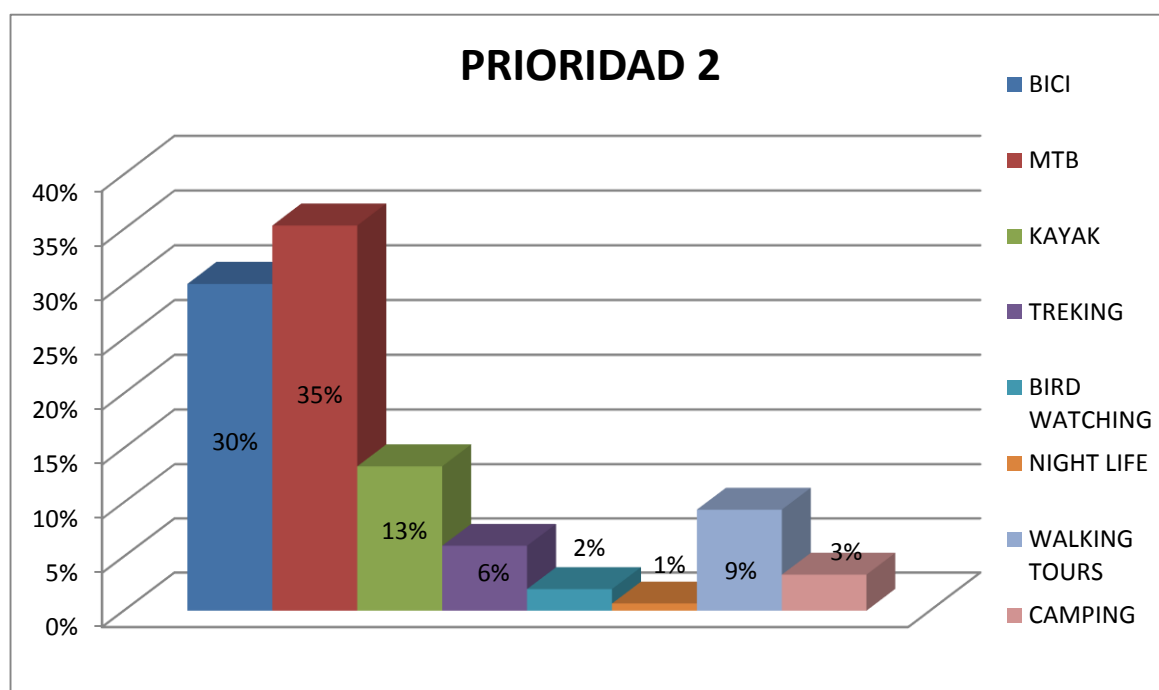
**Fuente y Elaboración: Autor**

**Tabla N° 20: Preferencia de Actividades  
PRIORIDAD 2**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
BICI	45	30%
MTB	53	35%
KAYAK	20	13%
TREKING	9	6%
BIRD WATCHING	3	2%
NIGHT LIFE	1	1%
WALKING TOURS	14	9%
CAMPING	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico N° 21: Preferencia de Actividades – Prioridad 2**



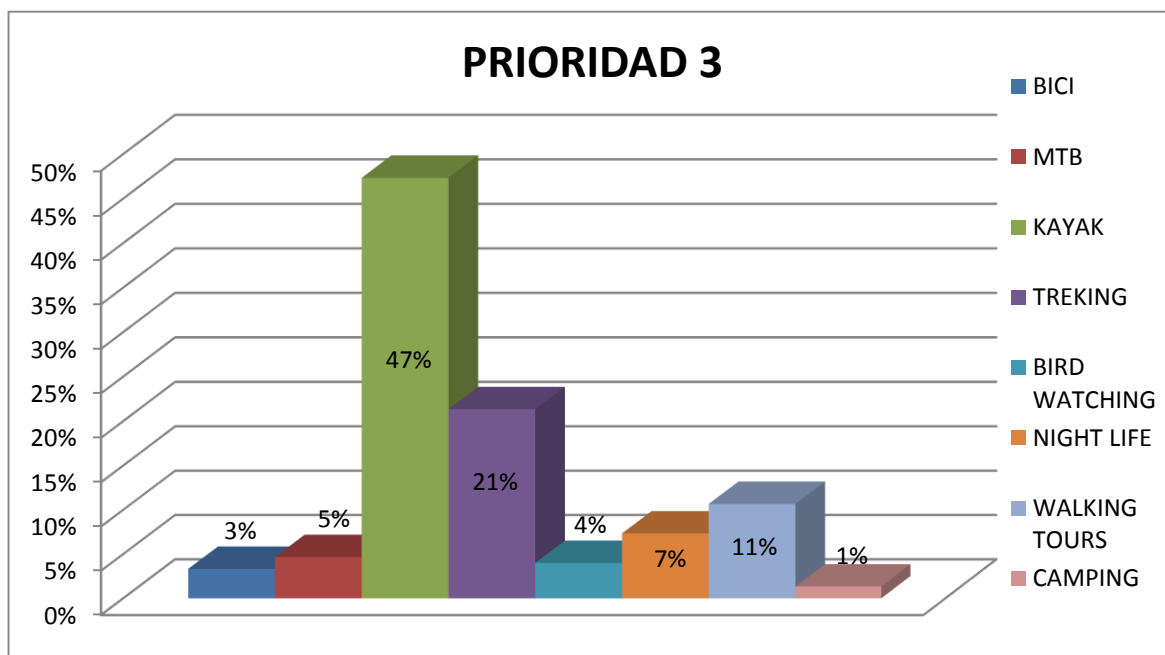
Fuente y Elaboración: Autor

**Tabla N° 21: Preferencia de Actividades  
PRIORIDAD 3**

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
BICI	5	3%
MTB	7	5%
KAYAK	71	47%
TREKING	32	21%
BIRD WATCHING	6	4%
NIGHT LIFE	11	7%
WALKING TOURS	16	11%
CAMPING	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico N° 22: Preferencia de Actividades – Prioridad 3**



Fuente y Elaboración: Autor

**8. ¿Considera usted que hay suficiente información turística sobre sitios que visitar y que hacer en la ciudad de Guayaquil?**

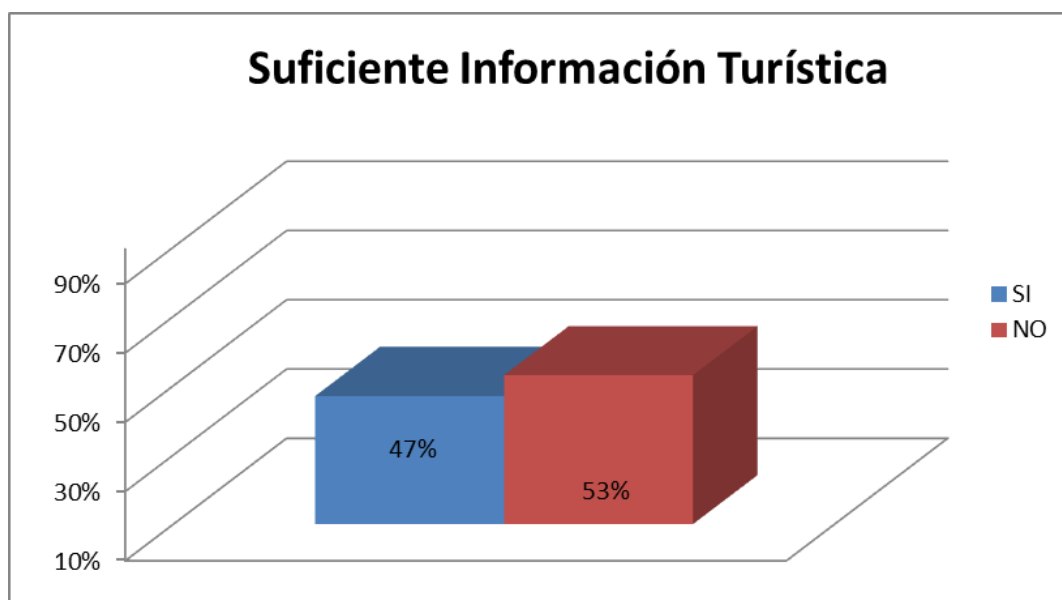
Consideramos importante saber la opinión del turista extranjero sobre la facilidad y accesibilidad a información turística de actividades y opciones sobre qué hacer en la ciudad pues consideramos que una de las principales problemáticas que el turista enfrenta es la desinformación. Como resultado obtuvimos que:

**Tabla N° 22: ¿Suficiente Información Turística?**

RESPUESTAS	FRECUENCIAS	%
SI	70	47%
NO	80	53%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 23: ¿Existe suficiente Información Turística de la ciudad?**



**Fuente y Elaboración: Autor**

**9. ¿Conoce o ha utilizado los servicios de alguna operadora que ofrezca servicios y actividades dentro de la ciudad de Guayaquil?**

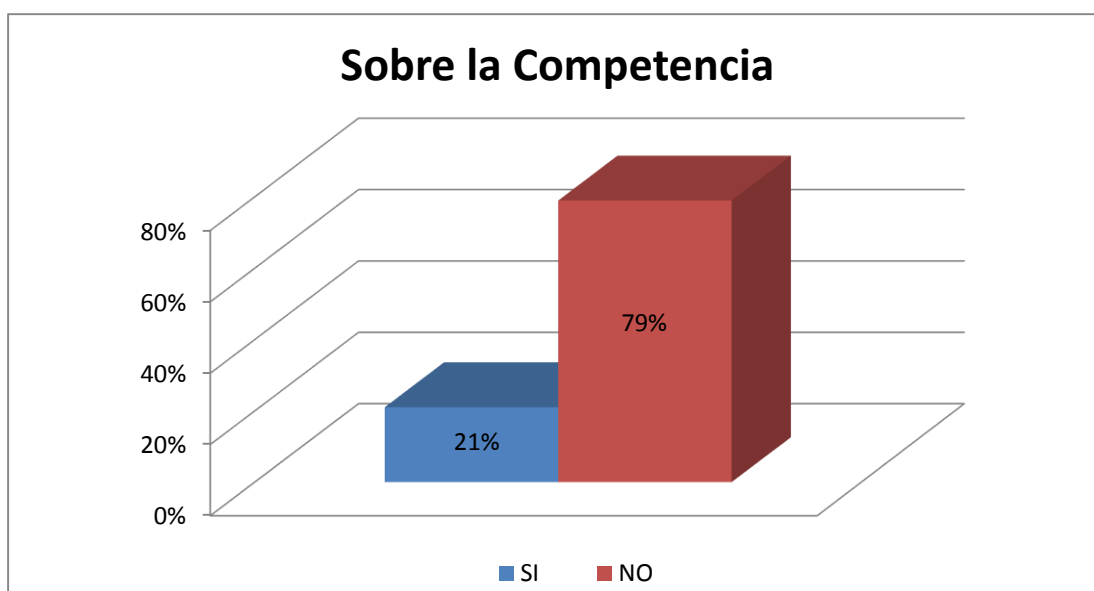
La pregunta nueve nos permite medir si el turista ha utilizado servicios de nuestra competencia, que le haya ofrecido servicios similares a los productos establecidos en el presente proyecto. Como resultado tenemos que:

**Tabla N° 23: ¿Ha contratado servicios de Operadoras en Guayaquil?**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	31	21%
NO	119	79%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 24: ¿Ha utilizado servicios de operadoras en Guayaquil?**



**Fuente y Elaboración: Autor**

**10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por las experiencias previamente mencionadas, considerando que todos los tours se realizan con rutas previamente establecidas, incluye guías, equipo, transporte, alimentación:**

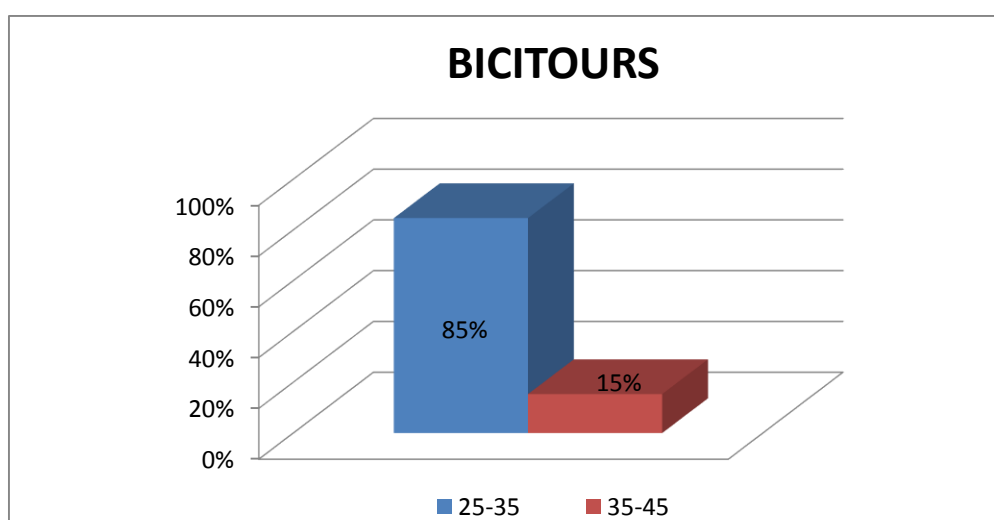
La pregunta diez fue elaborada con la finalidad de sondear la capacidad de pago del turista extranjero con relación a servicios como los que se prevé brindar a través del presente proyecto, esta información nos servirá de guía para fijar los precios de nuestros servicios posterior al respectivo análisis de costos. En el presente informe sólo mostraremos los resultados de las actividades que más atrajeron a los turistas en base a la pregunta siete previamente formulada. Como resultado obtuvimos que:

**Tabla N° 24: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 1**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
25-35	127	85%
35-45	23	15%
45-55	0	0%
>55	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico N° 25: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 1**

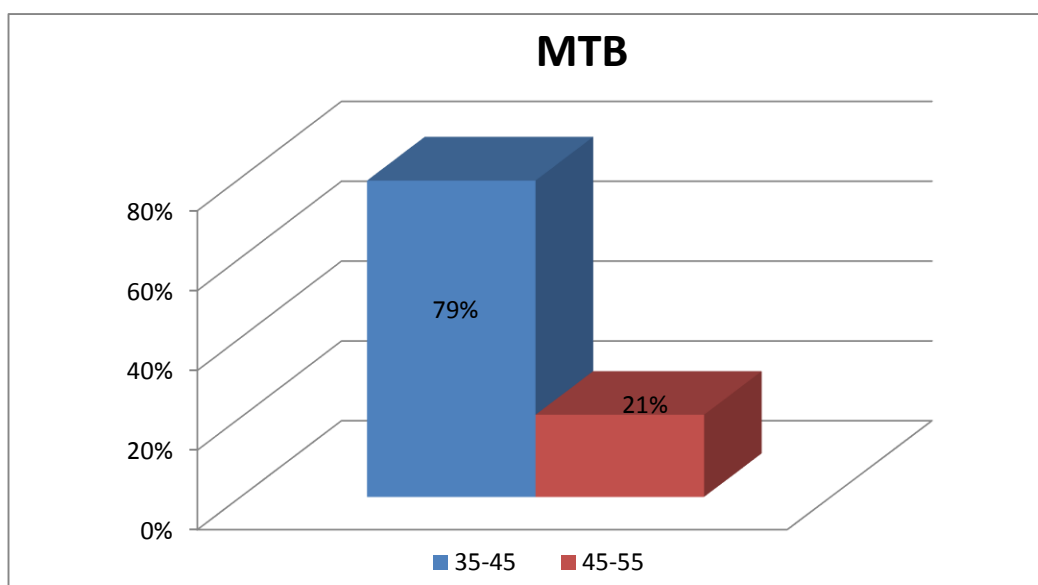


**Tabla N° 25: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 2**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
35-45	119	79%
45-55	31	21%
55-65	0	0%
>65	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 26: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 2**



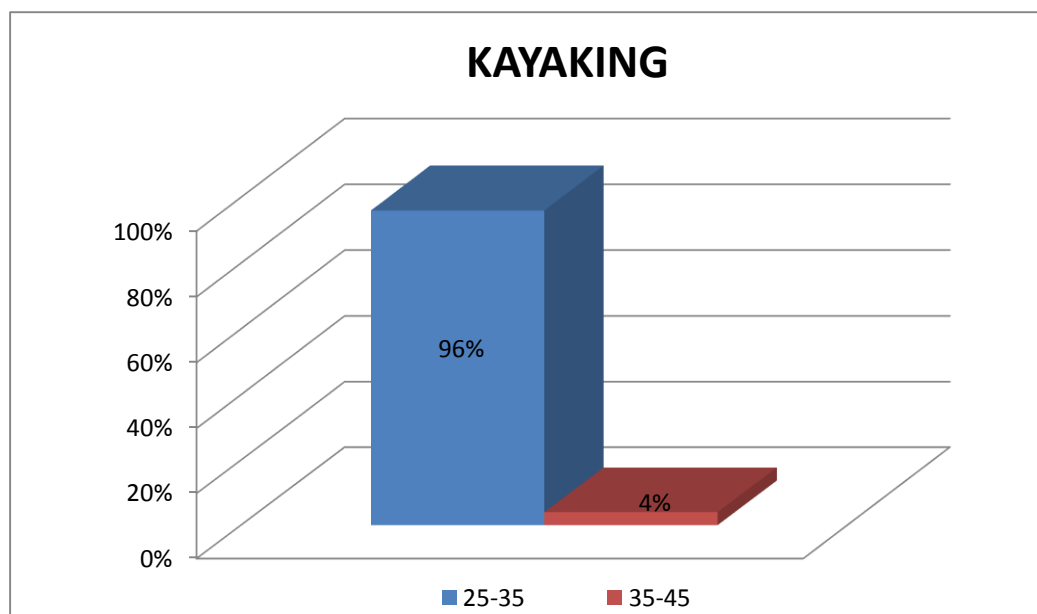
**Fuente y Elaboración: Autor**

**Tabla N° 26: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 3**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
25-35	144	96%
35-45	6	4%
45-55	0	0%
>55	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico N° 27: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? – Prioridad 3**



**Fuente y Elaboración: Autor**



**11. ¿Contrataría usted los servicios de una operadora para efectuar actividades dentro de la ciudad como las ya mencionadas?**

A través de la pregunta once se buscan medir el grado de aceptación de nuestro producto para así determinar un porcentaje del mercado de turistas que pernoctan en la ciudad que estaría dispuesto a contratar nuestros servicios y productos. Obteniendo como resultado:

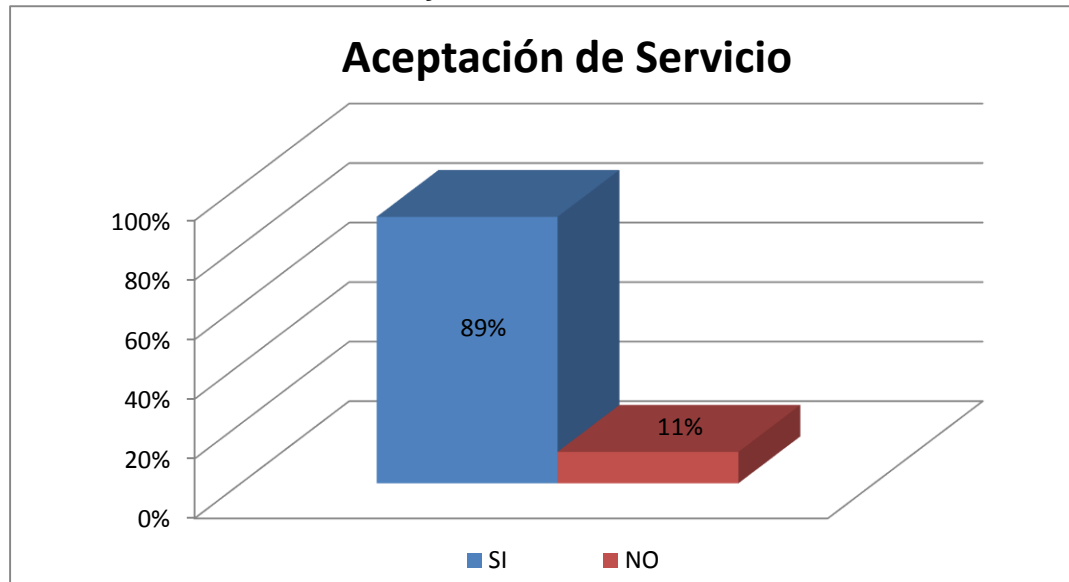
**Tabla Nº 27: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	133	89%
NO	17	11%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración: Autor**

**Gráfico Nº 28: Aprobación de nuestros servicios**

**Fuente y Elaboración: Autor**



## 12. ¿Cuál es su principal fuente de información turística de la ciudad de Guayaquil durante su estadía?

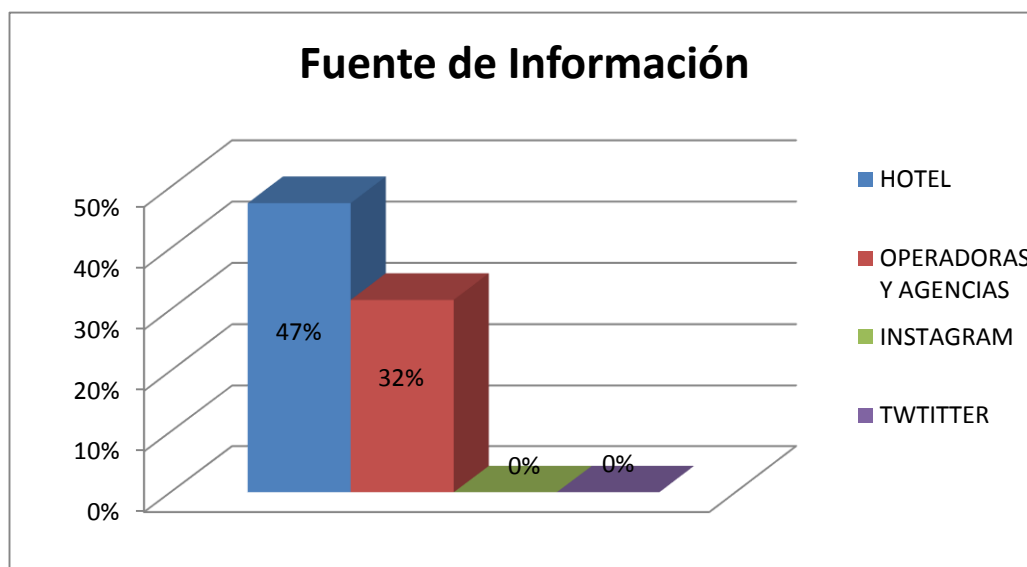
Finalmente la pregunta doce busca conocer qué tipo de medio usan preferentemente el turista extranjero para obtener información turística de la ciudad y las diferentes opciones a realizar dentro de la misma. Esta información posteriormente nos servirá para estrategias de marketing y publicidad de nuestros servicios. Como resultado obtuvimos que:

**Tabla N° 28: Fuentes de Información Turística**

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	%
HOTEL	71	47%
OPERADORAS Y AGENCIAS	48	32%
INSTAGRAM	0	0%
TWTITTER	0	0%
SITIOS WEB	32	21%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autor

**Gráfico N° 29: Fuentes de información turística**



Fuente y Elaboración: Autor

### **Conclusión del Estudio de Mercado:**

En conclusión según la información levantada mediante estas encuestas podemos establecer que nuestro mercado meta son turistas extranjeros entre 18 y 50 años de edad, aunque no existe límite de edad para la realización de actividades como las que brindamos, sin embargo si es necesario recalcar que nos enfocaremos en aquellos turistas que si pernoctan en la ciudad de Guayaquil por al menos una semana. Estos turistas deberán contar con un espíritu aventurero, deseos de hacer contacto con la naturaleza y conocer la ciudad desde un ángulo diferente.

Según los resultados podemos afirmar que existe una aceptación hacia nuestro servicio, pues la falta de información y dado que Guayaquil tiene una fama a nivel internacional de ser una ciudad insegura e incluso poco amigable hacia el turista extranjero, es por esto que se considera necesario una intermediación entre el turista a través de una operadora que brinde servicios de guianza así nos podemos asegurar que el turista tendrá una experiencia agradable y diferente en Guayaquil.

Otra interesante conclusión que obtuvimos mediante estas encuestas es los canales de información preferidos por los turistas internacionales, nos damos cuenta que la principal fuente que utilizan es la consulta directa al personal del mismo hotel donde se hospedan, esto nos da una pauta para establecer posibles estrategias de marketing y publicidad, a su vez pudimos confirmar que existe falta de información sobre actividades a realizar en la ciudad, es decir el turista no sabe qué hacer como se puede constatar en la pregunta ocho donde el 53% de los encuestados dijo que no hay suficiente información.

También hemos logrado definir que las actividades que mayormente atraen a los turistas son: Bicitours, Mountain Bike, Kayaking y trekking, en ese

orden y que la disponibilidad de pago del turista por este tipo de servicios esta entre los 25- 55usd dependiendo de la actividad y la duración del mismo.

**Mercado Meta:**

El mercado meta en el que nos enfocaremos como operadora turística en la ciudad de Guayaquil será a turistas extranjeros cuyas edades comprendan entre los 18-40 años de edad provenientes principalmente de Europa, Estados Unidos, Chile, Argentina, tanto de sexo masculino como femenino y cuya motivación de visita a la ciudad sea turismo y recreación.

## CAPITULO IV

### 4.1 ANALISIS FINANCIERO

#### 4.1.1 Inversión en Activos

Para poder ejecutar el presente proyecto será necesario contar con algunos activos indispensables que suman un total de \$13,095.48usd que detallamos a continuación:

**Tabla Nº 29: Detalle de Inversión de Activos**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>13.095,48</b>
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			<b>1.437,52</b>
Laptop Dell Inspiron Core i3 1,7 GHZ/6GB/500Gb/DVDRW/WEBC	2	613,76	1.227,52
Multifunción Canon MG 3500 con sistema de tinta continua	1	130,00	130,00
Frasco de 1 litro de tinta, para sistema continuo	4	20,00	80,00
<b>TOTAL EQUIPO PARA TURISMO</b>			<b>10.280,00</b>
Bicicletas montañeras aro 26	12	550,00	6.600,00
Kayaks	5	500,00	2.500,00
Cascos Ciclismo	12	40,00	480,00
Guantes de Ciclismo	12	30,00	360,00
Chalecos salvavidas	5	20,00	100,00
Infladores para bicicleta	4	35,00	140,00
Llave Exagonal	4	25,00	100,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>762,96</b>
Sillón ejecutivo	1	89,00	89,00
Escritorio de oficina	2	200,00	400,00
Sillas de oficina	4	33,49	133,96
Archivador	1	140,00	140,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>615,00</b>
Teléfono	1	50,00	50,00
Enfriador de aire SMCEA9001	1	565,00	565,00

**Elaboración: Autor**

#### 4.1.2 Plan de Inversión y Financiamiento:

Una vez elaborado el plan de inversión de activos podemos definir el Plan de Inversión el cual incluye los activos fijos y capital de trabajo calculado para la operación de los primeros 6 meses de trabajo.

Podemos observar en el cuadro posterior que la empresa contara con una inversión inicial de \$16.185,48 divididos en el cual los activos fijos representan el 81% de la inversión y el capital de trabajo el 19% como se detalla a continuación:

**Tabla Nº 30: Plan de Inversiones**

TOTAL DE INVERSION	USD	%
ACTIVOS FIJOS	13.095,48	81%
CAPITAL DE TRABAJO	3.090,00	19%
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>16.185,48</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Autor**

Para poder financiar la totalidad del presente proyecto será necesario realizar un préstamo, la entidad financiera que brinda mayores facilidades para este tipo de proyectos es el Banco Nacional de Fomento (BNF), entidad mediante la cual se cubrirá el 58% de la inversión y el 42% restante será mediante recursos propios, como se detalla a continuación:

**Tabla Nº 31: Plan de financiamiento**

CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO		
IFI	BANCO NACIONAL DE FOMENTO	
MONTO	9.385,48	
PLAZO	60,00	MESES
INTERES	15%	ANUAL
PAGO	199,41	MENSUAL

PLAN DE FINANCIAMIENTO		
<b>TOTAL APORTACIÓN</b>	<b>16.185,48</b>	<b>100%</b>
Préstamo Bancario	9.385,48	58%
Aporte de socios	6.800,00	42%

**Elaboración: Autor**

Dentro de las condiciones del préstamo se consideró una tasa de interés del 10% conforme a la información brindada por la entidad, por lo que el pago total a la misma ya incluido intereses es de \$13.022,12 usd.

**Tabla N° 32: Préstamo**

FINANCIAMIENTO (BANCO NACIONAL DE FOMENTO)			
PERIODO	PAGO	CAPITAL	INTERÉS
1	2.604,42	1.657,54	946,88
2	2.604,42	1.831,11	773,31
3	2.604,42	2.022,85	581,57
4	2.604,42	2.234,67	369,75
5	2.604,42	2.468,67	135,75
<b>TOTAL</b>	<b>13.022,12</b>		

**Elaboración: Autor**

### 4.1.3 Depreciación de Activos:

A continuación se detallara los cálculos realizados para establecer las depreciaciones de los activos, es necesario aclarar en este punto que se está considerando los equipos de turismo, es decir: bicicletas, kayaks, cascos, guantes, etc. Con una depreciación a cinco años

**Tabla Nº 33: Depreciación de Activos**

DETALLE	INVERSIÓN	PERIODO	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACION ACUMULADA
<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>					
Equipos de Computación	1.437,52	0	100,00%		
		1	33,33%	479,17	479,17
		2	33,33%	479,17	958,35
		3	33,33%	479,17	1.437,52
Equipo para turismo	10.280,00	0	100,00%		
		1	20,00%	2.056,00	2.056,00
		2	20,00%	2.056,00	4.112,00
		3	20,00%	2.056,00	6.168,00
		4	20,00%	2.056,00	8.224,00
		5	20,00%	2.056,00	10.280,00
Muebles y Enseres	762,96	0	100,00%		
		1	20,00%	152,59	152,59
		2	20,00%	152,59	305,18
		3	20,00%	152,59	457,78
		4	20,00%	152,59	610,37
		5	20,00%	152,59	762,96
Equipos de Oficina	615,00	0	100,00%		
		1	20,00%	123,00	123,00
		2	20,00%	123,00	246,00
		3	20,00%	123,00	369,00
		4	20,00%	123,00	492,00
		5	20,00%	123,00	615,00

**Elaboración: Autor**



#### 4.1.4 Sueldos y Salarios

A continuación detallaremos los gastos estimados en Sueldos y Salarios para el personal, es necesario recalcar que se está considerando un incremento anual en este rubro del 5,5% y que solo se consideran sueldos para el gerente general y la secretaria que son parte del personal no operativo ya que el personal operativo, es decir los guías turísticos su ingreso es variable, según la cantidad de tours que se generen al mes, ellos tendrán un ingreso de \$25,00 por cada tour realizado, este valor está incluido dentro de la estructura de costos del servicios que detallaremos más adelante.

**Tabla Nº 34: Sueldos**

CARGO	CONCEPTO	TOTAL 2015	2016 INC. 5,5%	2017 INC. 5,5%	2018 INC. 5,5%	2019 INC. 5,5%	2020 INC. 5,5%
Secretaria (1)	Salario Básico Mensual	370	\$ 390.35	\$ 411.82	\$ 434.47	\$ 458.37	\$ 483.58
	Prestaciones patronal mensual 11,15% IESS		\$ 43.52	\$ 45.92	\$ 48.44	\$ 51.11	\$ 53.92
	Secap 0,50%		\$ 1.95	\$ 2.06	\$ 2.17	\$ 2.29	\$ 2.42
	lece 0,50%		\$ 1.95	\$ 2.06	\$ 2.17	\$ 2.29	\$ 2.42
	Decimo Tercer sueldo 8,33%		\$ 32.52	\$ 34.30	\$ 36.19	\$ 38.18	\$ 40.28
	Decimo Cuarto Sueldo		\$ 31.12	\$ 32.83	\$ 34.64	\$ 36.55	\$ 38.56
	Fondos de reserva 8,33%		\$ 0.00	\$ 34.30	\$ 36.19	\$ 38.18	\$ 40.28
	Vacaciones 4,16%		\$ 16.24	\$ 17.13	\$ 18.07	\$ 19.07	\$ 20.12
	Total		\$ 422.80	\$ 480.36	\$ 506.78	\$ 534.65	\$ 564.06
Gerente (1)	Salario Básico Mensual	700	\$ 738.50	\$ 779.12	\$ 821.97	\$ 867.18	\$ 914.87
	Prestaciones patronal mensual 11,15% IESS		\$ 82.34	\$ 86.87	\$ 91.65	\$ 96.69	\$ 102.01
	Secap 0,50%		\$ 3.69	\$ 3.90	\$ 4.11	\$ 4.34	\$ 4.57
	lece 0,50%		\$ 3.69	\$ 3.90	\$ 4.11	\$ 4.34	\$ 4.57
	Decimo Tercer sueldo 8,33%		\$ 61.52	\$ 64.90	\$ 68.47	\$ 72.24	\$ 76.21
	Decimo Cuarto Sueldo		\$ 31.12	\$ 32.83	\$ 34.64	\$ 36.55	\$ 38.56
	Fondos de reserva 8,33%		\$ 0.00	\$ 64.90	\$ 68.47	\$ 72.24	\$ 76.21
	Vacaciones 4,16%		\$ 30.72	\$ 32.41	\$ 34.19	\$ 36.07	\$ 38.06
	Total		\$ 772.13	\$ 879.50	\$ 927.87	\$ 978.91	\$ 1,032.75
<b>Total Gasto del personal mensual</b>			\$ 1,194.93	\$ 1,359.86	\$ 1,434.65	\$ 1,513.56	\$ 1,596.80
<b>Total Gasto de personal Anual</b>			\$ 14,339.20	\$ 16,318.31	\$ 17,215.82	\$ 18,162.69	\$ 19,161.64

Elaborado por: Autor

#### 4.1.5 Gastos Administrativos y Financieros

Dentro de los gastos administrativos y financieros es necesario mencionar que se está considerando un incremento del 5,5% anual en los distintos rubros basados en índices de inflación anual promedio de los últimos años; también es necesario aclarar que los rubro de llantas de bicicletas y tubos de llantas corresponde al cambio de las mismas que se realizará 2 veces al año por motivos de seguridad y mantenimiento de los equipos, se adjunta detalle de gastos a continuación:

**Tabla N° 35: Gastos Administrativos y Financieros**

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
<b>TOTAL GASTOS ADM &amp; FIN</b>	<b>27.863,94</b>	<b>30.225,00</b>	<b>31.517,53</b>	<b>32.393,22</b>	<b>33.812,93</b>
Alquiler de oficina	4.800,00	5.064,00	5.342,52	5.636,36	5.946,36
Agua	240,00	253,20	267,13	281,82	297,32
Luz	360,00	379,80	400,69	422,73	445,98
Teléfono	240,00	253,20	267,13	281,82	297,32
Internet	300,00	316,50	333,91	352,27	371,65
Útiles de oficina	300,00	316,50	333,91	352,27	371,65
Sueldos y salarios	14.339,20	16.318,31	17.215,82	18.162,69	19.161,64
Contador (Serv. Prestados)	1.800,00	1.899,00	2.003,45	2.113,63	2.229,88
Hosting y dominio sitio web	39,98	42,18	44,50	46,95	49,53
Llantas de bicicletas	1.440,00	1.519,20	1.602,76	1.690,91	1.783,91
Tubos de llantas	144,00	151,92	160,28	169,09	178,39
Municipio	80,00	84,40	89,04	93,94	99,11
Cuerpo de Bomberos (permiso)	40,00	42,20	44,52	46,97	49,55
Dirección de Turismo (permiso)	60,00	63,30	66,78	70,45	74,33
Dep. Equipos Computación	479,17	479,17	479,17	-	-
Dep. Equipos para turismo	2.056,00	2.056,00	2.056,00	2.056,00	2.056,00
Dep. Muebles y Enseres	152,59	152,59	152,59	152,59	152,59
Dep. Equipos Oficina	123,00	123,00	123,00	123,00	123,00
Intereses bancarios	870,00	710,53	534,35	339,73	124,73

Elaborado por: Autor

#### 4.1.6 Capacidad Instalada:

Para el cálculo de la capacidad instalada de operación de la Empresa se considera 11 bicicletas disponibles para pasajeros puesto que es necesario recalcar que una de las bicicletas en cada tour que se de, será utilizada por el guía, asimismo se consideran los horarios en los que se ofrece los distintos servicios para determinar una capacidad real, según el cálculo realizado se determina que la empresa está en capacidad de vender los tours hasta 7776 turistas al año; a continuación el detalle del cálculo realizado:

**Tabla Nº 36: Capacidad Instalada de la Empresa**

TOUR	HORARIOS	DIAS	L	M	M	J	V	S	D	SEMANA	MES	AÑO
GUIYAQUIL PATRIMONIAL DIURNO	10:00 - 13:00	L-D	5	6	5	6	5	6	5	38	152	1824
			11	11	11	11	11	11	11	77	308	3696
GUAYAQUIL CONTEMPORANEO NOCTURNO	19:00 - 22:00	L-D	11	11	11	11	11	11	11	77	308	3696
SANTAY DIURNO	09:00 - 12:00	L-V	6	5	6	5	6	0	0	28	112	1344
MTB TOUR DIURNO	09:00 - 12:00	S-D	0	0	0	0	0	5	6	11	44	528
<b>SUBTOTAL 1</b>			<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>154</b>	<b>616</b>	<b>7392</b>

KAYAK TOUR	10:00-15:00	S-D	0	0	0	0	0	4	4	8	32	384
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>384</b>

<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>648</b>	<b>7776</b>
--------------	------------	------------	-------------

**Elaborado por: Autor**

#### 4.1.7 Costos Variables

A continuación se detalla los costos variables determinados por cada tour, es necesario recalcar que el guía cobra un valor de \$25,00 usd por cada tour, en la tabla a continuación se detalla un valor de \$7,25 usd por concepto del Guía turístico, esto es considerando que se maneje un grupo de 4 turistas que es el promedio estimado para efectos contables dentro del presente proyecto; asimismo el valor de \$3,00 usd correspondientes a mantenimiento de equipos turísticos pues tanto a las bicicletas como a los Kayaks es necesario realizarles estos mantenimientos con fines de mitigar el desgaste de los mismos y mantener equipos en óptimas condiciones permitiéndonos brindar un servicio de alta calidad.

**Tabla N° 37: Bicitour 1**

<b>GUIYAQUIL CONTEMPORANEO</b>	<b>2016</b>
Días que se realizan:	L-D
Número de personas por grupo:	5-6
Tiempo de duración:	3
<b>COSTOS POR PERSONA</b>	
Guía turístico (servicios prestados)	7,25
Cena, comida típica de mar	5,00
Mantenimiento de Equipos	3,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	15,25
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>	
Precio de venta por persona	30,00
<b>TOTAL DE PRECIO DE VENTA</b>	30,00

**Elaborado por: Autor**

**Tabla N° 38: Bicitour 2**

<b>GUAYAQUIL NOCTURNO</b>	<b>2016</b>
Días que se realizan:	L-D
Número de personas por grupo:	11
Tiempo de duración (horas):	3,50
<b>COSTOS POR PERSONA</b>	
Guía turístico (servicios prestados)	7,25
Cena, comida típica de mar	4,00
Mantenimiento de Equipos	3,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	14,25
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>	
Precio de venta por persona	30,00
<b>TOTAL DE PRECIO DE VENTA</b>	30,00

**Elaborado por: Autor**

**Tabla N° 39: Bicitour 3**

<b>SANTAY DIURNO</b>	
Días que se realizan:	L-V
Número de personas por grupo:	5-6
Tiempo de duración (horas):	3,00
<b>COSTOS POR PERSONA</b>	
Guía turístico (servicios prestados)	7,25
Snacks	4,00
Guía nativo de la isla	5,00
Mantenimiento de Equipos	3,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	19,25
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>	
Precio de venta por persona	35,00
<b>TOTAL DE PRECIO DE VENTA</b>	35,00

**Elaborado por: Autor**

**Tabla N° 40: MTB Tour**

<b>MTB TOUR</b>	
Días que se realizan:	S-D
Número de personas por grupo:	5-6
Tiempo de duración (horas):	5,00
<b>COSTOS POR PERSONA</b>	
Guía turístico (servicios prestados)	7,25
Almuerzo	5,00
Transporte (ida y vuelta)***	7,25
Mantenimiento de Equipos	3,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	22,50
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>	
Precio de venta por persona	45,00
<b>TOTAL DE PRECIO DE VENTA</b>	45,00

**Elaborado por: Autor**

**Tabla N° 41: Kayak tour**

<b>KAYAK TOUR</b>	
Días que se realizan:	S-D
Número de personas por grupo:	4
Tiempo de duración (horas):	4,00
<b>COSTOS POR PERSONA</b>	
Guía turístico (servicios prestados)	7,25
Desayuno	5,00
Transporte PERSONAS + EQUIPOS	7,25
Mantenimiento de Equipos	2,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	21,50
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>	
Precio de venta por persona	40,00
<b>TOTAL DE PRECIO DE VENTA</b>	40,00

**Elaborado por: Autor**

#### 4.1.8 Punto de Equilibrio:

Se realiza a continuación el análisis del punto de equilibrio, el mismo que nos permite determinar si se están cubriendo o no los costos de producción con las ventas y como se puede ver en el cuadro efectivamente se están cubriendo los mismos e incluso existe un margen de ingreso adicional. En cuanto a unidades se puede observar que tan solo en el primer año las unidades de venta requerida son de 1.534 para alcanzar un punto de equilibrio y las ventas proyectadas para el mismo año son de 1.765, lo que en dólares representan \$8.524,11 usd por encima del punto de equilibrio, este margen presenta un crecimiento constante a lo largo del proyecto.

**Tabla N° 42: Punto de Equilibrio**

<b>ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>CUENTA</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Costos Fijos	27.863,94	30.225,00	31.517,53	32.393,22	33.812,93
Costo Variable	33.188,25	55.106,87	84.426,29	111.460,46	140.952,85
Ventas Totales	65.240,00	108.327,40	165.963,16	219.107,57	277.081,72
Unidades Producidas	1.765	2.778	4.034	5.048	6.051
<b>PUNTO EQUILIBRIO \$</b>					
P.E.\$	56.715,89	61.521,30	64.151,95	65.933,96	68.824,08
<b>PUNTO EQUILIBRIO %</b>					
P.E.%	87%	57%	39%	30%	25%
<b>PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES</b>					
P.E.U	1.534	1.578	1.559	1.519	1.503

**Elaborado por: Autor**

Para Finalizar el análisis financiero del proyecto presentaremos a continuación el Flujo de caja, balance general y el estado de pérdidas y ganancias.

## 4.1.9 Flujo de Caja

Tabla N° 43: Flujo de Caja

DETALLE	INV. INICIAL	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión en activos	13.095,48					
Capital de trabajo	3.090,00					
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>16.185,48</b>					
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>						
BICITOUR 1		10.290,00	17.091,00	26.178,35	34.557,92	43.705,73
BICITOUR 2		10.290,00	17.091,00	26.178,35	34.557,92	43.705,73
BICITOUR 3		12.005,00	19.939,50	30.541,41	40.317,58	50.990,02
MTB TOUR		28.935,00	48.044,70	73.626,60	97.227,19	122.922,38
KAYAK TOUR		3.720,00	6.161,20	9.438,45	12.446,96	15.757,85
<b>T. INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>65.240,00</b>	<b>108.327,40</b>	<b>165.963,16</b>	<b>219.107,57</b>	<b>277.081,72</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>COSTOS VARIABLES</b>						
BICITOUR 1		5.230,75	8.687,93	13.307,33	17.566,94	22.217,08
BICITOUR 2		4.887,75	8.118,23	12.434,72	16.415,01	20.760,22
BICITOUR 3		6.602,75	10.966,73	16.797,77	22.174,67	28.044,51
MTB TOUR		14.467,50	24.022,35	36.813,30	48.613,59	61.461,19
KAYAK TOUR		1.999,50	3.311,65	5.073,17	6.690,24	8.469,84
<b>T. DE COSTOS VARIABLES</b>		<b>33.188,25</b>	<b>55.106,87</b>	<b>84.426,29</b>	<b>111.460,46</b>	<b>140.952,85</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>						
<b>T. DE COSTOS FIJOS</b>		<b>26.993,94</b>	<b>29.514,48</b>	<b>30.983,18</b>	<b>32.053,49</b>	<b>33.688,20</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>26.993,94</b>	<b>29.514,48</b>	<b>30.983,18</b>	<b>32.053,49</b>	<b>33.688,20</b>
Intereses bancarios		870,00	710,53	534,35	339,73	124,73
Pago capital préstamo		1.522,96	1.682,44	1.858,61	2.053,23	2.268,23
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>2.392,96</b>	<b>2.392,96</b>	<b>2.392,96</b>	<b>2.392,96</b>	<b>2.392,96</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>62.575,16</b>	<b>87.014,31</b>	<b>117.802,43</b>	<b>145.906,91</b>	<b>177.034,01</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>2.664,84</b>	<b>21.313,09</b>	<b>48.160,73</b>	<b>73.200,65</b>	<b>100.047,71</b>
Utilidades por pagar		-	628,17	3.449,33	7.502,90	11.288,08
Impuestos por pagar		-	783,12	4.300,16	9.353,62	14.072,48
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>2.664,84</b>	<b>19.901,80</b>	<b>40.411,23</b>	<b>56.344,14</b>	<b>74.687,15</b>
Aporte de socios	6.800,00					
Adición depreciación		2.810,77	2.810,77	2.810,77	2.331,59	2.331,59
<b>FLUJO EFECTIVO NETO</b>		<b>5.475,61</b>	<b>22.712,56</b>	<b>43.222,00</b>	<b>58.675,73</b>	<b>77.018,74</b>
Saldo anterior		3.090,00	8.565,61	31.278,17	74.500,17	133.175,90
<b>SALDO FINAL CAJA</b>	<b>9.385,48</b>	<b>8.565,61</b>	<b>31.278,17</b>	<b>74.500,17</b>	<b>133.175,90</b>	<b>210.194,64</b>

Elaborado por: Autor

#### 4.1.10 VAN y TIR

En cuanto a la recuperación de la inversión como podemos observar, la misma se recupera a partir del segundo año de operación, con una tasa interna de retorno del 164% dado que es una empresa de servicios, a continuación el detalle:

**Tabla N° 44: VAN y TIR**

RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
TASA DE DESCUENTO	10%					
AÑOS	0	2016	2017	2018	2019	2020
FLUJO NETO EFECTIVO	-16.185,48	8.565,61	31.278,17	74.500,17	133.175,90	210.194,64
FLUJO ACUMULADO EFECTIVO	311.084,99	7.786,92	25.849,73	55.973,08	90.960,93	130.514,33
VAN	327.270,47					
TIR	164%					

**Elaborado por: Autor**



## 4.1.11 Estado de Resultados

Tabla N° 45: Estado de Resultados

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>					
BICITOUR 1	10.290,00	17.091,00	26.178,35	34.557,92	43.705,73
BICITOUR 2	10.290,00	17.091,00	26.178,35	34.557,92	43.705,73
BICITOUR 3	12.005,00	19.939,50	30.541,41	40.317,58	50.990,02
MTB TOUR	28.935,00	48.044,70	73.626,60	97.227,19	122.922,38
KAYAK TOUR	3.720,00	6.161,20	9.438,45	12.446,96	15.757,85
<b>T. INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>65.240,00</b>	<b>108.327,40</b>	<b>165.963,16</b>	<b>219.107,57</b>	<b>277.081,72</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
BICITOUR 1	5.230,75	8.687,93	13.307,33	17.566,94	22.217,08
BICITOUR 2	4.887,75	8.118,23	12.434,72	16.415,01	20.760,22
BICITOUR 3	6.602,75	10.966,73	16.797,77	22.174,67	28.044,51
MTB TOUR	14.467,50	24.022,35	36.813,30	48.613,59	61.461,19
KAYAK TOUR	1.999,50	3.311,65	5.073,17	6.690,24	8.469,84
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>33.188,25</b>	<b>55.106,87</b>	<b>84.426,29</b>	<b>111.460,46</b>	<b>140.952,85</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>TOTAL DE COSTOS FIJOS</b>	<b>27.863,94</b>	<b>30.225,00</b>	<b>31.517,53</b>	<b>32.393,22</b>	<b>33.812,93</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>61.052,19</b>	<b>85.331,87</b>	<b>115.943,82</b>	<b>143.853,68</b>	<b>174.765,78</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>4.187,81</b>	<b>22.995,53</b>	<b>50.019,34</b>	<b>75.253,89</b>	<b>102.315,94</b>
<b>15 % de la utilidad de trabajadores</b>	628,17	3.449,33	7.502,90	11.288,08	15.347,39
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>3.559,64</b>	<b>19.546,20</b>	<b>42.516,44</b>	<b>63.965,80</b>	<b>86.968,55</b>
22% Impuesto a la renta	783,12	4.300,16	9.353,62	14.072,48	19.133,08
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>2.776,52</b>	<b>15.246,03</b>	<b>33.162,82</b>	<b>49.893,33</b>	<b>67.835,47</b>

Elaborado por: Autor

## 4.1.12 Balance General

Tabla Nº 46: Balance General

CUENTA	0	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	3.090,00	8.565,61	31.278,17	74.500,17	133.175,90	210.194,64
<b>TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>3.090,00</b>	<b>8.565,61</b>	<b>31.278,17</b>	<b>74.500,17</b>	<b>133.175,90</b>	<b>210.194,64</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos de Computación	1.437,52	1.437,52	1.437,52	1.437,52		
Dep. Acumulada Eq. Comp.		479,17	958,35	1.437,52		
Equipos para turismo	10.280,00	10.280,00	10.280,00	10.280,00	10.280,00	10.280,00
Dep. Acumulada Equipos para turismo		2.056,00	4.112,00	6.168,00	8.224,00	10.280,00
Muebles y Enseres	762,96	762,96	762,96	762,96	762,96	762,96
Dep. Acumulada Muebles y Enseres		152,59	305,18	457,78	610,37	762,96
Equipos de oficina	615,00	615,00	615,00	615,00	615,00	615,00
Dep. acumulada de equipos de ofic		123,00	246,00	369,00	492,00	615,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>13.095,48</b>	<b>10.284,71</b>	<b>7.473,95</b>	<b>4.663,18</b>	<b>2.331,59</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>16.185,48</b>	<b>18.850,32</b>	<b>38.752,12</b>	<b>79.163,35</b>	<b>135.507,49</b>	<b>210.194,64</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Utilidades x pagar		628,17	3.449,33	7.502,90	11.288,08	15.347,39
Impuestos pagar		783,12	4.300,16	9.353,62	14.072,48	19.133,08
Pasivo a largo plazo	9.385,48	7.862,52	6.180,08	4.321,47	2.268,23	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>9.385,48</b>	<b>9.273,81</b>	<b>13.929,57</b>	<b>21.177,98</b>	<b>27.628,79</b>	<b>34.480,47</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	6.800,00	6.800,00	6.800,00	6.800,00	6.800,00	6.800,00
Utilidad del Ejercicio		2.776,52	15.246,03	33.162,82	49.893,33	67.835,47
Utilidad retenida		0,00	2.776,52	18.022,55	51.185,37	101.078,70
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>6.800,00</b>	<b>9.576,52</b>	<b>24.822,55</b>	<b>57.985,37</b>	<b>107.878,70</b>	<b>175.714,17</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>16.185,48</b>	<b>18.850,32</b>	<b>38.752,12</b>	<b>79.163,35</b>	<b>135.507,49</b>	<b>210.194,64</b>

Elaborado por: Autor

## 4.2 Indicadores Financieros

### 4.2.1 De Liquidez:

- Razón Corriente:

Hemos calculado la Razón Corriente, que consiste en dividir el total de activos corrientes para el total de pasivos corrientes, esto con la finalidad de medir la capacidad que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones financieras o medir su solvencia, el resultado que de esta prueba representa cuantos dólares tiene la empresa para cubrir cada dólar de deuda, en nuestro caso el indicador es bastante favorable, con excepción del año 1 en el que tenemos 0.92ctvs. por cada 1usd de deuda.. Mientras mayor sea el resultado significa que la empresa es más solvente, como al cabo de los primeros 5 años nuestra deuda queda extinta, es por esto que el indicador muestra una tendencia creciente.

**Tabla Nº 47: Razón Corriente**

RAZON CORRIENTE	FORMULA	2016	2017	2018	2019	2020
	activo corriente / pasivo corriente	8.565,61	31.278,17	74.500,17	133.175,90	210.194,64
		9.273,81	13.929,57	21.177,98	27.628,79	34.480,47
Indicador	0,92	2,25	3,52	4,82	6,10	

Elaborado por: Autor

**Gráfico Nº 30: Razón Corriente**



Elaborado por: Autor

#### 4.2.2 De Eficiencia:

- Rentabilidad Sobre Activos:

Como su nombre lo indica este porcentaje representa la capacidad de los activos para generar ganancia para el negocio, este indicador se obtiene de la división de la utilidad neta para los activos totales de la empresa. En este caso podemos ver que también es un indicador bastante positivo y alto, es decir que nuestros activos generan gran parte de la utilidad del negocio, ya que los equipos de turismo son nuestro principal fuente de generación de ingresos.

- Rentabilidad sobre Patrimonio:

Este indicador nos muestra principalmente la tasa de crecimiento de las ganancias de la empresa, es básicamente la ganancia que los accionistas obtienen de su inversión, y como podemos ver en el detalle y gráficos a continuación el mismo es sumamente positivo y alto, por lo que podemos entender que los accionistas tendrán una pronta recuperación de su capital, a continuación el detalle:

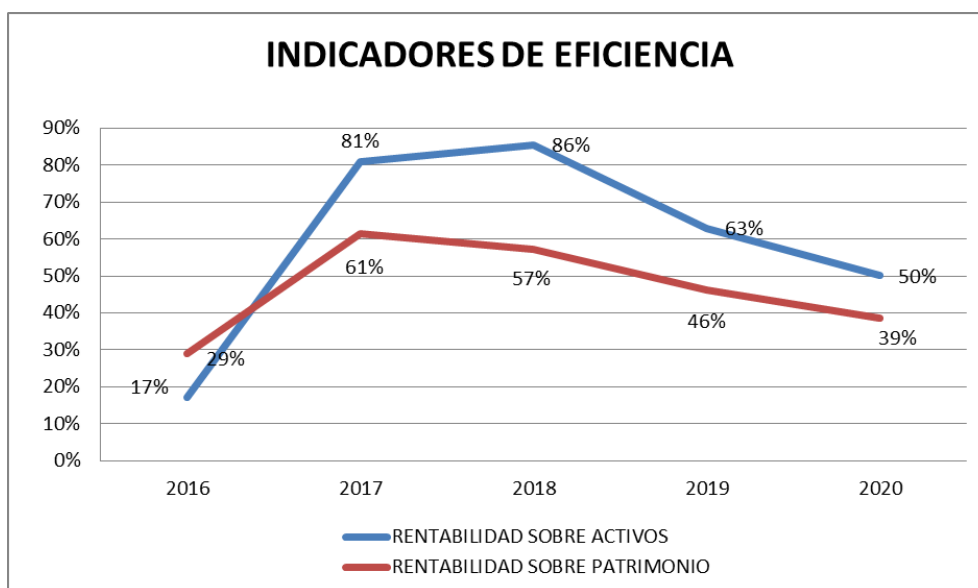
**Tabla N° 48: Rentabilidad sobre Activos y Patrimonio**

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	FORMULA	2016	2017	2018	2019	2020
	utilidad neta/ activo total	2.776,52	15.246,03	33.162,82	49.893,33	67.835,47
	Indicador	16.185,48	18.850,32	38.752,12	79.163,35	135.507,49
		17%	81%	86%	63%	50%

RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	utilidad neta / Patrimonio	2.776,52	15.246,03	33.162,82	49.893,33	67.835,47
		9.576,52	24.822,55	57.985,37	107.878,70	175.714,17
	Indicador	29%	61%	57%	46%	39%

**Elaborado por: Autor**

**Gráfico N° 31: Rentabilidad sobre Activos y Patrimonio**

**Elaborado por: Autor**

#### 4.2.3 De Endeudamiento:

- Autonomía:

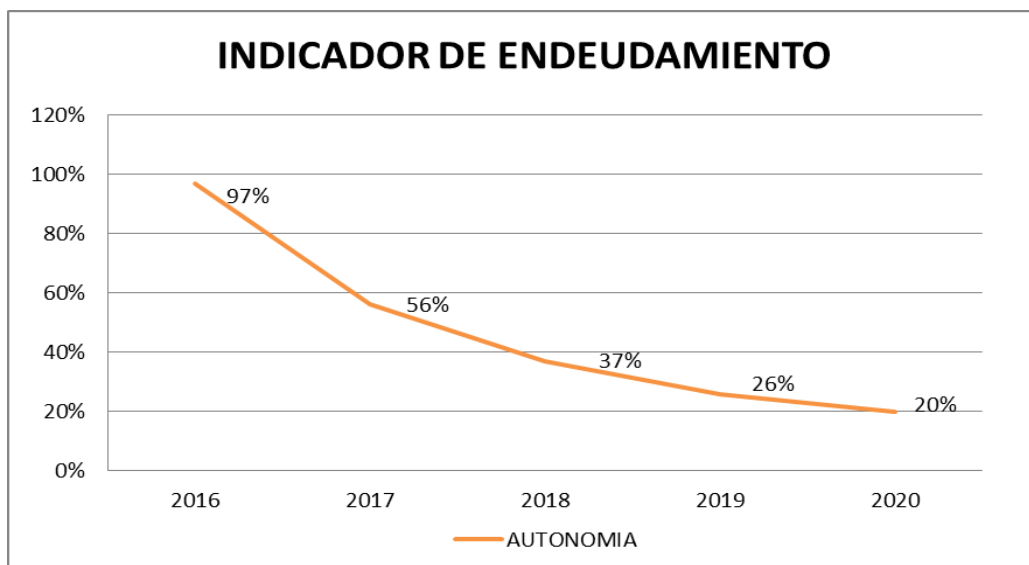
Este indicador nos muestra que tan comprometido se encuentra nuestro patrimonio en relación a los acreedores, en este caso y como veremos a continuación el mismo tiende a la baja con el paso de los años, pasando de un 97% en el primer año al 20% en el quinto año.

**Tabla N° 49: Autonomía**

AUTONOMIA	FORMULA	2016	2017	2018	2019	2020
	Pasivo Total con terceros / Patrimonio	9.273,81	13.929,57	21.177,98	27.628,79	34.480,47
		9.576,52	24.822,55	57.985,37	107.878,70	175.714,17
Indicador		97%	56%	37%	26%	20%

**Elaborado por: Autor**

Gráfico N° 32: Autonomía



Elaborado por: Autor

## CONCLUSIONES

En conclusión a través de la presente investigación que ha sido realizada con la finalidad de determinar la factibilidad de crear una operadora turística que promueva tours ecológicos aprovechando diferentes puntos atractivos de la ciudad, brindando opciones enfocadas y dirigidas principalmente a los turistas extranjeros debemos indicar que es un proyecto viable, muy atractivo y rentable, al tratarse de una empresa de servicios con una mínima inversión y de pronta recuperación, dado que los productos tienen un margen importante de generación de utilidad, pues al usar la bicicleta como principal herramienta de transporte para los distintos recorridos, se abarata costos en de movilidad que es uno de los principales problemas dentro de la actividad turística.

Además es necesario recalcar que el presente estudio sólo se enfoca en el mercado de turistas internacionales, sin embargo los productos y precios son accesibles incluso para el turista nacional, lo que nos da aún mayores garantías de poder generar una utilidad atractiva para los inversionistas si se complementara el presente proyecto con campañas enfocadas al turista nacional también.

Adicionalmente cabe recalcar que el sector turístico se encuentra en constante crecimiento y que como ya se ha pronunciado el gobierno esta actividad en un futuro no muy lejano será una de las 3 principales fuentes de ingreso del país, Guayaquil dada la importancia que tiene dentro de la logística turística, pues es un punto de entrada y salida de turistas a distintos puntos del país, debe aprovechar este plus y buscar brindar mayores alternativas para poder atraer al turista y generar que el mismo invierta su dinero y tiempo en experiencias dentro de la misma.

## RECOMENDACIONES

Para mantener o incluso mejorar la aceptación del producto y la rentabilidad del proyecto se sugiere:

- Realizar convenios con entidades públicas a las que pueda interesarle la presente propuesta como El Municipio de Guayaquil.
- Involucrar a grupos ciclisticos de la ciudad en la propuesta, pues es importante que los guías de los tours sean personas con experiencia en movilizarse dentro de Guayaquil en bicicleta para que este pueda proyectar seguridad a los turistas.
- Se puede considerar establecer convenios con hoteles de la ciudad para poder promocionar el servicio dentro de los mismos.
- Es importante la capacitación de los guías, y que los mismos sean bilingües y tengan actitud positiva para poder brindar un servicio de calidad, que es primordial para este tipo de servicios.



## BIBLIOGRAFIA

Alcaldía de Guayaquil. (2015). Geografía de Guayaquil. Recuperado de <https://sites.google.com/site/alcgye/la-ciudad/geografia>

Arauz, I. (2010). Análisis del sistema turístico del cantón de Buenos Aires: insumo para un diseño de plan de desarrollo en turismo rural. Recuperado de: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/tipos\\_de\\_turismo.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/tipos_de_turismo.html)

Arrueta, J. (1996). Ecoturismo en la reserva Cuyabeno: realidad y retórica en la relación de los Siona con el turismo ecológico 1994. (Tesis de Maestría). FLACSO Sede Ecuador. Quito

Banco Central del Ecuador. Boletín Trimestral de la Balanza de Pagos del Ecuador No. 51

Diario El Telégrafo. (2015). Guayaquil y el turismo ecológico. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/guayaquil-y-el-turismo-ecologico.html>

Ministerio de Turismo. (2015). Ecuador de calidad turística. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/programa-de-calidad-turistica/>

Thopsy. (2011). Clasificación del turismo. Recuperado de: <http://thopsy1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-del-turismo.html>

Acerenza, M. (1991). Administración del turismo. Recuperado de: <http://www.trillizas.com.mx/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito, Ecuador: Senplades. Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec>

Valenzuela, G. (2013). La bicicleta urbana una revolución en las ciudades; Recuperado de [http://www.vidactiva.com.ec/1122-la\\_bicicleta\\_urbana\\_una\\_revolucion\\_en\\_las\\_ciudades/](http://www.vidactiva.com.ec/1122-la_bicicleta_urbana_una_revolucion_en_las_ciudades/)

Calderón, G. (2013). Turismo del siglo XXI. pág. 13.

Castellanos Hernández, E. (2010). *TURISMO Y RECREACIÓN: bases teóricas, conceptuales y operativas*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.

Campoverde, D. (2012). *Propuesta de creación de una ruta turística ecológica en la ciudad de Guayaquil como alternativa de desarrollo sostenible* (Tesis de Grado). UCSG sede Ecuador. Guayaquil

## **ANEXOS**

AGE \_\_\_\_\_  
 GENDER \_\_\_\_\_

**1. Is this your first visit to Ecuador?**

YES  NO

previous visits: \_\_\_\_\_

**2. With whom did you travel to Guayaquil?**

Alone   
 With your couple   
 With Family  How many? \_\_\_\_\_  
 With group of friends  How many? \_\_\_\_\_

**3. How long do you intend to stay in Guayaquil?**

1 day   
 2-3 days   
 1 Week   
 > 1 Week

**4. What is your main reason to visit Guayaquil?**

Tourism   
 Seminars and conferences   
 Visit family   
 Transit, have another destination   
 Other:  What is it? \_\_\_\_\_

**4. During your visit to Guayaquil wich tourist attractions have you tried in the city or places around town?**

a. Cultural (visit to iconic places, museums, etc.)   
 b. Ecotourism   
 c. Adventure (kayaking, trekking, MTB, bike trips)   
 d. Gastronomics   
 e. Walk tours by the malecon or riverfront   
 f. Public or private Events (concerts, presentation, art expositions, etc.)   
 h. Night Life

**5. Does the idea of alternative tourism (visiting lesser known, but attractive places) with a native tour guide interest you?**

YES  NO

**6. Wich of the next activities would you have liked to do in Guayaquil? (please number them in order. 1= most attractive, 8= least attractive)**

**Biketours:** bike trips in the city with some cultural stops on sites of interest   
**MTB:** mountain bike tours outside of the city   
**kayaking:** on the sea stuary sorrounded by mongrooves and nature   
**Trekking:** on a forest outside the city surrounded by nature and wild life   
**Bird Watching:** on differente places in the city   
**Night Life:** visit some iconic bars and discos on the city   
**Walking tours:** walking around the city and making stops on sites of interest   
**Camping:** on forests near the city

**7. Do you think there is enough information for tourists about what to do and wich places to visit here in Guayaquil?**

YES  NO

**8. Do you know or have you required the services of any agencyr that offers you activities to do here in Guayaquil?**

YES  NO

Wich one? \_\_\_\_\_

**9. How much money you would be able to pay for experiencies like the ones previously mentioned, considering that all tours have a pre-established route, but with some room for improvisation, include a guide, equipment, transportation, food and snacks:**

Biketours (2-3 hours):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Ecotourism (2-3 hours):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Kayaking (3 hours)	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
trekking (5 hours)	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Bird watching (2-3 hours):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Walking Tours (4-5 hours):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
MTB (3-4 hours):	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd	
Night Life (4-5 hours):	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd	
Camping (1 day):	45-55 usd	55-65 usd	> 65 usd	

**10. Would you hire a tour guide or a tourist operator services for experiencing any of the activities previously mentioned?**

YES  NO

**11. How do you find out traveling information about what to do or where to go here in Guayaquil ?**

Ask for information in Hotel   
 Ask for information to operators o travel agencies   
 Instagram  like: \_\_\_\_\_  
 Twitter  like: \_\_\_\_\_  
 Websites  like: \_\_\_\_\_

EDAD \_\_\_\_\_  
SEXO \_\_\_\_\_

**1. Es esta su primera visita a Ecuador?**

SI  NO   
visitas previas: \_\_\_\_\_

**2. Con quién viajó a Guayaquil?**

Sólo   
Con su Pareja   
Con familiares  Cuántos? : \_\_\_\_\_  
Grupo de Amigos  Cuántos? : \_\_\_\_\_

**3. Cuántos días en promedio durará su visita en la ciudad de Guayaquil**

1 día   
2-3 días   
1 semana   
> 1 semana

**4. ¿Cuál es el motivo de su visita a Guayaquil?**

Turismo   
Reunión, Conferencia, Seminario   
Visita a Familiares   
Transito, viaja a otro destino   
Otros:  Cual?: \_\_\_\_\_

**5. En el tiempo que ha estado de visita en la ciudad que tipo de actividades turísticas realizó dentro de la ciudad de Guayaquil o sus alrededores:**

a. Culturales (visita lugares iconicos y museos de la ciudad)   
b. Ecoturismo   
c. Aventura (kayaking, trekking, MTB, paseos en Bicicleta)   
d. Gastronómicas   
e. Caminatas por los malecones   
f. Eventos públicos o privados (conciertos, presentaciones, etc.)   
h. Vida Nocturna

**6. La idea de realizar turismo alternativo y diferente en lugares poco promocionados pero atractivos de la ciudad de Guayaquil, de manera informativa, participativa y vivencial junto con un guía autóctono le interesa:**

SI  NO

**7.Cuál de las siguientes actividades le hubiese gustado descubrir o experimentar en Guayaquil. (ordenar del 1-8 según su criterio donde 1 es la de mayor relevancia y 8 la de menor):**

**Bicitours:** recorridos por la ciudad con distintas paradas de indole cultural   
**MTB:** ciclismo de montaña en distintos puntos en las afueras de la ciudad   
**kayaking:** en estero de mar, rodeado de mangles y naturaleza   
**Trekking:** en bosques y reservas a los alrededores de la ciudad, avistamiento de aves y monos   
**Avistamiento de Aves:** en diversos puntos de la ciudad   
**Vida Nocturna:** visita a bares emblematicos de la ciudad   
**Walking tours:** recorridos por la ciudad con distintas paradas de indole cultural   
**Camping:** en una bosque reserva ecologica, en las afueras de la ciudad

**8. Considera usted que hay suficiente información de sitios que visitar y que hacer en la ciudad de Guayaquil?**

SI  NO

**9. Conoce o ha utilizado los servicios de alguna operadora que ofrezca servicios y actividades dentro de la ciudad de Guayaquil?**

SI  NO   
Cuál/es?: \_\_\_\_\_

**10. Cuando usted estaría dispuesto a pagar por experiencias como las mencionadas, previamente, considerando que todos los tours : realizan con rutas previamente establecidas, se deja cierto espacio a la improvisación, incluye guías, equipo, transporte, alimenta:**

Bicitours (2-3 horas):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Ecoturismo (2-3 horas):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Kayaking (3 hrs)	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
trekking (5 horas)	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Avistamiento de Aves (2-3 horas):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
Walking Tours (4-5 horas):	25-35 usd	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd
MTB (3-4 horas):	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd	> 55 usd
Vida Nocturna (4-5 horas):	35-45 usd	45-55 usd	> 55 usd	> 55 usd
Camping (1 día):	45-55 usd	55-65 usd	> 65 usd	> 65 usd

**11. Contrataría usted los servicios de una operadora para efectuar actividades dentro de la ciudad como las mencionadas previamente**

SI  NO

**12.Cuál es su principal fuente de información turística de la ciudad de Guayaquil durante su estadia?**

Solicita información en Hotel   
Directamente con Operadoras y Agencias   
Instagram  Cuál/es?: \_\_\_\_\_  
Twitter  Cuál/es?: \_\_\_\_\_  
Paginas web  Cuál/es?: \_\_\_\_\_