UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Marketing

Proyecto de Tesis

Plan de Marketing para el Desarrollo y Crecimiento de la Operadora de Turismo OTRAMS S.A. en la Ciudad de Guayaquil Enfocado en Marketing Relacional y en Fidelización del Cliente

ELABORADO POR:

Lissette Jazmín Baño Aldaz
Laura Lilia Dulcey Astudillo
Pamela Inés Sánchez Calderón
Johanna Evelyn Serrano López
Daniel Bolívar Cisneros

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Carlos Luis Torres B.

Año 2010

Dedicamos nuestro proyecto a nuestros seres amados y a las personas que nos han apoyado cada una de estas etapas de este trabajo.

Agradezco a Dios, a mis padres y hermanos por apoyarme en este largo camino de decisiones y esfuerzos para convertirme una mejor persona cada día.

Agradece las personas que han forjado en mi un estímulo para seguir creciendo intelectualmente y a mis amigas que estos años han llenado mi corazón con espereza y cariño.

Lissette Baño A.

Agradezco a mi familia por haberme dado siempre todo su apoyo, con sus consejos y sus críticas me han encaminado a la excelencia, siempre buscando hacer de mi alguien mejor.

Agradezco a mis compañeras y amigas siempre manteniéndonos juntas.

Laura Dulcey A.

Le agradezco a Dios, a mi mamá principalmente que estuvo conmigo en todo momento y siempre tuvo palabras acertadas para mí, a mi hermana, mis tías y mi abuela quienes han sido un pilar muy importante en mi vida.

Gracias a los profesores por sus enseñanzas y a mis amigas por todo este tiempo de unión y confianza.

Pamela Sánchez C.

Índice

			Página
1.	**Resumen Ejecutivo**		1
2.	**Antecedentes**		2
3.	**Problemática**		3
4.	**Justificación**		3
5.	**Análisis Situacional**		5
5.1.	**Microentorno**		5
5.1.1.		Historia de la Empresa	5
5.1.2.		¿Quiénes somos?	6
5.1.3.		Misión	6
5.1.4.		Visión	7
5.1.5.		Organigrama	7
5.2.	**Análisis de la situación actual de Marketing**		8
5.2.1.		Producto	8
5.2.1.1.		Servicios que Ofrecen	8
5.2.2.		Precios	11
5.2.3.		Distribución	12
5.2.4.		Promoción	13
5.2.5.		Perfil del Cliente	13
5.2.6.		Etapa del Proceso de Compra	14
5.2.7.		Actores de Compra	16
5.2.8.		Datos del Mercado	17
5.2.9.		Posicionamiento	18
5.2.10.		Boston Consulting Group	18
5.2.11.		Ciclo de Vida	21
5.2.12.		Evolución de las ventas de la empresas	24
5.2.13.		Análisis de la Competencia	25
5.2.14.		**Macroentorno**	32
5.2.14.1.		**Macroambientales**	32
5.2.14.1.1.		Aspectos Demográficos	32
5.2.14.1.2.		Condiciones Económicas	42

5.2.14.1.3.		Ambiente Natural	45
5.2.14.1.4.		Políticas/Leyes	45
5.2.14.1.5.		Factores Socioculturales	46
5.2.14.1.6.		Tecnología	47
5.3.	**FODA**		**48**
5.4.	**Investigación de Mercado**		**51**
5.4.1.		Definición del Problema	51
5.4.2.		Objetivos Generales	51
5.4.3.		Objetivos Específicos	51
5.4.4.		Metodología	52
5.4.5.		**Investigación Cualitativa**	**53**
5.4.5.1.		Diseño de la Guía de la entrevista	53
5.4.5.2.		Entrevistas Profundidad	54
5.4.5.3.		Conclusión	55
5.4.6.		**Investigación Cuantitativa**	**56**
5.4.6.1.		Diseño de la Encuesta	56
5.4.6.2.		Análisis de Frecuencia	57
5.4.6.3.		Multiples Responses	72
5.4.6.4.		Análisis Factorial	78
5.5.	**Objetivos**		**81**
5.5.1.		Objetivos Financieros	81
5.5.2.		Objetivos de Marketing	81
5.6.	**Estrategias de Marketing**		**82**
5.6.1.		Estrategia de Concentracion o especialización	82
5.7.	**Marketing Mix**		**82**
5.7.1.		Mercado Objetivo	82
5.7.1.1.		GRÁFICO A,B,C	83
5.7.2.		Estrategia de Servicio	84
5.7.3.		Estrategia de Distribución	86
5.7.4.		Estrategia de Precio	92
5.7.5.		Estrategia de Comunicación	93

5.8. Gestión de Costo de Cambio **102**
5.8.1. Costo de Cambio Asociado al Cliente 103
5.8.1.1. Costo Emocional 103
5.8.1.2. Hábitos del Cliente 104
5.8.1.3. Costos de Esfuerzos de Aprendizaje Necesarios 104
5.8.1.4. Ventaja Económica Asociada a la Lealtad 105
5.8.1.5. Riesgo Social y Psicológico 105
5.8.1.6. Contratos establecidos con empresas de Productos o servicios complementarios 105
5.8.1.7. Gestión de Voz 105

5.9. Cronograma de Actividades **106**

5.10. Auditoria **107**

5.11. Presupuesto **115**
5.11.1. Inversión del plan 115
5.11.2. Amortización 116
5.11.3. Estado de Perdida y Ganancias Anual 119
5.11.4. Flujo de Cajas Anual 119
5.11.5. Tasa de Retorno 121
5.11.6. Periodo de Recuperación de la Inversión 121

6. Conclusiones y recomendaciones **122**
7. Bibliografía **123**
8. Anexos

Anexo #1 Landtour
Anexo #2 Paquetes Turísticos
Anexo #3 Transporte
Anexo #4 Precios
Anexo #5 Políticas y Leyes
Anexo #6 Entrevista

Anexo #7 Encuesta
Anexo #8 Base de Datos
Anexo #9 Paquetes Innovadores
Anexo #10 Tarifarios
Anexo #11 Ventas
Anexo #12 Costos
Anexo #13 Gastos operativos & Gastos de Marketing
Anexo #14 P&G Mensual

Índice de Cuadros

CUADRO 1.1. Landtour 8
CUADRO 1.2. Paquetes Turísticos 9
CUADRO 1.3. Transporte 10
CUADRO 1.4. Boletos Aéreos 11
CUADRO 1.5. Servicios que ofrecen 25
CUADRO 1.6. Servicios que ofrecen 26
CUADRO 1.7. Servicios que ofrecen 27
CUADRO 1.8. Servicios que ofrecen 28
CUADRO 1.9. Ubicación 29
CUADRO 1.10. Ubicación 30
CUADRO 1.11. Otros datos 39

Índice de Diagrama

Diagrama 1.1. Etapa del proceso de Compra 14
Diagrama 1.2. Metodología 52

Índice de Figuras

FIGURA1.1. Organigrama 7
FIGURA1.2. Canal 1 12
FIGURA1.3. Canal 2 12
FIGURA1.4. Bostin Consulting Group 20
FIGURA1.5. Ciclo de Vida 23
FIGURA1.6. Evolución de las ventas 24

FIGURA1.7. Estimación de Precios 31
FIGURA1.8. Población 33
FIGURA1.9. Distribución 33
FIGURA1.10. Población Aérea Geográfica 34
FIGURA1.11. Movilización Turística 34
FIGURA1.12. Preferencia de Visitas 35
FIGURA1.13. ¿Dónde Van los Guayaquileños? 36
FIGURA1.14. Motivos de Viajes 37
FIGURA1.15. Viajes por Hogares 37
FIGURA1.16. Viajes de Ecuatorianos 38
FIGURA1.17. Cuantas Veces 38
FIGURA1.18. Movilización turística internacional 40
FIGURA1.19. Llegadas de Extranjeros 41
FIGURA1.20. Inflación Nacional 42
FIGURA1.21. Inflación de Guayaquil 43
FIGURA1.22. Inversión del Gobierno 44
FIGURA1.23. Cifras delincuenciales 46

Otrams tourism

1. RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto se expone un plan de marketing para el desarrollo y crecimiento de la Operadora de Turismo Otrams S.A. en la ciudad de Guayaquil, enfocándose en marketing Relacional.

La empresa es una operadora de turismo receptivo la cual se encarga de ofrecer diferentes servicios en el ámbito turístico tales como alquiler de transporte, venta de paquetes turísticos, landtours, boletos aéreos dentro del Ecuador; teniendo como clientes principalmente a las agencias de viajes de Guayaquil.

Ha tenido un crecimiento en ventas y utilidades en los tres últimos años (2007, 2008, 2009) aunque en el 2009 su crecimiento no fue el esperado; es por esto que teniendo un gran potencial este proyecto se basa en analizar las causas de la problemática mediante investigaciones cuantitativas y cualitativas, así como de una análisis actual del marketing; definiendo los objetivos para plantear las estrategias que deberán ejecutarse que permitan resolver los problemas detectados en la empresa.

El proyecto surge como una necesidad de hacer crecer a la empresa dándose a conocer mediante un plan de marketing que se enfoca en la gestión de fortalecer lazos con los clientes actuales y captación de clientes potenciales; llegando a forjar relaciones a largo plazo.

Plantea otros objetivos tales como incrementar las ventas 5% respecto al año anterior lograr un reconocimiento en el mercado turístico como operadora de turismo; haciendo que las agencias de turismo siempre nos tengan presente como su primera opción.

Existen pocas operadoras de turismo que operen y gestionen los servicios de la manera en que Otrams S.A. lo hace, aquí se encuentra una ventaja diferenciadora; sumado al excelente servicio que la caracteriza y el hecho de contar con transportes propios de lo cual carece la competencia haciendo que sus costos sean más elevados.

2. ANTECEDENTES

La palabra turismo hace referencia a todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes o estadías en lugares distintos al de su entorno habitual, por un corto periodo de tiempo ya sea por motivos de ocio, por negocios, etc.

El turismo se ha convertido en la fuente de mayor ingreso para algunos países generando plazas de trabajo, mayores ingresos y sobretodo el impacto positivo que se obtiene de éste para el país por tal motivo se ha creado una gama de productos turísticos para satisfacer las necesidades de los turistas. Dando todo estos acontecimientos que surgen del turismo se crearon organizaciones turísticas de diversos tipos tales como agencias de viajes, operadoras de turismo tanto emisivas como receptivas, etc.

Desde que inició la regeneración Urbana en Guayaquil, la ciudad ha registrado cambios positivos tanto económicos como sociales y el turismo ha reactivado la actividad comercial, [1]según la Cámara de Turismo del Guayas, en el 2009, 228.352 extranjeros ingresaron a la provincia, quienes realizaron un promedio de gastos de $804 cada uno, dejando 330 millones de dólares de ganancias. Se proyecta que para este año el número de turistas se incremente en 266.350. La mayor cantidad de extranjeros proviene de Estados Unidos, con una tasa promedio del 25%.

En el caso de las agencias de viajes son empresas que especializan en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, arrendamiento de autos, etc. En términos del proceso de comercialización del turismo, las agencias de viajes son tiendas minoristas, que suelen trabajar estrechamente vinculadas con las empresas transportistas, líneas aéreas, u operadoras de turismo de las cuales reciben una determinada comisión por concepto de boletos vendidos (generalmente entre un 8 y un 10 por ciento), de los hoteles, que también les reconocen un pago (del 5 al 15 por ciento) y, en general, de todos los operadores.

[1]http://www.expreso.ec/ediciones/2009/07/30/guayaquil/guayas-se-proyecta-como-la-magia-del-pacifico-sur/Default.asp

Estas empresas, que suelen tener mucho material informativo sobre destinos turísticos, trabajan igualmente en estrecha cooperación con los operadores de turismo.

Las operadoras emisivas, llamadas también mayoristas, son aquellas que se especializan en elaborar paquetes internacionales y venderlos dentro del país en el que operan.

Las operadoras receptivas son aquellas que se especializan en elaborar paquetes nacionales y venderlos dentro del país en el que operan.

3. PROBLEMÁTICA

Se establece una preocupación por parte de la operadora al no tener las utilidades esperadas en el último año, seguido de un reconocimiento en el mercado que enfoca más en el servicio de transportes turísticos, muchas de las agencias en Guayaquil tienen a Otrams S.A. presente más bien como una empresa que provee solo transporte.

Además en el mercado existe mucha competencia de operadoras receptivas que están creciendo y abarcando a muchos de los clientes incluyendo a agencias de viajes.

Cabe recalcar que la operadora no ha cesado de generar ventas y utilidades pero como toda empresa tiene metas y objetivos, también se espera fortalecer las relaciones que se tienen con los clientes actuales, lograr obtener nuevos clientes y ser reconocidos en nuestro nicho de mercado como una Operadora de Turismo siendo la primera opción para las agencias de viajes de la ciudad de Guayaquil.

1. JUSTIFICACIÓN

Actualmente el turismo es una de las fuentes principales de ingreso de nuestro país y de la ciudad de Guayaquil, utilizando como herramienta en muchas ocasiones las

agencias de viajes y operadoras de turismo, siendo éste el motivo para realizar éste proyecto enfocado a estas organizaciones particularmente en una operadora con gran potencial de crecimiento debido a su eficiencia y a su participación en el mercado de 7.60% es significativa según investigaciones previas e internas realizada por la empresa (buzón de sugerencias , quejas y recomendaciones por parte de los clientes, investigaciones cuantitativas); incremento de utilidades año a año desde su creación; sin embargo carece de un plan de marketing organizado que le permita aumentar sus ingresos anuales y cumplir con las nuevas metas y objetivos; con esto nos referimos a la Operadora de Turismo Otrams S.A..

Gracias a la regeneración urbana que se ha llevado a cabo en la ciudad de Guayaquil en estos últimos años el turismo tanto nacional como internacional ha incrementado y por ende las diversas actividades que ofrecen como entretenimiento al publico las agencias y demás operadoras; Estas han tenido una gran participación incrementando sus ventas y utilidades pese a la crisis económica que continuamente atraviesa el país.

Por ejemplo los establecimientos turísticos registrados en el año 2009 ascienden a 15.700 existiendo un incremento del 29.4% en el periodo 2004 – 2008. Estos negocios ocupan 84.668 empleados directos, de los cuales el 57.9% está empleado en locales de comidas y bebidas, el 28% en alojamientos y el 13.9% en otras actividades turísticas eso significa que la industria del turismo va creciendo habiendo más demanda que satisfacer. El municipio de Guayaquil inició en el mes de Marzo 2010 una campaña en que se promociona a la urbe con el nombre de "Guayaquil Light" que se difundirá nacional e internacionalmente para atraer a turistas que deseen visitar un destino cuyo clima tropical les permita desplazarse con una maleta liviana y ropa ligera; esta campaña durará todo el año; y estos anuncios se publicaron en revistas de aerolíneas con la leyenda <<Guayaquil Light>> destacando junto a ésta <<Cómoda para visitarla todo el año>> (Revista Transport edición Abril 2010)

La razón por la cual decidimos basar nuestro proyecto en la Operadora de Turismo Otrams S.A. es porque vemos pequeñas deficiencias que se pueden mejorar al realizar un nuevo concepto de estrategias que den un valor agregado al servicio, y

se creen fuertes lazos con los clientes sumado al reconocimiento en el mercado; tiene mucho potencial, la capacidad de cumplir con todas sus metas y objetivos si dichas estrategias son la adecuadas aprovechando el crecimiento del turismo y de querer ofrecer mejores servicios día a día, tomando en cuenta también el interés por parte del Gobierno y municipios ya que estos han invertido en los últimos años en actividades turísticas para el País tales como la FITE, capacitación comunitaria por zonas escogidas, promocionar al país y sus ciudades en ferias internacionales FITUR, campaña Guayaquil Ligth, etc.

Por este motivo nuestro proyecto plantea "Un plan de marketing para el desarrollo y crecimiento de la operadora de turismo Otrams S.A. en la ciudad de Guayaquil enfocado en marketing relacional".

Esperamos contribuir con el mejoramiento de sus operaciones comerciales dentro de la gran cartera de negocios que abarca el turismo encaminando a organizaciones como ésta hacia el horizonte del éxito.

5. ANÁLISIS SITUACIONAL

5.1. MICROENTORNO

5.1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA

A pesar de que la compañía fue constituida en el año 2001, fue en el 2004 donde su principal accionista, el Cap. Estuardo Baño Aldaz, Presidente, tuvo la ambiciosa idea de involucrase en la industria volátil del turismo, así pues, invirtió primero en una furgoneta, dando el servicio de transporte a las Playas de Salinas, después fue personalizando su servicio de puerta en puerta y haciendo fletes exclusivos bajo contrato, obtuvo buena captación ya que se benefició de comenzar su negocio en temporada alta de la Costa.

Pero la idea origen es de impulsar el turismo náutico en las Costas Ecuatorianas, que aún sigue en pie esperando el capital suficiente para participar en el proyecto. Donde después su hija, Liana, Gerente General, se involucró en esta idea

realizando su Proyecto de Grado basada en esta original idea, y aportando para iniciar formalmente sus actividades económicas, donde sus oficinas surgieron desde un despacho, para después convertirse en matriz, donde actualmente está estructurado para la atención al público, bajo la dirección de la Sra. Doris Aldaz de Baño, Gerente de Operaciones y su equipo humano cooperativo y responsable que participa directamente en el logro de las metas de la empresa para servir al turista.

La empresa está creciendo bajo sacrificio y mucho trabajo, para brindarles a sus clientes un servicio de excelencia.

5.1.2. ¿QUIÉNES SOMOS?

Es una agencia de viajes-operadora, conformada por un equipo de profesionales capacitados y competitivos que tienen como misión ofrecer un servicio personalizado de alta calidad al turista y cliente, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas, garantizando que su viaje en nuestro paraíso Ecuador sea confortable y placentero.

Dar oportunidades de descubrimiento y diversión al viajero, asimismo impulsando el desarrollo del turismo ecuatoriano. Atravesar los límites del territorio ecuatoriano, dando a conocer la belleza exótica de nuestros paisajes y la calidez de nuestra gente, donde OTRAMS S.A. participa competitivamente en el mercado internacional del turismo.

Es una empresa que considera que el cliente es lo más importante y mediante una actitud comprometida del equipo de trabajo, hacemos posible la entrega de un servicio planificado y creativo, logrando altos niveles de calidad, con una cultura de mejora continua.

5.1.3. MISIÓN:

Somos una agencia de viajes-operadora receptiva, conformada por un equipo de profesionales capacitados y competitivos que tienen como misión ofrecer un servicio

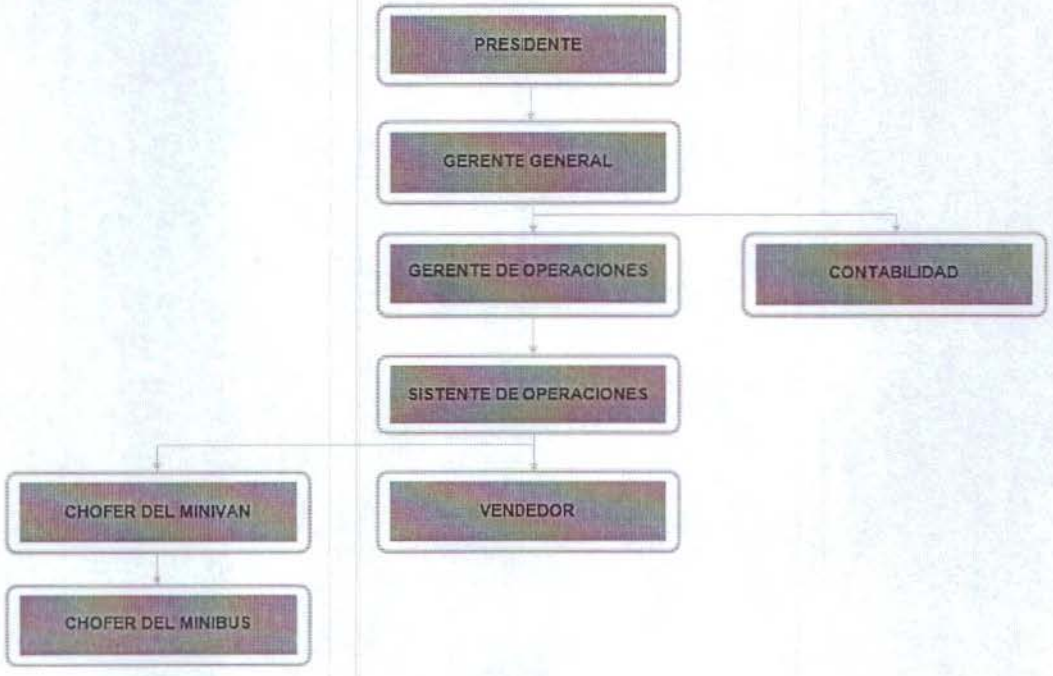
personalizado de alta calidad al turista y cliente, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas, garantizando que su viaje en nuestro paraíso Ecuador sea confortable y placentero. Dar oportunidades de descubrimiento y diversión al viajero, asimismo impulsando el desarrollo del turismo ecuatoriano.

5.1.4. VISIÓN:

Convertirse en una operadora emisiva que vende sus servicios no solo dentro del territorio ecuatoriano si no al exterior. Atravesar los límites del territorio ecuatoriano, dando a conocer la belleza exótica de nuestros paisajes y la calidez de nuestra gente, donde OTRAMS S.A. participa competitivamente en el mercado internacional del turismo.

5.1.5. ORGANIGRAMA

FIGURA 1.1



FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

5.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

5.2.1. PRODUCTO

Actualmente la operadora de turismo ofrece una variedad de productos turísticos, de esta manera poder llegar a los turistas abarcando todos los gustos y preferencias de los mismos ofreciéndoles las mejores opciones garantizándoles un viaje satisfactorio y ameno. A continuación mencionamos los principales y más destacados productos turísticos que ofrecen las agencias en la ciudad de Guayaquil.

5.2.1.1. LOS SERVICIOS QUE OFRECEN

CUADRO 1.1. LANTOUR

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	ALGUNAS OPCIONES DE LOS SERVICIOS
LAND TOUR	Tours de un día solicitados por agencias o clientes particulares los cuales consisten en visitar los puntos más turísticos que tiene la ciudad de Guayaquil , tales como el Malecón de salado, Malecón 2000, Parque de las iguanas, Parque Histórico, Catedral; entre otros lugares, acompañados con un guía profesional quien va relatando la historia,	City Tour en Guayaquil Parque Histórico City tour + Parque Histórico Bosque Protector Cerro Blanco Manglares de Churute Full day Salinas Puerto el Morro & Observación de delfines Bucay, Cascadas y

	además con transporte incluido. En la actualidad se puede disfrutar de la belleza de arquitectónica y naturaleza de estos y otros lugares. Anexos #1.	deportes extremos Hacienda Rodeo Grande Hacienda Rosa Herminia

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.2. PAQUETES TURÍSTICOS

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	ALGUNAS OPCIONES DE LOS SERVICIOS
PAQUETES TURÍSTICOS	Es un programa donde se expone importantes lugares turísticos de una ciudad o región con diferentes servicios (Transporte, hospedaje, guía profesional y entradas a los atractivos turísticos, etc.) que se le puede ofrecer al cliente dependiendo de sus requerimientos y disponibilidad económica. Anexos #2.	-Rutas del Sol (2 días y 1 noche) -Cuenca (2 días y 1noche) -Riobamba. Tren (2 días y 1 noche) -Nevado del Chimborazo (2 días y 1 noche) -Ruta del sol (3 días y 2 noches) -Cuenca

		(3 días y 2 noches) -Baños de Tungurahua (3 días y 2 noches) -Cuenca y Baños de (5 días y 4 noches) Estos tour son Estandarizados. También se pueden modificar dependiendo de lo que el cliente desee, además ofrece otros destinos turísticos pero eso es bajo pedido o requerimiento de la agencia.

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.3. TRANSPORTES

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	ALGUNAS OPCIONES DE LOS SERVICIOS
TRANSPORTE	Ofrecemos los servicios de traslados dentro y fuera de la cuidad con transportes propios. Anexo #3	**HQ:** Full equipo, con aire acondicionado, año 2006, Capacidad de 12 pax, marca Hyundai.

	H1: Full equipo, con aire acondicionado, año 2009, capacidad 12 pax, marca Hyunday **MINIBUS:** Full equipo, con aire acondicionado, DVD – Televisor, Micrófono, año 2009, marca Yutong

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.4. BOLETOS DE AÉREOS

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
BOLETOS DE AÉREOS	Es la compra de ticket de avión por medio de la operadora de turismo en las diferentes aerolíneas que prefiera el cliente.

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

5.2.2. PRECIO

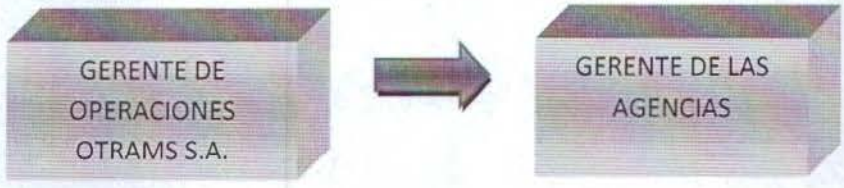
Los precios están fijados en base al costo, al movimiento del mercado, y también se maneja analizando a la competencia frecuentemente, sin perder desde luego la misión de la operadora, el mejor servicio por el cual se caracteriza la empresa y sin generar pérdida. Anexo #4

5.2.3. DISTRIBUCIÓN

Un canal efectivo de distribución es cuando los servicios son ofrecidos a las agencias de viajes a través del gerente de operaciones el cual se dirige a las oficinas de los clientes a exponer cada servicio con material de apoyo como volantes, trípticos, tarifarios.

Esta resulta ser una ventaja ya que existe mayor posibilidad de llegar a una negociación con respecto a alguno de los servicios ofrecidos debido a que el trato es de Gerente a Gerente.

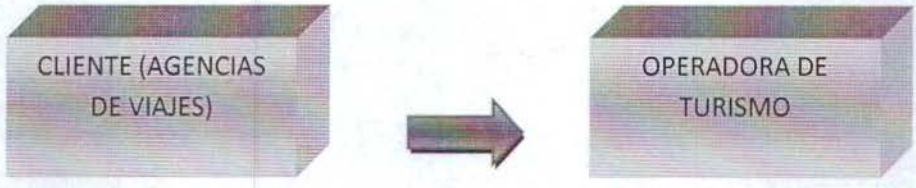
FIGURA 1.2. CANAL 1



FUENTE: Operadora de turismo OTRAMS S.A.

Cuando los clientes se dirigen a las oficinas de la operadora de turismo Otrams S.A. a requerir los servicios, realizan llamadas telefónicas o envían e- mails.

FIGURA 1.3. CANAL 2



FUENTE: Operadora de turismo OTRAMS S.A.

5.2.4. PROMOCIÓN

La operadora promociona sus servicios por medio de visitas semestrales y en la época de feriados realiza buzoneo ofertando su paquete estrellas por medio de volantes electrónicos. Además tiene una cuenta en tres redes sociales populares que son el Facebook, Hi5 y Twitter donde se agregan otras operadoras y agencias interesadas por conocer nuestros productos.

También tiene una página web donde básicamente se dan a conocer como empresa e informan de sus productos.

Realiza pocas estrategias de descuento a sus clientes, se podría decir que los efectúa acorde a los servicios que una determinada agencia requiera con esto nos referimos a los casos de cancelación en efectivo se otorga un 10% de descuento en paquetes turísticos.

5.2.5. PERFIL DEL CLIENTE

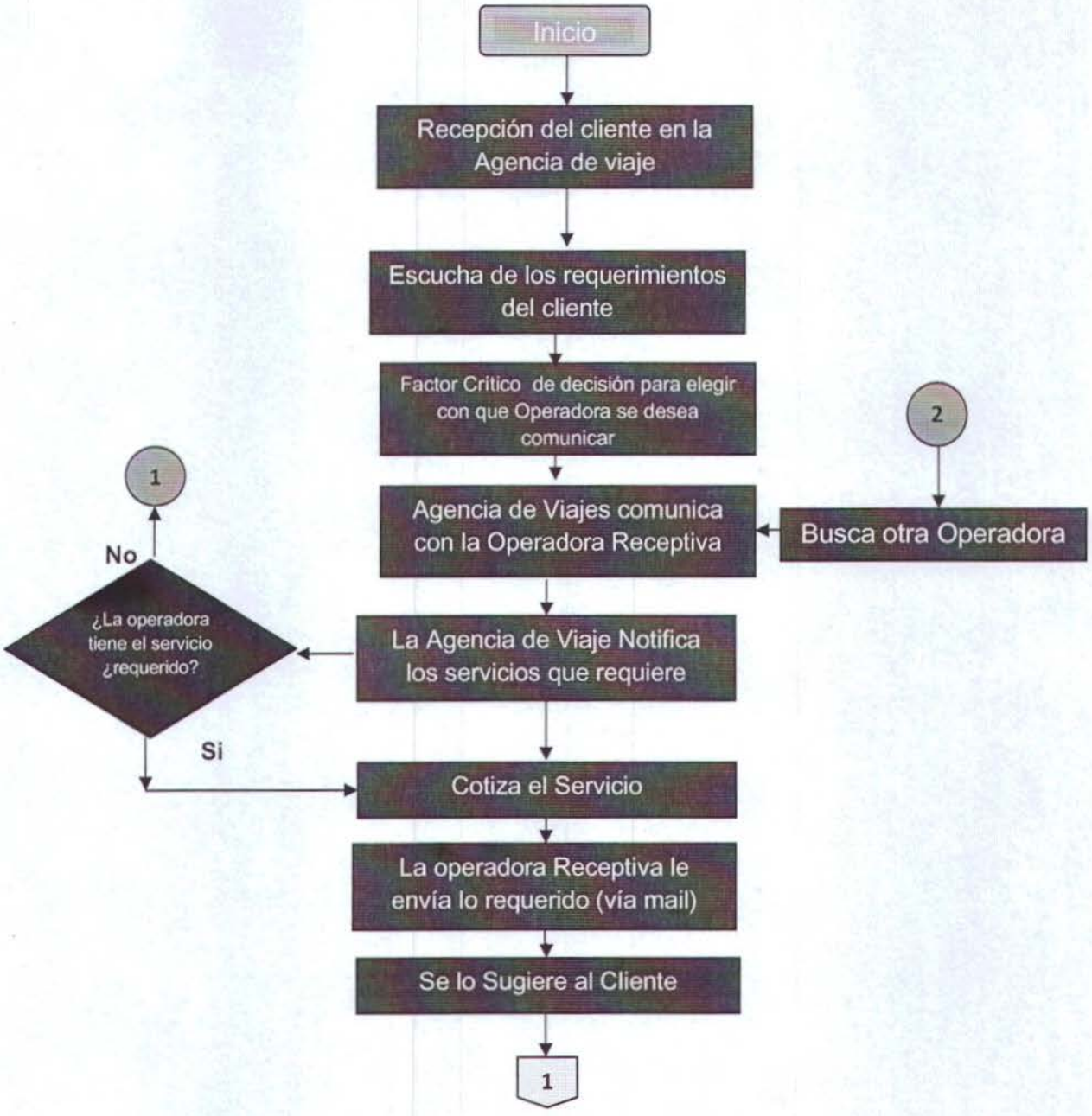
Agencias de Viajes:

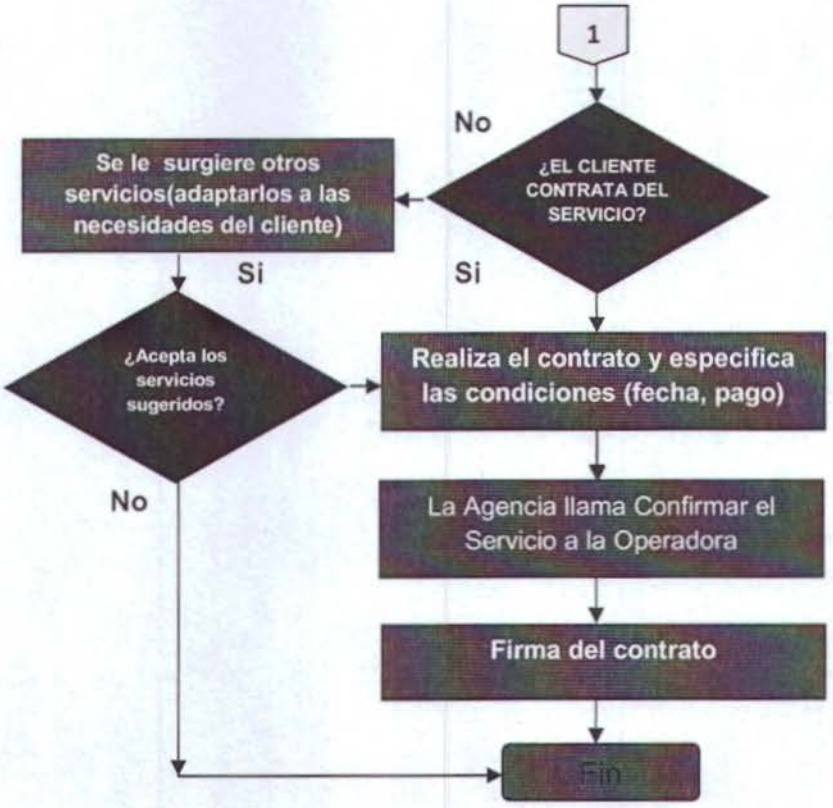
Clientes Actuales – Potenciales.

- De la ciudad de Guayaquil que requieren de los servicios completos y confiables de una operadora de turismo.
- Legalmente constituidas.
- Incentiven el turismo receptivo en el País.
- Ofrezcan un buen servicio a sus clientes, (previamente monitoreadas).
- De buen prestigio y reconocimiento en el mercado.

5.2.6. ETAPAS DEL PROCESO DE COMPRA

DIAGRAMA 1.1





FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

Cliente – Agencia de Viaje – Operadora de Turismo

El consumidor final solicita los servicios a la agencia de viajes por vía e- mail, telefónica o presencial, el counter (vendedor) recepta la información que requiere el consumidor final quien le sugiere diferentes atractivos.

La agencia de viajes toma en cuenta varios factores decisivos antes de elegir con que operadora trabajar; Los factores críticos decisivos que toma en cuenta la agencia de viajes son: rapidez, disponibilidad inmediata, confiabilidad, diversidad de productos turísticos.

Luego se comunica por vía telefónica o e-mail con la operadora de turismo la cual le envía la información que debe ajustarse a las necesidades del usuario.

La operadora de turismo revisa la disponibilidad y la factibilidad del tour o transporte o cualquiera de los servicios que le sugirieron y envía la cotización de lo solicitado por los medios de comunicación antes mencionadas, para que el counter (vendedor) se lo exponga o entregue a su pasajero lo requerido.

El consumidor final evalúa la información entregada por la agencia de viajes, si está acorde con sus requerimientos, procede a confirmar a la agencia de viajes que si está dispuesto a adquirir el servicio y esta a su vez confirma a la operadora para entregar el servicio de la manera más adecuada que permita satisfacer plenamente tanto a la operadora como al consumidor final.

Si la operadora de turismo no dispone de la capacidad para ofrecer el servicio a la agencia del modo que ésta la requiera, el counter busca otra operadora que si tenga disponible dicho servicio, si al consumidor final no le complace algo con respecto al servicio sea esto precios u otros factores; la agencia de viajes procede a sugerirle otros servicios hasta agotar las posibilidades de satisfacer al cliente, si el usuario no se siente complacido es el fin de la negociación.

Este proceso de compra ocurre durante todo el año laboral de las agencias de viajes y operadoras de turismo.

5.2.7. ACTORES DE LA COMPRA

Iniciador: El Cliente de la agencia de viaje es que inicia y activa el proceso de compra.

Influyente: La agencia; El vendedor que atiende al consumidor final (counter).

Decisor: Cliente de la Agencia de Viajes que solicita el servicio (Consumidor Final)

Comprador: Nuestro cliente (Agencia de Viaje)

Usuario: El consumidor final el que percibirá el servicio ofrecido.

5.2.8. DATOS DEL MERCADO

El turismo en la ciudad de Guayaquil se ha ido imponiendo como una actividad potencial de gran crecimiento económico convirtiéndose ahora en uno de las principales fuentes de ingresos de la ciudad de Guayaquil. [2]La ciudad de Guayaquil se sustenta principalmente de los impuestos Municipales que recauda y administra eficientemente cada año.

Debido a la regeneración urbana, Guayaquil es una ciudad completa que posee paisajes hermosos y una infraestructura completa y moderna que complementan la belleza natural de sus aéreas verdes, además de mejor la calidad de vida de los que la habitan. Guayaquil se ha convertido en un excelente anfitrión de los que nos visitan, ya sean familiares, amigos o turistas, generando más ingresos y plazas de trabajo.

Es una ciudad con gran desarrollo comercial que ha dado pasos agigantados en los últimos 10 años convirtiéndose en una de las principales ciudades industriales del país.

La ciudad de Guayaquil ofrece una diversidad de productos turísticos los más destacados son los malecones, los Cerros Santa Ana y el Carmen, Museos, centros Comerciales, Mercados Artesanales, Monumentos, iglesias, restaurantes, centros de diversión, Ferias, la isla Puná que constituyen los principales recursos turísticos de la ciudad porteña.

Debido a los cambios del mercado turístico las operadoras buscan aumentar la gama de sus servicios turísticos para poder abarcar todos los requerimientos que exige el mercado y poder satisfacerlos de una manera eficaz y eficiente.

[2] www.porguayaquilindependiente.com

5.2.9. POSICIONAMIENTO

En el mercado de turismo nos encontramos con muchos productos similares que se diferencian en pequeños detalles, El posicionamiento de la Operadora de Turismo Otrams S.A. como empresa es brindar puntualidad, responsabilidad y una excelente calidad de servicios, con transporte propio y diversidad de tours; con disponibilidad de viajar, asegurándoles un servicio de excelencia con pocas probabilidades de fallo pero en el caso de que éste se presente existe la seguridad de resolver el problema para cumplir a cabalidad con el buen servicio, dejando en los clientes un buen recuerdo de la empresa, sumado a la grata experiencia de lo recibido despertando en él la confianza y generando una buena respuesta.

La operadora tiene la capacidad de ofrecer muchos beneficios a las agencias de viajes y a la vez ellos a sus clientes (Consumidores Finales) es por esto que para una mejor percepción de nuestros servicios en general contamos en la atención al cliente con personas preparadas, llenas de una actitud positiva y proactivas pre, durante y post venta, brindando la información correspondiente de una manera atractiva.

5.2.10. BOSTON CONSULTING GROUP

[3]El método de la Matriz BCG es una herramienta bien conocida de gestión de cartera. Se basa en teoría del ciclo de vida del producto. Se puede utilizar para establecer que prioridades se deben dar en la cartera de productos de una unidad de negocios. Para asegurar la creación de valor a largo plazo, de una empresa debe tener una cartera de productos que contenga dos tipo de productos; unos productos de alto - crecimiento que necesite aportar efectivo, y otros productos de bajo - crecimiento pero que generen mucho efectivo.

[3]http://www.12manage.com/methods_bcgmatrix_es.html

[3]Además tiene dos dimensiones: participación de mercado representando el eje horizontal y crecimiento del mercado representado el eje vertical que evalúa el aumento de las ventas del mercado. La idea básica detrás de ella es: si un producto tiene una participación de mercado más grande, o si el mercado de productos crece más rápidamente, es mejor para la compañía.

La utilización de la matriz Bosting Consulting Group es para definir en qué posición están nuestros productos dentro de los cuatro cuadrantes que son:

Estrellas (rápido crecimiento, alta participación de mercado)

Manejan grandes cantidades de efectivo. Son líderes en el negocio. Por lo tanto, deben generar también grandes cantidades de efectivo.

Vacas lecheras (crecimiento bajo, alta participación de mercado)

Los beneficios y la generación de efectivo deben ser altos. Debido al crecimiento lento, las inversiones que son necesarias, deben ser bajas. Las Vacas lecheras son a menudo las estrellas de ayer, y ellas son el apoyo de una empresa.

Perros (crecimiento lento, baja participación de mercado)

Los Perros deben entregar efectivo, si no, deben ser liquidados.

Signos de interrogación (alto crecimiento, baja participación de mercado)

Se necesita mayo inversión, tiene altas demandas de efectivo y genera bajos retornos, debido a baja participación de mercado.

Si la participación de mercado se mantiene invariable, sólo absorberán grandes cantidades de efectivo. Y así determinar la situación de cada servicio, trabajar de acuerdo a ésta, cumpliendo con eficiencia y eficacia los objetivos mediante la ejecución de las estrategias para tener mejor resultado en el desarrollo de la empresa.

[3]http://www.12manage.com/methods_bcgmatrix_es.html

FIGURA 1.4. BOSTING CONSULTING GROUP

Fuente: Operadora de Turismo Otrams S.A.

Interrogante: Los paquetes personalizados se encuentran en el cuadrante de interrogación ya que tienen un alto crecimiento en el mercado debido a que los clientes siempre quieren algo que se ajuste en lo posible a sus requerimientos como lo es éste servicio en donde el cliente puede armar los paquetes como mejor le convenga, aspiran a algo diferente y novedoso sin embargo este producto genera un lento proceso de participación.

Estrella: El servicio de transporte turístico está ubicado en el cuadrante estrella; ya que es conocido por la mayoría de las agencias; tiene una alta participación y alto crecimiento del mercado debido a su volumen de venta, tiene una gran aceptación debido a la demanda que posee en el mercado turístico como es lógico para movilizar a los turistas.

Vaca: Los paquetes estandarizados están ubicados en el cuadrante vaca lechera debido a que se complementa muy bien con el servicio de transportes propios, tiene

una alta participación y un bajo crecimiento de mercado con poco volumen de ventas.

Perro: Debido a que los boletos aéreos es un producto que se puede adquirir directamente en las aerolíneas, los clientes no suelen buscar a una operadora de turismo para comprar los boletos; más bien ya saben cómo solicitarlos; es por esto que este producto en Otrams S.A. tiene una participación de mercado baja y crecimiento bajo.

5.2.11. CICLO DE VIDA

[4-5]Es una herramienta de mercadotecnia o de marketing que demuestra la evolución de las ventas de un producto durante el tiempo que permanece en el mercado.

Los productos no generan un volumen máximo de ventas inmediatamente después de introducirse en el mercado, ni mantienen su crecimiento indefinidamente. Pero se puede intentar prever su desarrollo y tratar de influir en su crecimiento.

[6]El ciclo de vida del producto es especialmente útil como herramienta de predicción o pronóstico, puesto que los productos pasan por etapas distintivas que permiten calcular la ubicación de un determinado producto en su ciclo de vida.

Las diferentes etapas que tiene el ciclo de vida son:

ETAPA DE INTRODUCCIÓN

La etapa de introducción se inicia cuando el producto o servicios nuevos son lanzados por primera vez.

[4]http://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto#Gesti.C3.B3n_del_ciclo_de_vida

[5]http://www.mujeresdeempresa.com/marketing/marketing020603.shtml

[6]http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html

La introducción toma tiempo y las ventas suelen registrar un crecimiento lento. En esta etapa, en comparación con otras etapas, las utilidades son negativas o escasas debido a las pocas ventas y a los elevados gastos.

Existe un gasto relativamente alto para promociones, a fin de informar a los consumidores de la existencia de los productos o servicios nuevos y conseguir que lo utilicen.

ETAPA DE CRECIMIENTO

Si el producto o servicio nuevo satisface el mercado, entra a la etapa de crecimiento, en el cual las ventas empiezan a aumentar velozmente. Las primeras personas en aceptar el producto o servicio lo seguirán comprando y las subsiguientes empezarán a seguir los pasos de éstos, sobre todo si escuchan hablar a favor de él. Habrá competidores nuevos que, atraídos por la oportunidad de obtener utilidades.

Los precios permanecen donde están o caen ligeramente. Las empresas conservan su gasto para promociones en el mismo nivel o un poco más alto. La educación del mercado sigue siendo una meta, pero ahora la empresa también debe enfrentar la competencia.

ETAPA DE MADUREZ

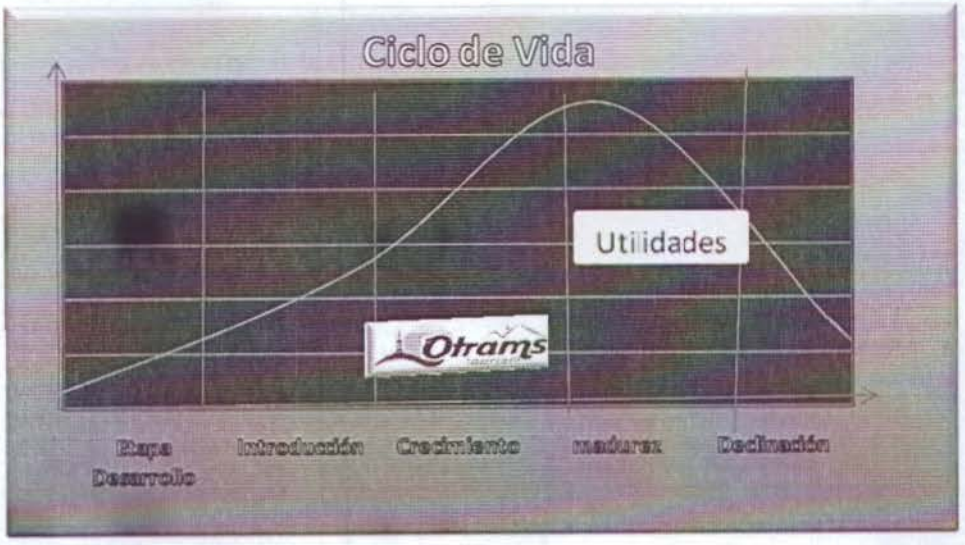
En algún punto, el crecimiento de las ventas del producto se afloja, es decir que entra en la etapa de la madurez. Esta etapa, por regla general, dura más tiempo que las etapas anteriores y presenta fuertes desafíos. La mayor parte de los productos o servicios se encuentran en la etapa de madurez del ciclo de vida y, por consiguiente, la mayor parte de la administración mercadotécnica se refiere al producto o servicio maduro.

Aunque, al parecer, muchos productos o servicio en la etapa madura no cambian durante periodos largos, la mayor parte de los que tienen éxito están evolucionando de hecho para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

ETAPA DE DECLINACIÓN

[7]Las ventas de la mayor parte de las formas y las marcas de los productos bajan con el tiempo. La disminución puede ser lenta. Las ventas disminuyen por muchas razones, inclusive los adelantos tecnológicos cambios en los gustos de los consumidores y aumento de la competencia. Conforme disminuyen las ventas y las utilidades, algunas empresas se retiran del mercado. Las que permanecen pueden disminuir la cantidad de ofertas del producto o servicios.

FIGURA 1.5. CICLO DE VIDA



FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

[7]http://disenio.idoneos.com/index.php/Dise%C3%B1o_Industrial/Marketing/Ciclo_del_producto#Etapa_de_declinaci%C3%B3n

Otrams S.A. se encuentra en etapa de crecimiento ya que las ventas de estos tres últimos año han incrementado al igual que sus utilidades, pese que en último año no crecieron hasta el punto esperado, la variedad de sus servicios y la eficiencia al momento de brindarlos es una de las ventajas que permitirá el progreso de la compañía al punto ideal del ciclo de vida que es la madurez.

5.2.12. EVOLUCIÓN VENTAS DE LA EMPRESA

FIGURA 1.6. EVOLUCIÓN DE VENTAS

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

Los repuntes de ventas del año (2009) de la operadora, se encuentran en los meses de Enero, Febrero por la temporada de playa y Carnaval; Julio, Agosto por los feriados son los meses en los que hay mayor movimiento turístico en la ciudad y por ende mayor demanda de los servicios turísticos por parte de agencias, operadoras y público en general; y se repuntas las ventas nuevamente en Diciembre por la temporada de playa que extiende a Enero y Febrero.

5.2.13. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Analizaremos las Operadoras Receptivas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil ofreciendo sus servicios, tomado en cuenta factores importantes como son los porcentajes de comisiones que la gran mayoría de las operadoras ofrecen 10% para agencias y el 2.4% para el counter (persona representante de la agencia quien vende el servicio) además existen agencias de viajes en donde manejan políticas estrictas con respecto a incentivos; es decir sus vendedores no reciben ningún tipo de recompensa extra de agencias de viajes políticas no acepta que les den incentivos a sus vendedores como Delgado Travel.

Podemos evaluar que no todas las operadoras receptivas ofrecen los mismo tours; tienen pequeñas diferencias en sus itinerarios como es de suponer por ejemplo se ven cambios en los destinos de hospedaje (Hoteles de lujo, de primera, de segunda y tercera), lugares para recorrer, tipos de transporte, entre otras cosas; algunas otras operadoras que no son receptivas sino emisivas explotan un nicho de mercado en un sector específico (es decir turismo emisivo); pero cuando se presentan clientes de otro nicho (turismo receptivo) y no están preparados para satisfacer esta demanda, entonces ellos solicitan los servicios de operadoras receptivas las cuales están en toda la capacidad de satisfacer al cliente.

CUADRO 1.5: SERVICIOS QUE OFRECEN LAS OPERADORAS RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	SERVICIOS
Archipell	Ofrece servicio de yate incluidos paseos por las islas de Galápagos
Bambú travel	Ofrecen Galápagos con yates, boletos aéreos y tour en las islas incluyendo deportes atractivos que se puede hacer.

Fuente: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.6: SERVICIOS QUE OFRECEN LAS OPERADORAS RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	SERVICIOS
Blueterra Travel	Ofrece recorridos dentro de Guayaquil en lugares específicos como haciendas, city tour, parque histórico, Manglares y Full day a Salinas.
Canodros	Ofrece Galápagos y Lodge en Amazonia
Costa Viajes – AG touring	Trabaja emisivo y receptivo. Los destinos que ofrece dentro del país son: región costa todo lo que es playas, en la región sierra Papallacta, Mindo, Baños y Chamchibiro, en la región Amazonia tiene Tours al Coca, La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Tour a Kapawi, Turismo Tena, Cavernas de Jumandi, Parque Nacional Sumaco Napo-Galeras, Machalilla, Misahuallí, Cuyabeno además vende Galápagos y tiene sus propios transporte.
Galanet	Ofrece cruceros a Galápagos y Tour. Además tiene Landtour como City tour, Parque histórico, Haciendas, Cerro blanco. Y tiene sus propios transportes.
Galápagos Sub Aqua	Ofrece tour en Galápagos
Hamaca Tours	Tiene Landtour en Guayaquil además ofrece la Ruta del sol, paquetes en Cuenca, Quito, Baños, Lodge en la Amazonia.

Fuente: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.7: SERVICIOS QUE OFRECEN LAS OPERADORAS RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	SERVICIOS
Manglar Rojo	Tiene entre sus servicio Landtour en Guayaquil además tour en Cuenca, Quito, Baños y ofrece Galápagos.
Maxi Ecuador	Tiene tour en todas partes del Ecuador en la diferentes Provincias.
Mosaicos Ecuatoriano	Sus atractivos turísticos a ofrecer son Cuenca, Riobamaba, Mindo, vía Pacifico, Puerto el Morro.
Spring Travel	Ofrece Galápagos, Cuenca, Otavalo, Ruta del Sol, Machalilla, Manta, Salinas, Jungle tour.
Tangara Turismo	Tiene tour en todas partes del Ecuador
Tomas Tour	Ofrece en costa Atacames, avistamiento de Ballenas Jorobadas, puerto el morro, isla de la plata y Crucita Manta en Sierra Carchi, Vilcabamba, Riobamba, Cuenca – Chordeleg – Ingapirca, Mindo, Valle de Yunguilla, Ipiales – Otavalo – Quito, Ruta de las casacadas y lagos, Baños – Puyo, en Oriente Puyo Misahualli, Cavernas de Jumanji y en Galapagos San Cristobal, Santa Cruz, Crucero Explore y Galaxy

Fuente: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.8: SERVICIOS QUE OFRECEN LAS OPERADORAS RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	SERVICIOS
Otrams S.A.	City Tour en Guayaquil, Parque Histórico, City tour + Parque Histórico, Bosque Protector Cerro Blanco, Manglares de Churute, Full day Salinas, Puerto el Morro & Observación de delfines, Bucay, Cascadas y deportes extremos, Hacienda Rodeo Grande, Hacienda Rosa Herminia, Rutas del Sol (2 días y 1 noche), Cuenca (2 días y 1noche), Riobamba. Tren (2 días y 1 noche), Nevado del Chimborazo (2 días y 1 noche), Ruta del sol (3 días y 2 noches), Cuenca (3 días y 2 noches), Baños de Tungurahua (3 días y 2 noches), Cuenca y Baños de (5 días y 4 noches) y Tour Galapagos (4 o 5 días)

Fuente: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

Después de analizar todos los productos que ofrece cada una de las operadoras de turismo podemos decir que Otrams S.A. tiene una fuerte competencia en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

Estamos compitiendo con los servicios de Landtour, Transporte y Tour en los diferentes lugares atractivos del Ecuador. Las Operadoras que resultan ser una fuerte competencia ofreciendo servicios de Landtours son: Hamacas Tour, Manglar Rojo, Galanet; con respecto a paquetes turísticos tenemos a: Maxi Ecuador, Mosaicos, Spring Travel, Tomas Tour, Costa Viajes y las otras operadoras antes mencionadas, en lo que concierne a servicios de transporte la competencia sería Costa Viajes.

No se ha procedido a analizar profundamente los tour a Galápagos debido a que este servicio no se opera sino que se lo compra directo a una Operadora que realiza estos tours, cabe recalcar que del mismo modo no se incluyó en este análisis el servicio de Lodge de la Amazonía es por esto que las operadoras de turismo que tiene ese nicho de mercado con estos servicios no califican para ser nuestra competencia.

Analizaremos las ubicaciones geográficas estratégicas que tienen las operadoras receptivas en la ciudad de Guayaquil.

CUADRO 1.9: UBICACIÓN DE LAS OPERADORA DE RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	UBICACIÓN
Archipell	Av. Francisco Orellana, Edificio C ofi Piso 1. Oficina 104.
Bambú travel	Córdova 810 y Junín. Edificio Torres de la Merced Piso 14, Of. 6
Blueterra Travel	Cdla. IETEL Av. Francisco de Orellana 1007 Edf. BAUHAUS piso 1 Of. 17
Canodros	Urbanización Santa Leonor Mz. 5 Solar 10 Guayaquil - Ecuador
Costa Viajes – AG touring	Cdla Urdenor 2, mz 209, v 21
Galanet	Victor H Sicouret, mz 11, v 7 (Cdla Guayaquil)
Galápagos Sub Aqua	Orellana 211 y Panamá p7, ofic 702
Hamaca Tours	Panama 321 T Martinez, p1 ofic 19

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

CUADRO 1.10: UBICACIÓN DE LAS OPERADORA DE RECEPTIVAS

OPERADORA RECEPTIVAS	UBICACIÓN
Manglar Rojo	.Los Ríos 818 y Hurtado, loc 1 pb
Maxi Ecuador	Tomas Martínez 206 y Roca Fuerte
Mosaicos Ecuatoriano	Av. Safadi, Cdla Bolivariana f/a Universidad Estatal
Spring Travel	Cordova 810 y Junín, edif Torres de la Merced
Tangara Turismo	Manuel Sáenz y O`Levary mz f v 1
Tomas Tour	Av. 9 de Octubre 424 y Chile Edif.: Gran Pasaje Primer Piso Oficina 104
Otrams S.A.	Alborada 6 etapa MZ 625 Villa 5

FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

La mayoría de las operadoras están ubicadas en el centro de Guayaquil un sector comercial donde existe el porcentaje más alto de agencias de viajes.

Es una ventaja competitiva que favorece a estas operadoras ya que están cerca de los clientes (agencias de viajes) y pueden visitarlos con mayor frecuencia ya sea para promocionar sus servicios o realizar un seguimiento, es el caso contrario de las operadoras que están ubicadas en sector norte como Otrams S.A. podrían representar un esfuerzo y costo extra por los traslados y logística.

Siguiendo con el análisis competitivo observaremos estimaciones de precios que se manejan en el turismo con los paquetes divididos por destinos turísticos regionales del Ecuador:

Costa Norte: Provincia de Esmeraldas

Costa Centro: Provincia de Manabí

Costa Sur: Provincia del Guayas, Santa Elena y el Oro

Sierra Norte: Provincia de Imbabura y Carchi

Sierra Centro: Provincia de Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo

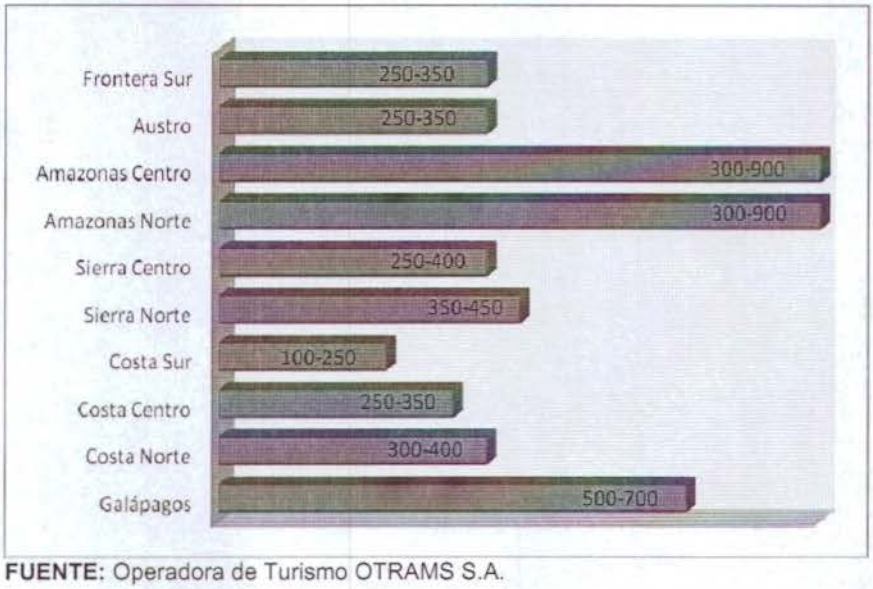
Amazonía Norte: Provincia de Sucumbíos, Napo, Orellana y Pastaza

Amazonía Centro: Morona Santiago

Austro: Provincia del Cañar y Azuay

Frontera del Sur: Provincia de Loja y Zamora Chinchipe

FIGURA 1.7: ESTIMACIÓN DE PRECIOS POR DESTINOS TURÍSTICOS



FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

Los precios oscilan entre estos valores, incluyen hospedajes de primera y también hospedaje turista el cual ayuda reducir a los costos, los paquetes pueden incluir alimentación completa estos valores podrían ser los más altos mientras que otros

paquetes pueden costar menos por incluir solo el desayuno, como es lógico los precios varían por estos factores así como por otros.

En el mercado turístico Guayaquileño no se encuentra entre las operadoras una competencia fuerte de precio ya que los valores varían dependiendo de los proveedores que ofertan los servicios la comisión de la empresa, transporte y el lugar donde se van a dirigir los pasajeros, de esa manera no dañas el valor agregado que le ponen a sus servicios. Además entre operadores receptivos denuncian a la cámara de turismo a las personas que ofrecen precios más bajos a los que se maneja en el mercado.

Las Operadoras Receptivas se manejan por visitas a las Agencias de Viajes con Volantes o trípticos del tour que esta ofertando para un feriado, le explican el counter (vendedor) los porcentajes de ganancias y el paquete.

Otra forma de promocionar a las agencias es por su Página Web y vía e – mail especificando lo que están vendiendo, también por medio de redes sociales como el Facebook, Hi5 y Twitter páginas web muy populares entre las personas, de las cuales agencias y operadoras de turismo son usuarios, resulta ser una ventana mas al mundo de las relaciones ya que es un medio en donde se intercambia mucha información.

5.2.14. MACROENTORNO

5.2.14.1. MACROAMBIENTALES

5.2.14.1.1. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

El Ecuador tiene 14´126.009 millones de habitantes, lo que da una densidad demográfica sobre 47 h/km². Ecuador es un país con diversidad étnica El 65% de la población es mestiza. Los amerindios, pertenecientes a diversas nacionalidades o agrupaciones indígenas, son el segundo grupo más numeroso, alrededor del 28%. Los blancos, en su mayoría criollos e inmigrantes europeos, son alrededor del 1,5%.

Hay también minorías de libaneses, sirios, palestinos y jordanos, además de la mulata y negra (5,5%) concentrada principalmente en la costa: Esmeraldas, valle del Chota (provincia de Imbabura), y Guayaquil y Quito.

GUAYAQUIL

Guayaquil es la ciudad con mayor población del Ecuador, como dato interesante cabe mencionar es la ciudad con mayor actividad comercial del país en Sudamérica.

FIGURA 1.8 POBLACIÓN ESTIMADA

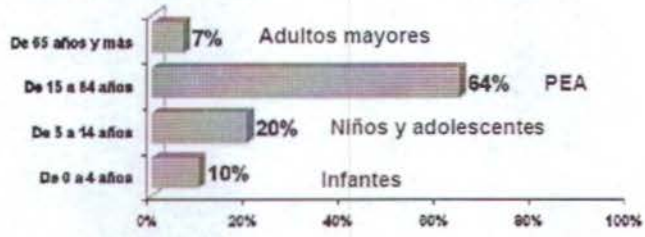
Año	Población estimada
2004	2.138.035
2006	2.248.463
2008	2.366.902

Proyecciones del 2004, 2006, y 2008

FUENTE: CPV 2001: Proyecciones de Población 2001-2010 INEC

Para el Año 2009 está estimado el aumento de la población a 2'787.738 personas. Sabiendo estos valores de aumento de la población en el futuro la distribución de las edades aumentaría; habría más demanda que cubrir y más personas por satisfacer.

FIGURA 1.9 DISTRIBUCIÓN POR EDAD

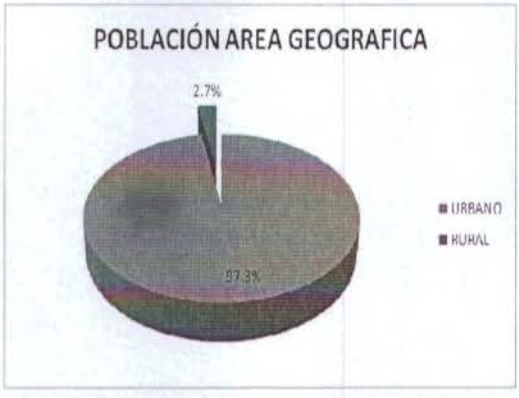


FUENTE: CPV 2001: Proyecciones de Población 2001-2010 INEC

Nos ayuda a referir un número aproximado con respecto a la cantidad de personas que corresponde a cada segmento; estimando un número de consumidores

potenciales para las agencias de viajes y en base a esto crear diferentes paquetes turísticos y/o servicios dirigidos a cada segmento en particular ajustándolos de modo que resulten muy atractivos para cada segmento como por ejemplo innovar en paquetes estudiantiles, vacacionales, para jóvenes adultos paquetes turísticos tipo aventura; y para adultos mayores paquetes culturales.

FIGURA 1.10 POBLACIÓN ÁREA GEOGRÁFICA



FUENTE: CPV 2001: Proyecciones de Población 2001-2010 INEC

La distribución por Urbana y Rural nos informa el poder adquisitivo que tiene la población ecuatoriana.

Según los datos estadísticos de PLANDETUR los gastos que realizan el turismo interno cuando se movilizan dentro del país son:

FIGURA 1.11 MOVILIZACIÓN DE TURISMO INTERNO

FUENTE: Plandetour

La movilización interna del turismo ecuatoriano muestra que nuestros clientes agencias de viajes ocupan el segundo puesto con el 16.8% como servicios prestados a los consumidores finales. Un porcentaje que motiva a trabajar y satisfacer este nicho de mercado con prioridad.

El Ecuador es un país con una variedad de escenarios que podrían ser visitados, con diferentes matices y con atractivos como son los sitios naturales, las playas y balnearios termales, etc.

FIGURA 1.12 PREFRENCIA DE VISITA A ATRACTIVOS TURISTICOS NACIONALES

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	**2.666.315**	**100**

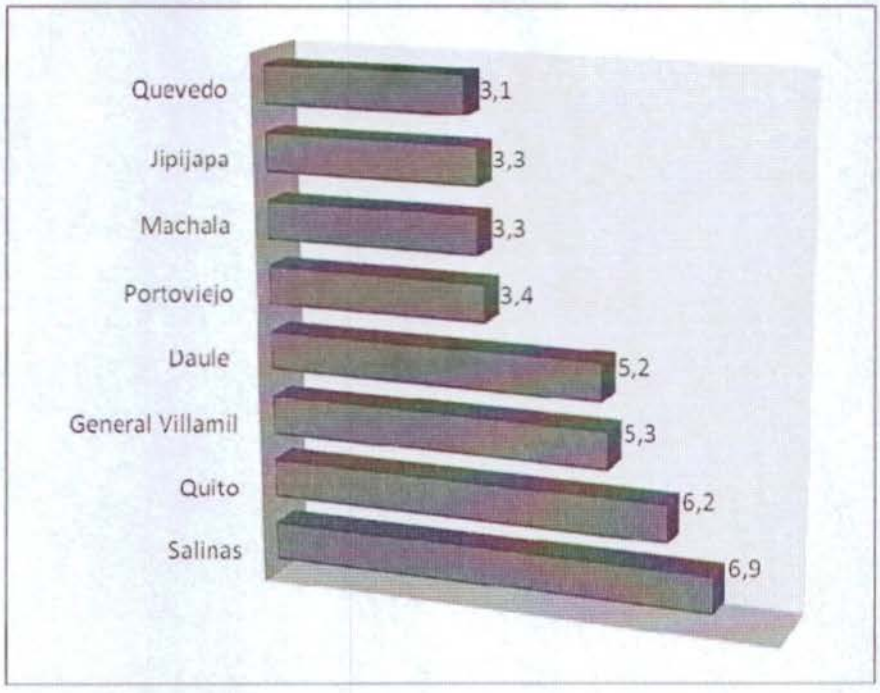
FUENTE: Encuetas de Turismo Interno (junio 2002 – julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turismo del Ecuador. Ministerio de Turismo en el Ecuador.

Es importante saber cuál es el movimiento del mercado turístico y sus preferencias de atractivos turísticos con mayor popularidad del consumidor final para así nosotros realizar paquetes y servicios que sean novedosos a las agencias de viajes para que ellas pueda ofrecer a sus clientes haciendo atractiva la propuesta, al ofertar lo que más se aproxime a sus gustos y exigencias.

Como lo muestra en el cuadro los atractivos turísticos mayormente visitados son los sitios naturales, las Playas y los balnearios termales; estas opciones serían tentativas de destinos turísticos a ser incluidas en los paquetes que se puedan proponer a los clientes.

Movilización Interna 2008-2009

FIGURA 1.13 ¿DÓNDE FUERON LOS GUAYAQUILEÑOS? (%)



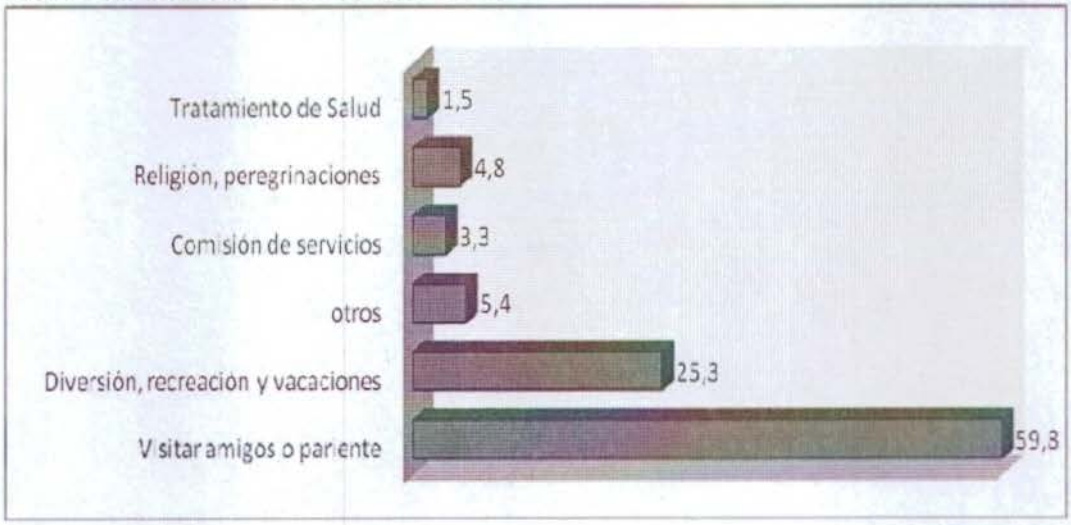
FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades.

En este cuadro observamos que los tres lugares más visitados por los guayaquileños son: En primer lugar Salinas con 6.9 %, segundo lugar Quito con 6.2% y General Villamil con 5.3 %.

Además es sustancial saber los sitios que visitan los consumidores finales para saber cuáles son los lugares de favoritismo y así poder formar paquetes turísticos con destinos de mayor momento turístico.

Los paquetes que incluyan estos destinos turísticos podrían tener una excelente acogida ya que son los lugares más solicitados.

Figura 1.14 MOTIVOS DEL VIAJE (%)



FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades.

Podemos observar que la opción de visita a parientes o amigos es el mayor motivo por el cual se realiza el viaje. En segundo lugar para diversión, recreación y vacaciones cual porcentaje nos interesa, ya que a ese motivo nosotros influimos para incentivar la circulación turística como operadora de turismo a las agencias de viajes para que ellas puedan vender lugares que la personas puedan disfrutar sus vacaciones y relajarse fuera del estrés cotidiano.

CUADRO 1.15

¿Cuántas personas del hogar en Guayaquil, viajaron (%)?
De 1 a 3
72,30
De 4 o más
27,7

FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades

Podemos ver en este cuadro cuanto es el porcentaje de grupo de familia viaja alrededor del país por los diferentes motivos antes mencionados.

FIGURA 1.16

FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades.

Informarnos del las salida del consumidor para saber cómo evoluciona el turismo en el Ecuador.

FIGURA 1.17

FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades.

Saber la frecuencia de viaje del consumidor final nos ayuda estar al corriente en el movimiento que tiene nuestro cliente (agencias de viaje) cuanto consumen el producto turístico.

CUADRO 1.11: OTROS DATOS

TRANSPORTE	El 58,2% de las personas que viven en Guayaquil viajó en autobús. El 22,6 en vehículo propio y apenas el 3,1% lo hizo en avión
GASTOS	Tres de cada cuatro hogares gasta máximo 150 dólares por viaje; la mitad $ 70 y el 25% máximo 30 dólares, según el INEC.
PRIORIDAD	Los ecuatorianos que viajan dicen gastar el 40% de su dinero en alimentos y bebidas; 21% en alojamiento y 20% en transporte.
INCENTIVO	El 43,5% viajó por recomendación de amigos y parientes, mientras que el 51,1% de los Guayaquileños lo hizo por conocimiento propio.
20,5 por ciento Es el porcentaje de ecuatorianos que realizó al menos un viaje en el último trimestre del 2009	

FUENTE: INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades.

Saber el comportamiento del consumidor final es importante para nosotros ya que a él van llegar los servicios que ofreceremos indirectamente a través de las agencias de viajes por eso debemos conocer el mercado.

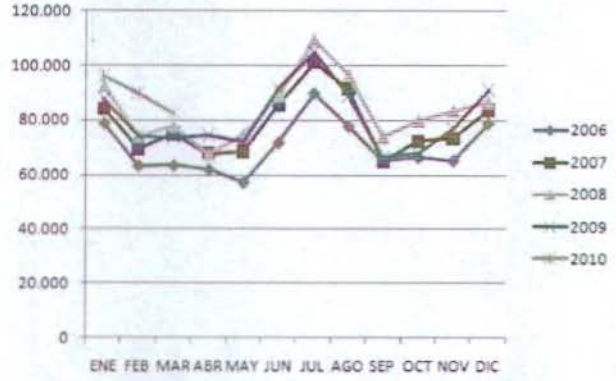
De Antemano cabe recalcar que el turismo interno es el gasto que realizan las personas residentes de un país cuando se desplazan de su entorno habitual en los feriados o en los fines de semana dentro del mismo.

[8]El 55% de las personas que visitaron Guayaquil en estos últimos meses pertenecen al sexo femenino, y el 45% restante pertenece al sexo masculino.

También conocemos que el 55% de turistas que visitaron Guayaquil son personas nacidas en Ecuador pero radicadas en otros países, ya que el motivo de visitar a familiares es un factor muy importante para las personas.

[9]El turismo internacional a incrementado desde el 2005 hasta 2007 ha sido muy positivo para el Ecuador. Pero durante los años 2008 y 2009 surgió una disminución del 7% en los meses de enero y agosto, y un 5% en el resto de los meses por la crisis económica mundial y por el virus AH1N1. La OMT espera que para el 2010 haya un incremento moderado entre 3% y 4% de la demanda del turismo internacional en comparación con el año pasado.

FIGURA 1.18: Movimiento turistas internacionales mes a mes



FUENTE: Organización Mundial del Turismo (OMT)

[8]http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../5779/.../9.-Conclusiones.doc

[9]www.elnuevoempresario.com

Debido a la crisis financiera y la pandemia AH1N1 que de una u otra manera golpeó al turismo ecuatoriano provocando que la demanda de los servicios turísticos y su consumo bajaran en este año un 15%.

Analizando el turismo receptivo en el Ecuador podemos evaluar que hemos tenido un crecimiento del turismo en los años 2005, 2007 y 2008 rompiendo su propia marca obteniendo mayores ingresos por la cantidad de extranjeros que llegaron a Ecuador en comparación con los años 2004 y 2006. Detallado a continuación:

FIGURA 1.19

LLEGADA DE EXTRANJEROS

	2006	2007	2008	2009	2010	VAR% 2010/2009
ENE	78.856	84.070	92.378	87.719	96.092	9,55
FEB	63.408	69.534	74.174	74.211	89.912	21,16
MAR	63.504	74.929	77.946	73.724	82.421	11,80
Subtotal	205.768	228.533	244.498	235.654	268.425	13,91
ABR	62.108	67.788	67.557	74.552		
MAY	57.275	68.583	74.667	71.820		
JUN	71.789	85.769	89.262	91.552		
JUL	89.829	101.088	109.250	105.077		
AGO	77.826	91.309	96.336	88.848		
SEP	65.198	64.966	73.757	66.428		
OCT	66.538	72.365	79.814	68.107		
NOV	65.359	73.273	83.458	76.967		
DIC	78.865	83.813	86.698	91.081		
TOTAL	840.555	937.487	1.005.297	970.086		

FUENTE: Gerencia Nacional de Planificación y Corporación Externa - MINTUR

Según datos del INEC, el 25% proviene de Estados Unidos, 21% de Colombia, 16% de Perú y 5% de España, otros diversos ocupan el 33%.

El turismo ecuatoriano empieza el año 2010 con un incremento de visitantes del 13.91% con relación al año anterior.

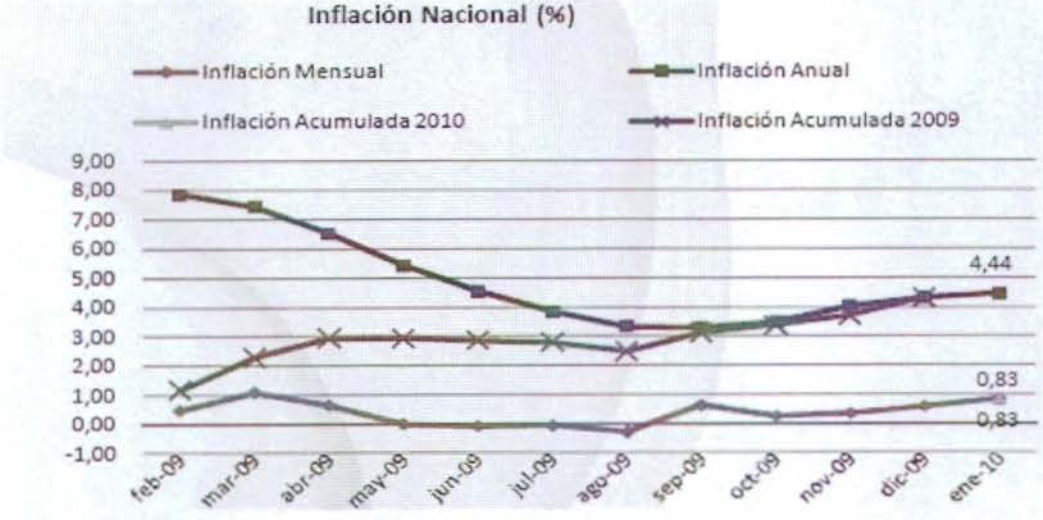
[10]Según datos provisionales entregados por la Dirección Nacional de Migración al Ministerio de Turismo (MINTUR), en enero de este año llegaron al país un total de 96.092 visitantes, mientras que al inicio de enero del 2008 se ubicó en 87.710 mil extranjeros.

Es muy importante saber cómo es el comportamiento y preferencias del mercado extranjero e interno para poder crear nuestros productos turísticos y de esta manera ofrecerles a las agencias de viajes, que son nuestros clientes para que a su vez ellas puedan sugerir al consumidor final que las visitan y satisfacer sus necesidades de conocer nuestro Ecuador.

5.2.14.1.2. CONDICIONES ECONOMICAS

Sin dejar de lado la Inflación Nacional del País el porcentaje desde febrero 2009 hasta enero 2010 se ha mantenido, es decir que los precios de los bienes y servicios se han sostenido relativamente, lo cual ha habido un equilibro entre la accequibilidad para el cliente y la demanda.

FIGURA 1.20 INFLACIÓN NACIONAL (%)



[10]www.turismo.gov.ec

	feb-09	mar-09	abr-09	may-09	jun-09	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10
Inflación Mensual	0,47	1,09	0,65	-0,01	-0,08	-0,07	-0,30	0,63	0,24	0,34	0,58	0,83
Inflación Anual	7,85	7,44	6,52	5,41	4,54	3,85	3,33	3,29	3,50	4,02	4,31	4,44
Inflación Acumulada 2010												0,83
Inflación Acumulada 2009	1,18	2,28	2,95	2,94	2,86	2,79	2,48	3,12	3,37	3,71	4,31	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INE C) (04/Feb/2010)

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 04/FEB/2010

FIGURA 1.21: INFLACIÓN GUAYAQUIL

Inflación Mensual	-0,94%
Inflación acumulada	1,63%

FUENTE: INEC 2009

Si se da un incremento de la inflación el poder adquisitivo hacia el turismo de las personas residentes en el país disminuiría de igual modo produciría un disminución del movimiento turístico ya que las algunas personas dejarían de adquirir servicios turísticos a las agencias de viajes y por ende decrecerían las ventas de las operadoras debido a prioridades de compra por parte de los consumidores finales

[11]El turismo representa para Ecuador un 4,2% del PIB, pero bien podría multiplicar por dos o tres veces su aporte, puesto que las condiciones del país son excepcionales como destino turístico. Es un acierto el mercadeo internacional acentuado la riqueza de la biodiversidad del país, una de las mayores del mundo.

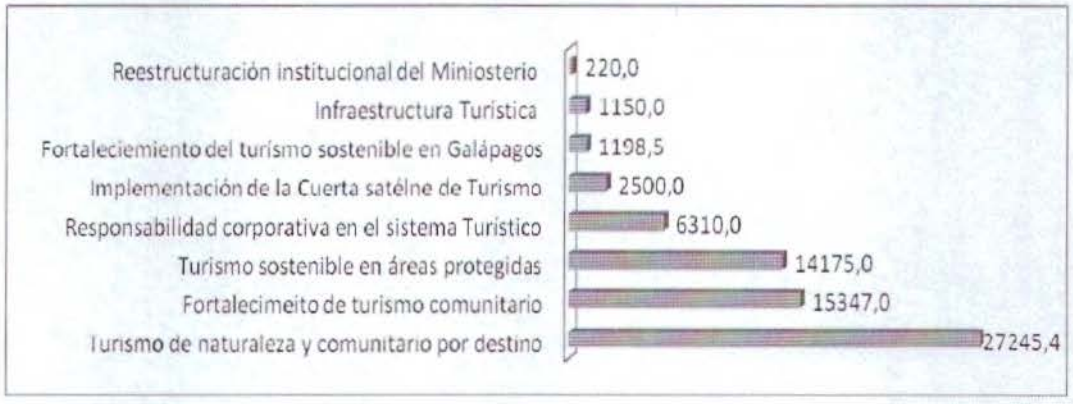
Es sustancial saber lo que produce el turismo en el Ecuador ya que nos estamos moviendo en ese mercado, y que prosperidad de avance tiene para seguir con nuestras proyecciones de negocios a futuro.

[11]http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-desarrollo-turistico-174989-174989.html

Con el incremento de las asignaciones presupuestarias de $5 millones a $37 millones, durante estos dos años, se ha logrado incorporar empleos productivos de manera directa e indirecta. Alrededor de 300 mil empleos se han generados en los últimos dos años a través del turismo. Así lo dio a conocer la ministra de esa cartera de Estado, Verónica Sión.

El Ministerio de Turismo busca incrementar el turismo interno y también posicionar a Ecuador como un destino Turístico por lo cual en estos últimos años el Gobierno ha invertido aproximadamente 114.418,65 millones de dólares para captar mayores turistas mediantes actividades; como convenios, eventos, ferias, campañas turísticas, etc., además creando planes turísticos como el recientemente PLANDETUR 2020; este busca posicionar potencializar la imagen del país como destino turístico detallado en el siguiente cuadro:

FIGURA 1.22 INVERSIÓN EN PUNTOS CLAVES 2008-2020



El Plandetur 2020 se comenzó a trabajar en 2005 y su presentación oficial se realizó el pasado 18 de diciembre.

FUENTE: http://www.hoy.com.ec/temas/temas2007/ecuadorsi/fotos/pag56.gif

Es sustancial saber los movimientos que hace el gobierno para mejora la calidad de servicios turísticos e inversiones para aumentar los destinos y así nos ayuda ofertar otros lugares interesantes a las agencias, y a su vez al consumidor final, para que haya circulación de personas y así explotar lo que tenemos en el país.

5.2.14.1.3. AMBIENTE NATURAL

Podría afectar el turismo las fuertes lluvias que azotan al país y por ende se podrían suscitar deslaves, cierres y daños a las carreteras, inundaciones que afectarían al turismo. Además con los últimos acontecimientos de los temblores y el tsunami que se produjo en Chile pone en alerta a los países vecinos y a los propios habitantes, induciendo el temor al turista, provocando que se alejen de las playas.

Un factor que afecto el turismo fue la pandemia del AH1 N1 que produjo una alarma mundial y un decrecimiento en el mercado turístico por temor de contagio masivo.

5.2.14.1.4. POLITICO /LEYES

Los factores políticos que podrían afectar al turismo ecuatoriano son los cambios en las leyes o en funcionarios del gobierno, podrían afectar ya que se plantearían nuevos objetivos los cuales estos pueden o no favorecer del desarrollo turístico del Ecuador.

[12]El Ecuador vive una situación política de Transición e inestable en el cual la Asamblea Nacional se encuentra debatiendo sobre la ley Orgánica de turismo además de la Ley de Cultura, Ley de Educación Superior, Ley de Comunicación, Código de Ordenamiento Territorial, Ley de Aguas, entre otras que inciden de una u otra manera directamente sobre el turismo del país.

[13]Pero cabe decir que el Gobierno actual sobretodo el ministerio de turismo busca que el mercado turístico en el país se convierta sector económico que reciba la posta del sector petrolero, en la generación de divisas e ingresos para el país.

Anexo #5. Políticas & Leyes del Turismo

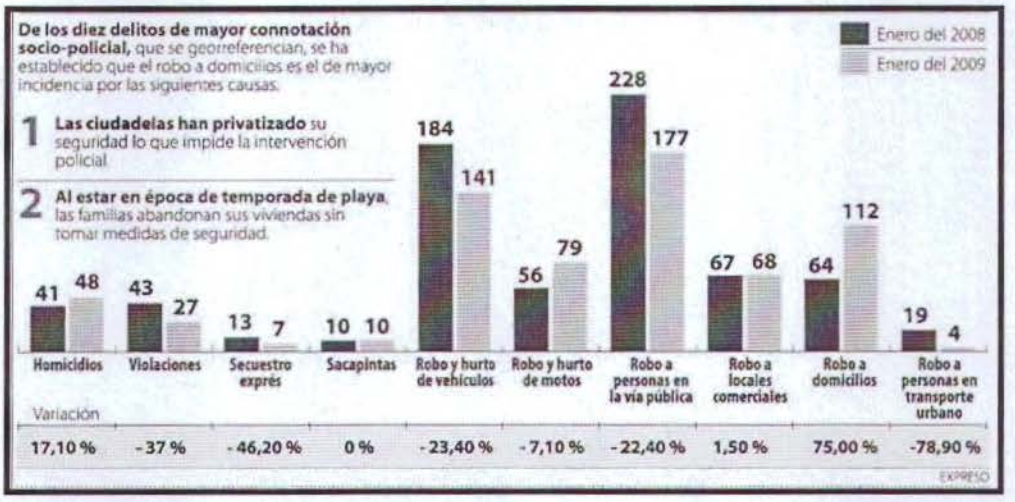
[12]www.enteratecuador.com/frontEnd/main.php?idSeccion=35317

[13]www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=965:ministra-sion-promocion-y-nuevos-productos-son-la-clave-para-el-futuro-turistico-del-ecuador&catid=1:actualidad&Itemid=42

5.2.14.1.5. FACTOR SOCIOCULTURAL

Un factor que puede perjudicar de una u otra forma al turismo nacional es el alto índice delincuencial en el país pero sobre todo en la ciudad de Guayaquil.

FIGURA 1.23: CIFRAS DELINCUENCIAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL



FUENTE: www.expreso.com

La principal acción del gobierno para combatir la delincuencia es de la integración de más de 1.000 policías para abarcar mayores sectores de la ciudad de Guayaquil.

[14]En la actualidad el Gobierno ha implementado planes de seguridad ciudadana, el Plan será responsabilidad de ministerios e instituciones del Gabinete de Seguridad y el país se subdividirá en siete regiones donde un general de Policía coordinará todas las acciones de seguridad y los operativos anti-delincuenciales focalizados en zonas de alta peligrosidad de cada ciudad.

[14]www.eltiempo.com.ec

Otro factor que afecta al país sobre todo a la ciudad de Guayaquil es el alto índice de desempleo. Al terminar el año 2009 el índice de desempleo nacional se ubicó en el 7.9 %. La encuesta realizada en las cinco ciudades urbanas más grandes del país determina un desempleo del 6.1% en Quito, 11.7% en Guayaquil, 4.7% en Cuenca, 8.5% en Machala y 3.9% en Ambato informó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

[15]Guayaquil continúa manteniendo un índice alto de desempleo, pues en el 2008 la tasa llegó a 9.5% aunque en el 2009 bajo a 7.9%.

5.2.14.1.6. TECNOLOGICO

Gracias a los avances tecnológicos las empresas dedicadas a brindar servicios turísticos pueden ofrecer una mayor variedad de productos y a su vez mejorar la eficiencia de éstas para que los turistas obtengan un servicio de primera y poder satisfacerlos.

Gracias al interés actual de las entidades gubernamentales y municipales por incrementar el turismo en el país se organizan ferias como la Expo Ahotec en la cual se exhiben lo último en tecnologías de insumos, equipos, maquinas, suministros para las industrias turísticas como son los hoteles, restaurantes, bares, clubes sociales para que estos ofrezcan un servicio eficiente y eficaz y que mejore la competitividad de las sector hoteleros y gastronómico.

Otro factor importante que participa en el desarrollo del turismo es el internet ya que para las empresas turísticas es una herramienta fundamental para la comunicación de sus servicios a los turistas o viceversa.

[15]www.cre.com.ec

5.3. MATRIZ FODA

[16]Es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo de una empresa.

[17]El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Ya que el FODA es una herramienta sustancial para determinar los factores internos y externo de una empresa para realizar mediciones y acciones correctamente en la planificación del proyecto y así ver lo que tenemos que mejorar y destacar en la compañía.

FORTALEZAS - F

- Transportes y vehículos propios.
- Ubicación de instalaciones (oficina) accesible.
- Facilidades y flexibilidad en el pago.
- Variedad en precios y servicios.
- Comercializa una amplia variedad de servicios turísticos.
- La empresa posee gran experiencia en ofrecer servicios turísticos.

[16]http://www.rrppnet.com.ar/foda.htm

[17]http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtm

DEBILIDADES - D

- No tiene reconocimiento en el mercado como operadora de turismo
- Poca implementación de herramientas de promoción y publicidad.
- No aplica estrategias de fidelización de clientes.
- Parte de nuestro mercado meta no nos conoce.

OPORTUNIDADES - O

- Una sola empresa que ofrezca varios y diferentes servicios.
- Ofrecer nuestros servicios en nuevas ciudades Ambato, Cuenca, Manta.
- El mercado meta no ha recibido una oferta como la que ofrece Otrams S.A.

ESTRATEGIAS FO

- Utilizar las fortalezas para aumentar las oportunidades.
- Tomar ventaja de que no hay una empresa que ofrezca todos los servicios juntos.
- Aprovechar nuestros vehículos y transportes propios además de otros servicios (tour, paquetes turísticos, etc.)

ESTRATEGIAS DA

- Reducir las debilidades y evitar las amenazas
- Crear ventaja diferenciadora con la competencia ya sea por el excelente y variado servicio o por los precios.

- Aplicar estrategias de fidelización a clientes.

AMENAZAS - A

- Fuerte competencia de otras operadoras legales y no legales.
- Operadoras no legales dañan el mercado perjudicando otras empresas.
- Bajos precios de la competencia.
- Factores externos fenómenos naturales.

ESTRATEGIAS FA

- Utilizar las fortalezas para contrarrestar las amenazas
- Disminuir los precios en ciertos servicios como en el transporte porque se elimina la contratación a terceras empresas.

ESTRATEGIAS DO

- Reducir las debilidades y aumentar las oportunidades.
- Crear la identidad de la marca y ganar reconocimiento en el mercado como una operadora que brinda excelentes servicios mediante el uso de la publicidad.
- Llegar a otras ciudades del Ecuador expandiendo nuestra cobertura de mercado.
- Atraer a nuevos clientes.

5.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.4.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La razón principal por la cual se realiza la investigación es definir con que operadoras de turismo trabajan las agencias de viajes, los beneficios que ellas les gustaría que le ofrecieran y si tiene algún seguimiento después del las venta y la calidad del servicio. Además cuantas agencias de viajes conocen y han trabajado con OTRAMS S.A.

5.4.2. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

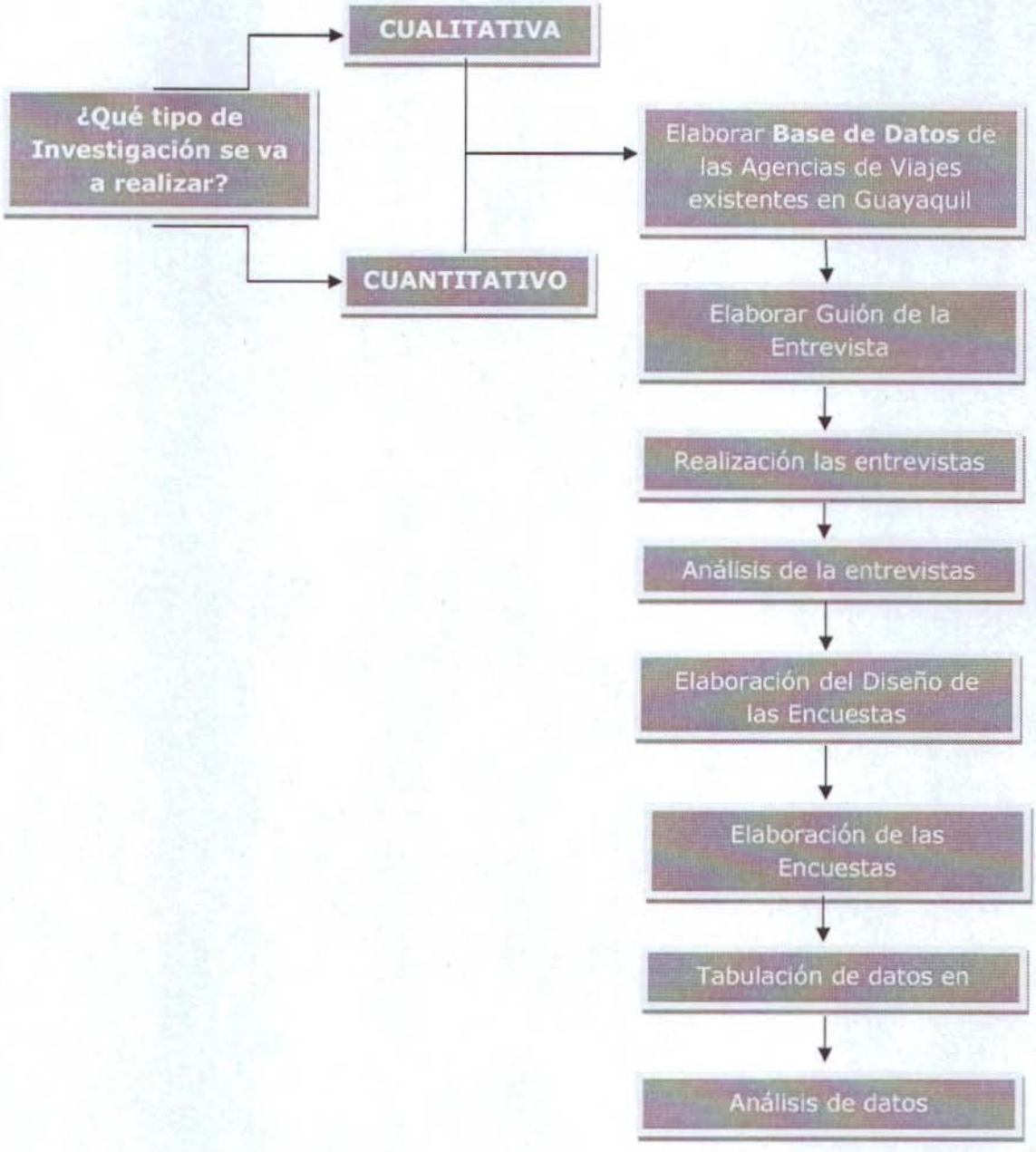
Determinar la situación actual de la empresa y diseñar un plan de marketing para mejorar la productividad de la empresa y establecer relaciones largas y prolongadas con sus clientes actuales.

5.4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un análisis de la situación actual de la empresa enfocándose en el marketing mix.
- Determinar cuáles son nuestras más fuertes competencias.
- Establecer qué tipo de vínculo mantiene la competencia con los clientes.
- Establecer cuáles son los beneficios en servicio que más atrae a los clientes.

5.4.4. METODOLOGIA

DIAGRAMA 1.2



FUENTE: Operadora de Turismo OTRAMS S.A.

5.4.5. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

5.4.5.1. DISEÑO DE LA GUÍA DEL ENTREVISTA PROFUNDA

- La duración de la entrevista será entre 30 min a una hora dependiendo de la información que nos ofrezca la persona entrevistada.
- Modelador Pamela Sánchez Calderón
- Entrevistados Agencia de Viajes

1. Introducción

- Breve presentación de moderador al entrevistador
- Explicación de la metodología a seguir en la entrevista.

2. Actitud Hacia las Operadoras de Turismo

1. ¿Me podría explicar el funcionamiento del su agencia de viajes y el proceso de requerir los servicios?
2. ¿Ud. ha solicitado servicios de una operadora de turismo?
3. ¿Qué beneficios Ud. busca cuando solicita un servicio a una Operadora de Turismo
4. ¿Cual considera la más importante? Y ¿Por qué?
5. ¿Con cuál operadoras de Turismo Ud. Trabaja?
6. ¿Con cuál tiene una mayor relación? Y ¿Por qué?
7. ¿Qué tipo de Servicios Ud. solicita con mayor frecuencia a su operadora de Turismo con la cual trabaja?
8. ¿Qué tan frecuente solicita Ud. dicho servicio?

9. Se siente satisfecho o insatisfecho con el servicio que le ofrece la operadora de turismo y ¿Por qué?
10. Recibe Ud. un seguimiento después de que haya solicitado los servicios de la operadoras con las cuáles trabaja frecuentemente o las menos frecuentes?
11. ¿Con qué frecuencia es el seguimiento que le realizan a Ud. y de qué manera lo ha recibido?
12. Si la operadora de Turismo con la que Ud. trabaja no tiene disponibilidad o no tiene ese servicio por el momento... Como Ud. selecciona a otra operadora de turismo ¿Qué factores influyen?
13. ¿Cómo es su proceso de decisión a seleccionar a una operadora de turismo cuando requiere un servicio y quienes intervienen?
14. ¿Quién influye directamente a la selección del servicio que ha solicitado?
15. ¿Ud. ha trabajado con la operadora de turismo Otrams s.a.?
16. ¿En pocas palabras como es su relación con la operadora de turismo Otrams s.a.?
17. ¿Me podría decir cuáles son las ventajas y desventajas de trabajar con la operadora de turismo Otrams s.a.?
18. Para finalizar la entrevista que recomendaría a la operadora de turismo otrams s.a. para mejorar sus desventajas.

5.4.5.2. ENTREVISTAS PROFUNDIDAD

Realizamos 8 entrevista de profundidad a las agencias que tiene mayor trayectoria en el mercado turístico, clientes y no clientes.

Las agencias de viajes que son nuestros clientes determinaremos la opinión de ellas hacía la operadora de turismo. Las agencias de viajes que no son clientes para determinar si podemos entrar a captar nuevos clientes.

Además descubrir los gustos y preferencia de cada uno de los grupos para nosotros realizar las estrategias de nuestro plan de marketing.

5.4.5.3. CONCLUSIÓN DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Concluimos que las Agencias de Viajes entrevistadas que han trabajado con Otrams S.A. se sienten satisfechas con el servicio que le ofrece la operadora de turismo; la describen como una operadora responsable, muy puntual, que brinda servicios de primera y son por estas razones que contratan sus servicios pero pudimos darnos cuenta que 3 de estas agencias tienen posicionada a la operadora como una empresa que brinda servicios de transporte más que nada.

Los factores críticos de decisión para escoger los servicios de una operadora de turismo son la atención del cliente, que el servicio sea exactamente como el cliente lo requiere, rapidez a la hora de entregar el servicio, confiabilidad, diversidad de productos turísticos y disponibilidad de ofrecer el servicio en el tiempo requerido.

Después de haber ofrecido los distintos servicios la operadora no realiza ningún tipo de seguimiento es decir no se llevan a cabo llamadas telefónicas, ni se envían correos electrónicos para evaluar el servicio ya entregado al cliente; El contacto **operadora – agencia o agencia – operadora** se vuelve a dar en el caso de que exista un inconveniente durante o post entrega del servicio y se presenta nuevamente cuando se vuelve a ofertar un servicio o solicitan uno nuevamente.

A las agencias de viajes les gustan mantener lazos de amistad con sus proveedores de servicio, es decir que sus relaciones no solo se basan en relaciones comerciales si no que debido a una amistad con alguna operadora pueden llegar a solicitar algún servicio haciendo los requerimientos más frecuentes es decir la toman como primera opción. Con respecto a beneficios hacen énfasis en las facilidades de pago; les resulta muy atractivo el hecho de obtener el servicio primero y cancelar después, o

también en los casos en que se cancela un cierto porcentaje de entrada y la diferencia se cancela después de haber sido entregado el servicio.

La mayoría de las agencias están de acuerdo al decir que se contratan lo servicios de una operadora de acuerdo a las exigencias del clientes esto abarca factores como paquetes turísticos, precios y demás; si el precio resulta ser cómodo para el cliente se adquiere el servicio.

Mencionaron a ciertas operadoras que ofrecen un buen servicio y que son solicitadas por la misma razón este es el caso de HDP, SALMOR, TECNO REP`S, COSTA VIAJES de las cuales se han recibido buenas opiniones.

Tomando en cuenta lo analizado podemos llegar a la conclusión de que Otrams S.A. operadora de turismo tiene la disponibilidad de proveer a las Agencias de Viajes todo lo que ellas solicitan ajustándose a sus necesidades y a las del cliente final cuando de servicios de Operadora de Turismo Receptivo se trate.

Las 8 entrevistas las puede encontrar en el Anexo #6

5.4.6. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Tipo de Muestreo: Probabilístico (Aleatorio Simple)

Selección del tamaño de la muestra: Población Finita (#84 Agencias de Viajes)

Área geográfica del estudio: Ciudad de Guayaquil

Tiempo: El trabajo de Campo durará aproximadamente una semana.

Selección del tamaño de la muestra: Población Finita (#84 Agencias de Viajes)

Diseño de la Muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Nivel de confianza = 95.5% = **Z** = 2

P=0.5

Q= 0.5

Error máximo = 5%

n = $(2)^2 * 0.50 * 0.50 * 84 / (0.5)^2 * (84 - 1) + (2)^2 * 0.50 * 0.50$ **= 3.86 = 4**

Ya que el resultado de tamaño de la muestra me da 4 y nuestra población es de #84 Agencia de Viajes decidimos realizar el 100% del total de la muestra para que haya suficiente información para realiza un buen análisis.

5.4.6.1. DISEÑO DE LA ENCUESTA (Anexos #7)

5.4.6.2. ANÁLISIS DE FRECUENCIA

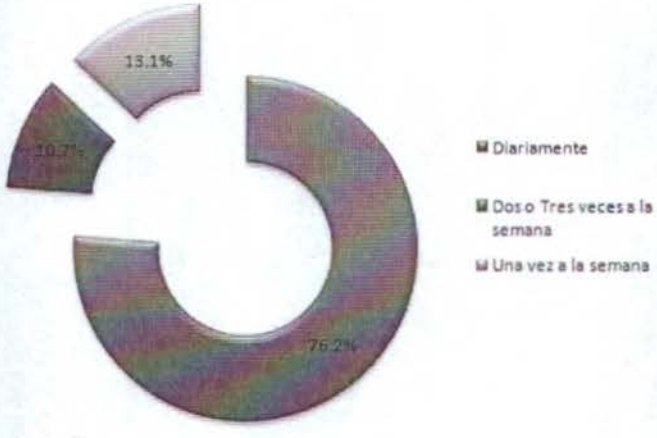
¿Ud. ha Utilizado los servicios de una Operadora de Turismo?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	84	100,0	100,0	100,0

Se realizó una pregunta de sondeo a las Agencias de Viaje para determinar si ellas trabajan en el turismo receptivo y por ende solicitan los servicios de una operadora de turismo receptiva, ya que hay agencias que trabajan con turismo emisivo pero tienen clientes que solicitan un turismo receptivo y es allí cuando requieren los servicios de una operadora de turismo. Como resultado del total de la muestra obtuvimos el 100% y proseguimos a evaluar el siguiente punto.

¿Con que frecuencia solicita una operadora de turismo?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Diariamente	64	76,2	76,2	76,2
Dos o Tres veces a la semana	9	10,7	10,7	86,9
Una vez a la semana	11	13,1	13,1	100,0
Total	84	100,0	100,0	



Es importante saber la frecuencia de compra que las agencias de viajes realizan a las operadoras de turismo para observar el movimiento o comportamiento que tiene el turismo receptivo en el Ecuador.

Como podemos observar en la grafica evaluamos que un 76.2% de Agencias de viajes solicitan servicios diariamente en los diferentes servicios que una operadora puede ofrecer.

Con porcentajes inferiores en poca frecuencia al requerir los servicios turísticos está un 13.1% en una vez a la semana; 10.7% de dos a tres veces a la semana la cual que fue clasificada como una etapa de temporada baja o cuando las agencias de viajes emisiva poseen clientes que requieren de un turismo receptivo.

Ud. A escuchado de la Operadora de Turismo Otrams S.A.

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	34	40,5	40,5	40,5
No	50	59,5	59,5	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Es sustancial saber el porcentaje del conocimiento que tienen las agencias de viajes de la operadora de Turismo Otrams S.A. y de su presencia en el mercado turístico.

De la muestra solo un 59.5% no han escuchado sobre la operadora y un 40.5% si tiene conocimiento de ella.

Esto nos indica que las medios de publicidad que ha tenido la empresa durante su trayectoria comercial no han sido los más efectivos para dar a conocer sus productos y servicios al 100% a las agencias de viajes.

Ud. A trabajado con la Operadora de Turismo Otrams S.A.

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	15	44,1	44,1	44,1
No	19	55,9	55,9	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Es esencial saber cuántas agencias de viajes en total trabajan con la operadora de turismo Otrams S.A. para fortalecer las relaciones entre cliente y proveedor, además cuantos clientes potenciales vamos hacer nuestros clientes.

Del total de la muestra solo quedaron 34 agencia de viajes que han escuchado de la operadora de turismo Otrams S.A. por las cuales solo el 44.1% han requerido los servicios y el 56.9% no han solicitado sus servicios.

Esto nos ayuda a ver el porcentaje de cada cliente que trabajan con nosotros al cual tenemos que dirigir nuestras estrategias de fidealización. Además el porcentaje que no a solicitados servicios, más saben la presencia de mercada, más los que no entraron el análisis de las diferentes preguntas representan clientes potencial donde vamos a dirigir nuestras estrategias de captación de clientes nuevos a la empresa.

¿La Operadora de turismo Otrams S.A. le da conocer los servicios que ofrece?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	26	76,5	76,5	76,5
No	8	23,5	23,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Las agencias de viajes perciben el interés que tiene la operadora de turismo en comunicar sus servicios turísticos; además de la necesidad de ampliar coberturas de comunicación para dar a conocer todos los servicios que Otrams S.A. ofrece,

De toda la muestra solo 34 agencias de viajes que han escuchado de la operadora de turismo han contestado que el 76.5% que si dan a conocer sus servicios y el 23.5% que no.

Podemos ver que la operadora tiene un alto porcentaje con respecto a dar a conocer sus servicios a las agencias de viajes; es decir que el pequeño grupo tiene un fuerte impulso de publicidad y que los canales utilizados son eficientes, además falta más comunicación a las otras agencias que no han entrado al análisis de la pregunta.

¿De qué manera la operadora de turismo Otrams S.A. le da a conocer los servicios que ofrece?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Vía telefónica	4	15,4	15,4	15,4
Vía mail	4	15,4	15,4	30,8
Visita su Agencia	18	69,2	69,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

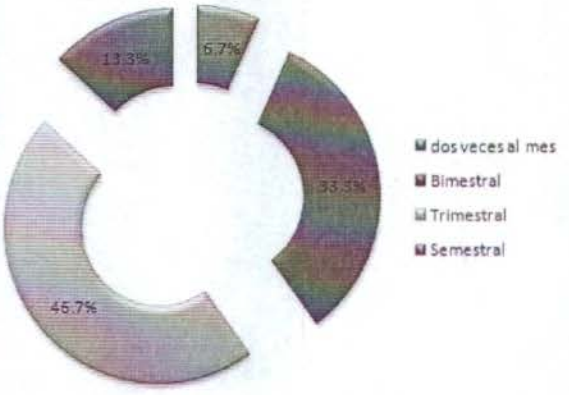
Estamos evaluando los medios que utiliza la operadora de turismo Otrams S.A. para comunicar sus productos turísticos cual es el canal más eficiente para trasmitir a las agencias de viajes los servicios de la empresa.

Del total de la muestra, solo 34 agencias de viajes que han escuchado de la operadora 26 han contestado las diferentes vías que tiene la empresa para hacer conocer sus servicios turísticos, que son 69.2% es visita a las agencias siguiendo con igual porcentaje 15.4% vía telefónica y mail.

En conclusión la mejor vía que se puede utilizar con mayor seguridad para fidelizar a los clientes actuales y atraer a clientes nuevos es enviando al personal de la operadora debidamente calificado para el trabajo.

¿Con que frecuencia la operadora de turismo Otrams S.A. le da a conocer los servicios?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Dos veces al mes	1	6,7	6,7	6,7
Bimestral	5	33,3	33,3	40,0
Trimestral	7	46,7	46,7	86,7
Semestral	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	



Evaluar la frecuencia de la operadora de turismo sobre el impulso publicitario para comunicar a las agencia de viajes sobre los servicios que están ofreciendo en el mercado del turismo receptivo.

Del total de la muestra solo 34 agencias de viajes que han escuchado de la operadora, 26 han contestado las diferentes vías que tiene la empresa para comunicar sus servicios turísticos, 15 agencias nos informaron la frecuencia que la operadora comunica sus servicios de las cuales el 46.7% es trimestral seguido por el 33.3% bimestral ,el 13.3% es semestral y el 6.7% dos veces al mes esto nos indica que Otrams S.A. deja grandes lapsos de tiempo sin comunicar a las agencias de viajes sobre su presencia en el mercado haciendo que ellas no la tengan presente para requerir los distintos servicios.

¿Otrams S.A. se comunica con Ud. Después de haber entregado sus servicios?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
No	15	100,0	100,0	100,0

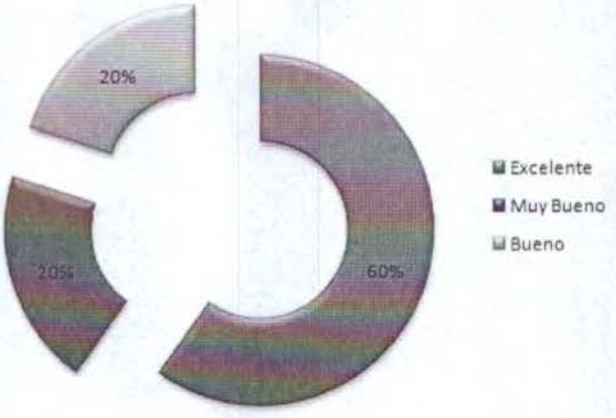
Para un mejor servicio y mantener una relación con nuestros clientes es importante informarnos si la operadora de turismo realiza algún tipo de seguimiento a las agencias de viajes después de un haber entregado el servicio, para realizar una evaluación es decir si el cliente quedó satisfecho o no.

Del total de la muestra solo 15 agencias contestaron que la operadora no realiza el debido seguimiento después de entregar los servicios.

Con esto podemos realizar una estrategia post venta a los clientes para saber sus sugerencias si hubo una falla o las felicitaciones de un buen trabajo efectuado.

Alquiler de Transporte

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Excelente	9	60,0	60,0	60,0
Muy Bueno	3	20,0	20,0	80,0
Bueno	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	



Estamos evaluando la calidad del servicio que ofrece la operadora de turismo otrams S.A. en alquiler de transportes ya que somos unas de las pocas empresas que tiene sus propios vehículos.

De toda la muestra, 15 agencias de viajes contestaron un 60% que el servicio es excelente, seguido con porcentajes iguales del 20% en muy bueno y bueno.

Esto nos indica que el servicio de transporte es muy eficiente que satisface las necesidades del cliente que son las agencias de viajes.

Atención al Cliente				
	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Excelente	8	53,3	53,3	53,3
Muy Bueno	2	13,3	13,3	66,7
Bueno	4	26,7	26,7	93,3
Normal	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Evaluando la calidad del servicio que ofrece la operadora de turismo otrams S.A. en atención al cliente ya que el análisis cualitativo arrojó resultados de que es muy importante la atención al cliente al momento de requerir un servicio.

De toda la muestra, 15 agencias de viajes contestaron con el 53% excelente servicio seguido con 27% bueno y continuando con 13% muy bueno y 7% normal.

Lo cual nos ayuda a determinar que el trabajo que realiza Otrams en su mayoría se inclina por lo positivo sin embargo se debería mejorar un poco más para que todas las agencias nos califiquen como excelente.

Landtours				
	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Excelente	7	46,7	46,7	46,7
Muy Bueno	2	13,3	13,3	60,0
Bueno	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Evaluando la calidad del servicio que ofrece la operadora de turismo Otrams S.A. en Lantours

De toda la muestra, 15 agencias de viajes contestaron con el 47% excelente servicio seguido con 40% bueno y continuando con 13% muy bueno.

Nos ayuda a mejorar el producto que tenemos e innovar nuevos landtours para ofrecer y seguir en la excelencia por la cual somos calificados.

Paquetes Turísticos				
	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Excelente	6	40,0	40,0	40,0
Muy Bueno	2	13,3	13,3	53,3
Bueno	5	33,3	33,3	86,7
Normal	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Evaluando la calidad del servicio que ofrece la operadora de turismo otrams S.A. en paquetes turísticos.

De toda la muestra ,15 agencias de viajes contestaron con el 40% excelente servicio seguido con 34% bueno y con igual porcentaje 13% normal y muy bueno.

Esto nos ayuda a determinar si los destinos incluidos en los paquetes turísticos son los indicados y aceptados por nuestros clientes, de no ser así, en cierto tiempo se elaboren nuevos paquetes con cambios de rutas entre otros, para atraer la atención de las agencias y de sus clientes.

¿Crea Ud. Otrams S.A. ofrece facilidad y flexibilidad en los pagos?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	15	100,0	100,0	100,0

Determina la percepción que otras agencias tienen de la Operadora de Turismo Otrams con respecto a si ésta ofrece facilidades de pago.

Del total de la muestra, 15 contestaron en un 100% de que Otrams S.A. da flexibilidad en los pagos cuando la agencia de viaje necesita crédito.

¿Qué facilidad y flexibilidad en los gasto le gustaría tener d al operador de turismo Otrams S.A.?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Crédito	5	33,3	33,3	33,3
Cheque a Fecha	4	26,7	26,7	60,0
Reservación del Servicios el 35%	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

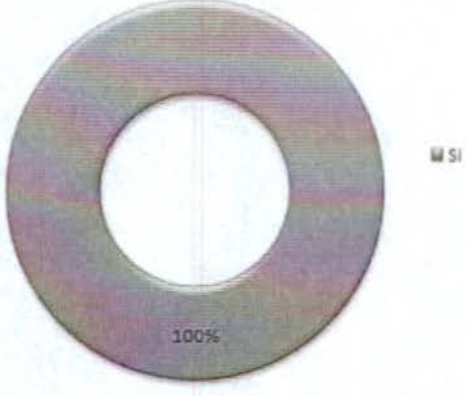
Determina que tipo de facilidades les gustaría a las agencias obtener de parte de la operadora de turismo Otrams S.A. cuando solicita servicios.

Del total de la muestra, 15 agencias contestaron un 40% reservación de los servicios al 35% y el resto después de la entrega del producto turístico siguiendo con el 33% a crédito continuando con el 27% cheque a fecha.

Con esto podemos realizar una estrategia de mercado para satisfacer la necesidad de las agencias de viajes que requieran facilidades de pago cuando soliciten un servicio a la empresa para formar una relación con cliente y proveedor.

¿Ud. estar satisfecho con los servicios que la operadora de turismo Otrams S.A. ofrece?

	Frecuencia	%	% Validos	% Acumulado
Si	15	100,0	100,0	100,0



Determina si los clientes se sienten complacidos con nuestro trabajo y atención al cliente

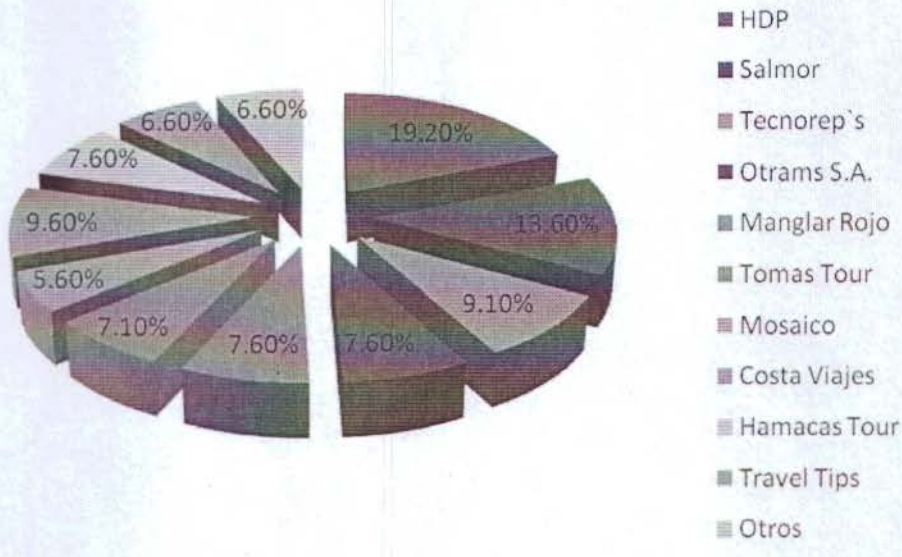
Del total de la muestra, 15 agencias contestaron el 100% que se sienten conformes con los servicios ofrecidos por la operadora de turismo Otrams S. A.

Con esta información comprobamos que la empresa a estado satisfaciendo a sus clientes y que tiene el potencial indicado para ofrecer más, además así podrá

captar más agencias para poder satisfacer la demanda como lo estado haciendo con un menor número de agencias.

5.4.6.3. MULTIPLE RESPONSES

¿Con cuál operadora Trabaja Ud.?				
		Responses		% del Caso
		N	%	
Operadoras	HDP	38	19,20%	45,80%
	Salmor	27	13,60%	32,50%
	Tecnorep`s	18	9,10%	21,70%
	Otrams S.A.	15	7,60%	18,10%
	Manglar Rojo	15	7,60%	18,10%
	Tomas Tour	14	7,10%	16,90%
	Mosaico	11	5,60%	13,30%
	Costa Viajes	19	9,60%	22,90%
	Hamacas Tour	15	7,60%	18,10%
	Travel Tips	13	6,60%	15,70%
	Otros	13	6,60%	15,70%
Total		198	100,00%	238,60%

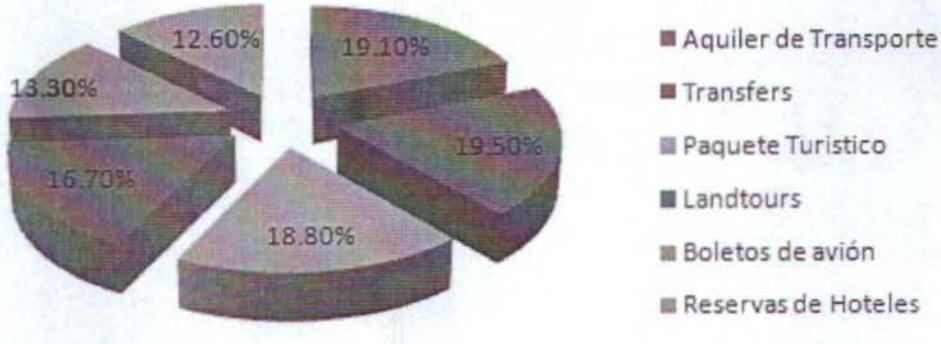


Evaluando la participación de mercado que tiene la operadora de turismo Otrams S.A. y a su competencia, Otrams tiene un alto reconocimiento en el mercado turístico ya que siempre está presente para las agencias de viajes de una u otra manera.

De total de la muestra nos indica que como líder con 19.20% HDP seguido de 13.60% de salmor continuando 9.60 costa viajes, están cerca con 9.10% tecnorep´s, siguiendo con el mismo porcentaje Otrams S.A., Manglar Rojo y Hamacas tour prosiguiendo 7.10% tomas tour, con el mismo porcentaje 6.60% mosico y travel tips, terminando con un porcentaje inferior esta otras agencias con el 5.60%

Esto nos indica que la operadora de turismo Otrams S.A. tiene una participación en el mercado turístico reconocible para poder trabajar en un plan de marketing relacional y con eso entrar con fuerza a captar el mercado que nos falta obtener.

¿Qué servicios solicitan más en una Operadora de Turismo?				
		Responses		% del Caso
		N	%	
¿Qué servicios solicitan más en una Operadora de Turismo?	Aquiler de Transporte	56	19,10%	66,70%
	Transfers	57	19,50%	67,90%
	Paquete Turistico	55	18,80%	65,50%
	Landtours	49	16,70%	58,30%
	Boletos de avión	39	13,30%	46,40%
	Reservas de Hoteles	37	12,60%	44,00%
Total		293	100,00%	348,80%

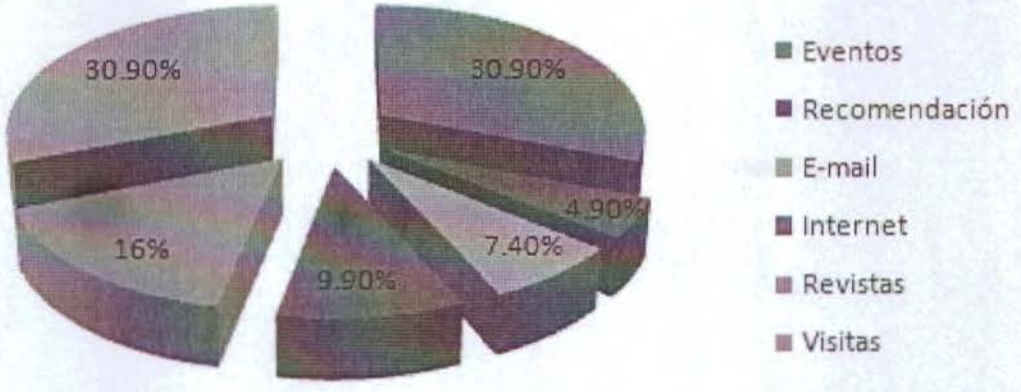


Evaluar cual es el servicio que más requieren las agencias de viajes de una operadora de turismo y trabajar según estrategias con la mas requerida y la menos requerida.

Del total de la muestra, con el 19.50% transfers, seguido por 19.10% alquiler de transporte, un 18.80% paquetes turísticos, seguido con el 16.70% landtour, 13.3% boletos de avión y por último con un 12.60% reservas de hoteles.

Determinamos que tener transportes propios nos ayuda a tener una ventaja competitiva ya que es el servicio que las agencias mas solicitan, seguido de paquetes turísticos, ambos hacen un complemento perfecto.

¿En qué medio Ud. Ha escuchado de la Operadora de Turismo Otrams?				
		Responses		% del Caso
		N	%	
Medios	Eventos	25	30,90%	73,50%
	Recomendación	4	4,90%	11,80%
	E-mail	6	7,40%	17,60%
	Internet	8	9,90%	23,50%
	Revistas	13	16,00%	38,20%
	Visitas	25	30,90%	73,50%
Total		81	100,00%	238,20%

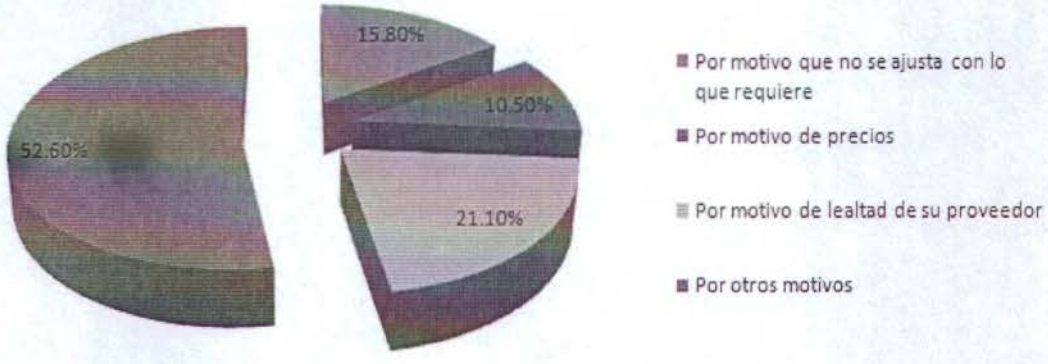


Los medios por los cuales las agencias de viajes conocen de la operadora turismo resulta ser un factor muy importante ya que si se trabaja con el medio indicado se pueden cumplir con los objetivos de reconocimiento y/o posicionamiento.

De toda la muestra se obtuvo una respuesta con el mismo porcentaje 30.90% en eventos turísticos y visitas a las agencias; a continuación con el 16% por revistas especializadas, 9.90% internet y 4.90% por recomendaciones.

¿Por qué motivo no ha solicitado servicios de la Operadora de Turismo Otrams S.A.?				
		Responses		% del Caso
		N	%	
Motivos	Por motivo que no se ajusta con lo que requiere	3	15,80%	15,80%

	Por motivo de precios	2	10,50%	10,50%
	Por motivo de lealtad de su proveedor	4	21,10%	21,10%
	Por otros motivos	10	52,60%	52,60%
Total		19	100,00%	100,00%



Hemos evaluado los motivos posibles por los cuales una agencia de viajes podría no solicitar nuestros servicios, esto ayuda a determinar en que se está equivocando la empresa para posteriormente mejorar mediante la ejecución de estrategias.

De toda la muestra contestaron que en un 52.60% son por otros motivos no descritos, seguido de un 21.10% lealtad a su proveedor actual y continuando con el 15.80% no se ajusta con los requisitos del cliente, finalmente un 10.50% por cuestión de precios.

5.4.6.4. ANÁLISIS FACTORIAL

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,527
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	735,377
	df	36
	Sig.	0

El **KMO** es mayor a 0.5 y su **Nivel de Significancia** es menor a 0.5 es decir que el Análisis Factorial es Confiable

Total Variance Explained									
Componentes	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,467	60,741	60,741	5,467	60,741	60,741	3,487	38,747	38,747
2	1,118	12,425	73,166	1,118	12,425	73,166	3,098	34,419	73,166
3	0,941	10,458	83,625						
4	0,549	6,104	89,728						
5	0,392	4,35	94,079						
6	0,241	2,679	96,758						
7	0,181	2,015	98,773						
8	0,092	1,02	99,793						
9	0,019	0,207	100						

Mediante este cuadro podemos observar que se cumple con las primera regla, ya que los valores propios factorial son mayores que 1 y cumple con la segunda regla de que los porcentajes acumulativos sean mayores a 60%, podemos decir que las variables se agrupan en dos partes.

Rotated Component Matrix(a)

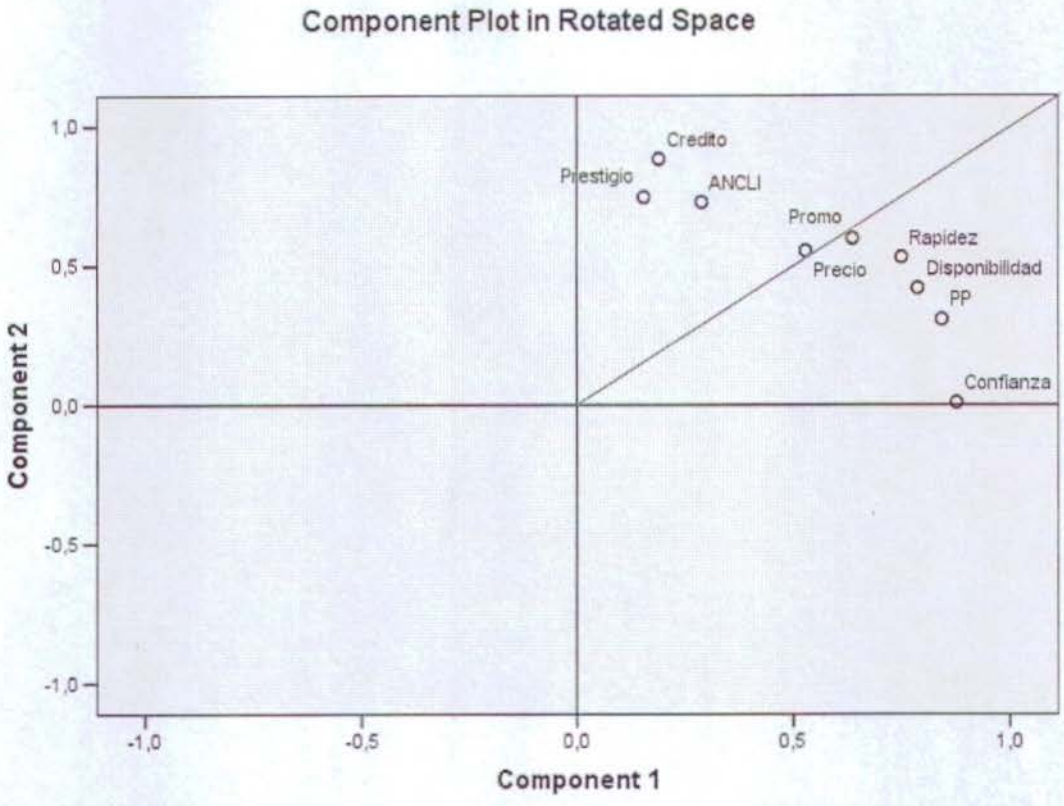
	Componentes	
	1	2
Importancia de Confianza	,876	,009
Importancia de Crédito	,189	,885
Importancia de Prestigio	,154	,746
Importancia de Rapidez	,750	,532
Importancia de Disponibilidad	,787	,420
Importancia de Promociones	,637	,600
Importancia de Paquetes Personalizados	,843	,309
Importancia del Atención al cliente	,288	,730
Importancia del Buen Precio	,528	,555

La matriz de rotación de componentes nos indica numéricamente la división de las dos componentes obtenidas en las encuestas y las preferencias del consumidor.

Component Transformation Matrix

Componentes	1	2
1	,738	,675
2	-,675	,738

Esta matriz confirma a dos componentes que tenemos en la división de lo más importante para nuestros clientes.



Mediante este mapa podemos darnos cuenta que cada variable se junta en dos grupos con características similares a los cuales hemos denominando a cada uno:

Grupo 1: Imagen de la Marca

La hemos denominando como imagen de la marca ya que tiene las siguientes variables como:

- Confianza
- Rapidez
- Disponibilidad
- Promoción
- Paquetes personalizados

Ya que es lo que nosotros nos caracterizamos para satisfacer al cliente.

Son tipo de cliente que tiene como preferencias esas variables que los destaca.

La rapidez que le entreguen lo solicitado, la disponibilidad del servicio y la confianza de depositar a sus clientes (consumidores finales) en nuestra manos, además les gusta paquetes novedosos.

Grupo 2: Eficiencia del Servicio

Le hemos denominado como eficiencia del servicio ya que tiene las siguientes variables como:

- Crédito
- Prestigio
- Atención al cliente
- Buen Precio

Son clientes que prefieren de una trayectoria, facilidades de pagos y una buena atención al cliente, que se los ayude en cada momento con cualquier inquietud que ellos podrían tener en lo que concierne al servicio ofrecido.

5.5. OBJETIVOS

5.5.1. Objetivos Financieros:

Generar utilidades netas de $20.000 Anual

5.5.2. Objetivos de Marketing:

- Incrementar la cartera de clientes a 3 Agencias de Viajes en el periodo de un año
- Incrementar las ventas 5% respecto al año anterior
- Incrementar un 2% en la participación de mercado.

- Fidelizar a los clientes actuales en un 3 % basado en el incremento de las ventas.

5.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING

5.6.1. Estrategia de Concentración o especialización

Nuestro grupo de clientes es similar entre ellos, esta estrategia nos permitirá enfocar nuestros recursos en entender y servir a dicho segmento de mercado. Otrams se centrara en segmentos muy concretos no compitiendo por el mercado total, sino más bien por un nicho.

En este caso nos enfocamos en las agencias de viajes de la ciudad de Guayaquil

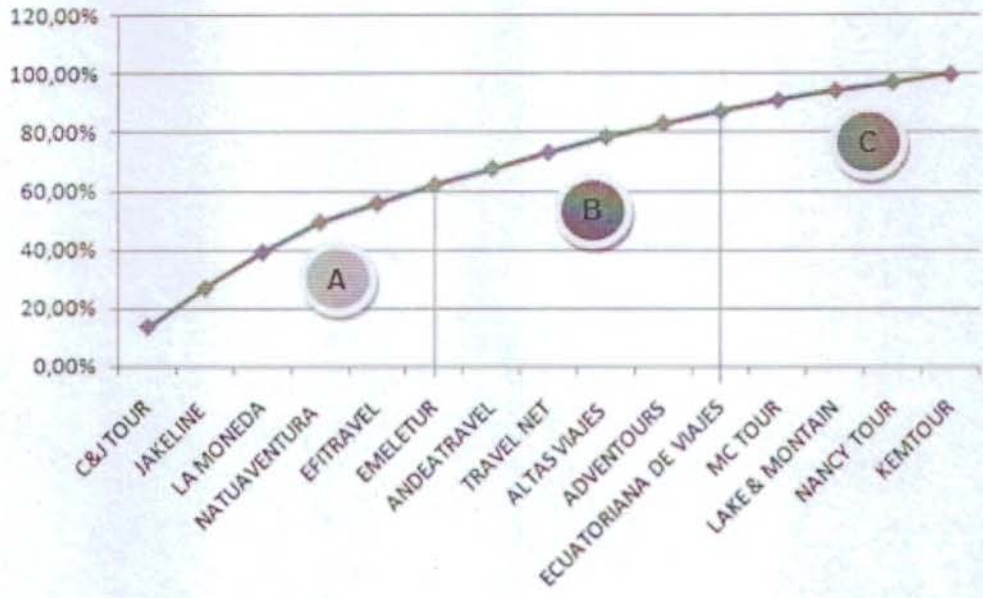
5.7. MARKETING MIX

5.7.1. Mercado Objetivo (Base de datos Anexo #8):

- Agencias de viajes (clientes actuales) 15
- Agencias de viajes de la ciudad de Guayaquil (Clientes Potenciales) 69

5.7.1.1. GRÁFICO A,B,C

CLIENTES	MONTO DE FACTURACIÓN	ORDEN	PESO SOBRE EL TOTAL DE VENTA	% ACUMULADA
C&J TOUR	3900,20	1	13,46%	13,46%
JAKELINE	3820,00	2	13,19%	26,65%
LA MONEDA	3608,72	3	12,46%	39,11%
NATUAVENTURA	3000,00	4	10,36%	49,47%
EFITRAVEL	1846,60	5	6,38%	55,84%
EMELETUR	1780,00	6	6,15%	61,99%
ANDEATRAVEL	1651,68	7	5,70%	67,69%
TRAVEL NET	1600,00	8	5,52%	73,21%
ALTAS VIAJES	1554,45	9	5,37%	78,58%
ADVENTOURS	1300,00	10	4,49%	83,07%
ECUATORIANA DE VIAJES	1200,00	11	4,14%	87,21%
MC TOUR	1138,50	12	3,93%	91,14%
LAKE & MONTAIN	963,30	13	3,33%	94,47%
NANCY TOUR	815,88	14	2,82%	97,28%
KEMTOUR	786,70	15	2,72%	100,00%
TOTAL DE VENTA	**28966,03**		**100,00%**	



Los clientes clasificados bajo el nombre de A son aquellos que necesitaran todo el esfuerzo de ventas ya que son clientes que representan la mayor cantidad de facturación; los clientes B necesitaran un mediano esfuerzo mientras que a los clientes C se le dedicara poco esfuerzo de ventas debido a que representan un valor mínimo del valor total de las ventas.

5.7.2. ESTRATEGIA DE SERVICIO

INNOVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS.

Se incrementará en el portafolio de productos tres nuevos paquetes turísticos muy innovadores y que se diferencien de los tradicionales los cuales van a ser ofrecidos a las agencias de viajes actuales y a las potenciales.

Los Paquetes estarán incluidos en el tarifario y se los estará promocionando desde el inicio de año.

Los tres nuevos paquetes turísticos los podrán observar en Anexo #9.

RECORRIDOS TURÍSTICOS DE GUAYAQUIL, SALIDAS DIARIAS

Uno de los buses tendrá la disponibilidad de realizar City tours por la ciudad, servicio destinado a todas las agencias de viajes.

Acompañado de guías profesionales y capacitados.

Dos City tours diarios de miércoles a domingo de 9am a 12pm y de 3pm a 6pm

Se recogerá a los pasajeros en los hoteles donde las agencias para las cuales trabajamos nos indiquen.

El recorrido abarcará los lugares turísticos de la ciudad tales como el Malecón del Salado, Malecón 2000, Las Peñas, Parque de las Iguanas, Av. 9 de Octubre, Cerro Santa Ana.

Precio de $25 dólares.

Tours al parque histórico, salida diaria a las 14:30 de miércoles a domingo, a un precio de $20 por persona sin incluir el costo de la entrada.

Estos paseos comenzaran a partir del Mes de Marzo a darse a conocer y sus recorridos.

DISEÑO DE FLAYER

5.7.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION / ACCESIBILIDAD

VISITAS DE VENDEDORES

Medio para solicitar los servicios de un vendedor será:

- **COLOCACIÓN DE AFICHES**

En muros publicitarios de las universidades:

- ✓ Católica
- ✓ Estatal
- ✓ Espol

- **POR PERIÓDICO:** El Universo

Ubicación: Sección clasificados

Día: Domingo

Duración: Una vez

- **POR PAGINA WEB**

La publicación del aviso en este medio es gratis

Ubicación:

- ✓ www.evisos.ec
- ✓ www.avisosecuador.com

Diseño del Anuncio:

Se requiere personal para ventas con experiencia mínima de un año, facilidad de palabra, buena presencia de 22 a 35 años, sexo indistinto, con vehículo propio para Guayaquil.

Sueldo más comisión

Contactar al: 2232-706

Diseño del Afiche:

OPERADORA DE TURISMO

Requiere contratar Ejecutivo de Ventas.

Sus principales funciones serán:

- Ejecutar el proceso de comercialización de los servicios turísticos de la empresa a nivel masivo.
- Cumplir con las metas de ventas planteadas,
- Realizar visitas a Empresas, Centros Educativos, cantones o sitios dentro y cercanos a la Ciudad de Guayaquil con la finalidad de obtener clientes.

Requisitos:

- Experiencia en trabajo de campo.
- Estudios universitarios cursando la carrera de Turismo
- Poseer disponibilidad de tiempo.

Competencias:

- Excelente Atención al cliente
- Habilidades de Negociación
- Relaciones Interpersonales
- Comunicación

Beneficios: Comisiones y beneficios propios de la empresa

ENVIAR CURRÍCULUM

RRHH-TURISMO@HOTMAIL.COM

Contrataremos a un vendedor para que lleve a cabo la función de visitar a las agencias entregando tarifarios, y publicidades de los diferentes paquetes turísticos que se promocionarán.

Realizar el seguimiento a cada cliente actual y potencial además se hará un seguimiento interno mediante el chequeo de facturas para determinar cuáles son los movimientos transaccionales de los clientes, que es lo que compra, el monto que compra, con qué frecuencia, etc.

El vendedor visitará a los clientes actuales cada dos meses ya que no necesitan un exhausto esfuerzo de ventas. Los clientes potenciales serán visitados una vez cada dos semanas para que tenga mayor información de la empresa y lo que ofrecemos; seguido de llamadas telefónicas periódicas

Se manejarán sueldo básico de $240 más comisiones para el vendedor:

Retribución a base de sueldo + comisión progresiva

2% por la venta de $1000

4% por la venta de $2500

6% por la venta de $3000

Para que el vendedor se esfuerce a superar los valores previstos.

La entrega de los tarifarios será a inicio del año.

El diseño del Tarifario Anexo #10.

ELABORACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS DESDE LA PAGINA WEB WWW.OTRAMSTURISMO.COM

Los clientes potenciales podrán crear sus propios paquetes, cotizar y comprar los mismos de acuerdo a sus necesidades especiales, obtener algún tipo de información de los servicios; todo esto desde la página web.

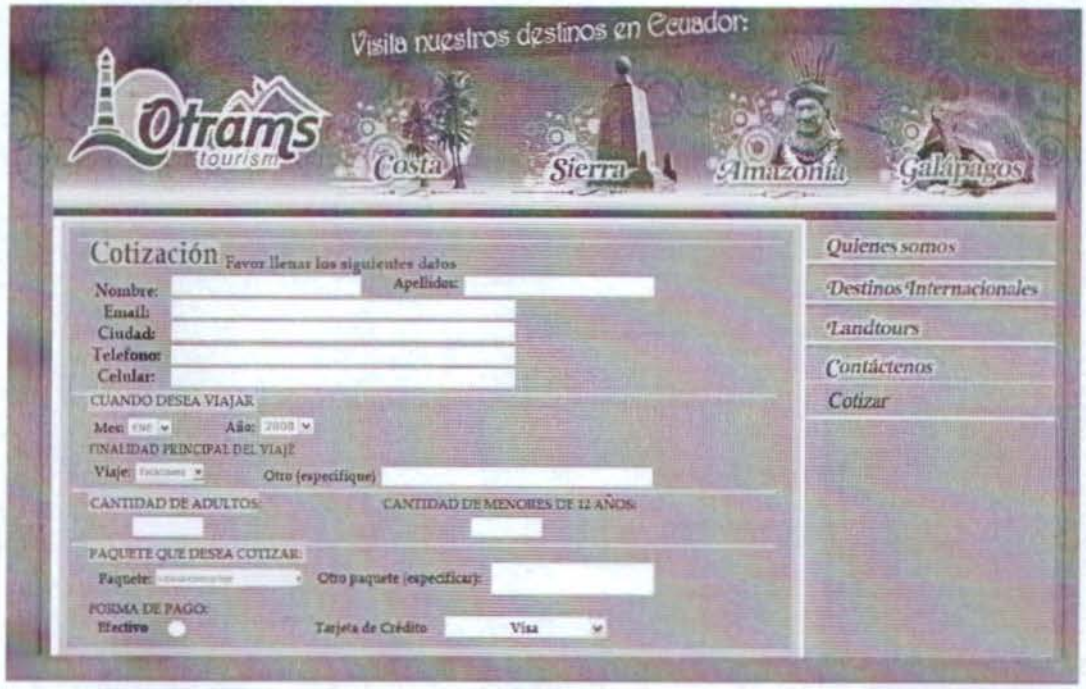
Una vez que el cliente ha obtenido la información requerida, este ingresará sus datos para que un vendedor Otrams se comunique con él inmediatamente despeje dudas o inquietudes.

Mediante esta actividad se incrementaría la base de datos y de esta manera convertirlos de clientes potenciales a clientes Otrams

Este punto de distribución quedará permanentemente incluido dentro de los servicios de la operadora.

Se dará conocer él link de la página Web al comienzo del año y se cancelará con cuotas de $116.67 por tres meses.

DISEÑO DEL LINK

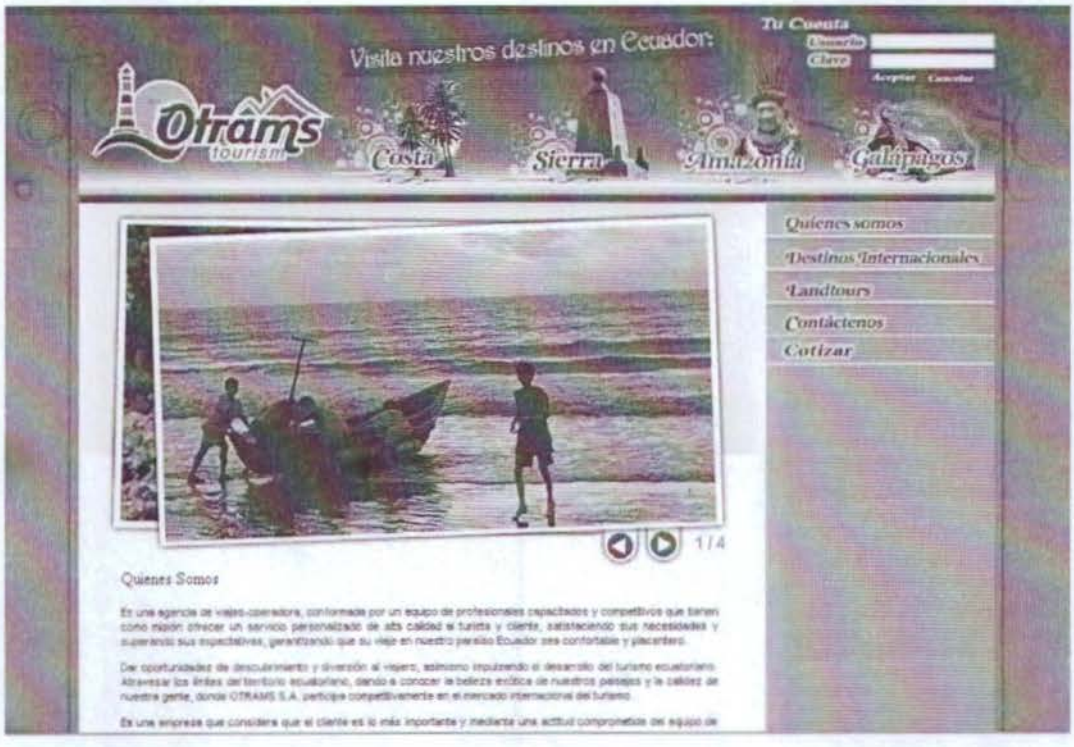


CREACIÓN DE CUENTA

En la página Web se creará un link donde la Agencia de Viaje crea su propia cuenta personal para forma un mayor vínculo con la empresa turística donde se le llegara información de la empresa y sus promociones, además gozara de beneficios:

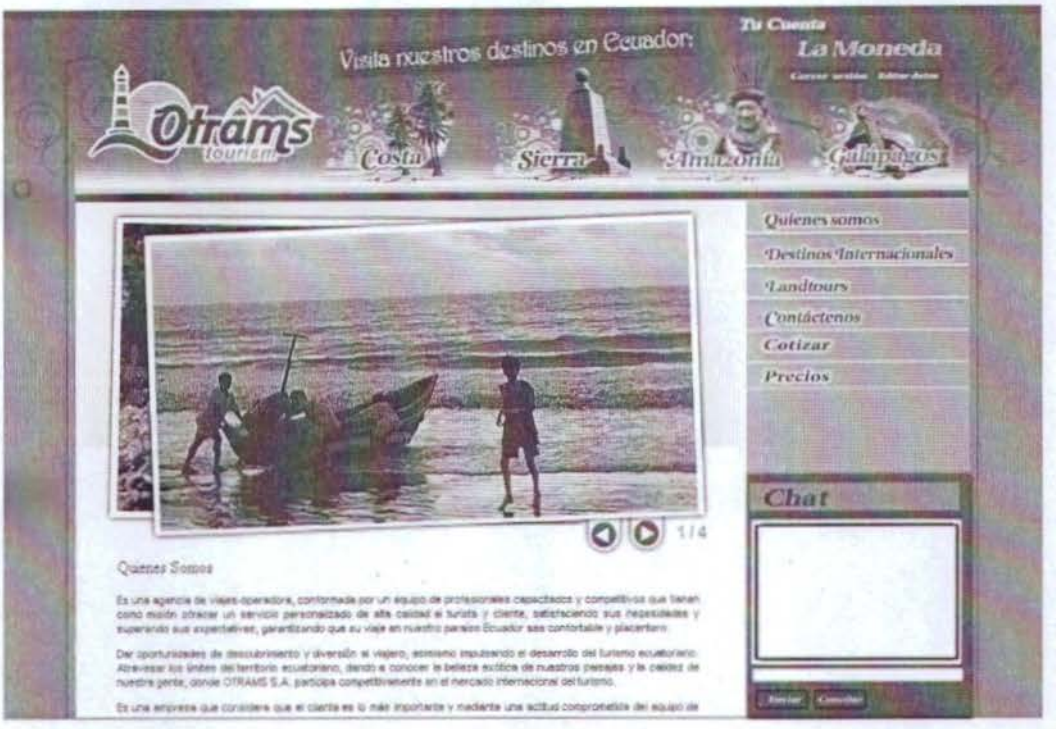
- Los precios de los servicios turísticos
- Chat online con el personal de Otrams S.A. altamente capacitado
- Quienes realicen sus compras mediante este, podrán acceder al sistema un cupo liberado que consiste cuando la agencia adquiere los servicios uno de los pasajeros viaja absolutamente gratis en el caso de los paquetes mayores a 15 personas.

DISEÑO DEL LINK



Visita nuestros destinos en Ecuador:
Tu Cuenta
Usuario
Clave
Aceptar
Cancelar
Otrams tourism
Costa
Sierra
Amazonía
Galápagos
Quienes somos
Destinos Internacionales
Landtours
Contáctenos
Cotizar
1 / 4
Quienes Somos
Es una agencia de viajes-operadora, conformada por un equipo de profesionales capacitados y competitivos que tienen como misión ofrecer un servicio personalizado de alta calidad al turista y cliente, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas, garantizando que su viaje en nuestro paraíso Ecuador sea confortable y placentero.
Dar oportunidades de descubrimiento y diversión al viajero, asimismo impulsando el desarrollo del turismo ecuatoriano. Atravesar los límites del territorio ecuatoriano, dando a conocer la belleza exótica de nuestros paisajes y la calidez de nuestra gente, donde OTRAMS S.A. participa competitivamente en el mercado internacional del turismo.
Es una empresa que considera que el cliente es lo más importante y mediante una actitud comprometida del equipo de

Visita nuestros destinos en Ecuador:
Tu Cuenta
La Moneda
Otrams tourism
Costa
Sierra
Amazonía
Galápagos
Quienes somos
Destinos Internacionales
Landtours
Contáctenos
Cotizar
Precios
1 / 4
Quienes Somos
Es una agencia de viajes-operadora, conformada por un equipo de profesionales capacitados y competitivos que tienen como misión ofrecer un servicio personalizado de alta calidad al turista y cliente, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas, garantizando que su viaje en nuestro paraíso Ecuador sea confortable y placentero.
Dar oportunidades de descubrimiento y diversión al viajero, asimismo impulsando el desarrollo del turismo ecuatoriano. Atravesar los límites del territorio ecuatoriano, dando a conocer la belleza exótica de nuestros paisajes y la calidez de nuestra gente, donde OTRAMS S.A. participa competitivamente en el mercado internacional del turismo.
Es una empresa que considera que el cliente es lo más importante y mediante una actitud comprometida del equipo de



5.7.4. ESTRATEGIA DE PRECIO

CLASIFICAR A LOS CLIENTES EN A,B,C POR MONTO DE COMPRA

Clasificar a los clientes frecuentes de acuerdo a su frecuencia de compra por A,B,C ; y a cada uno de estos se les aumentara 2% de comisión según su clasificación , por ejemplo a los clientes A un 14% de descuento, B 12%

Por monto:

A Un monto de $3000 o más

B Un monto de $1000 a $2999

C Un monto menos de 1000

Los clientes que están en el rango C menos de $1000 recibirán la comisión base de 10% que esta establecida en la ley del turismo.

Al final del año, evaluaremos a nuestros clientes y los clasificamos para implantar una alianza estratégica para establecer el incrementar su porcentaje de comisión en los servicios.

Si la empresa en el año siguiente mantiene el monto de compra conservara la comisión en la clasificación correspondiente, si la empresa bajo su monto de compra desciende a la comisión que pertenece, si baja de $1000 le corresponderá la comisión base.

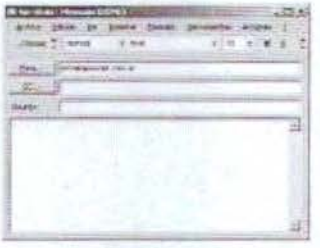
La estrategia se dará a conocer en el mes de Diciembre a nuestro cliente por medio de una cita entre Gerentes Operativos.

FACILIDAD DE PAGO A CLIENTES FRECUENTES

A los clientes frecuentes y clientes clasificados por monto se les da la facilidad de pago del 35% al inicio y el restante lo cancela después de haber entregado el servicio o se les da plazo para pagar hasta 1 mes.

5.7.5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN / CONTACTO

MARKETING DIRECTO (E-MAILING, LLAMADAS TELEFÓNICAS)



Envío de e-mails personalizados y llamadas telefónicas a nuestros clientes (Base de datos en Anexo11) sobre las diferentes promociones, paquetes turísticos y además de dar a conocer los diferentes servicios que brinda la empresa.; una vez a la semana.

Realizar seguimiento post venta para evaluar el servicio prestado y construir poco a poco relaciones duraderas. Este se realizará cada vez que se brinde un servicio mediante llamadas telefónicas haciendo que los clientes respondan a preguntas básicas como:

¿El servicio que recibió fue de óptima calidad?

¿Podría darnos una recomendación o sugerencia?

Esta actividad se realizará de manera semanal a cada cliente y después de haber sido entregado un servicio.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO FITE.

Otrams con el fin de obtener más clientes participará en la FITE (Feria Internacional Del Turismo En Ecuador) con un stand propio con afiches, banners y nuevas tarjetas de presentación, en este stand se dará a conocer los servicios y beneficios que ofrece Otrams.

Contará con material P.O.P. para promocionarse. (el diseño del material se muestra mas adelante)

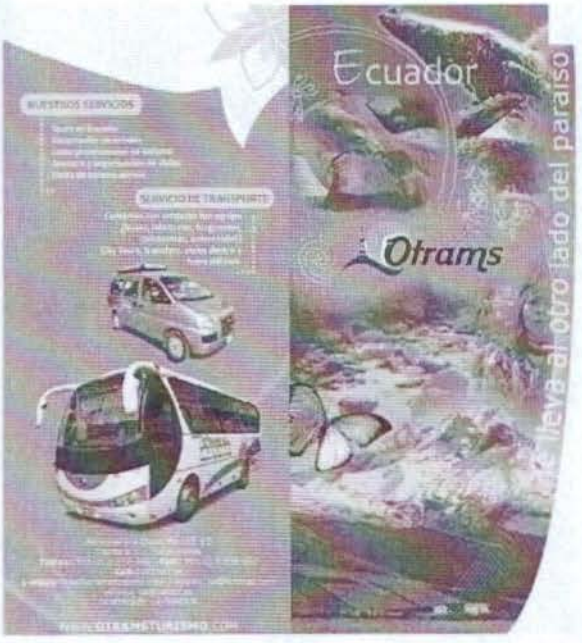
La Gerente de Operaciones y su asistente de operaciones serán los representantes de Otrams en la feria, quienes se encargarán de las diferentes actividades con respecto a conseguir nuevos clientes.

Recolectar información para la base de datos.

Esta actividad se realizará una vez al año en el mes de septiembre durante 3 días que dura la feria de turismo.

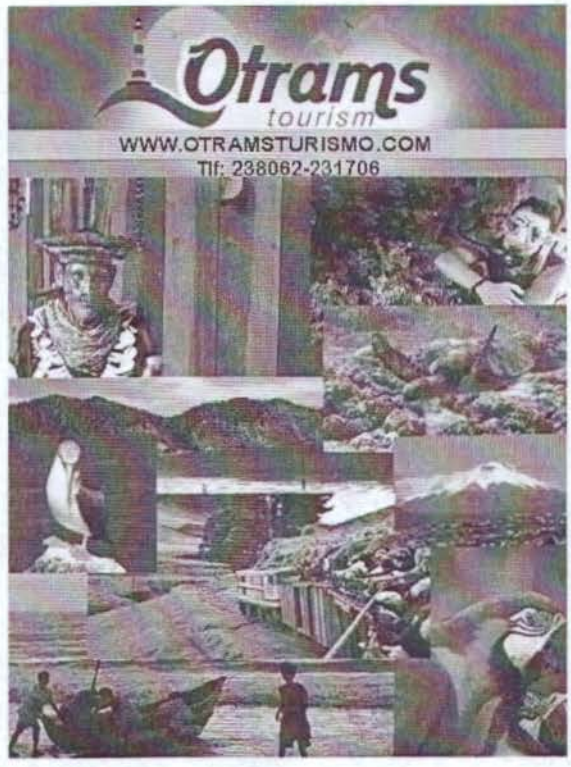
FOLLETOS

PARTE EXTERNA



PARTE INTERNA

BANNER



TARJETA DE PRESENTACIÓN

ANUNCIOS EN REVISTAS ESPECIALIZADAS DE TURISMO

Anuncios en la Revista Transport para más facilidad de las Agencias de Viajes encontrar los datos de la operadora de turismo Otrams, se la renueva cada tres meses y se cancelar el consumo de la revista conjunto con la revista viajes para dar conocer los servicios de la empresa. Estas revistas se distribuyen a todas las agencias mensualmente.

Los Anuncios empezarán al inicio del año.
Las características básicas del anuncio serán: logotipo de Otrams, lista de servicios que ofrece, teléfonos y demás datos para que el cliente pueda contactarnos.
La revista Transport se reparte a todas las agencias de viajes; operadoras tanto emisivas como receptivas; hoteles de primera, segunda y tercera; etc; con una frecuencia trimestral, en este medio se registra la información sobre el mercado turístico y las principales empresas que apoyan a fomentarlo.

ANUNCIO DE REVISTA

PREMIOS A CLIENTES FRECUENTES

Se premiarán a clientes que registran el mayor monto de compra de mes; al obsequiar tres viajes con diferentes destinos turísticos(Full Day Ruta del Sol y Full Day Isla Puná- subida Alta); para que ellos puedan sortearlos entre sus clientes (a una pareja); haciendo quedar bien el nombre de su agencia de viajes por regalar premios a sus clientes.

El premio equivale a un viaje para cada agencia.

Se obsequiará a tres agencias un viaje reservado para el día 14 de Febrero con cualquiera de las dos opciones ya especificadas.

DÍA DE INTEGRACIÓN

Ofrecer un día de integración a los clientes OTRAMS.

Va a llevarse a cabo en las instalaciones de Parque lago.

Las invitaciones por escrito y personalizadas se harán llegada a los clientes mediante correo electrónico; un semana antes del viaje.

Se realizarán llamadas telefónicas a los clientes 3 días antes para confirmar su asistencia.

Las invitaciones se extenderán para el cliente y un acompañante.

Todos los empleados de Otrams estarán incluidos en el día de Integración.

Se realizará un día sábado de 9:00 a 12:00.

Otrams estará a cargo de la alimentación se les entregará un lunch dos sándwich incluido su bebidas y entretenimiento (juegos el aire libre y música).

Habrá un punto de encuentro debido a la cantidad de personas que están invitadas 20 pax ; aquellos más cercanos al norte el punto de encuentro será C.C. Policentro y los más cercanos a la parte Sur se los recogerá en la Casa de la Cultura; a las 07:30

La integración será en el mes de julio, donde podemos apreciar un buen clima.

DISEÑO DE LA INVITACIÓN

OBSEQUIOS Y SOUVENIRS

Envío de regalos, souvenirs para el día de la mujer y la madre a los principales clientes para recordarles el nombre de la empresa y hacerles saber que siempre son recordados y muy importantes para nosotros.

El vendedor al ser su recorrido regular visitará a cada agencia; obsequiando dichos souvenirs.

DISEÑO DE LA OBSEQUIO

CENAS NAVIDEÑAS

Se realizará cena navideñas estilo buffet cada año para tener mayor contacto con los clientes de este modo establecer una mayor relación con ellos.

Dirigido a los clientes fijos de la Operadora. El buffet se lo realizará en El Grand Hotel Guayaquil en el salón Cascada el día 20 de diciembre de cada año.

Los invitados podrán llevar a un acompañante.

El Grand Hotel Guayaquil asumirá el costo del alquiler del local ya que se realizará por medio de canje al incluir al hotel Guayaquil como primera opción en los paquetes turísticos Otrams; es decir exclusividad para incluirlos en todos los paquetes; el valor por el buffet lo cubrirá Otrams.

DISEÑO DE LA INVITACIÓN

PARTE INTERNA DE LA INVITACIÓN

PARTE EXTERA DE LA INVITACIÓN

5.8. GESTION DE COSTO DE CAMBIO

[18]Es la lealtad del cliente a través de la construcción del costo de cambio, para satisfacer sus necesidades y familiarizar al cliente con el servicio para realizar compromiso entre las dos partes proveedor a empresa.

Además es el coste a la que se enfrenta el cliente a cambiar un servicio a otro.

Si es muy caro o arriesgado para un cliente cambiar a otra empresa proveedora, entonces la reducción de la base de clientes será menor.

[18]http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v10/103209.pdf/

5.8.1. COSTOS DE CAMBIO ASOCIADOS AL CLIENTE

5.8.1.1. COSTES EMOCIONALES

El personal estará capacitado para dar una buena atención y un buen trato siempre con gentileza y amabilidad hacia sus clientes.

CAPACITACIÓN DEL VENDEDOR

1. **Objetivo:**

- Mejorar la Relaciones con el Cliente.
- Incrementar las Ventas de la Empresa

2. **Programa de capacitación**

- El comienzo de programa de capacitación al vendedor será las primeras semana que comienza a laborar de 9 de la mañana a 6 de la tarde.
- Responsable de capacitar al vendedor será el Gerente Operacional.

3. **Temas:**

- Política de la empresa y organigrama
- Funciones del puesto
- Conocimiento del Producto
- Cartera de Clientes
- Atención al Cliente
- Manejo de lenguaje Corporal

- Supuestos problemas que podrían acontecer

4. **Medición:**

- Reporte de Visitas y Nuevas Cliente

4.8.1.2. HABITOS DEL CLIENTE

Los procedimientos realizados para la entrega del servicio serán prácticos, rápidos y de fácil comprensión para clientes nuevos y actuales.

4.8.1.3. COSTES ESFUERZOS APRENDIZAJE NECESARIOS

Se les comunicará a los clientes por medio de e-mail y contacto telefónico sobre la nueva opción de la cotización de paquetes turísticos en la página web de la empresa, se les detallara paso por paso la funcionalidad que implica este nuevo servicio.

Los empleados estarán capacitados para dar información sobre cualquier inquietud que pueda tener el cliente con respecto al servicio.

4.8.1.4. VENTAJAS ECONOMICAS ASOCIADAS A LA LEALTAD

La empresa llevará a cabo estrategias que ayuden sobre todo a motivar la compra y aumentar la frecuencia y monto de consumo de sus clientes; estrategias que se enfocan en el marketing de relaciones donde uno de los objetivos es hacer sentir al cliente como lo más importante para empresa.

4.8.1.5. RIESGOS SOCIALES Y PSICOLOGICOS

La empresa comunicará las nuevas actividades o cambios que realice ya sea vía e-mail, por teléfono a todos los clientes, para realizar ésta actividad todos los empleados estarán con la capacidad, aptitud, y actitud; de tal manera que estos cambios no afecte la susceptibilidad del cliente y si lo hace pues que sea en un grado menor.

4.8.1.6. CONTRATOS ESTABLECIDOS CON EMPRESAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Los contratos que la empresa tendrá con sus clientes serán claros, concisos y bien detallados con todas las especificaciones requeridas del caso, para que no haya ningún tipo de mal entendido, ni desacuerdos en el futuro que rasgue o cree brechas de separación entre el cliente y la empresa.

4.8.1.7. GESTION DE VOZ

Para mejor captación de las quejas se realizara un buzón de sugerencias así los clientes tendrán una forma de expresar sus inconformidades; después de obtener la información o haya sido atendido por el proveedor de servicio, se le entregará al cliente un hoja para que pueda detallar o describir el servicio previamente ofrecido.

El buzón será abierto todos los días laborales al terminar la jornada; para tener un mejor control de los servicios, de las opiniones de los clientes y de una u otra manera de los empleados.

De esta labor se encargará el asistente de operaciones, quien generará un reporte semanal y se lo mostrará y explicará a la gerente de operaciones.

A los clientes más temperamentales los atenderá por la Gerente de operaciones de Otrams para escuchar y resolver el problema, de no poder resolver se tratará de

compensar al cliente por el mal servicio (si este es el caso) ofreciéndole un full day por la ruta del sol, un city tour por Guayaquil.

OPERADORA DE TURISMO OTRAMS S.A.

Nombre:_____ Teléfonos:_____

¡¡¡SU OPINION ES IMPORTANTE PARA NOSOTROS!!! POR FAVOR CONTESTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1. ¿Cómo calificaría al servicio ofrecido por el counter?
2. ¿Qué servicio requirió?
3. ¿Qué fue lo que más le gusto con respecto al servicio que Ud. solicitó?
4. Qué fue lo que menos le gusto con respecto al servicio que Ud. solicitó?
5. ¿Qué recomendaciones le daría a la Operadora de Turismo Otrams para mejorar su servicio?

La empresa analizará los resultados de las estrategias y medirá si estas cumplen o no con lo establecido.

5.9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

5.10. AUDITORIA

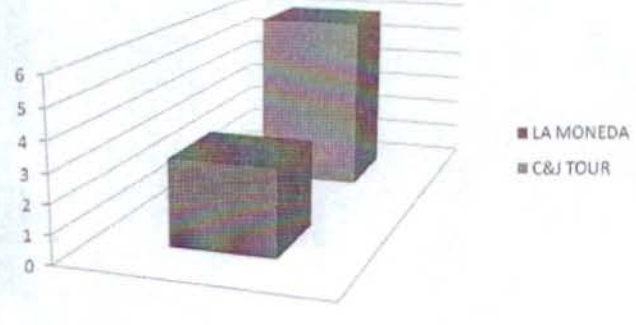
Estrategias de fidelización:

- Se analizaría mediante el incremento y la continúa compra tanto en frecuencia como en monto.
- Cuando la frecuencia de compra de nuestros clientes aumenta en comparación a la anterior.

EJEMPLO DEL FORMATO – HOJA DEL CONTROL

ENERO			
Cantidad	**Detalle**	**Valor por unidad ($)**	**Valor Total ($)**
	La moneda		
1	Tranfer in	10,00	10,00
2	tranfer out	10,00	12,00
3			22,00
	C&J tour		
1	City tour	35,00	35,00
2	Tranfer in	10,00	12,00
3	tranfer out	10,00	13,00
6			60,00
TOTAL DEL MES			82,00

FRECUENCIA DE COMPRA



Marketing directo:

- Nivel de respuesta.
- Por medio de una pequeña pregunta al momento q los clientes soliciten algún tipo de servicio de la empresa.

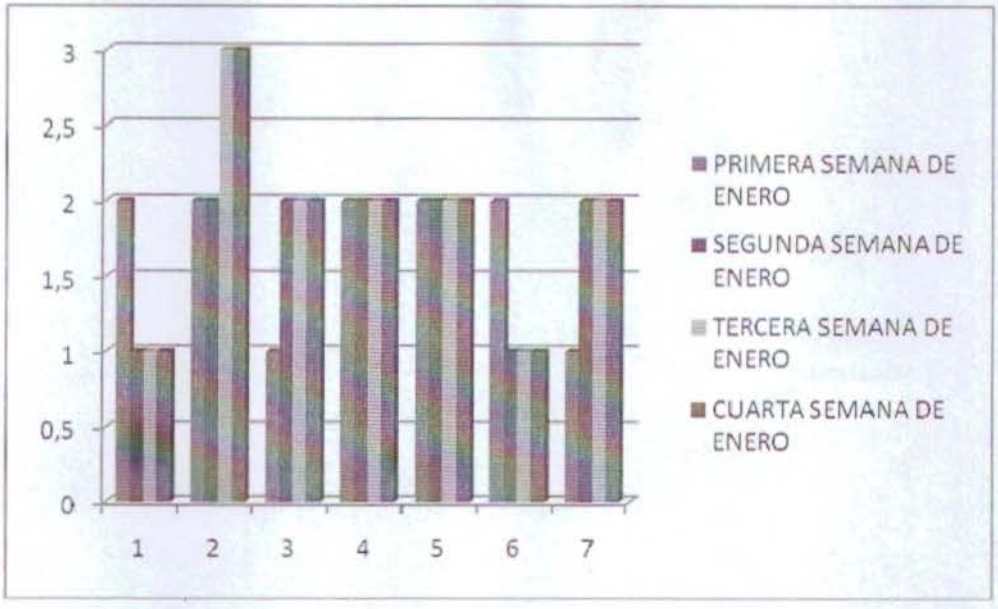
EJEMPLO DE FORMATO – HOJA DE CONTROL

MEDIOS		PRIMERA SEMANA DE ENERO					
		DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	TOTAL
1	PAGINA WEB	1	2				3
2	E-MAIL	1		1		1	3
3	PERIODICO				1		1
4	REVISTA			1			1
5	FACEBOOK		1	1			2
6	TWITTER			1			1
7	HI5				1		1

MEDIOS		SEGUNDO SEMANA DE ENERO					
		DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	TOTAL
1	PAGINA WEB		1				1
2	E-MAIL	1		1		1	3
3	PERIODICO		1		1		2
4	REVISTA	1		1			2
5	FACEBOOK		1	1			2
6	TWITTER			1			1
7	HI5		1		1		2

MEDIOS		TERCERO SEMANA DE ENERO					
		DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	TOTAL
1	PAGINA WEB		1				1
2	E-MAIL	1		1		1	3
3	PERIODICO		1		1		2
4	REVISTA	1		1			2
5	FACEBOOK		1	1			2
6	TWITTER			1			1
7	HI5		1		1		2

MEDIOS		CUARTA SEMANA DE ENERO					
		DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	TOTAL
1	PAGINA WEB		1				1
2	E-MAIL	1		1		1	3
3	PERIODICO		1		1		2
4	REVISTA	1		1			2
5	FACEBOOK		1	1			2
6	TWITTER			1			1
7	HI5		1		1		2



Estrategias de promoción:

- Mediante el incremento de las ventas en el periodo de promoción.

FECHA	TIPO DE PROMOCION	CANTIDAD DE VENTA	MONTO	MEDIOS
TOTAL				

- Podemos evaluar según la frecuencia de compra, el monto y los medios que se utilizaron para una mejor eficiencia de publicidad.
- Con la frecuencia de compra y monto podemos compara con los meses anterior para determinar si aumento estas dos variables para beneficio de la empresa.

Estrategia de vendedores:

- Hoja de Control Semanal Del Vendedor

  Actividad Semanal – Fecha

DETALLE	LUN	MAR	MIER	JUE	VIER	TOTAL
Contactos						
Primera Visita						
Segunda Visita						
Contratos Primera Visita						
Contratos Primera Visita						
FACTURACION						

- Resumen de Totales de Semanas en el mes.

DETALLE	SEM 1	SEM 2	SEM3	SEM 4	TOTAL MENSUAL
Contactos					
Primera Visita					
Segunda Visita					
Contratos Primera Visita					
Contratos Primera Visita					
FACTURACION					

*SEM = SEMANA

- HOJA SEMANAL DEL VENDEDOR PARA EL SUPERVISOR

Actividad Semanal - Fecha

Contactos
Primera Visita
Segunda Visita
Contratos Primera Visita
Contratos Primera Visita
FACTURACION

Resumen de Totales de Semanas en el mes.

DETALLE	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	TOTAL MENSUAL
Contactos					
Primera Visita					
Segunda Visita					
Contratos Primera Visita					
Contratos Primera Visita					
FACTURACION					

*SEM = SEMANA

- Semanal

INDICES	VENDEDOR
Contactos	
Contratos/ 1era Visita	
Contratos/ 2da Visita	
Contratos Total/ Visitas	
Facturación / pedidos (miles)	
Facturación / semana (miles)	

- Mensual

ACUMULADOS MENSUALES	VENDEDOR
Índices	
Cierre / 1era Visita	
Cierre / 2da Visita	
Cierre / Total Visita	
Facturación Media(Miles)	
Facturación / objetivos mes	
Facturación año / objetivos anual	

5.11. PRESUPUESTO

5.11.1. INVERSIÓN DEL PLAN – GASTOS DE MARKETING

INVERSIÓN		
		AÑO 1
Anuncio en el periódico		20,00
Afiche		2,00
Tour con horarios determinados		4.500,00
Guía profesional		5.000,00
Comisión de Venta		240,00
Tarifario		630,00
Pagina Web (Cotización)		350,00
Creación de cuenta		225,00
Link de precios		225,00
Chat online		360,00
Clientes por monto		-
	A	420,00
	B	120,00
FiTE		450,00
Díptico		250,00
Banner		45,00
tarjeta de presentación		100,00
Transport & Viajes		1.400,00
Día de Integración		-
Parque el lago		35,00
Bebidas		25,00
Combustible		30,00
Lunch		30,00
Impresión de Invitación		37,50
Cena Navideña		450,00
Impresión de Invitación		37,50
Premios		300,00
Obsequios		300,00
TOTAL		15.582,00

En el plan de inversión que es los gastos de marketing se puede encontrar todos los costos de la elaboración del proyecto, mejor detallado cada unas de las estrategias lo puede ver en la página # 83 y los valores mensuales lo puedo encontrar en el Anexo #13.

5.11.2. AMORTIZACIÓN

Solicitaremos un prestamos bancario al Banco del Pichincha ya que tiene cuenta en el mismo, con una tasa de interés del 17% que la utilizaremos como la TMAR o tasa de descuento lo que un inversionista arriesgado esta después a invertir con un periodo de tiempo de 5 años con pagos mensuales 60 meses con un interés de 1.42%.

Financiamiento		
Total		15.582,00
Capital Propio	30%	4.674,60
Prestamo	70%	10.907,40

AMORTIZACIÓN DEUDA							
MONTO USD:			10.907,40				
TASA DE INTERES:			17%	1,42%			
PLAZO TOTAL(Años)			5				
PAGOS ANUALES CON CAPITAL:			5	60			
					Acumulado		
No. Dividendo	Capital	Interés	Dividendo	Saldo	Capital	Interés	
0				10.907,40			
1	(116,56)	(154,52)	(271,08)	10.790,84			
2	(118,21)	(152,87)	(271,08)	10.672,64			
3	(119,88)	(151,20)	(271,08)	10.552,76			
4	(121,58)	(149,50)	(271,08)	10.431,18			
5	(123,30)	(147,78)	(271,08)	10.307,87			
6	(125,05)	(146,03)	(271,08)	10.182,83			
7	(126,82)	(144,26)	(271,08)	10.056,01			
8	(128,62)	(142,46)	(271,08)	9.927,39			
9	(130,44)	(140,64)	(271,08)	9.796,95			
10	(132,29)	(138,79)	(271,08)	9.664,66			
11	(134,16)	(136,92)	(271,08)	9.530,50			
12	(136,06)	(135,02)	(271,08)	9.394,44	(1.512,96)	(1.739,96)	Año 1

No. Dividendo	Capital	Interés	Dividendo	Saldo			
13	(137,99)	(133,09)	(271,08)	9.256,45			
14	(139,94)	(131,13)	(271,08)	9.116,51			
15	(141,93)	(129,15)	(271,08)	8.974,58			
16	(143,94)	(127,14)	(271,08)	8.830,64			
17	(145,98)	(125,10)	(271,08)	8.684,67			
18	(148,04)	(123,03)	(271,08)	8.536,62			
19	(150,14)	(120,94)	(271,08)	8.386,48			
20	(152,27)	(118,81)	(271,08)	8.234,21			
21	(154,43)	(116,65)	(271,08)	8.079,79			
22	(156,61)	(114,46)	(271,08)	7.923,17			
23	(158,83)	(112,24)	(271,08)	7.764,34			
24	(161,08)	(109,99)	(271,08)	7.603,26	(1.791,18)	(1.461,74)	Año 2

No. Dividendo	Capital	Interés	Dividendo	Saldo			
25	(163,36)	(107,71)	(271,08)	7.439,90			
26	(165,68)	(105,40)	(271,08)	7.274,22			
27	(168,03)	(103,05)	(271,08)	7.106,19			
28	(170,41)	(100,67)	(271,08)	6.935,79			
29	(172,82)	(98,26)	(271,08)	6.762,97			
30	(175,27)	(95,81)	(271,08)	6.587,70			
31	(177,75)	(93,33)	(271,08)	6.409,95			
32	(180,27)	(90,81)	(271,08)	6.229,68			
33	(182,82)	(88,25)	(271,08)	6.046,85			
34	(185,41)	(85,66)	(271,08)	5.861,44			
35	(188,04)	(83,04)	(271,08)	5.673,40			
36	(190,70)	(80,37)	(271,08)	5.482,70	(2.120,56)	(1.132,36)	Año 3

No. Dividendo	Capital	Interés	Dividendo	Saldo			
37	(193,41)	(77,67)	(271,08)	5.289,29			
38	(196,15)	(74,93)	(271,08)	5.093,15			
39	(198,92)	(72,15)	(271,08)	4.894,22			
40	(201,74)	(69,33)	(271,08)	4.692,48			
41	(204,60)	(66,48)	(271,08)	4.487,88			
42	(207,50)	(63,58)	(271,08)	4.280,38			
43	(210,44)	(60,64)	(271,08)	4.069,94			
44	(213,42)	(57,66)	(271,08)	3.856,52			
45	(216,44)	(54,63)	(271,08)	3.640,08			
46	(219,51)	(51,57)	(271,08)	3.420,57			
47	(222,62)	(48,46)	(271,08)	3.197,95			
48	(225,77)	(45,30)	(271,08)	2.972,18	(2.510,52)	(742,41)	Año 4

No. Dividendo	Capital	Interés	Dividendo	Saldo			
49	(228,97)	(42,11)	(271,08)	2.743,21			
50	(232,21)	(38,86)	(271,08)	2.510,99			
51	(235,50)	(35,57)	(271,08)	2.275,49			
52	(238,84)	(32,24)	(271,08)	2.036,65			
53	(242,22)	(28,85)	(271,08)	1.794,42			
54	(245,66)	(25,42)	(271,08)	1.548,77			
55	(249,14)	(21,94)	(271,08)	1.299,63			
56	(252,67)	(18,41)	(271,08)	1.046,97			
57	(256,24)	(14,83)	(271,08)	790,72			
58	(259,88)	(11,20)	(271,08)	530,85			
59	(263,56)	(7,52)	(271,08)	267,29			
60	(267,29)	(3,79)	(271,08)	(0,00)	(2.972,18)	(280,74)	Año 5
TOTAL	(10.907,40)	(5.357,22)	(16.264,62)		(10.907,40)	(5.357,22)	

5.11.3. ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

El estado de pérdidas y ganancias muestra las ganancias para los 5 años donde el proyecto lleva pronósticos de ventas con su respectivos costos mejor detalle en Anexo #11 y 12.

Gastos operativos y los Gastos de marketing donde puede encontrar minucioso mensualmente en el anexo #13. Además el pérdida y ganancia mensual lo encuentra en Anexo #14.

Finalmente, para el primer año se observa una utilidad neta después de participación e impuesto de $6.953,04

Estado de Perdidas y Ganacias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	60.940,80	63.987,84	67.187,23	70.546,59	74.073,92
Costos	22.468,90	23.592,35	24.771,96	26.010,56	27.311,09
Utilidad Bruta	**38.471,90**	**40.395,50**	**42.415,27**	**44.536,03**	**46.762,83**
Gastos Operativos	25.825,20	27.116,46	28.472,28	29.895,90	31.390,69
Gastos Administrativos	3.043,20	3.195,36	3.355,13	3.522,88	3.699,03
Gastos de logisticos	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Gastos de Marketing	15.582,00	16.361,10	17.179,16	18.038,11	18.940,02
Utilidad Neta Operacional	**12.646,70**	**13.279,04**	**13.942,99**	**14.640,14**	**15.372,14**
Gastos Financieros (Interés)	1.739,96	1.461,74	1.132,36	742,41	280,74
Utilidad Neta antes de Participación	**10.906,74**	**11.817,29**	**12.810,63**	**13.897,73**	**15.091,40**
15% Trabajadores	1.636,01	1.772,59	1.921,59	2.084,66	2.263,71
Utilidad Neta antes de Impuestos	**9.270,73**	**10.044,70**	**10.889,03**	**11.813,07**	**12.827,69**
Impuestos a la Renta (25%)	2.317,68	2.511,17	2.722,26	2.953,27	3.206,92
Utilidad Neta	**6.953,04**	**7.533,52**	**8.166,77**	**8.859,80**	**9.620,77**

5.11.4. FLUJO DE CAJA

El cálculo del flujo de caja se muestra a continuación, se ha considerado 5 años, apreciando se saldos positivos para cada uno de los años

Los flujos netos va aumentando todos los años, los mismos que permiten cubrir los egresos generados para cumplir satisfactoriamente con la operación del negocio

con las respectivas obligaciones desde el inicio, y así lograr obtener las más adecuados niveles de rentabilidad.

FUJO DE CAJA

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Ingresos afectados por impuestos							
Ingresos Operacionales			60.940,80	63.987,84	67.187,23	70.546,59	74.073,92
Ventas			60.940,80	63.987,84	67.187,23	70.546,59	74.073,92
Ingresos No Operacionales			-	-	-	-	-
Total ingresos afectados por impuestos			60.940,80	63.987,84	67.187,23	70.546,59	74.073,92
2. Egresos afectados por impuestos							
Egresos Operacionales			48.294,10	50.708,81	53.244,25	55.906,46	58.701,78
Costos			22.468,90	23.592,35	24.771,96	26.010,56	27.311,09
Gastos			25.825,20	27.116,46	28.472,28	29.895,90	31.390,69
Egresos No Operacionales			1.739,96	1.461,74	1.132,36	742,41	280,74
Intereses			1.739,96	1.461,74	1.132,36	742,41	280,74
Total egresos afectados por impuestos			50.034,06	52.170,55	54.376,61	56.648,86	58.982,52
3. Impuesto a la renta y utilidad neta							
Utilidad antes de impuesto			10.906,74	11.817,29	12.810,63	13.897,73	15.091,40
Reparto de utilidades			1.636,01	1.772,59	1.921,59	2.084,66	2.263,71
Impuestos			2.317,68	2.511,17	2.722,26	2.953,27	3.206,92
Utilidad neta			6.953,04	7.533,52	8.166,77	8.859,80	9.620,77
5. Ingresos y egresos no afectados por impuestos							
Inversión inicial		-15.582,00					
Capital de trabajo		4.674,60					-4.674,60
Préstamo bancario y abonos		10.907,40	-1.512,96	-1.791,18	-2.120,56	-2.510,52	-2.972,18
Flujos de Fondos		-15.582,00	5.440,08	5.742,34	6.046,21	6.349,29	6.648,59
TIR	25,96%						

5.11.5. TASA INTERNA DE RETORNO

Las estimaciones realizadas obtuvieron una tasa interna del inversionista del 25.96%, la cual se considera satisfactoria, ya que indica que los flujos a generarse para el proyecto permitirán recuperar la inversión realizada, superando así al 17% que corresponde a la TMAR utilizada en el proyecto.

El ***valor Actual Neto*** del proyecto corresponde a $ 30.226,51 recuperaremos la inversión y obtendremos ganancias.

5.11.6. PERIÓDO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Año	Flujo de Fondo	Acumulado
0	-15582	-15582
1	5440,08	-10141,92
2	5742,34	-4399,57
3	6046,21	1646,64
4	6349,29	7995,92
5	6648,59	14644,51

Encontrar el año exacto donde se recupera totalmente la inversión:

Fórmula de interpolación

$$y = y_a + (x - x_a)\frac{(y_b - y_a)}{(x_b - x_a)}$$

Y= 2 + {0- (- 4399,57)} * {(3 – 2) / (1646,64 – (- 4399,57)}

Y = 2.73 años

Como podemos observar recuperamos de la inversión a los 2 años y algo más de 7 meses comenzando en los años siguientes con ganancias para la operadora de turismo Otrams S.A.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN

El perfil de nuestros clientes corresponde a empresas reconocidas en el mercado pertenecientes al turismo receptivo, mediante una evaluación se identifican los factores críticos de decisión lo cual nos permite plantear objetivos y estrategias efectivas que nos den como resultado la creación de un vínculo proveedor - cliente mas allá de lo comercial ; desde luego obteniendo beneficios del tipo económico; de entre estas estrategias se logrará también captar a nuevos clientes; registrándose un incremento en las ventas, generando movimientos de compra y por ende altas utilidades para la empresa.

Según la investigación de mercado; tanto en el análisis cualitativo como cuantitativo se determina que Otrams S.A. tiene una participación de mercado del 7.60% en las agencias de viajes, además determinamos frecuencia de compra y el servicio turístico mayor adquirido por los clientes, las razones del porque no solicitan a las agencias, gustos y preferencias, entre otros factores.

El proyecto contribuye a la Operadora de Turismo Otrams en el fortalecimiento de la capacidad competitiva y el poder diferenciarse de entre otros servicios turísticos.

El estudio financiero determina que el proyecto es rentable ya que la TIR es mayor que la TMAR, se recupera la inversión al segundo año y un poco más de 7 meses.

Para cumplir con los objetivos planteados debemos tomar en cuenta cada estrategia con sus respectivas tácticas ya que enfatizan la gestión hacia los diferentes tipos de clientes que se han determinado así como el incremento de las ventas, utilidades y, cada uno cumplirá una función específica dentro del plan y por ende se dará el resultado esperado.

De esta manera la Operadora Otrams tiene un gran potencial de crecimiento en el mercado si todas las estrategias son cumplidas a cabalidad; la empresa no solo tendrá resultados efectivos a corto plazo, si no que se desarrollará como organización y a la vez forjará relaciones a corto y largo plazo con todos sus clientes.

7. BIBLIOGRAFÍA

EMPRESA

Sra. Doris Aldaz de Baño

Gerente de Operaciones

Operadora de Turismo Otrams S.A.

INTERNET

- ✓ http://www.expreso.ec/ediciones/2009/07/30/guayaquil/guayas-se-proyecta-como-la-magia-del-pacifico-sur/Default.asp
- ✓ www.porguayaquilindependiente.com
- ✓ http://www.12manage.com/methods_bcgmatrix_es.html
- ✓ :http://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto#Gesti.C3.B3n_del_ciclo_de_vida
- ✓ http://www.mujeresdeempresa.com/marketing/marketing020603.shtml
- ✓ http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html
- ✓ http://disenio.idoneos.com/index.php/Dise%C3%B1o_Industrial/Marketing/Ciclo_del_producto#Etapa_de_declinaci%C3%B3n
- ✓ CPV 2001: Proyecciones de Población 2001-2010 INEC
- ✓ PLANDETOUR
- ✓ Encuetas de Turismo Interno (junio 2002 – julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turismo del Ecuador. Ministerio de Turismo en el Ecuador
- ✓ INEC (Noviembre 2009) a los jefes de hogares o su cónyuge de 3.960 viviendas visitadas en 5 ciudades
- ✓ http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../5779/.../9.-Conclusiones.doc
- ✓ www.elnuevoempresario.com
- ✓ Ministerio de turismo www.turismo.gov.ec
- ✓ Gerencia Nacional de Planificación y Corporación Externa – MINTUR
- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 04/FEB/2010
- ✓ INEC 2009

- ✓ http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-desarrollo-turistico-174989-174989.html
- ✓ http://www.hoy.com.ec/temas/temas2007/ecuadorsi/fotos/pag56.gif
- ✓ www.enteratecuador.com/frontEnd/main.php?idSeccion=35317
- ✓ www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=965:ministra-sion-promocion-y-nuevos-productos-son-la-clave-para-el-futuro-turistico-del-ecuador&catid=1:actualidad&Itemid=42
- ✓ www.expreso.com
- ✓ www.cre.com.ec
- ✓ http://www.rrppnet.com.ar/foda.htm
- ✓ http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml
- ✓ http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v10/103209.pdf/

ANEXO#1

LANTOURS

City Tour en Guayaquil: Recorridos que se realiza en la ciudad de Guayaquil en puntos turísticos específicos como:

- Parque Seminario o de las Iguanas
- Iglesia Catedral
- Caminata Malecón Simón Bolívar
- Cerro Santa Ana
- Barrio las Peñas
- Panorámica del Norte Gye
- Malecón del Salado
- Av. 9 de Octubre
- Parque Centenario
- Mercado Artesanal (Opcional)

La duración es de 3 horas además se realiza en el día como en la noche dependiendo del gusto del turista.

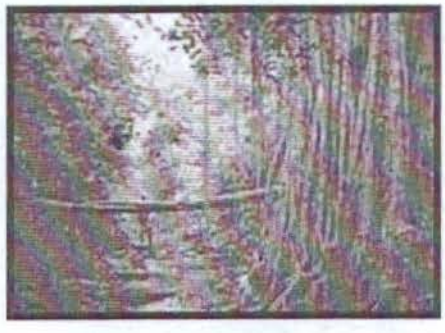
Parque Histórico

Con el atractivo de sus las tres zonas que compone:

- **Zona de Vida Silvestre:** con 50 especies entre aves, mamíferos, peces y entre otros animales.
- **Zona Urbana Arquitectónica:** Como era Guayaquil antiguo
- **Zona de exposición de tradiciones:** donde se muestra las antiguas tradiciones

City tour + Parque Histórico: Se complementa las dos antes mencionadas en los días que labora el parque con una duración de 4 o 5 horas.

Bosque Protector Cerro Blanco: Cerro Blanco es muy conocido por su diversidad de aves, 213 especies, que incluyen 30 tipos de aves rapaces como el gavilán, halcón, entre otros, y el "Papagayo de Guayaquil", símbolo de la reserva y especie en peligro de extinción. En sus 3.490 hectáreas han sido reportadas 850 especies vegetales.



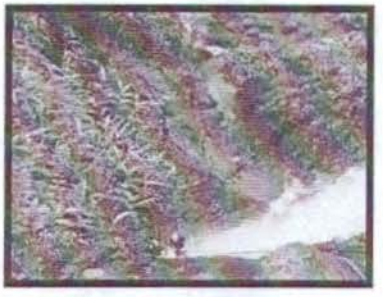
Manglares de Churute: En los manglares se encuentran cinco ecosistemas dependientes: manglares, estuario, bosque seco tropical y lacustre. Cada uno cuenta con flora y fauna diferente.

Salinas: Salinas ofrece una gran diversidad de paisajes, deportes y diversión. El trayecto desde Guayaquil a Salinas se caracteriza por el brusco cambio de paisaje, mientras se acerca a la costa, con un maravilloso bosque seco en donde se destaca el árbol de Ceibo.

Puerto el Morro & Observación de delfines: Esta pequeña localidad posee extensos atractivos naturales como por ejemplo todo un extenso manglar, sus aves y por supuesto delfines nariz de botella (Bufeos). Desde Guayaquil nos dirigiremos hacia Puerto El Morro, en donde un bote a motor nos llevará a hacer un inolvidable recorrido por los manglares, observación de aves, vivenciar actividades pesqueras, visita al estuario de los delfines y emprenderemos una caminata de 25 minutos por los senderosde la isla de los pájaros. Tiempo del tour desde la salida en el bote: 3 horas ida y retorno Al terminar el tour le llevaremos a conocer la playa de General Villamil.

Bucay, Cascadas y deportes extremos: En aproximadamente dos horas saliendo desde Guayaquil, se realiza una caminata por un maravilloso bosque repleto de flora, aves y cascadas de todo tamaño. Podrá refrescarse en las pequeñas lagunas que crean las cascadas. Además es posible la práctica del cayonning, que consiste en el descenso de las cascadas a través

de cabos; actividad realizada con todos los equipos y normas de seguridad correspondientes.



Hacienda Rodeo Grande: Ofrece un clima ideal para disfrutar de paseos, cabalgatas, deportes o cualquier otra actividad de recreación. Al mismo tiempo, usted conocerá de cerca cómo se realizan las labores agrícolas y ganaderas en la zona, bajo la guía segura y experimentada de nuestro personal. Usted podrá disfrutar de la belleza de la naturaleza, donde fauna y flora conviven dentro de un ecosistema lleno de color y vida con una extensión de 1.200 has.

Hacienda Rosa Herminia: Conozca el río Daule navegando en él, el proceso tradicional de ordeño, la fascinante historia del cacao, las tradiciones de la cultura Montubia y objetos que fueron parte de la vida diaria de hombres que habitaron la zona hace 2500 años en el pequeño museo de sitio de la hacienda.

ANEXO#2

TOURS PAQUETES TURISTICOS

REGION COSTA

Paquete 1

Costa Ecuador, Parque Nacional Machalilla

Disfruta del sol, mar, arena en las costas de Santa Elena y Manabí

Itinerario 2 días - 1 noche

DIA 1. Guayaquil - Puerto López

► Salida de Guayaquil

► Ruta del Sol. Panorámica de las playas:

► San Pablo, Monteverde, Palmar, Ayangue, Valdivia

► Visita a la pintoresca Playa de Montañita

► Olón. Santuario "Blanca Estrella de la Mar" (mirador)

► Puerto López. Hospedaje

► Playa de Los Frailes.

DIA 2. Observación de ballenas

► Desayuno.

► Whale watching tour (Full day). Puerto López. Abordaremos la embarcación que nos llevará rumbo a la Isla de la Plata; desembarcaremos en Bahía Drake e iniciaremos una caminata por senderos marcados, disfrutaremos de un refrigerio y luego práctica de snorkeling.

► Retorno a Guayaquil.

Paquete 2

Costa Ecuador, Salinas

Disfruta del sol, mar, arena en las costas del Ecuador

Itinerario 2 días - 1 noche

DIA 1. Guayaquil - Salinas

► 09h00 Salida de Guayaquil

► Salinas. Hospedaje.

► Tour panorámico, Playas:

► Chipipe, Mar Bravo, Punta Carnero

► Tarde de Playa

► Visita al Museo Náutico Farallón Dillon

DIA 2. Ruta del Sol

► Desayuno

► Ruta del Sol. Panorámica de las playas:

► San Pablo, Monteverde, Palmar, Ayangue, Valdivia

► Visita a la pintoresca Playa de Montañita

► Olón. Santuario "Blanca Estrella de La Mar" (mirador)

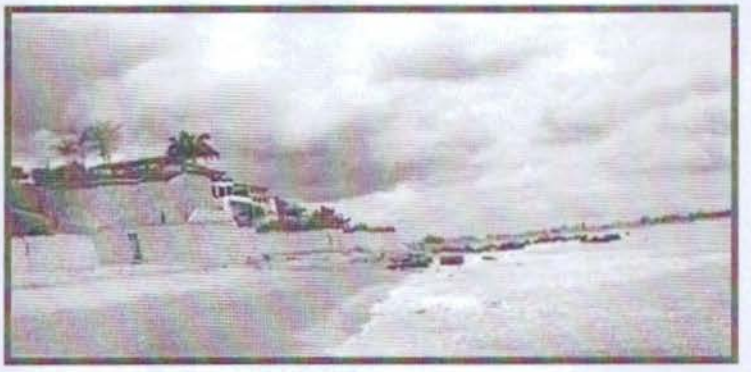
► Retorno a Guayaquil

Paquete 3

Costa Ecuador, Ruta del Sol

Disfruta del sol, mar, arena en las costas de Ecuador

Itinerario 3 días - 2 noches



DIA 1. Guayaquil - Montañita

- ► Salida de Guayaquil
- ► Tour panorámico, Chipipe, Mar Bravo, Punta Carnero
- ► Salinas. Tarde de Playa.
- ► Montañita. Hospedaje
- ► Santuario "Blanca Estrella de La Mar" (mirador)
- ► Free Night.

DIA 2. Montañita - Puerto López

- ► Desayuno
- ► Puerto López. Hospedaje
- ► Parque Nacional Machalilla:
- ► Museo de Sitio Agua Blanca
- ► Playa de los Frailes
- ► Retorno a Puerto López

DIA 3. Puerto López - Manta

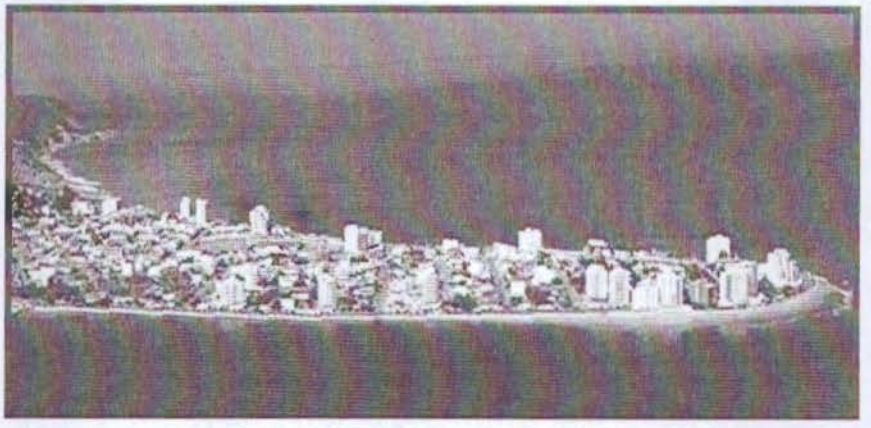
- ► Desayuno y salida
- ► Manta. Tour Panorámico y Mañana de Playa
- ► Playas del "Murciélago y "Tarqui". Malecón Escénico
- ► Montecristi
- ► Retorno a Guayaquil

Paquete 4

Costa Ecuador, Canoa Pedernales

Disfruta del sol, mar, arena en las costas de Ecuador

4 días - 3 noches



Día 1. Guayaquil - Canoa

►07h30 Salida de Guayaquil

►Canoa. Hospedaje

►Tarde de Playa

► Free Night

Día 2. Canoa - Isla Corazón

► Desayuno

► Salida hacia San Vicente

► Tour Isla Corazón. Observación de flora y fauna

► Bahía de Caráquez. Tour Panorámico

► Retorno a Canoa

Día 3. Canoa - Pedernales

► Desayuno

► Vista a la Playa de Jama y Pedernales

► Tarde de playa

► Canoa.

Día 4. Canoa - Crucita - Guayaquil

► Desayuno

► Salida hacia la Playa de Crucita

► Montecristi. Casa Museo de Eloy Alfaro

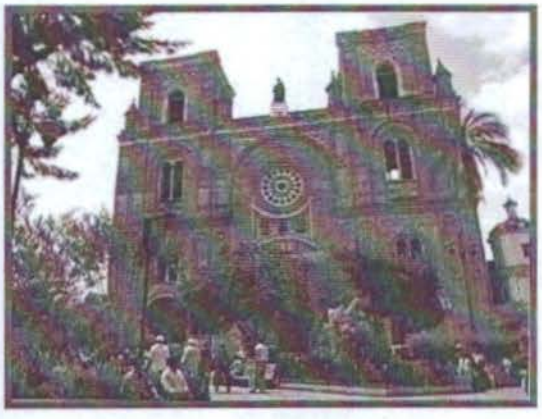
► Retorno a Guayaquil

REGION SIERRA

Paquete 1

Sierra Ecuador , Cuenca

Itinerario 2 días - 1 noche



DIA 1. Guayaquil - Cuenca

► Salida de Guayaquil

► Complejo Arqueológico de Ingapirca

► Cuenca (2500 msnm). Hospedaje.

► City Tour: Centro Histórico, Parque Calderón, Catedral de la Inmaculada Concepción, Iglesia de El Sagrario, Puente Roto, Mirador del Turi.

Free Night

DIA 2. Cuenca - Gualaceo - Chordeleg

► Desayuno

► Chordeleg. Reconocido por su orfebrería

► Gualaceo. Paseo del río y antiguo acueducto

► Cuenca. Visita al Centro Artesanal "Casa de la Mujer". Con variedad de

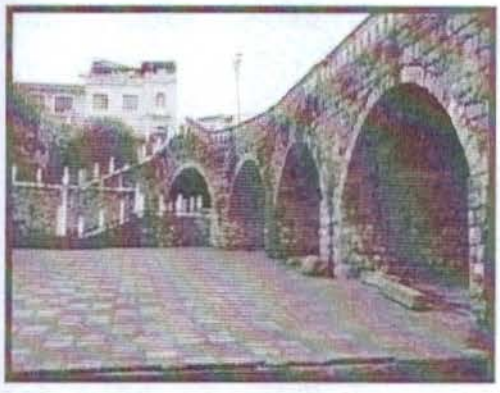
artesanías en cuero, cerámica, tejidos y más.

► Retorno a Guayaquil

Paquete 2

Sierra Ecuador, Cuenca Recorrido por el Territorio del Austro

Itinerario 3 días - 2 noches



DIA 1. Guayaquil - Cuenca

► Salida de Guayaquil

► Complejo Arqueológico de Ingapirca (3180 msnm)

► Cuenca (2500 msnm). Hospedaje.

► City Tour: Centro Histórico, Parque Calderón, Catedral de la Inmaculada

► Concepción, Iglesia de El Sagrario, Puente Roto

DIA 2. Cuenca - Gualaceo - Chordeleg

► Desayuno

► Chordeleg. Reconocido por su orfebrería

► Gualaceo. Paseo del Río y antiguo acueducto

► Cuenca. Visita al Centro Artesanal "Casa de la Mujer". Con variedad de artesanías en cuero, cerámica, tejidos y más.

► Mirador del Turi.

► Free Night

DIA 3. Cuenca

► Desayuno

► Museo Las Conceptas: Muestra la historia del claustro las Conceptas, arte

► religioso de la colonia y el estilo de vida de las monjas.

► Panorámica del Parque Nacional Cajas. Laguna Toreadora.

► Retorno a Guayaquil

Paquete 3

Sierra Ecuador Riobamba, ferrocarril y Chimborazo

Itinerario 2 días - 1 noche

DIA 1. Guayaquil - Riobamba

► Salida de Guayaquil

► Riobamba (2754 msnm). Hospedaje.

► Excursión al Volcán Chimborazo (6.310 msnm).El rey de los Andes ecuatorianos, es el volcán más alto del Ecuador.

► Llegaremos al primer refugio (4800 msnm)

► Para los que lo deseen, emprenderemos una caminata hacia el segundo refugio (5000 msnm)

► Retorno a Riobamba

DIA 2. Ferrocarril

► Desayuno

► Salida hacia la estación del Ferrocarril

► Salida de la estación

► Recorrido del Ferrocarril: Riobamba - Alausí - Nariz del Diablo - Alausí

► Retorno a Guayaquil

Paquete 4

Sierra Ecuador, Quito - Otavalo

Itinerario 3 días - 2 noches

Salida desde Guayaquil vía terrestre: Por la noche del día anterior o

Salida vía aérea por la mañana del día 1

DIA 1. Quito

- ► Llegada a Quito (2850 msnm). Hospedaje
- ► Desayuno
- ► City Tour Centro Histórico
- ► Ciudad Mitad del Mundo
- ► Museo Etnográfico

DIA 2. Quito - Otavalo

- ► Desayuno
- ► Lago de San Pablo (2660 msnm). Ubicado al pie del volcán Imbabura
- ► Otavalo. Visita al Mercado de Ponchos
- ► Cotacachi. Artículos de cuero
- ► Lago de Cuicocha (3068 msnm). Ocupa el seno de un antiguo cráter

DIA 3. Teleférico

- ► Desayuno
- ► Teleférico (2950 - 4053 msnm)
- ► Retorno a Guayaquil
- ► Hora Aproximada de Arribo 22h00

Paquete 5

Sierra Ecuador , Baños - Puyo

Itinerario 3 días - 2 noches

Salida desde Guayaquil vía terrestre: Por la noche del día anterior o

Salida vía aérea por la mañana del día 1

DIA 1. Guayaquil - Baños

- ► Salida de Guayaquil
- ► Panorámica del Volcán Chimborazo
- ► Baños (1800 msnm) . Hospedaje
- ► Zoo San Martín
- ► Chiva Nocturna hacia el Volcán Tungurahua
- ►Llegaremos hasta los 2300 metros sobre el nivel del mar

DIA 2. Baños - Puyo

- ► Desayuno
- ► Salida hacia la Ciudad de Puyo
- ► Parque Etnobotánico Omaere. Etnias Shuar y Huaorani
- ► Tienda Artesanal "Casa de la Balsa"
- ► Casa del Árbol. Singular estructura construida en un "matapalo"
- ► Baños. Night Tour

DIA 3. Baños - Ruta de las Cascadas

- ► Desayuno
- ► Ruta de Las Cascadas. Panorámica de la Represa y Cascada de Agoyán
- ► Caminata hacia la Cascada Pailón del Diablo
- ► Cascada "Manto de la Novia". Traslado en Tarabita sobre el Río Pastaza

► Pelileo. Muy conocido por sus Jeans y gran variedad de ropa

► Retorno a Guayaquil

Paquete 6

Baños - Amazonía

Recorrido por la Amazonía ecuatoriana

Itinerario 4 dias - 3 noches

DIA 1. Guayaquil - Baños

► Salida de Guayaquil

► Refrigerio

► Si el clima lo permite, tendremos una hermosa panorámica del Volcán Chimborazo

► Baños (1800 msnm). Hospedaje

► Chiva Nocturna hacia el Volcán Tungurahua

► Llegaremos hasta los 2300 metros sobre el nivel del mar

DIA 2. Baños - Ruta de las Cascadas

► Desayuno

► Ruta de Las Cascadas. Panorámica de la Represa y Cascada de Agoyán

► Caminata hacia la Cascada Pailón del Diablo

► Cascada "Manto de la Novia". Traslado en Tarabita sobre el Río Pastaza

► City Tour

► Tarde para compras de dulces y artesanías locales

DIA 3. Baños - Puyo - Reserva Hola Vida

► Desayuno

► Salida hacia Puyo, Reserva de Hola Vida

► Caminata hacia la cascada de Hola Vida de aproximadamente 30m de

altura. (Observación de Flora y Fauna)

► Interpretación de plantas medicinales y comestibles

► Observación de animales (insectos) pequeños.

► Natación en la cascada

► Retorno a cabañas

► Visita a una comunidad Indígena (Observación de artesanías y animales pequeños domesticados).

► Convivencia Cultural.

► Retorno a Baños

DIA 4. Baños - Pelileo - Ambato - Quisapincha

► Desayuno y salida

► Pelileo. Muy conocido por sus Jeans y gran variedad de ropa

► Ambato (2577 msnm). Tour Panorámico, mirador de la primera imprenta

► Quisapincha. Se destacan todo tipo de artículos confeccionados en cuero

► Retorno a Guayaquil

Paquete 7

Paraíso Amazónico

Itinerario 4 dias - 3 noches

DIA 1. Guayaquil - Puyo

► Salida de Guayaquil

► Panorámica del Volcán Chimborazo

► Baños.

► Casa del Árbol. Impresionante estructura construida en un matapalo
► Puyo. Hospedaje

DIA 2. Puyo - Hola Vida

► Puyo. Desayuno
► Salida hacia la Reserva de Hola Vida
► Caminata hacia la cascada de Hola Vida de aproximadamente 30m de altura. (Observación de Flora y Fauna)
► Interpretación de plantas medicinales y comestibles Observación de animales (insectos) pequeños.
► Natación en la cascada
► Retorno a la Reserva Hola Vida
► Visita a una comunidad Indígena (Observación de artesanías y animales pequeños domesticados).
► Convivencia Cultural.
► Caminata a las cabañas
► Opcional: 1 noche en cabañas dentro de la selva o retorno a Puyo

DIA 3. Puyo - Tena

► Puyo. Desayuno
► Salida hacia el Tena
► Cavernas de Jumandi
► Puerto Misahuallí. Viaje a canoa motor por el río Napo, para visitar al Zoocriadero Amazonas, en donde observaremos las diferentes clases de animales silvestres de nuestra amazonía.
► Retorno al Puyo
► Free Night

DIA 4. Puyo - Baños

► Desayuno
► Centro Artesanal Casa de la Balsa
► Baños. Tour Panorámico
► Retorno a Guayaquil

REGION INSULAR

Paquete 8

Galápagos para tí

Itinerario 5 días 4 noches

PROGRAMA INCLUYE

- ► Ticket aéreo Guayaquil – Galápagos – Guayaquil
- ► Traslado aeropuerto - hotel - aeropuerto (Baltra)
- ► Asistencia en el aeropuerto
- ► Coctel de bienvenida
- ► Noches de alojamiento
- ► Alimentación completa tipo menú
- ► Guías bilingües
- ► Paseos navegables y terrestres

Visitas

- ► Día 1: Baltra - Estación Charles Darwin
- ► Día 2: Daphne - Las Salinas
- ► Día 3: Lobería – Punta Estrada - Grietas
- ► Día 4: Tortuga Bay – Túneles de Bellavista **
- ► Día 5: Cráteres Gemelos - Aeropuerto

ANEXO#3

VAN-H1

MINI BUS

VAN-TQ

ANEXO#4

Tarifario

Tours 2010

Código	Tours	Tiempo de Duración	Días de Salidas	Precios por persona en dólares americanos					
				2	3-4	5	6	7	8-10
GT1	Ruta del Sol	2 días	Diario	210	185	165	145	135	120
GT2	Puerto Lopez - Observacion de Ballenas	2 días	Jun/Sept	238	189	175	165	145	135
GT3	Cuenca	2 días	Diario	250	215 / 185	168	155	145	130
GT4	Riobamba. Tren	2 días	Diario	220	199	175	160	150	140
GT5	Nevado del Chimborazo, Salinas de Guaranda	2 días	Diario	220	195	170	158	145	135
GT6	Ruta del Sol	3 días	Diario	340	290	260	235	220	199
GT7	Cuenca	3 días	Diario	395	295	265	240	225	210
GT8	Baños - Puyo	3 días	Diario	398	298	270	245	230	215
GT9	Los Andes Ecuatorianos	5 días	Diario	660	498 / 420	395	360	330	310
				Desde GYE		Desde UIO		Desde CUE	
				SGL	DBL/TRP	SGL	DBL/TRP	SGL	DBL/TRP
GT10	Reserva Ecologica Yarina	3 días	Diario	780	598	640	490	740	590
GT10	Reserva Ecologica Yarina	4 días	Diario	925	698	790	590	890	690
GT10	Reserva Ecologica Yarina	5 días	Diario	1060	798	928	690	1025	790

* Tarifas en base a habitación doble y triple desde GT1 a GT9

*Tarifa en base a una persona GT10

Alborada 6ta etapa Mz. 625 Villa 5. -Frente al C.C. La Rotonda-
Teléfonos: (593-4) 2232-706 / 2238-062 Cel. 099-194-134
E-mail: otrams_sa@hotmail.com www.otramsturismo.com
Guayaquil - Ecuador

Tarifario

LANDTOURS 2010

Código	Tours	Tiempo de Duración	Días de Salidas	Precios por persona en dólares americanos							
				1	2	3-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25 o más
GX1	City Tour	3 horas	Diario	45	36	29	25	18	15	12	10
GX2	Parque Histórico Guayaquil	3 horas	Miér - Dom	35	22	19	15	12	10	8	6
GX3	City Tour + Parque Histórico	4 horas	Miér - Dom	75	45	35	29	21	18	15	12
GX4	Bosque Protector Cerro Blanco	4-5 horas	Diario	86	56	39	27	20	18	16	14
GX5	Manglares de Churute	5 horas	Diario	135	87	60	45	39	27	24	21
GX6	Salinas	Full day	Diario	155	85	65	52	45	36	28	25
GX7	Ruta del Sol. Parque Nacional Machalilla	Full day	Diario	175	95	68	56	47	38	30	28
GX8	Puerto El Morro. Observación de Delfines y Aves	Full day	Diario	220	120	86	68	59	50	44	38
GX9	Puerto Lopez - Observacion de ballenas	Full day	jun-sept	145	99	95	86	78	73	68	65
GX10	Bucay. Cascadas y Deportes Extremos	Full day	Diario	165	95	69	60	57	49	43	38
GX11	Hacienda Rodeo Grande	Full day	Diario	170	95	69	55	51	45	42	40
GX12	Hacienda Rosa Herminia	Full day	Diario		170	130	115	107	87	81	76

Alborada 6ta etapa Mz. 625 Villa 5. -Frente al C.C. La Rotonda-
Teléfonos: (593-4) 2232-706 / 2238-062 Cel. 099-194-134
E-mail: otrams_sa@hotmail.com www.otramsturismo.com
Guayaquil - Ecuador

OTRAMS S.A.
TOURISM

TARIFARIO ALQUILER DE TRANSPORTE

	AUTO 3 PAXS	FURGONETA 4-9 PAXS	SPLITER 10-16 PAX	MINIBUS 32 PAXS
city tour (3 horas)	30	40	60	85
Horas extras en la ciudad	10	15	20	30
Full Day dentro de la ciudad	75	100	120	240
Full Day fuera de la ciudad	110	135	150	260
Costa + de 2 días	100	120	180	270
Sierra Centro + de 2 días(Cuenca, Ambato, Baños)	120	140	220	300
Sierra Norte y Sur + de 2 días(Quito, Ibarra, Loja)	140	160	250	350
Visita al Parque Historico G	25	35	90	110

TRANSFERS

Hotel - Aeropuerto o Viceversa	10	15	25	55
Salinas	75	90	120	150
Montañita	95	110	130	190
Pto. López	110	130	180	220
Manta	130	150	200	240
Machala	110	135	180	230
Sto. Domingo	130	160	200	250
Esmeraldas	220	250	280	350
Ambato	150	170	200	300
Riobamba	140	160	220	300
Baños	170	190	250	330
Cuenca	140	160	250	300
Loja	250	280	320	380
Quito	220	250	280	350
Ibarra	270	300	320	400

Dirección: Alborada 6ta. Etapa Mz. 625 V. 5 - Frente al Centro Comercial La Rotonda -
Teléfonos: (593-4) 2-232-706 - 6038341 - 238-062 Cel. 099-194-134
E- mails: otrams_sa@hotmail.com / otrams_sa@yahoo.es
Guayaquil - Ecuador

www.otramsturismo.com

ANEXO#5

Ministerio de Turismo

Ecuador

LEY DE TURISMO

Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002.

CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

CAPITULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

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. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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; y,

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. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPITULO III

DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,
8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;

b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;

c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;

d) Los centros de información turística;

e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,

f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

CAPITULO V

DE LAS CATEGORIAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

CAPITULO VI

AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohibe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

CAPITULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

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 Unica 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 Unica 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 así como sus adicionales tanto para el tradente como 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 lineas 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 esta 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 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 periodo. 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 está 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 Unica 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.

CAPITULO VIII

DE LOS COMITES DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;

b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;

c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,

d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

CAPITULO IX

PATRIMONIO AUTONOMO

Art. 39.- Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o, su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo.

Art. 40.- El patrimonio autónomo contará con los siguientes ingresos:

a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo;

b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;

c) Los valores por con cesión de registro de turismo;

d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios, del Presupuesto General del Estado para gasto corriente del ministerio;

e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado. Adicionalmente la contribución de US $ 5.00 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera de país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;

f) Los fondos provenientes de gobiernos de paises amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo; y,

g) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

Art. 41.- El patrimonio autónomo gozará de exoneración y franquicia postal y aduanera para sus importaciones.

CAPITULO X

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 prohibe toda 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. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

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. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

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.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

<< Regresar

DISPOSICIONES FINALES

Art. 61.- Refórmese el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971, por el siguiente texto: "El Ministro de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del

presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza".

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédase al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Deróguese la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

DISPOSICION FINAL

La presente Ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.

This document was created with Win2PDF available at http://www.daneprairie.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.

Decreto Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero del 2004.

Lucio Gutiérrez Borbúa

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Considerando:

Que mediante Ley 97, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002 se publicó la Ley de Turismo;

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 133, publicado en el Registro Oficial No. 25 del 19 de febrero de 2003, se expidió el Reglamento de Aplicación al Capítulo VII de la Ley de Turismo;

Que es necesaria la articulación de los siguientes instrumentos normativos expedidos con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo: Decreto Ejecutivo No. 3400, Reglamento General de Actividades Turísticas, publicado en el Registro Oficial No. 726 del 17 de diciembre de 2002; Decreto Ejecutivo No. 3045, Reglamento Especial de Turismo en Areas Protegidas, publicado en el Registro Oficial No. 656 del 5 de septiembre de 2002 y D.E. No. 3516, Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente. T. I. Edición Especial No. 2 del Registro Oficial del 31 de marzo de 2003; Acuerdo Ministerial No. 57, Ministerio de Turismo, Reglamento General del Fondo de Promoción Turística, publicado en el Registro Oficial No. 670 del 25 de septiembre de 2002; y, Acuerdo Ministerial No. 58, Ministerio de Turismo, Reglamento Interno del Fondo de Promoción Turística, publicado en el Registro Oficial No. 670 del 25 de septiembre de 2002; el Decreto Ejecutivo No. 315, publicado en el Registro Oficial No. 68 del 24 de abril de 2003 que regula el cobro de USD. 5 dólares de los Estados Unidos de América por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera del pais para financiar el Fondo de Promoción Turística del Ecuador; y, el Decreto Ejecutivo No. 316, publicado en el Registro Oficial No. 68 del 24 de abril de 2003 que regula el cobro del pago de 1 por mil sobre los activos fijos y obtención del Registro de Turismo para los prestadores de servicios turísticos; y, aquellas normas secundarias que se encuentren en vigencia al momento de la expedición de este reglamento;

Que es necesaria la expedición del Reglamento General a la Ley de Turismo que permita la aplicación de la ley, el establecimiento de los procedimientos generales y la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turistico expedida con anterioridad a la expedición de ley; y,

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Art. 171, numeral 5 de la Constitución Política de la República.

Expedir:

El siguiente Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo.

Art. 1.- Objeto.- Las normas contenidas en este reglamento tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo.

Art. 2.- Ámbito.- Se encuentran sometidos a las disposiciones contenidas en este reglamento:

a. Las instituciones del Estado del régimen nacional dependiente del sector turístico y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (Ministerio de Turismo);

b. Las instituciones del Estado del régimen nacional dependiente que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tienen relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposición de sus leyes especiales, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (como por ejemplo: Ministerio del Ambiente, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Ministerio de Gobierno, Intendencia de Policía, comisarías nacionales de Policía y todas aquellas que en el ámbito de sus competencia tienen relación con la actividad turística);

c. Las instituciones del Estado, que gozan de autonomía por disposición de sus propias leyes, que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tienen relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposición de sus leyes especiales y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (como por ejemplo: Servicio de Rentas Internas, juzgados y tribunales de la República);

d. Las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido o no potestades relacionadas con la gestión turística en los términos establecidos en este reglamento, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios;

e. Los cuerpos colegiados establecidos en la Ley de Turismo y cuyas normas generales de funcionamiento se encuentran establecidas en este reglamento, y a nombre de ellas, sus miembros;

f. Las personas jurídicas que en virtud de sus propias leyes de constitución y estructuración agrupan formalmente a los prestadores de servicios turísticos en general (como por ejemplo: Federación Nacional de Cámaras de Turismo, cámaras provinciales de Turismo, gremios de Turismo);

g. El Fondo de Promoción Turística y a nombre de éste, los funcionarios y miembros, según lo establece la Ley de Turismo y este reglamento; y,

h. Las personas naturales y las personas jurídicas, y a nombre de éstas sus funcionarios y empleados, socios, accionistas y partícipes, que ejerzan actividades turísticas en los términos establecidos en la Ley de Turismo y este reglamento general de aplicación.

Los sujetos establecidos en este artículo se someten a las disposiciones contenidas en este reglamento en tanto en cuanto ejerzan actividades turísticas según lo establecido en la Ley de Turismo y este reglamento o ejerzan actividades que tengan relación con la actividad turística, en los términos establecidos en este reglamento.

El ámbito geográfico de aplicación de las normas contenidas en este reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo es nacional. Se encuentran sometidas a las normas contenidas en este reglamento las autoridades de las instituciones del régimen seccional autónomo en cuyo favor se han descentralizado o no las potestades en materia turística, en los términos establecidos en este reglamento.

Art. 3.- Políticas y principios de la gestión pública y privada del sector turístico.- El cumplimiento de las políticas y principios del sector turístico establecidos en los artículos 3 y 4 de la Ley de Turismo y en otros instrumentos normativos de naturaleza similar son de obligatorio cumplimiento para todas las instituciones del Estado, del régimen dependiente y del régimen seccional autónomo; y, son referenciales para las personas naturales y jurídicas del sector privado, a través del ejercicio de las potestades, deberes y derechos que a cada uno le corresponda y que tengan relación con el desarrollo del sector turístico. Las declaraciones de políticas para el sector turístico se constituyen en herramientas de interpretación, conjuntamente con las definiciones establecidas en este reglamento, en caso de duda en la aplicación de normas legales o secundarias del sector turístico ecuatoriano.

Las actividades turísticas en los ámbitos que, según la ley y este reglamento les corresponde a las instituciones del Estado y a las personas naturales o jurídicas privadas, serán ejercidas bajo el principio de sostenibilidad o sustentabilidad de la actividad turística. El principio de sostenibilidad se entenderá en los términos establecidos en Ley de Gestión Ambiental y en la Ley Especial para el Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos.

TITULO PRIMERO

DEL REGIMEN INSTITUCIONAL

CAPITULO I

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

1. Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible.

2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.

3. Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.

4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.

5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución.

6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo.

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes.

9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.

10. Calificar los proyectos turísticos; esta potestad podrá ser ejercida en forma desconcentrada hasta un nivel de Subsecretaría.

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo.

12. A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:

a) La concesión del registro de turismo;

b) La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;

c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;

d) El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro; y,

e) La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.

13. Las demás establecidas en la Constitución, la Ley de Turismo y las que le son asignadas en este Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

Art. 5.- Procedimiento de desconcentración.- Las potestades referidas según se ha citado en el artículo anterior podrán ser ejercidas descentralizadamente, desconcentradamente o a través de la iniciativa privada según las disposiciones de la legislación vigente y particularmente por este reglamento.

El proceso de desconcentración de funciones del Ministerio de Turismo se llevará a cabo según las disposiciones del Capítulo IV de la Ley de Descentralización y Participación Social, a través de la formulación del correspondiente Plan o Programa de Desconcentración de Funciones del Ministerio de Turismo.

Art. 6.- De la planificación.- Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

Art. 7.- De la potestad normativa.- El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria, previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector, formalmente organizadas y sus resultados serán referenciales para las instituciones del Estado.

Art. 8.- Del control.- A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos.

El control será de carácter preventivo y sancionador de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Turismo.

Art. 9.- Ejercicio de la potestad de control.- La potestad de control podrá ser descentralizada, desconcentrada o se podrá contratar con la iniciativa privada para tal efecto. La potestad de juzgamiento administrativo y sancionadora será siempre a través del Ministerio de Turismo sea por si mismo, descentralizada o sea desconcentradamente.

No se descentralizará ni el control ni el otorgamiento de los permisos temporales de funcionamiento que son privativos del Ministerio de Turismo.

Art. 10.- Consulta previa.- El mecanismo de consulta previa al sector privado y principales actores del turismo, al que se refiere este reglamento en varias normas, lo constituye la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador, FENACAPTUR, la que deberá emitir su pronunciamiento contando para ello con la participación del gremio o asociación nacional especializada en razón de la materia o del territorio.

Art. 11.- Temas obligatorios sometidos a consulta previa.- El Ministerio de Turismo o la institución del régimen seccional autónomo a nombre de la cual se ha descentralizado la competencia que corresponda, deberá consultar, obligatoriamente lo siguiente:

1. La formulación y elaboración de las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país.

2. La planificación de la actividad turística del país.

3. La formulación y elaboración de los planes de promoción turística nacional e internacional.

4. El establecimiento del pago de tasas por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, permisos, licencias u otros de similar naturaleza, a fin de recuperar los costos en los que incurrieren para este propósito, sean éstos prestados por el Ministerio y los municipios o gobiernos seccionales autónomos descentralizados por sí mismo o a través de la iniciativa privada en los términos contenidos en este reglamento. Para la determinación de las tasas referidas en este artículo, deberá el Ministerio de Turismo, preparar por sí o a través de una contratación especializada un documento técnico que justifique el monto que será motivo de la consulta previa.

5. La elaboración y formulación previa a la expedición de las normas técnicas por actividad y modalidad turísticas.

6. Los demás temas que el Ministerio decida someter a su consideración.

CAPITULO II

DEL PROCEDIMIENTO PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS MATERIALES A TRAVES DE LA INICIATIVA PRIVADA

Art. 12.- Principio general.- Sin perjuicio de las potestades que hayan sido transferidas a las instituciones del régimen seccional autónomo en virtud de las obligaciones constitucionales y legales de descentralización, en los términos establecidos en este reglamento, el ejercicio de todas las atribuciones de naturaleza material que le corresponden al Ministerio de Turismo es objeto de prestación a través de la iniciativa privada, previo el cumplimiento de los procedimientos y condiciones establecidas en la Ley de Contratación Pública, la Ley de Consultoría, la Ley de Modernización del Estado y sus reglamentos en lo que fuere aplicable, y particularmente en las normas contenidas en este reglamento. Sin embargo del ejercicio de potestades materiales a través de la iniciativa privada y de la descentralización de potestades en materia turística, en todos los casos, el Ministerio de Turismo se reservará para sí, el control de cumplimiento de los objetivos que persigue el Estado derivados de los contratos y convenios que se desprenden de la aplicación de este artículo.

Art. 13.- Limitación.- No son objeto de ejercicio a través de la iniciativa privada las potestades de expedición de normas jurídicas secundarias, normas técnicas y de ser del caso

normas de calidad y el otorgamiento de derechos, la expedición de autorizaciones administrativas en general y la potestad sancionadora.

No es objeto de ejercicio a través de la descentralización ni desconcentración la expedición de normas jurídicas y de calidad, potestad privativa del Ministerio de Turismo el que la ejercerá a nivel nacional. Las normas que se expidan contrariando esta disposición no tendrán ninguna eficacia y el Ministerio de Turismo estará obligado a arbitrar las medidas que sean menester para que se disponga la pérdida de su vigor.

Las potestades descentralizables, las condiciones y procedimientos son aquellas establecidas en este reglamento.

Art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada.- De acuerdo a lo establecido en el artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos:

a) La determinación de la clasificación y categoría que le corresponde a cada establecimiento;

b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;

c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;

d) Los centros de información turística;

e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,

f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

Art. 15.- Representantes en el proceso.- El proceso de ejercicio de potestades técnicas y administrativas que le corresponde al Ministerio de Turismo, a través de la iniciativa privada será dirigido y coordinado por el Ministro de Turismo y para tal efecto se utilizará cualquier instrumento administrativo vigente en la legislación tales como autorizaciones administrativas de cualquier naturaleza, contratos, concesiones, entre otras.

Las personas naturales que intervengan en los procesos correspondientes deberán ser capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones conforme la legislación nacional. Los representantes de las personas jurídicas nacionales deberán justificar dicha condición con el nombramiento debidamente registrado en el registro público competente.

Las personas jurídicas extranjeras que participen en los referidos procesos deberán tener un apoderado que justifique dicha condición así como la existencia legal de la persona jurídica a la que representa conforme la legislación nacional. Igualmente la condición de apoderado deberá justificarse por la inscripción en el registro público competente.

Art. 16.- Prohibición especial.- No podrán participar ni directa ni indirectamente en los procesos a que se refiere este reglamento, quienes intervengan o hayan intervenido como expertos o peritos, ni los funcionarios públicos que intervengan en el proceso de selección específico correspondiente, ni sus cónyuges, ni sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, ni las compañías o empresas en las que cualquiera de ellos tenga interés o participación.

Art. 17.- Inicio del procedimiento.- El procedimiento de selección y contratación de la o las personas naturales o jurídicas privadas, para el ejercicio de las potestades que le corresponden al Ministerio de Turismo se iniciará con la decisión que sobre el particular expida el Ministro de Turismo.

Art. 18.- Documentos precontractuales.- Los procedimientos de contratación referidos en este título deberán contar obligatoriamente al menos con los siguientes documentos aprobados por el Comité de Contrataciones correspondiente:

a) La convocatoria;

b) Las bases o procedimientos de contratación;

c) Los estudios, especificaciones técnicas, términos de referencia de la actividad material a contratarse;

d) El formato de contrato;

e) Los criterios específicos de calificación de la capacidad técnica y financiera de la persona natural o jurídica;

f) Los criterios de calificación de la propuesta técnica;

g) El plan de negocios o presupuesto referencial;

h) El cronograma referencial del proceso; e,

i) Los demás documentos precontractuales que se consideren necesarios según el caso particular.

Los documentos referidos serán preparados por el Ministerio de Turismo, a través de la Unidad Administrativa que corresponda según el área de especialización o geográfica de interés y puestos, a consideración para su aprobación definitiva por el correspondiente Comité Técnico de Contrataciones del Ministerio. Los documentos referidos solamente podrán ser modificados por decisión del comité.

Art. 19.- Comité Técnico de Contratación.- El Comité Técnico de Contratación de los servicios técnicos o de administración a ser ejecutados a través de la iniciativa privada es aquel establecido en el Ministerio de Turismo, según su propia normativa interna.

Art. 20.- Procedimiento de calificación y selección.- Los procedimientos de calificación y selección son aquellos establecidos en el Ministerio de Turismo, según su propia normativa interna. En forma subsidiaria y en los casos no previstos en este reglamento y en la normativa interna del Ministerio de Turismo, se aplicarán los procedimientos establecidos en el Reglamento General a la Ley de Modernización del Estado.

Art. 21.- Contenido mínimo de los contratos.- El contenido mínimo del contrato para la prestación de servicios técnicos y administrativos del Ministerio de Turismo, a través de la iniciativa privada, son los siguientes:

1. Comparecientes.

2. Antecedentes.

3. Objeto.

4. Plazos.

5. Fecha de inicio de actividades.

6. Actividades a ejecutarse por la contratista y régimen aplicable.

7. Derechos y obligaciones de las partes de este contrato.

8. Seguro de ser aplicable.

9. Cesión voluntaria del contrato.

10. Subcontratación de actividades comprendidas en el objeto del contrato.

11. Constitución de garantías,

12. Control de la actividad de la contratista.

13. Suministro de información e inspecciones.

14. Potestad del Ministerio de Turismo de modificación del contrato.

15. Renegociación del contrato.

16. Fuerza mayor o caso fortuito.

17. Incumplimiento y régimen sancionatorio.

18. Terminación del contrato.

19. Aspectos procedimentales y régimen normativo aplicable al contrato.

20. Solución de controversias: mediación y arbitraje.

21. Modificaciones al contrato.

22. Compromiso de confidencialidad.

23. Gastos, honorarios y tributos resultantes de la

suscripción de este contrato.

24. Domicilios constituidos.

Art. 22.- Informes previos.- El Ministerio de Turismo requerirá previa a la suscripción del contrato y de ser del caso, previo al inicio del procedimiento contractual, los informes previos que sean pertinentes, por ejemplo de la Contraloría General del Estado, de la Procuraduría General del Estado, del Consejo Nacional de Modernización del Estado.

Art. 23.- Tasas por servicios técnicos y administrativos.- De conformidad con lo que dispone el Art. 17-A de la Ley de Modernización del Estado, el Ministerio de Turismo, a través de un acuerdo ministerial y los organismos seccionales autónomos a quien se ha descentralizado la competencia podrán establecer el pago de tasas por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, permisos, licencias u otros de similar naturaleza, a fin de recuperar los costos en los que incurrieren para este propósito, sean éstos prestados por sí mismo o a través de la iniciativa privada en los términos contenidos en este reglamento. Para la determinación de las tasas referidas en este artículo, deberá el Ministerio de Turismo, preparar por sí o a través de una contratación especializada un documento técnico que justifique el monto y éste deberá ser consultado con los organismos establecidos en la ley y este reglamento para tal efecto.

El mismo procedimiento de justificación técnica y de consulta previa a la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo -FENACAPTUR- procede en el caso de que el Ministerio adopte, a través de un acuerdo ministerial, un cuadro donde consten las tarifas de las tasas según los servicios técnicos y de administración que preste por sí mismo o prevea prestar a través de la iniciativa privada.

CAPITULO III

DE LA DESCENTRALIZACION DE ATRIBUCIONES EN MATERIA TURISTICA

Art. 24.- Funciones y atribuciones de las instituciones del régimen seccional autónomo.- En virtud de las disposiciones constitucionales relacionadas con descentralización del Estado y lo que disponen los artículos 9 y 10 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, en materia turística procede la transferencia de funciones, atribuciones y recursos relacionados con la planificación, coordinación, ejecutar y evaluar en el respectivo cantón las actividades relacionadas con el turismo.

Las potestades de realizar el registro de turismo, la regulación y expedición de normas técnicas a nivel nacional, la concesión de permisos temporales de funcionamiento son privativas del Ministerio de Turismo quien ejercerá esas competencias a nivel nacional con exclusividad.

Art. 25.- Procedimientos y mecanismos de transferencia de potestades del Ministerio de Turismo a las instituciones del régimen seccionar autónomo. La transferencia o delegación referidas en la Ley de Turismo se realizará a través de los correspondientes convenios de transferencia según los artículos 12 y 13 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social.

Art. 26.- Gestión subsidiaria.- De acuerdo a lo establecido en el artículo 17 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, el Ministerio de Turismo, en representación de la Función Ejecutiva podrá, sin necesidad de convenio, suplir la prestación de un servicio o la ejecución de un proyecto u obra siempre y cuando se demostrase su grave y sustancial deficiencia, paralización o indebida utilización de los recursos asignados para esos fines por parte de un Municipio a favor de quien se descentralizó las potestades referidas en este capítulo.

Esta gestión subsidiaria se practicará con la expedición del respectivo decreto ejecutivo, debidamente justificado con indicadores de gestión, con la participación del sector privado organizado y la sociedad civil a nivel municipal. La gestión referida en este artículo no podrá durar más tiempo que el indispensable para normalizar la gestión municipal, reflejada en los mencionados indicadores, período en el cual las transferencias del gobierno central se suspenderán.

Art. 27.- La potestad normativa y otras potestades del ámbito nacional.- La potestad normativa a nivel nacional le corresponde privativamente al Ministerio de Turismo, la que incluye la expedición de los reglamentos especiales y normas técnicas por actividad y modalidad, instrumentos de calificación y clasificación, e incluso el régimen tarifario en los términos establecidos en esta ley.

Las políticas y lineamientos generales que fija el Ministerio de Turismo en el ejercicio de su potestad de autoridad sectorial en esta materia, deberán ser observados obligatoriamente por los gobiernos seccionales autónomos y las personas jurídicas creadas por Ley para la Prestación de los Servicios Públicos Descentralizados.

Asi mismo y en contrapartida, las políticas y la planificación seccionales en esta materia deberán establecerse de manera coordinada, y sobre la base de la planificación y políticas nacionales.

En ningún caso se exigirá la multiplicidad de procedimientos para el mismo objeto y con la misma información al sector turístico privado.

Art. 28.- Plan de transferencia y delegación de atribuciones del Ministerio de Turismo a favor de las instituciones del régimen seccional autónomo.- El Ministerio de Turismo elaborará un Plan de transferencia y delegación de atribuciones a las instituciones del régimen seccional autónomo sobre la base de las disposiciones contenidas en la Constitución

Política del Estado, de la Ley de Turismo, de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, de este reglamento y demás normativa vigente en esta materia. El plan referido deberá incluir además alternativas de financiamiento.

CAPITULO IV

DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 29.- Cuerpo colegiado asesor.- El Consejo Consultivo de Turismo es un cuerpo colegiado asesor de la actividad turística del Ecuador, que servirá como nexo entre el sector público y privado. Sus resoluciones tienen el carácter de recomendaciones.

Art. 30.- Colaboración interinstitucional.- El Consejo Consultivo de Turismo, podrá solicitar directamente la colaboración de organismos e instituciones del sector público y privado a fin de argumentar sus recomendaciones.

Art. 31.- Designación.- Los delegados a los que se refieren los numerales 2 y 3 del Art. 14 de la ley serán designados por acuerdo ministerial y tendrán el carácter de permanentes. Serán designados además sus respectivos suplentes; y los representantes de los numerales 4, 5, 6, 7 y 8 del mismo artículo, tendrán sus respectivos alternos y su designación será formalmente notificada al Ministerio de Turismo.

Los representantes previstos en el numeral 5 del Art. 14 de la Ley de Turismo durarán un año en sus funciones, no pueden ser reelegidos hasta que se cumpla con un ciclo completo de representación y serán el Presidente del gremio o su delegado. Su designación se realizará a través del colegio electoral correspondiente al igual que el delegado señalado en el numeral 8 del artículo señalado.

Art. 32.- El Consejo se reunirá en cualquier tiempo previa convocatoria, por carta, del Ministro de Turismo. En primera convocatoria se podrá reunir con al menos la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros. En la misma convocatoria se establecerá que, en el caso de no obtener el quórum suficiente en primera convocatoria, el Consejo se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de miembros que se encuentren presentes.

La convocatoria será realizada con al menos ocho días de anticipación con respecto a la fecha de la reunión.

Art. 33.- Sin perjuicio de la información que el convocante requiera incluir, en dicha comunicación, la convocatoria deberá contener, al menos:

a) La convocatoria a reunión del Consejo;

b) El orden del día a tratar;

c) El lugar, la fecha y las horas de inicio y clausura de la correspondiente reunión;

d) La fecha de la realización de la convocatoria; y,

e) La firma de la autoridad convocante.

De ser necesaria, la autoridad incluirá además la información que requerida para el tratamiento de los temas incluidos en la convocatoria.

Art. 34.- El Consejo se reunirá ordinaria y extraordinariamente previa convocatoria del Ministerio de Turismo para tratar los temas contenidos en la correspondiente convocatoria.

El Concejo se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres primeros meses de cada año para formular y evaluar las políticas generales de gestión turística nacional y

seccional. Se reunirá extraordinariamente cuando sea convocado por el Ministerio de Turismo para tratar los temas que se incluyan en la convocatoria.

Art. 35.- En el ejercicio de la Secretaría del Consejo le corresponde al funcionario designado por el Ministerio de Turismo, a quien le corresponde:

a) Convocar a los miembros del Consejo a las reuniones ordinarias y extraordinarias;

b) Llevar las actas de las reuniones del Consejo;

c) Acreditar la participación de los miembros del Consejo;

d) Proporcionar la información técnica que el Consejo requiere para sus reuniones ordinarias y extraordinarias; y,

e) Las demás que permitan el ejercicio cabal de sus funciones.

Art. 36.- De las convocatorias, de las reuniones y de las actas del Consejo, el Ministerio de Turismo llevará el correspondiente archivo.

Para tales efectos, los documentos a los que hace referencia este articulo deberán estar debidamente suscritos por sus miembros.

Art. 37.- De ser necesarias, el Concejo expedirá las normas para el funcionamiento del mismo y serán expedidas mediante acuerdo ministerial.

CAPITULO V

DE LOS COMITES DE TURISMO

Art. 38.- Conformación y alcance de sus atribuciones.- El Ministerio de Turismo coordinará la conformación de comités de Turismo en los sitios que considere necesarios los que tendrán las facultades determinadas en el artículo 38 de la ley. Los comités de Turismo no intervendrán en asuntos relacionados con la regulación, control, elaboración ni planificación nacional o local, ni en la elaboración de las políticas de turismo.

Las atribuciones de los comités de Turismo son ejecutoras en los ámbitos de competencias que a cada uno de sus miembros le corresponde. Son un grupo de ejecutores que en virtud de un interés común relacionado con la actividad turística se han organizado alrededor del Ministerio de Turismo, con el objeto de coordinar la ejecución de las actividades que a cada uno le es propia.

Art. 39.- Secretario del Comité de Turismo.- El Ministerio de Turismo designará un funcionario de su institución para que ejerza las atribuciones de Secretario del comité. El Secretario coordinará las reuniones y las actividades de los miembros del comité y reportará directamente al Ministro de Turismo.

Art. 40.- Funcionamientos Los comités de Turismo no son órganos permanentes y por lo tanto se constituirán y funcionarán cuando sea necesario, por decisión del Ministerio de Turismo o por requerimiento del sector privado, para coordinar y concertar la ejecución de actividades entre los distintos actores del sector turístico vinculados en un cluster o cadena productiva.

TITULO SEGUNDO

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

CAPITULO I

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenidas en este reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

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. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;

c) Transportación

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales.

Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial; y,

f) Casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones estables

A los efectos de la Ley de Turismo y este reglamento se consideran casinos y por tanto sujetos al presente reglamento, los establecimientos autorizados por el organismo oficial de turismo, que se dediquen de manera exclusiva a la práctica, con fines de lucro, de juegos de envite o azar, de mesa y banca en los que se utilicen naipes, dados, ruletas, máquinas de juego o tragamonedas, mecánicas, electromecánicas o electrónicas, cualquiera sea su denominación, en los que se admitan las apuestas del público o que permita al jugador un tiempo de uso a cambio del pago del precio de la jugada, siempre que el resultado no dependa exclusivamente de destreza del jugador, sino exclusivamente del azar. Serán consideradas como salas de bingo, los establecimientos abiertos al público, en los cuales previa autorización expresa del organismo oficial de turismo, se organice de manera permanente y con fines de lucro el denominado juego mutual de bingo, mediante el cual los jugadores adquieren una o varias tablas y optan al azar por un premio en dinero en efectivo a base de las condiciones montos y porcentajes determinados de manera previa a cada una de las jugadas, en función del número de participantes en la misma. Los hipódromos son establecimientos turísticos que prestan servicios de juegos de azar, mediante la realización de carreras de caballos, de manera habitual y mediante apuesta, con o sin servicios de carácter complementario. Estos juegos se someterán a las normas internacionales generalmente aceptadas.

Las empresas que conduzcan las salas de juegos definidas en el párrafo precedente, solamente podrán operar si gozan de derechos adquiridos a su favor y fallos judiciales constitucionales definitivos o de justicia ordinaria emanados de autoridad competente, de conformidad a lo acotado en el Art. 63 de la Ley de Turismo.

Art. 44.- Normas técnicas y reglamentarias para las actividades turísticas.- Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de acuerdo ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible.

Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas, ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos, no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,

b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

CAPITULO II

DEL REGISTRO UNICO DE TURISMO

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US $ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

Art. 49.- Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro.

En caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulará el último registro.

Art. 50.- Registro de sucursales.- Por la apertura de una sucursal se pagará por ampliación del registro un valor calculado de acuerdo a la tabla referida en este reglamento. Los actos y contratos que se celebren a nombre de la sucursal, serán de responsabilidad del titular del registro principal y solidariamente del factor, apoderado o administrador de la sucursal.

Las sucursales autorizadas en el caso de que sean de propiedad y administración del inicialmente registrado, cancelarán el valor que corresponda por licencia única anual de funcionamiento.

Art. 51.- Registro de franquicias.- Los establecimientos que funcionen haciendo uso de una franquicia, requieren:

a) Un nuevo registro correspondiente a la persona natural, empresa, sociedad o persona jurídica receptora de la franquicia;

b) La certificación que acredite la franquicia concedida; y,

c) La obtención de la licencia única anual de funcionamiento.

CAPITULO III

DE LOS PERMISOS TEMPORALES

Art. 52.- Del empresario temporal.- De acuerdo a la disposición contenida en el Art. 11 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo concederá permisos temporales de funcionamiento, únicamente para las actividades de alojamiento y de alimentos y bebidas, por un lapso no mayor a 90 días consecutivos, improrrogables, durante el mismo año calendario, sin perjuicio del cumplimiento de requisitos y obligaciones por otras instituciones en materias especializadas.

Estos establecimientos no requieren el registro, pero sí de permiso de funcionamiento temporal, que será concedido en este caso, exclusivamente por el Ministerio de Turismo.

Art. 53.- Período para calificar la temporalidad, Entiéndase por temporal la realización de actividades turísticas en una época o temporada determinada del año, que no será superior a noventa días.

Art. 54.- Costo del permiso temporal.- Para el caso de los permisos temporales de funcionamiento se pagará por el tiempo de duración del permiso, que en ningún caso podrá exceder de 90 días en el año. El valor de este tipo de permiso, se pagará proporcionalmente al señalado en la tabla que será expedida en los términos previstos en este reglamento.

CAPITULO IV

DE LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados

a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia unica anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 57.- Autoridad administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 59.- Potestad descentralizada.- En ningún caso se requerirá del establecimiento turístico la obtención de la licencia única anual de funcionamiento del Ministerio de Turismo y además de la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad.

Si la potestad ha sido descentralizada, la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad tiene la obligación de remitir la información correspondiente al Ministerio de Turismo, en forma semanal. Esta actividad será coordinada entre el Ministerio de Turismo y la institución referida especialmente en los plazos para la entrega de la información, los contenidos de la información requerida, y la compatibilización de los programas utilizados.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

Art. 61.- Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año.- Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30 días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Art. 62.- Inspecciones.- Unicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales no se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que

corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó. La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos en la Ley de Modernización, su reglamento y este reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Si de la inspección se comprobare el incumplimiento de las normas que le son aplicables en razón de su clasificación, se notificará a la persona natural o al representante de la persona jurídica, para que de manera inmediata efectúen los correctivos del caso. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Art. 63.- Uso de denominación.- Ningún establecimiento podrá usar denominación, razón social o nombre comercial y clasificación o categoría distintas a las que constan en el registro. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Ningún establecimiento que ejerza actividades que no sean turísticas puede usar denominación, razón social, publicidad, promociones o cualquier otro mecanismo que provoque confusión en el público respecto a los servicios que se ofrecen. El Ministerio de Turismo y el Ministerio de Gobierno actuarán de oficio para clausurar esos establecimientos hasta que superen las causas que motivaron su intervención, es decir retiren la publicidad, letreros, facturas, rótulos, publicidad y demás elementos materiales que configuren esta violación.

TITULO TERCERO

DE LAS AREAS PROTEGIDAS Y DE LAS AREAS TURISTICAS

CAPITULO I

DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL PATRIMONIO NACIONAL DE AREAS PROTEGIDAS

Art. 64.- De la coordinación interministerial.- En el ejercicio de sus competencias, los ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinarán sus actividades dentro del patrimonio nacional de áreas naturales protegidas.

El Ministerio del Ambiente, sus distritos forestales y direcciones de parques nacionales requerirán de la información y criterios previos del Ministerio de Turismo, en las actividades que tengan o pudieran tener impacto en el sector turístico.

Los mecanismos específicos de coordinación institucional entre el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Turismo, son aquellos establecidos en el Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas.

Art. 65.- Reuniones interministeriales.- Previa convocatoria efectuada por el Ministerio de Turismo dentro de los primeros noventa días de cada año, con la presencia del Ministerio del Ambiente y el sector privado organizado, se reunirán para tratar y resolver temas referentes a las regulaciones, limitaciones, fijación y cobro de tarifas y otros aspectos relacionados con el manejo de las áreas naturales protegidas.

Art. 66.- Coordinación especial para la fijación de tasas o derechos.- Mediante acuerdo interministerial se fijarán las tasas o derechos de ingreso a las áreas naturales protegidas, en las que no se hayan establecido impuestos por disposición de leyes especiales. No procede el cobro de impuesto y tasa o cualquier otro derecho, en una misma área protegida.

Los ministerios de Turismo y Ambiente establecerán dentro de los tres primeros meses de cada dos años, los valores que deberán pagarse por concepto de derechos de ingreso, en el patrimonio nacional de áreas protegidas.

El ejercicio de actividades turísticas en el patrimonio nacional de áreas protegidas deberá constar en los correspondientes planes de manejo con los que cada una de ellos deberá contar al menos la capacidad de carga del área y la identificación de los sitios de visita. El componente de turismo del plan de manejo del área deberá ser consultado con el Ministerio de Turismo.

Para la determinación de los derechos y valores a los que se refiere este artículo deberá contarse con los estudios técnicos que justifiquen esa determinación; y, además, la consulta previa a los principales actores de la actividad según lo previsto este reglamento.

Art. 67.- No discriminación por las tasas o derechos de ingreso: Sin perjuicio de lo que disponen leyes orgánicas específicas o cualquier otra norma legal donde se establezcan impuestos y de conformidad con lo dispuesto en el artículo, 43, de la Ley de Turismo, no existirá discriminación alguna en las tarifas de las tasas o los derechos administrativos para el ingreso de turistas nacionales o extranjeros.

Art. 68.- Guías de turismo en estas áreas.- La actividad desarrollada por los guías de turismo en áreas naturales protegidas, incluyendo el Parque Nacional Galápagos, se regirán por el Reglamento de Guías, expedido para el efecto por el Ministerio de Turismo.

CAPITULO II

DE LAS AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

Art. 69.- Facultad privativa.- Es facultad privativa del Presidente de la República la de declarar y aprobar las áreas turísticas protegidas y las de reserva turística. Esta potestad pública no es delegable.

Esta declaración procede previa petición técnicamente fundamentada del Ministerio, de Turismo o del Municipio correspondiente, de ser del caso.

El sector turístico privado formalmente organizado podrá también sugerir la declaratoria referida, a través del Ministerio de Turismo y con el fundamento técnico establecido en este artículo.

Art. 70.- Finalidad.- La declaratoria de estas áreas tendrá como finalidad la protección de recursos de los entornos turísticos para, sobre esta base identificar y promocionar usos compatibles y excluir usos no compatibles, considerando la seguridad, higiene, salud y preservación ambiental, cultural y escénica. Además, en esas áreas el sector público debe priorizar la dotación de servicios e infraestructura básica que garantice el desarrollo del sector y la prestación de servicios de calidad.

Art. 71.- Requisitos.- Para la declaratoria de áreas turísticas protegidas se requiere:

1. La petición del Ministro de Turismo dirigida al Presidente de la República especificando el área con el detalle de los linderos.

2. Adjuntar el estudio técnico que justifique la petición, con determinación de al menos los impactos económicos, ambientales, culturales y sociales, de la declaración.

3. Acta de la inspección al sitio, efectuada por la comisión integrada por el Ministerio de Turismo y el del Ambiente, el sector privado organizado a través de la FENACAPTUR, el Ministerio de Economía y Finanzas a través de sendos delegados.

4. Estudio de la propiedad de la tenencia de la tierra de la zona materia de la declaratoria.

Art. 72.- Calificación.- La Presidencia de la República evaluará y calificará la procedencia de la petición y sobre la base de la información recibida y la adicional que sea requerida, se procederá o no a la declaratoria.

Art. 73.- Inscripción y publicación.- El decreto ejecutivo que declara área turística protegida, deberá ser inscrito en el respectivo Registro de la Propiedad del cantón en que se encuentre ubicado el inmueble y publicación en el Registro Oficial y cualquier otro medio. Además, deberá notificársele al Municipio en cuya jurisdicción se localice el área turística protegida para efectos de planificación, uso y control del uso del suelo y que se priorice en ella la construcción de infraestructura básica que corresponda según los correspondientes planes de manejo.

Art. 74.- Régimen de tenencia de la tierra.- La declaratoria referida puede realizarse en áreas públicas o privadas. Previo a la declaratoria se identificará la propiedad de la tierra en la que se asentará la declaratoria. En los dos casos se procederá a la suscripción de los convenios que sean del caso o a la expropiación en los términos establecidos en la Constitución y en las leyes vigentes según sea el caso.

Art. 75.- Efectos de la declaratoria.- La declaratoria referida en este artículo, no excluye del comercio al área declarada como tal; pero, sin embargo, la somete a la limitación al dominio que se desprende del uso del suelo que obligatoriamente deberá formularse posteriormente a la declaratoria.

De ser necesario, a través de un reglamento especial se determinarán los tipos y niveles de áreas protegidas y los requerimientos técnicos de cada uno de ellos, y sus correspondientes efectos.

TITULO CUARTO

EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.

Art. 77.- El patrimonio autónomo contará con los ingresos previstos en el artículo 40 de la ley.

Art. 78.- Las recaudaciones de contribuciones para el patrimonio autónomo.- Los procedimientos de recaudación de algunos de los recursos señalados en la ley serán los siguientes:

1. La contribución del 1 por mil sobre activos fijos, determinada en el literal a) del artículo 40 de la Ley de Turismo, pagarán todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos. Para el cálculo de dicha contribución se exigirá lo siguiente:

a. Personas jurídicas: Los balances presentados a la Superintendencia de Compañías, debidamente aprobados, correspondientes al año inmediato anterior. Requisito que se exigirá a los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio, previo a la renovación de la licencia anual de funcionamiento;

b. Personas naturales: Al momento de obtener el registro, deberán hacer una declaración juramentada, en el formulario preparado por el Ministerio de Turismo para tal efecto, sobre el monto de los activos fijos que posee el establecimiento; y,

c. Para establecimientos registrados y de propiedad de personas naturales: Igualmente declararán bajo juramento sus activos fijos, como al momento de la renovación de la licencia única anual de funcionamiento.

El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de julio de cada año. Vencido este plazo, el contribuyente pagará un interés calculado de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 20 del Código Tributario.

Previa la obtención del registro de turismo las personas naturales o jurídicas deberán pagar los valores correspondientes que se establecen en el presente reglamento.

2. Todo boleto aéreo emitido u originado en el Ecuador para viajes internacionales, está sujeto al cobro de USD 5 dólares de los Estados Unidos de América, que serán destinados al fondo de promoción turística del Ecuador.

Todos los pasajeros nacionales o extranjeros que sean titulares de boletos aéreos emitidos u originados en el Ecuador, deben cancelar el valor señalado en el párrafo anterior, con excepción exclusivamente de:

a) Los boletos liberados y utilizados por personal de las líneas aéreas en comisión de servicio; y,

b) Las tripulaciones de las líneas aéreas en servicio.

Esta contribución será recaudada por las líneas aéreas en sus puntos de venta directa; y, por las agencias de viajes participantes en el sistema BSP de la IATA, según el sitio de venta o emisión de los pasajes aéreos.

La totalidad de los valores recaudados por esta contribución, por las ventas directas de las aerolíneas, serán transferidos mensualmente, al fideicomiso mercantil del fondo de promoción turística, de forma automática y detallada, dentro de los cinco primeros días siguientes al mes de recaudación.

La transferencia de los valores recaudados por esta contribución, por las agencias de viajes participantes en el sistema BSP de la IATA, serán transferidos quincenalmente al fideicomiso mercantil del fondo de promoción turística, dentro de los cinco días siguientes a la quincena de la liquidación de los valores que les corresponde pagar a las agencias de viajes al sistema IATA/BSP.

Los valores que se transfieran con posterioridad al plazo establecido en el párrafo anterior, deberán ser cancelados con el máximo interés legal vigente a la fecha de la transferencia efectiva de los valores correspondientes.

El Ministerio de Turismo podrá hacer uso de la jurisdicción coactiva prevista en la ley, para la recaudación de los valores correspondientes. Además de que se podrán iniciar las acciones administrativas y legales que sean menester, en los términos establecidos en este reglamento.

Art. 79.- Con respecto a los literales b), d), f) y g) del artículo 40 se estará a lo dispuesto en la Ley de Turismo y otras disposiciones aplicables.

Art. 80.- Uso de los recursos.- A más de las disposiciones contenidas en los acuerdos ministeriales cuya vigencia se ratifica en este instrumento, los recursos provenientes del fideicomiso podrán ser utilizados en toda clase de investigación, consultoría, asesoría y demás documentos técnicos que sirvan de base para la ejecución de las actividades específicas de promoción previstas en este reglamento y en las normas citadas y, en la Gerencia del fondo de promoción turística. En ningún caso los gastos que se satisfagan por los conceptos antes señalados, superarán un monto mayor al 5% calculado sobre los ingresos anuales totales del fondo.

TITULO QUINTO

PROCEDIMIENTOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 81.- Alcance, de la potestad asignada al Ministerio de Turismo como defensor de derechos de usuarios.- Para los efectos que se desprenden de la obligación del Ministerio de Turismo como defensor de los derechos de los usuarios, constituirá el Centro de Protección Turística. Para tal efecto, el Ministerio celebrará los convenios que sean necesarios con las instituciones públicas o privadas con potestades específicas en patrocinio de causas en defensa del consumidor en general y de ser procedente con instituciones que ejercen la potestad de sanción en esta materia.

Los convenios referidos y las acciones que le corresponden en tal virtud, se ejercerán sin perjuicio del ejercicio de juzgamiento administrativo que le corresponde en los términos establecidos en el Capítulo II de este título.

El Ministerio de Turismo ejercerá esta atribución, adicionalmente a través de los centros de información al turista, donde se le informará y asesorará en sus derechos y de los procedimientos administrativos y legales que le corresponden por la deficiencia en la prestación de un servicio turístico. Estos centros de información dirigirán al usuario, según sea el caso, a presentar las denuncias o demandas que procedan, ante los comisarios nacionales de Policía, intendentes de Policía, Policía Judicial, a los centros de Mediación y Arbitraje o a la Defensoría del Pueblo.

Art. 82.- Normas de referencia para determinar las infracciones civiles, penales o administrativas.- Con el objeto, de determinar si el servicio prestado cumple con la calidad ofrecida, se tomará como referencia obligatoria a las normas ecuatorianas, legales, administrativas o técnicas, vigentes sobre la materia, a más de la expresión del prestador de servicios contenido en la misma oferta.

Art. 83.- Solución alternativa de conflictos.- El Ministerio de Turismo celebrará convenios de cooperación con los centros de mediación y arbitraje, legalmente reconocidos, con el objeto de buscar soluciones amigables, rápidas y efectivas a los conflictos que se generen en el sector.

Los convenios referidos y las acciones que le corresponden en tal virtud, se ejercerán sin perjuicio del ejercicio de juzgamiento administrativo que le corresponde en los términos establecidos en el Capítulo II de este título.

Los convenios de cooperación referidos se aplicarán, siempre y cuando las partes interesadas (prestador de servicios y cliente) lo hubiesen estipulado formal y expresamente en el contrato de prestación de servicios, o cuando una vez trabada la litis, lo resuelvan de mutuo acuerdo.

Art. 84.- Jurisdicción ordinaria.- Todo lo relacionado con el cumplimiento de contratos, en caso de superarse las soluciones amigables de los centros de mediación y arbitraje o de la Defensoría del Pueblo, será reclamado ante el correspondiente Juez de lo Civil, bajo el alcance de la responsabilidad (aún la leve) establecida en el Art. 44 y el resarcimiento de daños y perjuicios establecidos en el Art. 45 de la Ley de Turismo.

En caso de encontrarse indicios de responsabilidad penal, sin perjuicio de la correspondiente denuncia del directamente afectado, el funcionario encargado del juzgamiento administrativo dentro del Ministerio de Turismo, remitirá el expediente al correspondiente agente fiscal para el inicio de las investigaciones del caso.

Tanto el proceso amigable, como los contenciosos en el área civil y penal son de responsabilidad del particular.

En los procesos de acción pública le corresponde al Ministerio de Turismo en su condición de defensor de los derechos de los usuarios intervenir directamente. La actividad material del ejercicio de esta potestad podrá ser tercerizada en los términos establecidos en este reglamento, dando preferencia a los consultorios jurídicos gratuitos de las facultades de Jurisprudencia de las universidades del Ecuador o a las cámaras provinciales de Turismo, procurando la gratuidad del servicio para el Ministerio y para el usuario.

En los procesos civiles se deberá atender la iniciativa del usuario o turista.

Art. 85.- Protección especial.- Sin perjuicio de las disposiciones contenidas en leyes orgánicas o de otra especialidad, los extranjeros no serán discriminados particularmente con el cobro de tasas, derechos y tarifas superiores a los que se cobren a los turistas nacionales. El sector privado organizado podrá ejercer a nombre del turista discriminado, las acciones que considere pertinentes para evitar tal discrimen, sin perjuicio de que el Ministerio de Turismo, por sí mismo o a denuncia de parte interesada abra el correspondiente expediente administrativo y sancione al infractor en los términos establecidos en este reglamento. Así mismo, de ser del caso, el Ministerio de Turismo interpondrá los recursos que sean necesarios con el objeto de que las demás instituciones del Estado, apliquen la disposición contenida en este artículo y en la Ley de Turismo.

CAPITULO II

PRINCIPIOS DEL PROCEDIMIENTO AMINISTRATIVO SANCIONATORIO

Art. 86.- Infractores.- Para los efectos de este reglamento, se considerarán responsables de las infracciones a la Ley de Turismo, este reglamento y demás normativa vigente en el sector turístico:

a. Las personas naturales que, por cuenta propia o a nombre y representación de una persona jurídica, ejecuten la actividad infractora;

b. Las personas naturales que, por cuenta propia o a nombre y en representación de una persona jurídica, promuevan la acción propuesta de donde se desprende la actividad o proyecto que constituya u origine la infracción;

c. Las personas naturales que, por cuenta propia o a nombre y en representación de una persona jurídica, presenten información relevante para la adopción de decisiones administrativas por parte de la administración del sector turístico; y,

d. Las personas responsables del procedimiento administrativo que se ha incumplido.

Cuando concurran distintas personas en la autoría de la misma infracción, sin que resulte posible deslindar la participación efectiva de cada una de ellas, se exigirá la responsabilidad de forma solidaria.

Los infractores son responsables administrativa y de ser del caso civil y penalmente por las acciones, omisiones y aún por la información proporcionada a la Administración Turística con el objeto de acceder a beneficios de naturaleza tributaria, a registros, a permiso de funcionamiento o autorización administrativa de cualquier naturaleza. Serán responsables incluso por culpa leve y negligencia en los términos del Art. 44 de la Ley de Turismo y el Art. 29 del Código Civil.

Art. 87.- Sanciones.- Según lo dispuesto por los artículos 35, 37, 44, 45, 49, 52 de la Ley de Turismo, en caso de incumplimiento de las disposiciones contenidas en la ley y este reglamento y sin perjuicio de las obligaciones técnicas y administrativas que el infractor tenga en cumplimiento de las obligaciones de cualquier otra naturaleza:

a. No podrá ejecutarse la acción propuesta;

b. Se declarará la nulidad del acto administrativo que contiene la autorización administrativa de la actividad que corresponda;

c. Será causal de requerir la suspensión temporal o definitiva del registro o permiso anual de funcionamiento de la actividad turística del infractor;

d. Será causal para la terminación del contrato o concesión de ser del caso;

e. Será objeto de amonestación escrita en caso de faltas leves;

f. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas;

g. Multas, que el Ministerio de Turismo impondrá de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida, de acuerdo al procedimiento previsto en este reglamento:

- 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; y,

h. Clausura, que es el 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.

Art. 88.- Procedencia de las sanciones.- Las sanciones administrativas previstas en la ley, este reglamento y demás normativa vigente en el sector turístico serán aplicables, previa la prosecución del correspondiente trámite o procedimiento administrativo según corresponda.

Previa a la sanción administrativa, se correrá traslado del proceso a los tribunales de honor de las cámaras provinciales de Turismo para que se pronuncien con una propuesta de sanción, en el caso de merecerla, previa la expedición de las sanciones que correspondieren según el caso. El pronunciamiento señalado es referencial para la autoridad pública sancionadora.

La sanción administrativa no obsta el ejercicio de las acciones civiles y penales que se desprendan de la infracción, en caso de ser procedente.

Art. 89.- Uso de los recursos provenientes de multas.- El producto de las multas impuestas en las infracciones administrativas y el producto del remate de los bienes que se han decomisado serán invertidos por el Ministerio de Turismo en el financiamiento de los planes, programas y proyectos previstos en los correspondientes planes operativos anuales; igual facultad tendrán los municipios que han recibido la competencia.

Art. 90.- Inicio de acciones penales.- Cuando la autoridad sancionadora considere que además de la infracción juzgada se ha cometido un delito pesquisable de oficio, remitirá las copias del expediente al fiscal competente para que inicie la excitativa fiscal respectiva.

El Ministerio de Turismo, por sí mismo o a través del servicio tercerizado en los casos de juzgamiento de delitos perseguibles por acción pública, comparecerá en los juicios y actuará de la forma más amplia posible, en defensa de los derechos de los usuarios, especialmente pero sin limitarse a turistas, o visitantes extranjeros. Para efectos de la ejecución de las medidas cautelares y la ejecución de las decisiones administrativas se contará, de ser necesario, con la participación de la fuerza pública.

Art. 91.- Procedimiento administrativo sancionatorio.- El procedimiento administrativo al que se someten las infracciones a este reglamento es el que le corresponde a la autoridad de aplicación competente, esto es el Ministerio de Turismo o las entidades del régimen seccional autónomo a las que se les ha descentralizado la competencia de control, según conste en sus reglamentos especiales, el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva u ordenanzas respectivas.

TITULO SEXTO

LA JURISDICCION COACTIVA

Art. 92.- La jurisdicción coactiva que le ha sido asignada al Ministerio de Turismo, a través del Ministro o sus funcionarios, en el artículo 62 de la Ley de Turismo, tiene por objeto hacer efectivo el pago de lo que, por cualquier concepto, se deba al Ministerio de Turismo, por los recursos que le corresponden establecidos en la ley, sean éstos propios, en cuyo caso los depositará en la cuenta institucional o sea que correspondan al fondo de promoción turística, en cuyo caso serán depositados en el correspondiente fideicomiso.

Art. 93.- La jurisdicción coactiva se ejerce privativamente por los respectivos empleados recaudadores de las instituciones indicadas en el artículo anterior; sin perjuicio de lo cual, la actividad material de cobro podrá ser contratada a la iniciativa privada.

El Ministro de Turismo, a través de acuerdo ministerial, determinará los funcionarios que tienen las atribuciones para ejercer la potestad asignada al Ministerio en el artículo 62 de la Ley de Turismo.

Art. 94.- El ejercicio de la jurisdicción coactiva prevista en la Ley de Turismo, se sujeta a lo que dispone este título y a las normas especiales que para tal efecto y de ser necesarias, las expida el Ministro de Turismo, a través de acuerdo ministerial; y en lo que no se encuentre previsto, se someterá a las reglas generales contenidas en el Código de Procedimiento Civil.

El orden de aplicación de la normativa en materia del ejercicio de la jurisdicción coactiva es el indicado en este artículo, siempre que no haya contradicción con las leyes, en cuyo caso prevalecerán éstas.

Art. 95.- En caso de falta o impedimento del funcionario que debe ejercer la coactiva, será subrogado por el que le sigue en jerarquía dentro de la respectiva oficina. La excusa o impedimento será calificado por el Ministro de Turismo.

Art. 96.- Si las obras o servicios contratados por el Ministerio de Turismo, con particulares, no se realizaren dentro del plazo estipulado, se procederá a hacer efectivas las cauciones y demás garantías e indemnizaciones, por el trámite de la jurisdicción coactiva, previsto en este reglamento.

Art. 97.- La falta de pago de las obligaciones que el particular tenga con el Ministerio de Turismo o con el fondo de promoción turística, dentro de los plazos estipulados en cada caso, serán cobradas a través del trámite de la jurisdicción coactiva previsto en este reglamento.

Art. 98.- La jurisdicción coactiva se ejercerá aparejando el respectivo título de crédito, que consistirá en títulos ejecutivos; catastros y cartas de pago legalmente emitidos; y, en general, en cualquier instrumento público que pruebe la existencia de la obligación.

Art. 99.- El Ministro de Turismo, a través de un acuerdo ministerial, designará a los siguientes funcionarios encargados del proceso coactivo:

a. Un Juez de coactiva;

b. Un funcionario recaudador; y,

e. Un Secretario del proceso de coactiva.

Art. 100.- El funcionario recaudador no podrá iniciar el juicio de jurisdicción coactiva sino fundado en la orden de cobro general o especial, legalmente transmitida por el Gerente Financiero Nacional y al Asesor Jurídico Nacional. El ejercicio de esta facultad podrá ser desconcentrada según sean las necesidades institucionales, a través del correspondiente acuerdo ministerial. También se podrá transferir a los organismos seccionales autónomos.

Art. 101.- La subrogación de derechos y obligaciones no excluye del subrogado del cumplimiento de sus obligaciones con el Ministerio de Turismo.

Art. 102.- Para que se ejerza la jurisdicción coactiva, es necesario que la deuda sea líquida, determinada y de plazo cumplido, cuando lo hubiere. La liquidación y determinación de la deuda le corresponde a la Gerencia Financiera Nacional y la identificación del plazo vencido a la Asesoría Jurídica Nacional. El ejercicio de esta facultad podrá ser desconcentrada según sean las necesidades institucionales, a través del correspondiente acuerdo ministerial. A través del mismo instrumento se designará al funcionario recaudador. También se podrá transferir a los organismos seccionales autónomos.

Art. 103.- Si lo que se debe no es cantidad líquida, el Juez de Coactiva citará al deudor, a través del funcionario recaudador, para que dentro de veinticuatro horas, nombre un contador que practique la liquidación junto con el o los funcionarios designados por este reglamento o por el Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial. Si el deudor no designa el Contador, verificará la liquidación solo el funcionario del Ministerio de Turismo.

En caso de desacuerdo entre los dos funcionarios, se estará a la liquidación del funcionario público.

Con la determinación del funcionario público competente, se correrá traslado al administrado para que se pronuncie dentro de un plazo de cinco días.

Art. 104.- El informe de liquidación se enviará al Juez de Coactiva, funcionario encargado de dar las órdenes de cobro al funcionario recaudador.

Art. 105.- Fundado en la orden de cobro, y siempre que la deuda sea líquida, determinada y de plazo vencido, el recaudador ordenará que el deudor o fiador pague la deuda o dimita bienes dentro de tres días contados desde que se le hizo saber esta resolución; apercibiéndole que, de no hacerlo, se embargarán bienes equivalentes a la deuda, intereses y costas. Para el embargo se preferirán bienes muebles o inmuebles.

Art. 106.- La citación del auto de pago y del que ordene el nombramiento de peritos para la liquidación, se harán en la forma que se indica en el trámite del juicio ejecutivo.

Art. 107.- El procedimiento para el embargo, avalúo y remate de bienes, será el establecido para el juicio ejecutivo.

Art. 108.- Las providencias que se dicten en estos juicios, fuera de la sentencia, no son susceptibles de recurso alguno. Tampoco se admitirán incidentes de ninguna clase y de suscitarse se rechazarán de plano.

Art. 109.- Las costas de la recaudación, incluyendo pago de peritos, alguaciles, honorarios, certificados y otros, serán de cuenta del coactivado.

Art. 110.- Son solemnidades sustanciales en este procedimiento:

1. Justificar la calidad de funcionario recaudador en el que ejercita la coactiva.

2. Justificar la calidad de deudor.

3. Aparejar la coactiva con el título de crédito y la orden de cobro.

4. Que la obligación sea líquida, determinada y de plazo vencido. 5. La citación al deudor o al garante, del auto de pago o del que ordena la liquidación, en su caso.

Art. 111.- Todas las autoridades civiles, militares y policiales están obligadas a prestar los auxilios que los empleados recaudadores les soliciten para la recaudación de las rentas de su cargo.

Art. 112.- No se admitirán las excepciones del deudor, sus herederos o fiadores, contra el procedimiento coactivo, sino después de consignada la cantidad a que asciende la deuda, sus intereses y costas. La consignación se hará con arreglo al Art. 196 de la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, a órdenes del recaudador.

La consignación no significa pago.

Se exceptúan de la obligación de consignación del pago, cuando las excepciones propuestas versaren únicamente sobre falsificación de documentos con que se apareja la coactiva o sobre la prescriPción de la obligación.

Art. 113.- Presentados los descargos o en rebeldía, el Juez recibirá la causa a prueba por el término de cinco días, si hay hechos que justificar.

Art. 114.- Vencido ese término, o si las excepciones fueren de puro derecho, se concederán dos días para que aleguen las partes. Con los alegatos, o en rebeldía, se pronunciará sentencia previa notificación.

Art. 115.- La sentencia contendrá la orden de receptar definitivamente el monto consignado o de ser procedente, su devolución al interesado, con los respectivos intereses según lo previsto en el artículo 21 del Código Tributario.

Art. 116.- De la resolución del Juez de coactiva podrán interponerse los recursos que sean procedentes en virtud de la normativa vigente, ante el Ministro de Turismo o en vía jurisdiccional.

TITULO SEPTIMO

DISPOSICIONES GENERALES Y TRANSITORIAS

CAPITULO I

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Para renovar la patente de operación turística en el Sistema Nacional de Areas Naturales Protegidas, los interesados solamente deberán cumplir con las formalidades y procedimientos señalados en el Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas y sus reformas. El Estatuto del Parque Nacional Galápagos, norma de organización, estructuración y funcionamiento interno de dicho órgano del Ministerio del Ambiente no podrá establecer ni procedimientos ni requerimientos adicionales a los establecidos en el Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas.

SEGUNDA.- En lo que no estuviere previsto en la ley, en este reglamento, en los reglamentos especiales y las normas técnicas que se dicten en virtud de las disposiciones contenidas en ellas, se observarán las disposiciones del Código Etico Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

TERCERA.- Las sanciones por prácticas desleales serán tramitadas según la legislación vigente para tal efecto.

CUARTA.- El Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial, podrá exonerar de los derechos que le pueden corresponder a esta institución o podrá solicitar que el Ministerio del Ambiente exonere a través del mismo instrumento, de los derechos que le pueden corresponder a dicha institución, por el ingreso a parques nacionales o áreas naturales protegidas públicas, por razones de interés general para el sector. La petición y la expedición del instrumento serán debidamente fundamentadas. Esta potestad no incluye el pago de tributos que hayan sido establecidos por leyes especiales.

QUINTA.- El Ministerio de Turismo, por sí mismo o a través de la iniciativa privada, mantendrá los registros mencionados en este reglamento con toda la información relacionada con el sector turístico, adicionalmente para los efectos que se establecen en la ley y este reglamento, para efectos estadísticos. El acceso a la información referida en esta disposición y en el Art. 57 de la Ley de Turismo tiene el límite de las disposiciones contenidas en normas de protección de la propiedad intelectual y de protección de la confidencialidad.

SEXTA.- Las autoridades administrativas del sector turístico y las relacionadas con el sector en virtud del ejercicio de competencias institucionales establecidas en leyes especiales respetarán los derechos administrativos adquiridos con la Ley Especial de Desarrollo Turístico, sobre la base de la información contenida en los registros y archivos del Ministerio de Turismo, a la fecha de expedición de la Ley de Turismo, sin perjuicio de las actualizaciones que sean requeridas en virtud de la normativa vigente para tal efecto.

CAPITULO II

DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Las normas técnicas y reglamentos especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este reglamento con el objeto de regular la actividad turística a nivel nacional será formulada, consultada y expedida, por el Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este reglamento general, en el Registro Oficial.

SEGUNDA.- Mientras se expiden los reglamentos especiales y normas técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas:

ACTIVIDAD: ALOJAMIENTO

CLASE: HOTELERO

SUBTIPO:

a.1.1 Hoteles

a.1.2 Hoteles residencias

a.1.3 Hoteles apartamentos (Apart - hoteles)

a.1.4 Hostales

a.1.5 Hostales residencias

a.1.6 Pensiones

a.1.7 Moteles

a.1.8 Hosterías

a.1.9 Cabañas

a.1.10 Refugios

a.1.11 Paradores

a.1.12 Albergues

ACTIVIDAD: ALOJAMIENTO

CLASE: EXTRAHOTELEROS O NO HOTELEROS

SUBTIPO:

a.2.1 Apartamentos turísticos

a.2.2 Campamentos de turismo - camping

a.2.3 Ciudades vacacionales

ACTIVIDAD:

TIPO

b.1 Restaurantes

b.2 Cafeterías

b.3 Fuentes de soda

b.4 Drives inn

b.5 Bares

ACTIVIDAD:

TIPO:

c.1 Termas y balnearios

c.2 Discotecas

c.3 Salas de baile

c.4 Peñas

c.5 Centros de convenciones

c.6 Boleras

c.7 Pistas de patinaje

c.8 Centros de recreación turística

c.9 Salas de recepciones y salas de banquetes

ACTIVIDAD: AGENCIA DE SERVICIOS TURISTICOS

TIPO

d.1 Agencia de viajes mayorista

d.2 Agencia de viajes internacional

d.3 Agencia de viajes operadora

ACTIVIDAD: CASINOS, SALAS DE JUEGO, HIPODROMOS Y PARQUES DE ATRACCIONES ESTABLES

TIPO:

e.1 Casinos

e.2 Salas de juego

e.3 Hipódromos y picaderos

ACTIVIDAD: TRANSPORTACION

TIPO:

f.1 Lineas de transporte aéreo nacional e internacional

f.2 Líneas de transporte marítimas y fluviales nacionales e

internacionales

f.3 Empresas de transporte terrestre internacional y nacional que determine el Directorio

f.4 Empresas que arriendan medios de transporte aéreo, marítimo, fluvial o terrestre.

TERCERA.- Ratificase la constitución del fondo de promoción turística y sus normas de funcionamiento interno contenidos en el Acuerdo Ministerial No. 58 Reglamento Interno del Fondo de Promoción Turística, contenido en el Registro Oficial No. 670 del 25 de septiembre de 2002, y el Acuerdo Ministerial No. 57, Ministerio de Turismo, Reglamento General del Fondo de Promoción Turística, publicado en el Registro Oficial No. 670 del 25 de septiembre de 2002. En un plazo de noventa días contados a partir de la publicación de este reglamento, y de ser necesario a criterio del Ministro de Turismo, éste a través de acuerdo ministerial, modificará los instrumentos normativos citados en los términos establecidos en este reglamento.

CUARTA.- En cumplimiento con las disposiciones del Art. 46 de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, de los Arts. 1, 16, 17 y 20 de la Ley de Turismo, y de los Arts. 1, 6 y 16 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas, donde se encuentran establecidas concordantemente entre sí y con precisión las competencias del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Ambiente, a través de sus órganos entre otros y en lo que corresponde por la Dirección del Parque Nacional Galápagos, el Ministerio de Turismo elaborará y expedirá, a través de un acuerdo ministerial, en el plazo no mayor de noventa días, a partir de la publicación en el Registro Oficial de este reglamento, el Reglamento de Guías, en el que se incluirá un capítulo correspondiente a la guianza e interpretación ejercida por los guías naturalistas que prestan sus Servicios en el Sistema Nacional de Areas Naturales Protegidas.

En tal virtud, el Estatuto del Parque Nacional Galápagos no regulará ningún aspecto relacionado con la interpretación y guianza en las áreas naturales protegidas de la provincia de Galápagos.

En este período y previo a la expedición de este reglamento, el Ministerio de Turismo deberá organizar y realizar cursos para guías naturalistas para todas las áreas que integran el Patrimonio Nacional de Areas Naturales Protegidas en todas las categorías señaladas en los instrumentos normativos vigentes.

Para este efecto, el Ministerio de Turismo consultará con el Ministerio del Ambiente, particularmente en la unificación de procedimientos, respetando las correspondientes competencias institucionales según ha sido citado y los contenidos mínimos de los cursos en materia ambiental y de recursos naturales dentro de las áreas protegidas.

Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de la guianza turística y conducción de grupos de visitantes, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado.

Se reconoce como profesional en el área de guianza turística en cualquiera de sus modalidades, a la persona que con anterioridad a la vigencia de la presente ley se encuentre autorizada o carnetizada como guía de turismo ante el Ministerio de Turismo.

Los guías no podrán realizar actividades de operación turística definida en este reglamento, ni contratar directamente la prestación de sus servicios con turistas, viajeros o visitantes.

TITULO FINAL

REFORMAS Y DEROGATORIAS

CAPITULO I

DE LAS REFORMAS

Refórmanse las siguientes normas reglamentarias:

1. Decreto Ejecutivo No. 133, publicado en el Registro Oficial No. 25 del 19 de febrero de 2003, expide el Reglamento de Aplicación al Capítulo VII de la Ley de Turismo, en los siguientes términos:

a. Agréguese en el artículo 1, luego de las palabras "municipios y consejos provinciales", las palabras "o el Ministerio de Turismo";

b. Agréguese en el artículo 1, el siguiente párrafo:

"Se exceptúan de esta disposición el tratamiento tributario previsto en el Art. 31 de la ley de Turismo que no requieren de la aprobación de un Proyecto y que son de aplicación directa e inmediata por los sujetos pasivos que ejerzan esas actividades.";

c. Derógase el artículo 2;

d. Sustitúyase el artículo 3, por el siguiente:

"Art. 3.- PERSONAS BENEFICIARIAS.- Las personas naturales o jurídicas o empresas que califiquen su proyecto turístico ante el Ministerio de Turismo y las que ya obtuvieren la Licencia Unica Anual de Funcionamiento para sus establecimientos, de parte del Ministerio de Turismo o de las instituciones del Régimen Seccional Autónomo, se podrán acoger a los beneficio establecidos en la Ley de Turismo y este Reglamento. La calificación de proyectos turísticos a la que hace referencia este Reglamento se la llevará a cabo en los términos establecidos en el Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.";

e. En el artículo 4, sustitúyase la letra a), por la siguiente:

"a) Inversiones mínimas de las personas jurídicas;";

f. En el artículo 4 agréguese al contenido de la letra c) el siguiente texto:

"según la normativa de la Corporación Financiera Nacional vigente para tal efecto.";

g. En el artículo 4, sustitúyase el contenido de la letra d) por el siguiente:

"d) impactos socio - ambientales según los términos y alcances establecidos en la normativa vigente para tal efecto.";

h. En el artículo 7, elimínese la letra c);

i. En el artículo 9, sustitúyase el encabezado por el siguiente:

"Art. 9.- PROCEDIMIENTO.- La calificación la llevará a cabo el Ministerio de Turismo, por su cuenta o a través de la iniciativa privada, de la siguiente forma: ...";

j. En el artículo 10, sustitúyase la frase "dos años", por la frase "según los plazos establecidos en la Ley para cada caso";

k. En el artículo 11, luego de la palabra "calificación" inclúyase la palabra "recalificación";

l. El artículo 12, sustitúyase por el siguiente:

"Art. 12.- REGISTRO Y CONTROL.- El Ministerio de Turismo mantendrá un registro los Proyectos de Inversión calificados, que contendrá además la información relevante de sus titulares, sean éstos personas naturales o jurídicas.

En el registro debe constar el monto de los beneficios proyectados y los montos proyectados de los beneficios concedidos.

El Ministerio de Turismo, por sí mismo o a través de la iniciativa privada, verificará cuantas veces lo considere necesario a los proyectos de inversión calificados. Los efectos de la verificación servirán de base, de ser procedente, para el inicio de las acciones administrativas o penales que sea procedente.

Si la actividad de verificación corre a cargo de la iniciativa privada, el costo será compartido entre el Ministerio de Turismo y el titular del proyecto verificado.";

m. En el artículo 17 incorporar un literal con el siguiente texto:

"c) La calificación de los proyectos otorgada por el Ministerio de Turismo, por si mismo o a través de la iniciativa privada,";

n. En el artículo 20, elimínanse las palabras: "Estos contratos y..."; y,

o. Luego del artículo 22, añadir un artículo con el siguiente texto:

"Artículo innumerado.- Para efectos de la aplicación del Artículo 31 de la Ley de Turismo, se estará a los procedimientos generales para la devolución del Impuesto al Valor Agregado contenidos en la Ley de Régimen Tributario Interno y al Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.".

2. Reglamento Especial de Turismo en Areas Protegidas, Decreto No. 3516 - Tomo II del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente, Edición Especial No. 2 del Registro Oficial del 31 de marzo de 2003, en los siguientes términos:

a. Sustitúyase el artículo 33 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas por el siguiente:

"Art. 33.- De acuerdo a las disposiciones contenidas en el Art. 47 y disposición transitoria tercera de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, todas las patentes de operación turística caducan anualmente. Los trámites de renovación de las patentes de operación turística se realizarán dos meses antes de la fecha en que expira la patente y el pago por este concepto, previa liquidación, podrá realizarse dentro de los tres primeros meses del año siguiente al de renovación de la patente.

En el caso de la provincia de Galápagos, los pagos por concepto de renovación serán fijados conforme a lo indicado en los procedimientos señalados en los artículos 37 y 60 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas, atendiendo la categorización señalada en el artículo 89 del Estatuto Administrativo del Parque Nacional

Galápagos. La administración del Parque Nacional Galápagos deberá notificar con la liquidación a los interesados, quienes pagarán los valores correspondientes por este concepto, hasta el 31 de marzo del año para el que se renueva la patente; sin embargo, el plazo que tendrá el administrado para realizar el pago por renovación de la patente de operación turística, no podrá ser menor a treinta días desde la fecha de la notificación.

Los jefes de áreas del Sistema Nacional de Areas Protegidas exigirán a los operadores turísticos la patente vigente; de no cumplirse con su presentación o en caso de caducidad, el operador turístico será sancionado conforme a las disposiciones legales pertinentes;

b. Sustitúyase el Art. 52 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas por el siguiente:

"Art. 52.- De acuerdo a las disposiciones contenidas en el Art. 47 y disposición transitoria tercera de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, para la renovación de la patente de operación turística deberá presentarse una solicitud acompañando la siguiente documentación actualizada:

1. Certificado de afiliación y cumplimiento de obligaciones a la Cámara Provincial de Turismo CAPTURGAL.

2. Copia de la licencia única de funcionamiento vigente, del Ministerio de Turismo.
3. Seguros vigentes sobre la base de lo dispuesto en el artículo 37 literal d) de este reglamento.

4. Matrícula de la embarcación o contrato de fletamento de la embarcación a utilizarse en la operación turística.

5. Certificado único de arqueo, avalúo y clasificación otorgados por la DIGMER.

6. Declaración del pago al Municipio del cantón correspondiente del 1.5 x 1.000 sobre los activos totales.

7. Copia del registro único de contribuyentes;

c. A continuación del numeral 1 del artículo 36, incorporar el siguiente inciso:

"De conformidad con lo que dispone el Art. 48 de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, se renovarán patentes de operación turística en la modalidad de turismo combinado de buceo y tierra, a las embarcaciones en cuyas patentes de operación turística conste la autorización para operar en Galápagos, Parque Nacional y la Reserva Marina de Galápagos o consten en el itinerario autorizado señalado en la Patente sitios de visita marinos y terrestres o se justifique documentadamente los cambios de itinerarios a sitios de visita terrestres y marinos autorizados por el Parque Nacional Galápagos o se pruebe la realización de actividades de tour combinado de buceo y tierra con anterioridad a la expedición de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos.";

d. Derógase el inciso antepenúltimo del artículo 36 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas;

e. En el artículo 30, añadir el siguiente inciso:

"En el caso de la Provincia de Galápagos, las patentes de operación turística las otorgará el Parque Nacional Galápagos";

f. Derógase el artículo 51 del Reglamento Especial de Turismo en Areas, Naturales Protegidas; y,

g. El artículo 67 del Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas sustitúyase por el siguiente:

"Art. 67.- El ingreso de naves extranjeras comerciales a la Reserva Marina de Galápagos para la realización de actividades de turismo en las áreas naturales protegidas de la provincia sólo podrá darse bajo contrato de fletamento o arrendamiento mercantil, en los casos de excepción, modo y tiempo, previstos en el artículo 24 de la Ley de Turismo.

Cualquier otra modalidad de ingreso para este tipo de embarcaciones, con fines de visita a áreas naturales protegidas de Galápagos o zonas de influencia, se encuentra prohibido.".

CAPITULO II

DE LAS DEROGATORIAS

Deróganse las siguientes normas secundarias del sector turístico: 1. El D.E. No. 3620, 14 de enero de 2003. Reglamento a la Ley de Turismo y Texto Unificado de Legislación Turística. Sin publicación en el Registro Oficial.

2. El Título V del Libro IV del Decreto Ejecutivo No. 3516. Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente. Tomo I. Edición Especial No. 2 del Registro Oficial del 31 de marzo de 2003.

3. El Decreto Ejecutivo 315, publicado en el Registro Oficial No. 68 de 24 de abril de 2003, que regula el cobro de US $ 5 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera del país, para financiar el fondo mixto de promoción turística.

4. El Decreto Ejecutivo 316, publicado en el Registro Oficial No. 68 de 24 de abril de 2003 que regula las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos del pago del 1 por mil sobre los activos fijos y por obtención del registro de turismo.

ARTICULO FINAL.- El presente reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, y de su ejecución encárgase al Ministro de Turismo.

This document was created with Win2PDF available at http://www.daneprairie.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.

ANEXO#6

JACQUELINETOUR

Persona a entrevistar: Sra. Jacqueline

Cargo: Presidente

El funcionamiento y el proceso de requerimiento de los servicios en la agencia de viaje Jacqueline tour se basan en que los clientes finales soliciten boletos aéreos y paquetes turísticos nacionales e internacionales que produce que la agencia busque los servicios de una aureolina u operadoras de turismo emisivos y receptivos. Los servicios que más se vende son los paquetes internacionales a emisivas y boletos aéreos.

Las operadora de turismo emisivo cuales trabajan son HDP, Tecnorep´s, representaciones internacionales y en operadoras de turismo receptivo Otrams S.A.

Los beneficios que busca son servicios confiables, responsabilidad, precios económicos, Paquetes atractivos, crédito y el más importante una buena atención al cliente.

Con la operadora que tiene mayor relación es HDP como la Sra. Jacqueline dijo "Porque son serios, cuando habido inconvenientes han sabido resolverlos, prestos ayudar al cliente no tan solo a cobrar y ganar". Solicita los servicios diariamente y se siente completamente satisfecha por los servicios brindados. Se realizan seguimiento cuando hay cualquier problema con sus clientes finales pero si todo el proceso va bien no es necesaria la comunicación frecuente.

La agencia busca las mismas características antes mencionadas para seleccionar otra operadora de turismo. La toma decisión es de la dueña de la agencia, pero si el personal selecciona una operadora que le brinde buenos servicios no hay ningún inconveniente en trabajar con ella.

Tiene buenas relaciones con la operadora de turismo Otrams S.A. y solo con ella trabaja cuando mueve el mercado receptivo ya que le ofrece buenos precios y servicios.

Las recomendaciones que nos ofreció a la operadora de turismo Otrams S.A. que mantenga su buen servicio y que el nuevo personal este bien capacitado.

C & J TOUR

Persona a entrevistar: Érica Muñiz

Cargo: Counter Nacional e Internacional

La Agencia C&J Tour quien solicita los servicios de compra de boletos de avión a las operadoras ya que no son agencias IATA y recibe una comisión por la pedido de los boletos aéreos. Las operadora con las que trabaja son Otrams y sudamericana.

Los servicios que mayor frecuencia pide a la operadora Otrams son City Tours, cerro blanco, Ruta del Sol, parque histórico, ya que ella le entrega un valor mayor de comisión que las demás operadoras en el mercado.

C&J Tour tiene un buena relación con todas las operadora incluso con las que no trabaja. La Agencia lo que busca Aguilidad, Rapidez y confiabilidad para poder laborar con un operadora de turismo.

Siente satisfacción plena con los servicios que le ofrecen todas las operadoras con las que trabajo.

No recibe de ninguna operadora ningún tipo de seguimiento. Al contrario la agencia llama por alguna circunstancia. Considera importante que las operadoras llamen para evaluar los servicios.

MUNDO TRAVEL

Persona a entrevistar: Jessica Mendez

Cargo: Counter.

Los clientes acuden directamente a la agencia y requieren los diferentes tipos de servicio con las especificaciones del caso.

Salmor, Vipeback, HDP son las principales operadoras con las que trabaja.

Comisiones con un 10% dependiendo del destino, bonos del $5 y $10 directamente para el counter.

Mayor relación son Salmor contestan enseguida, Maglar Rojo respuestas inmediatas todo se maneja vía e- mail.

Destinos de viajes nacionales e internacionales, lo que más vende es Galápagos.

Requerimiento de servicio en temporadas altas como carnaval vacaciones de colegios.

Las operadoras (Vipeback es la primera que recordó)con las que trabaja Mundo Travel realizan visitas periódicas para ofrecer los diferentes servicios que tienen a disposición; Esta Operadora al igual que otras realizan desayunos en donde

pasan un rato ameno y aprovechan la ocasión para ofrecer sus servicios y los ponen al tanto de cualquier novedad que se suscite.

Si recurre a otra operadora para satisface plenamente las necesidades de sus clientes.

Porque conoce a todas las operadoras analiza cual que la que mejor precio tiene ya que sus cliente buscan siempre un buen precio; además de la variedad de paquetes que tiene una operadora a diferencia de la otra.

Influye directamente el cliente por que le presentan las alternativas de las operadoras y el decide que paquete desea.

Entre la superior y el counter deciden a que operadora solicitar los servicios.

La relación amigable por los eventos que realizan, se conocen entre los miembros de las operadoras y agencias, la describe como una relación buena y amigable, debido a los eventos estrechan las relaciones de los miembros de las organizaciones,

Las ventajas son rápides, se conocen, muy puntuales y en el caso de un inconveniente los llaman para comunicarles los problemas que se susciten; y con respecto a las desventajas no existe ninguna por ahora.

BARREIRO INSO VIAJES Y TURISMO

Entrevistado: Agustin Barreiro Inso

Cargo: Presidente

Son agencias de Exportación, quienes venden tours, aéreo, traslado, alimentación, hotelería, asesoría, etc. y demás servicios solo fuera del Ecuador.

Ofrecen servicios dentro del Ecuador en el caso de que sea necesario pero como intermediarios es decir solicitan servicios a mayoristas u operadoras de turismo quienes se dedican netamente a operar dentro del Ecuador.

Siempre trabaja con operadoras como Dream Travel, Lujo Travel, BM Representaciones, Representaciones Internacionales, porque están les ofrece garantía.

Beneficios para el cliente ya que el pide que le prepare un programa o un determinado servicio; y la agencia analiza las opciones de las operadoras y que están se ajusten mas a los requerimientos del cliente de esta manera satisface sus necesidades siendo ellos los únicos beneficiados.

En si el beneficio más grande es el mejor servicio que ofrece una operadora, siempre para seleccionar la operadora es necesario fijarse en el servicio no en el precio ni otras ya que al cliente no se le da lo barato sino más bien lo que garantiza estar contentos y bien servidos.

Dream Travel porque son los que más rápido responden y brindan la información que la agencia necesita.

Hotelería, traslado, parte terrestre son los servicios que más requiere.

Ya tiene información previa de las operadoras y mayoristas y conoces cuales son los servicios que ofrecen y con qué precios se maneja, su elección resulta ser más fácil.

Los viajes al exterior son más frecuentes que cual otro servicio.

Muy satisfecho con las operadoras, servicio garantizado, muy contento

A veces, algunas llaman para preguntar cómo le ha ido al cliente y como estuvo el servicio, o el cliente llama para decir que el servicio estuvo estupendo.

Las que realizan seguimiento HDP, Dream Travel, Representaciones, todas con las que trabaja realizan esta actividad, en alguna u otra forma estas preocupadas.

Cada quien tiene una relación más cercana con un determinada operadora, sea el gerente general o presidente tienen amistad o confianza con un chica o chico de alguna operadora lo buscan a ellos y pide una cotización de un servicio, alguien más cercano para solicitar el servicio. Así mismo también depende que alguna operadora acuda a la agencia se manifieste, converse o presente propuestas, traiga información reciente por lo general todas las operadoras con las que trabaja hacen esto.

Frecuencia semanal a diversos destinos. La agencia se encuentra muy satisfecha y muy contenta con los servicios que son garantizados y siempre encuentra ventajas porque si hubiera desventajas no trabajaría con estas, porque si en algún momento surge algún problema pues me decide trabajar con otra operadora.

El entrevistado dijo la siguiente frase "Que la función de ellas es mantener el servicio actualizado y de primera".

M & C TOUR

Entrevistada: Katherine

Cargo: Counter

La agencia ofrece el servicio de Tickets aéreos, paquetes nacionales e internacionales, mediante e mail, visitas y llamadas telefónicas. Las Operadoras con que trabaja son HDP, Salmor, PGB, pero solicitada mayormente los servicios de HDP. Trabajan con Operadoras receptivas Castro Travel; solicita paquetes internos ya que con esta operadora tiene muy buena relación por que entablan un relación de amistad

Los beneficios que esperan de las Operadoras más que nada es el precio, y por lo general que la operadora sea confiable; todas las operadoras con las que trabaja le ofrecen comisiones, depende del paquete se ofrecen las comisiones.

La agencia tiene una mayor relación con Salmor y se encuentra muy satisfecho con el servicio.

Además reciben seguimiento; los visitan y preguntan cómo estuvo el servicio lo cual lo realizan de forma semanal.

La relación es increíble se lleva súper que bien con las operadoras con las que trabaja. Ya que entablan una relación de amistad; salen a comer, conversan frecuentemente, etc.

La agencia selecciona a otra operadora si esta no tiene disponibilidad hasta encontrarla, porque tiene que cumplir con todo lo que la agencia pida o exija.

De acuerdo a lo que la operadora me ofrezca o las exigencias que pedimos y el precio según estas variables a esa la escojo.

Por parte de las operadoras la agencia recibe seguimiento después de haber requerido el servicio; reciben llamadas y visitas.

La agencia no describe alguna ventaja o desventaja.

Por último la agencia no trabaja con la Operadora Otrams no ha escuchado hablar de ella.

AMERICAN TOURS

Entrevistada: Liliana Pimcay

Cargo: Counter

La agencia es iata por lo cual para obtener los beneficios que brinda la agencia debe estar afiliada a la iata para obtener las placas y operar con todas las líneas aéreas. La agencia de viaje posee una cartera de clientes fijos y esporádicos,

American Tours es más receptivo y trabaja con operadoras receptivas como Vipeback ya que esta da bonos a las agencia 10% de comisión y a los counter de $5 a $10 dependiendo del destino.

La agencia además trabaja con las Operadoras HDP, TecnoReds, con la mayoría que se encuentra en el mercado. Los beneficios que buscan son el asesoramiento mas profundizado del servicio para obtener tanto las características del cliente como el servicio que desea.

La agencia espera del servicio la puntualidad, rapidez y que el servicio cumpla con las necesidades requeridas por el pasajero.

American Tours tiene mayor relación con la operadora HDP ya que esta el personal que atiende ayuda y asesora. El servicio que solicitan con mayor frecuencia es hotelería en el exterior.

La agencia recibe la información en el voucher además recibe publicidades de dichas operadoras por medio de correo solo cuando el counter le pide dicha información además no reciben ningún tipo de seguimiento pos venta.

La información q recibe es diariamente (paquetes turísticos, cotizaciones)

Si la operadora no está disponible o las tarifas de este son altas busca los servicios de otras operadoras según la conveniencia.

El counter decide la acción de compra del servicio a la operadora

American Tours no ha escuchado de la Operadora de Turismo Otrams

NANCY'S TORS

Entrevistada: María teresa Carriel

Cargo: Presidenta

Nancy's Tours ofrece paquetes a cualquier parte del mundo. Esta trabaja con algunas operadoras como son aventura total, Vipeback. HDP y Cosmopolita

La agencia espera que cumpla con todas las necesidades que se establecen con dicha operadora y que esta ofrezca un excelente servicio ante los requerimientos del cliente.

Además tiene una mayor relación con las operadoras Aventura Total ya que esta ofrece el servicio que requiere la agencia que es los chárter a panamá ya que este es el que más ofrece

La frecuencia de compra del servicio a estas operadoras es de 2 a 3 veces al mes.

La agencia se encuentra contenta con los servicios y la calidad que éstas prestan. Además reciben un seguimiento mediante e-mails, Llamadas telefónicas, visitas. Nancy´s tours reciben bonos y si hay algún tipo de inconveniente tratan de solucionarlo de la mejor manera.

Estas operadoras para tener mayor relación con las agencias realizan desayunos de trabajos con una frecuencia da cada 3 meses.

La agencia toma decisiones de compra en base a precios y la toma de decisión la rige el counter con la supervisión de la presidenta.

ANEXO#1

Buenas tardes, somos estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil estamos haciendo un estudio de mercado y quisiéramos contar con su participación, esto no le tomara más de 5 min. ¿Puede ayudarnos?

1. ¿A utilizado los servicios de una Operadora de Turismo?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es No fin de la encuesta

2. ¿Con cual operadora Trabaja Ud.? (Puede Escoger solo tres respuestas)

HDP ☐ Salmor ☐ Tecnorep´s ☐ Otrams S. A. ☐

Manglar Rojo ☐ Tomas Tour ☐ Mosaico ☐ Costa Viaje ☐

Hamacas Tour ☐ Travel Tips ☐ Otros _____

3. ¿Qué servicios solicitan más en una Operadora de Turismo?(Puede escoge más de una)

Alquiler de Transporte ☐ Paquetes Turísticos ☐ Boletos de avión ☐

Transfer ☐ Landtours ☐ Reservas de Hoteles ☐

Otros _____

4. ¿Cuál de estos beneficios considera Ud. Los más importantes a la hora de requerir los servicios de una Operadora de turismo?

	Nada Importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Confianza					
Crédito					
Rapidez					
Prestigio					
Promoción					
Disponibilidad					
Paquetes Personalizados					
Atención al cliente					
Buenos precios					

5. ¿Con que frecuencia solicita una Operadora de Turismo?(Se acepta una respuesta)

Diariamente ☐ Una vez al mes ☐

Dos o Tres Veces a la semana ☐ Dos veces al mes ☐

Una vez a la semana ☐

6. ¿Ud. A escuchado de la Operadora de Turismo Otrams?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es No fin de la encuesta

7. ¿En qué medios Ud. a escuchado de la Operadora de Turismo Otrams?(Puede escoger más de una)

Radio ☐ E-mail ☐ Revista ☐ Eventos ☐

Recomendación ☐ Internet ☐ Visitas ☐ Otros _____

8. ¿Ud. A trabajado con la Operadora de Turismo Otrams?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es Si siga a la pregunta **10**

9. ¿Por qué motivo no ha solicitado servicios de la Operadora de Turismo Otrams S.A.? (Puede escoge más de una)

Por motivo que los paquetes turísticos no sean novedosos ☐

Por motivo de comentarios negativos ☐

Por motivos que no se ajusta con lo que requiere ☐

Por motivo de precios ☐

Por motivo de lealtad de su proveedor ☐

Por otros Motivos ☐

10. ¿ La operadora de turismo Otrams S.A. le da conocer los servicios que ofrece?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es Si continúe con la siguiente pero tu respuesta es No sigue con la 13 (*solo para los que contestaron Si en la pregunta 8*)

11. ¿De qué manera la operadora de turismo Otrams S.A. le da a conocer los servicios que ofrece? (Es acepta una respuesta)

Vía telefónica ☐ Visita su Agencia ☐ Vía mail ☐

12. ¿ Con que frecuencia la operadora de turismo Otrams S.A le da conocer los servicios .? (Es acepta una respuesta)

Diariamente ☐ Una vez al mes ☐ Semestral ☐

Dos o Tres Veces a la semana ☐ Bimestral ☐ Anual ☐

Una vez a la semana ☐ Trimestral ☐

13.¿Evalúe el o los servicios que Ud. ha solicitado de la Operadora de turismo Otrams de acuerdo a las siguientes variables?

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy Malo
Paquetes Turísticos						
Landtours						
Reserva de Hoteles						
Aquiler de Transporte						
Boletos de avión						

13.Otrams se comunica con Ud. Después de haber entregado su servicios

Si ☐ No ☐

14. ¿Crea Ud. Que otrams ofrece facilidad y flexibilidad en los pagos?

Si ☐ No ☐

15.¿Qué facilidad y flexibilidad en los pagos le gustaria tener de la operadora de turismo Otrams S.A. (Se acepta una respuesta)

Crédito ☐ Reservación del servicio el 35% ☐

Cheque a fecha ☐ otros _____

16. ¿Ud. esta satisfecho con los servicios que la operadora de turismo Otrams s.a. ofrece?

Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____

"Gracias por su colaboración fin de la encuesta"

ANEXO#8

BASE DE DATOS

AGENCIA DE VIAJES	CLIENTES	CONTACTO	TELEFONOS	FAX	CELULAR	E-MAIL	DIRECCION
tomundo Cia. Ltda.	1	Jimmy Rugel Roca	256-6362			aeromundocruzel@grupoecuatorial.com	Junin 430 y Cordova
enaltur	1		283-9960	230-7573		ventas@aeraltur.com	Via Samborondon km 1,5, edif Business Center
uimar	1		256-0518	256-0518		aguimartour@hotmail.com	Cordava 640 y Urdaneta
iatur	1		237-5344			albatur@ecudel.net	9 de oct. 2317 y Lizardo Garcia
ttur - Tosiviajes	2	Jessica Arreaga		232-5394/ex123		jarreaga@grupoturismo.com	Aguirre 212 y Pedro Carbo, edif Casa Tosi, p5
erica's Club & Travel	1		251-6783	232-1069		info@americasclubtravel.com	Colon 602 y Boyaca
azonas Aviam	1	G.V. Karym Cabanilla		283-1251		info@viajesamazonas.com	Av. Rio Guayas 20 y Av. Primera, Mz X1 (Urb Entrerios)
ericana de viajes	1		231-0146			ameviajes@gye.satnet.net	P. Icaza 606 y Escobedo
ericantur	1		253-4120			americanturec@yahoo.com	Pichincha 400 y Luque edif. Bco. Park loc 7 y 8
rbaratur	1		251-8696			barbaratur21@hotmail.com	Boyacá 1616 y Ballén, p1, ofic 106
rreiro Insua Viaje & Turismo	1	Juan Rivero Villavicencio	232-5777	232-2473		jrivero10@gmail.com	Malecón 1405 y Aguirre, CC Pq Malecón, loc 7
stseller Travel	1		232-8392		09-687-3549	Bestragye@yahoo.com	J Antepara 1420B y Ballén
J Turs	2	G.G. Dinora de Luzi	251-6066/6068	232-7251		cjturs@hotmail.com	Ballén 511 y Boyacá
nalong Travel	1	G.V. Mónica Bonoso	256-1096	230-2976		campiontravel@hotmail.com	V.M. Rendón #616 e/Boyacá y Escobedo
rlson Wagonlit Travel	1	G. K.Roxana Nader	231-1800	231-4440		rnader@carlsonwagonlit.com.ec	Aguirre 104 y Malecon, p4, ofic 3
ttur	1		232-5373/5340	232-5452	09-943-1350	cettur@telconet.net	9 de oct. 113 y Malecon edif santisteban, pb
ntro Viajero	1		230-1283			centroviaj@telconet.net	B Moreno 1119 y 9 de octubre, p8, ofic 805
arters Ecuador	1	Fidel Murgueytio M.	246-4159			fidelm@chartersecuador.com	10 de Agostos y Naciones Unidas Edif. Comandato piso 2 Ofic. 207
asquitur	1		288-8988			chasquitur@yahoo.com	Acacias 605 y las Monjas
ltur	1	G.G. Armando Espinel	230-6711	256-0808	09-977-1077	Coltur@ec.ans.ec	Cordava 1011 e/ P Icaza y 9 de oct.
nder Travel	1		227-2680			mcecilleramos@hotmail.com	Garzocentro 2000, 2 etapa , loc 306
nfortuna	1		230-1750			confortuna123@hotmail.com	Boyaca 1107 e/ 9 de oct. Y Picaza
ntiviajes	1		232-8841/5246	232-2442		Contiviajes@on.net.ec	Antepara 921 y Hurtado
travel	1		223-7327		09-719-7077	datravel@gye.satnet.net	Rodolfo Baquerizo y Fco. Orellana, 454F14, v9, pb (cdl Sauces 8)
lgado travel	2	Jennifer Delgado /Francisca	256-1669			gerenciaventas@delgadotravelsa.com	Edif. San Fco. 300, Cordova 1021 y 9 de oct Loc. 20
llostur	1		232-6127	232-1474		infdillostur@grupoecuatorial.com	Antepara 1007 y Hurtado
lursa	1		256-9865/66	256-9868		amilturse@grupoecuatorial.com	Cordova 601 y Mendiburo
eamKapture Travel	1		224-2909	224-2926		info@dreamkapture.com	Benjamin Carrión y Fco. De Orellana, Alborada 12 etap, mz 2, v 21
uadorian Tours	1			230-7780		ibenavides@ecuadoriantours.com	Boyacá 814 entre Luis Urdaneta y Junin Casa Rosada Local 4A Planta baja Bloque 2
uatoriana de Viajes	1	G.G. Ma. Fernanda Alvear	253-0849	232-2264	09-937-4142	mfalvear@ecuatorianadeviajes.com	9 de Octubre 411 y Chile, Psj Valco
travel	2		222-1561	222-1900	09-491-9061	efttravel@yahoo.com	Cdla. Bellavista, mz 7, solar 2, intersección calle 7ma
nela Travel	1	Debora Carpio A.	256-5342/5/7	256-5865		info@emelatour.com	Luis Urdaneta 121 y Cordova (Esq.)
atur	1		264-5998	264-5999		evaturse@hotmail.com	Garzocentro 2000, loc 609
bul Tour Express	1		251-0412	251-2393		fabulsa@cablemodem.com.ec	Aguirre 118 e/Malecon y Pichincha, p1, ofic 14
ntastic Tours	1		230-0889/2829	256-0093		fantastictur@yahoo.com	Escobedo 100-702 y P solano, esq
raudviajes	1		210-7073			feraudviajes@grupoecuatorial.com	JT Marengo S/M y Joaquín de Orrantia, edif professional center, p1, ofic 103
cas Marinas Travels	1		239-8259			focasms@gye.satnet.net	Cdla. Simón Bolívar, mz4, v54
l Cia Ltda.	1		256-1280	230-7573		sarag1@gye.satnet.net	Baquerizo Moreno 1102 y P. Ycaza
alasam	2		230-4488	231-1485		info@galasam.com.ec	Av. 9 oct. 424 - Ed. Gran Pasaje P. Bajo oficina 9A
eotours	1		245-2426/2937	245-3920		eugenia_quiroz@hotmail.com	Los rios 810-A y 9 de oct edif Absalon Guevara
oria's Tours	1		228-0787			gloriastours@hotmal.com	Pedro Gual e/5 Rodriguez y Av Delta (Bolivariana) CC Norte, loc 6
olden Travel	1	Silvia Orosco	256-3527	256-0165		gransilvia78@hotmail.com	Junin 106 y Malecon, edif torres del Rio
andTurs	2	Monica Reyes	231-0142	230-6278		Grandtur@telconet.net	Fco. Roca (Antes Urdaneta) 200 y Córdova Esq.
udentur	1		256-1049	231-2201		grudenturakortum@grupoecuatorial.com	Urdaneta 200 y Cordava
atur	1	G.V. Mónica Isaías	253-2306	253-3246	09-940-4848	isatur@grupoecuatorial.com	Boyacá 1618 e/ Ballén y 10 de Agosto
ckelinetours	1	Jackeline Zurita M.	251-6921	251-9101	09-480-3429	jackelinetours@yahoo.es	Aguirre 110 y Malecon - Planta Baja
pan Tours	1	G. Yasuo Torii	229-2682	229-0303		infojt@gye.satnet.net	J Antepara 715 y 1 de Mayo, edif Vanderbit, p'3
in Tours	1		233-8007	232-5901		ventas@joimtours.net	Chimborazo 203 y Vélez, edif Chimborazo, p3, ofi 3
amiha's Tour	2	Lcdo. Walter Gherardy	230-4649		09-886-2749	kamihastour@trans-telco.net	Junin 504 y Baquerizo Moreno
euatravel	1	G.G. Gina de Coronel	240-4281	241-4669	09-416-8381	lexuatravelsa@yahoo.com	E Alfaro, CC Promocentro, loc 9
agnitours	1	G.G. Sara Peralta	221-5448	253-4996	09-583-0956	magnitours@telconet.net	10 de Agostos 417 y Chimborazo, p 1, loc 11
argot Chávez Turismo	1	G.G. Margarita Chávez	256-0267/2684	256-0668		margotchavez@hotmail.com	Córdova 803 y Junín
egatur	1	G.G. José Luis Saab	232-3921			info@megatoursecuador.com	Illingworth 115 y Malecón
etropolitan Touring	1	G.C. Gisella Pesantes	263-0900	263-1391	09-780-7464	gpesantez@metropolitan-touring.ec.gye	Fco. De Orellana, edif World Trade Center, pb, loc 7
issing travel s.a.	2	G.G. Toty Camino	230-0983			mtravel@gye.satnet.net	P. Icaza 433 entre Cordava y Baquerizo Moreno
a moneda	2	Andrea Muirragui	269-0900	269-0911		ecuador@lamoneda.com.ec	C. de convenciones de GYE Simon Bolivar Av. De las Americas 406 Ofic. 2 - C. Empr.
undoTravel	1	G.G. Luz Ma. Miranda	230-3350	256-6772		mundotra1@telconet.net	Fco. De P'. Icaza 509 y Escobedo
ancy tur	1	Nancy Astudillo	232-8977			nancystur@hotmail.com	Aguirre #116 y Pichincha 1er. Piso of. 10
ational Tours	1	G.G. Agueda Gomez		232-1705	09-394-8580	ventas@natur.com	9 de oct 109 y malecon, edif Santisteban, p1, ofic 3
atuaventura	2	G.G. Luis Benavides	256-2562	256-2554		mrodriguez@natuaventura.com.ec	P Icaza 407 y Córdova, edif El Alfil, p3, ofic 303
ro Travel	1	G.G. Ma. Rosa Astudillo	232-7895/7896	251-1318		orotravel@hotmail.com	9 de Octubre y García Moreno (hotel oro Verde)
atinum	1	G.G. Ma Ximena Cuello	239-6551/5269	239-4721		reservas@platinumtravel.com.ec	CC Plaza Quil, Loc 50
incestur	1	G.G. Olga Doumet	220-6854	220-6853		princestur@eljuri.com	C/ Arosemena Km 2,5 edif Juan Eljuri
ealturis	1	G.G. Cecilia Salazar	263-0137		09-977-1496	agencia_realturis@hotmail.com	Edif. World Trade Center, pb, loc 12 (kennedy Norte)
ebetravel	1	G.G. Rebeca Illingworth	228-9530/8346	228-8033		rebtours@gye.satnet.net	5 Jorge 200D y 2a Este (Nueva Kennedy)
oss Tour	1	G.G. Rossana Vera	229-3632	239-9300	09-927-9837	agencia_rosstour@hotmail.com	P Solano 1705 e/Los Rios y Tulcan
oyal Tour	1	G.G. Arlette Suarez	230-5161/7512	230-8134		alexandrar@royaltour.com.ec	Junin 502 y B Moreno
epublic Travel Agency	1	G.G. Jessica Vascones	268-0830		09-122-6464	ecuador@rtaviajes.com	Av. Carlos Luis Plaza Dañin 1004 y 1 Magdalena Cabezas
ayago Travel	1	G.G. Ma. Del Pilar Savago	230-0001/19	230-0006		psavago@interactive.net.ec	Cordova 604 y Mendiburo,p6, ofic 602
eltur	1		229-4600			setturgye@settur.com.ec	Av. Albatros 404 y Plaza Dañin
oimtur	1	G.G. Alicia Roca de Rivas	209-7007	209-7006		aroca@especies.com	Via a Samborondón Km1, CC Bocca, p1
peed Travel	1	G.G. Lourdes Tutiven	230-7946/7908			speedtravel@speedtravel.com.ec	Junin 109 y Malecón
ur Tur	1		256-6900	230-4728		sutur2000@yahoo.com	Boyaca 1011 y P Icaza, esq
our and Travel	1	G.G. Soledad Vasco	600-7842	228-1220	08-656-5011	info@gruvisa.com	Av. De las Americas, mz 5, v 106
ranstour	1	G.G. Ines Rodriguez de Marin	228-6013/4/5			transtour@cablemodem.com.ec	Plaza Dañin, mz 13, v 7 Cdl la FAE
ravelsam	1	G.G. Sra Moreira			08-657-7396	Travelsam@gye.satnet.net	Garcia Aviles y Luque, edif Finec, p7, ofic 711
ravelsur	1	G.G. Ma. Fernanda Serrano	252-2795	251-3047		travelsur@hotmail.com	9 de Octubre 411 y Chile Psj Valco, loc 13
ropical Tours	1			603-8962		tropicaltours@cablemodem.com.ec	Plaza Dañin 903 y Miguel H Alcivar, p1, ofic 1
alero Travel	1	G.G. Lucia de Mosquera	256-9500/9501	256-2017		valerotravel@ecua.net.ec	Junin 422 y Cordava
la Ecuatorial	1	A.V. Sandra Riofrio	230-1112/ex 108	ext 107		sriofrio@viaecuatorial.com	B Moreno 1119 y 9 de octubre, edif Plaza, p5 ofic 503
nertu S.A.	1	G.O. Monica Toscano	253-3286	253-3291		info@intertusa.com	Chile 320 y Aguirre
iajes Edith	1	G.G. Edith Armijos Vitari	256-1655	231-1105		gerencia@viajesedith.com.ec	Cordova 704 y L Urdaneta
iajes Mediterráneo	1	G.G. Alexandra Coello		228-2008		mediterr@interactive.net.ec	CC Plaza Quil, ofic 17, planta alta
Vanderjahr	1	G.G. Omar Quintana	239-1900	228-3711		wander@ecua.net.ec	Av. Kennedy y Av de las Americas, CC olimpico, modulo 1

ANEXO#9

TOUR LAS LAJAS

3 DÍAS - 2 NOCHES

FERIADO OCT 9, 10 Y 11

DÍA DE SALIDA

- 23h00 Salida desde Guayaquil

DÍA 1

- 7h00 Arribo a la Cuidad de Quito
- Desayuno
- Vista al Centro Histórico
- Mitad del Mundo
- Visita al Lago de San Pablo
- Arribo a la Cuidad de Ibarra
- Hospedaje en el Hotel Turista Internacional
- Free Night

DÍA 2

- 7h00 Desayuno
- Salida hacia el Santuario de la Virgen de las Lajas
- Tour de compra en Ipiales
- Tulcán. City Tour panorámico
- Visita al Cementerio de Tulcán
- Retorno al Hotel Turista Internacional

DÍA 3

- Desayuno
- Visita a la Laguna de Yahuarcocha
- Otavalo. Visita al Mercado de Ponchos
- Retorno a Guayaquil
- Hora Aproximada de Arribo 20h00

El Tour Incluye:

Transporte terrestre con air acondicionado full equipo.
Hospedaje. Hotel Ibarra.
Desayunos y Cena en el Hotel
Guía Profesional de Turismo durante los tours y Conductor.

No incluye: Almuerzos, servicio de lavandería, tickets de ingreso a los atractivos turísticos, nada que no se encuentre especificado dentro del itinerario

Alborada 6ta etapa Mz. 625 Villa 5. -Frente al C.C. La Rotonda-
Teléfonos: (593-4) 2232-706 / 2238-062 Cel. 099-194-134
E-mail: otrams_sa@hotmail.com www.otramsturismo.com
Guayaquil - Ecuador

DISFRUTA EN CUENCA

PAQUETE INCLUYE:

Transporte de turismo full equipo
1 noche de hospedaje en Machala, 2 noches en Cuenca
Desayunos incluidos en el hospedaje
Almuerzos
Guía Profesional de Turismo
Ticket de ingreso a atractivos turísticos

No incluye: Cenas, comidas o bebidas adicionales

DIA 1. Guayaquil - Machala
Salida de Guayaquil por la tarde
Arribo a Machala
Hospedaje ***Hotel Regal***
El transporte estará disponible por la noche para visitar Puerto Bolívar
Free Night

Costo del paquete por persona

Adultos	Niños (5-11)
225	115

**Cotización en base a 16 adultos / 4 niños*

DIA 2. Machala - Cuenca
Desayuno
Salida hacia Cuenca
Panorámica del Parque Nacional Cajas y Laguna Toreadora
Visita al Santuario Natural Virgen del Cajas
Arribo a Cuenca. Hospedaje ***Hotel Patrimonio***
Almuerzo
City tour

DIA 3. INGAPIRCA
Desayuno
Visita al Complejo Arqueológico Ingapirca, fortaleza, sito religioso y administrativo Inca, también, junto a las ruinas se encuentra el Museo Arqueológico, donde se exhiben objetos hallados en las excavaciones como artesanías de cerámica, piedras y joyas
Almuerzo
Tarde libre o visita a centros artesanales como la fábrica de sombreros de paja toquilla o museos

DIA 4. GUALACEO - CHORDELEG
Desayuno
Visita a Gualaceo y Chordeleg, éste último muy conocido por la orfebrería, alrededor de su plaza central se encuentran gran variedad de tiendas de joyas y artesanías.
Almuerzo
Retorno a Guayaquil

***-El Itinerario es flexible** y puede variar de acuerdo a los requerimientos del grupo y bajo la asesoría de la Agencia de Viajes-*

Alborada 6ta etapa Mz. 625 Villa 5. -Frente al C.C. La Rotonda-
Teléfonos: (593-4) 2232-706 / 2238-062 Cel. 099-194-134
E-mail: otrams_sa@hotmail.com www.otramsturismo.com
Guayaquil - Ecuador

TURISMO RELIGIOS

Día 1
Salida Guayaquil
Santuario de la Virgen del Huayco
Almuerzo en Guaranda
Panorámica del Chimborazo
Visita de la Catedral de Latacunga
Check In Hotel/Quito

Día 2
Desayuno
Centro Histórico:
La Compañía,
Santo Domingo, San Francisco,
La Merced, Guapulo,
La Catedral, San Agustín,
El Sagrario,
Cantuña,
Monasterios.
Basílica de voto nacional $1 n $2 e
Panecillo
Retorno al Hotel/Quito

Día 3
07:00 Visita a la Mitad del Mundo
Lago San Pablo
Otavalo: Museo de Arte Sacro de la iglesia de San Luis,
Iglesia El Jordán y San Francisco
Almuerzo en Otavalo
Check In Hotel/Ibarra

Día 4
Santuario Virgen de las Lajas
Almuerzo en Tulcán
Visita el Cementerio de Tulcán
Iglesia y convento San Francisco
Catedral de Tucán
Retorno al Hotel/Ibarra

Día 5
Visita Gruta de la Paz
Visita LA SANTISIMA VIRGEN DE
LA CARIDAD "CHAMIZUDA"
Almuerzo
Check out
Salida a Riobamba

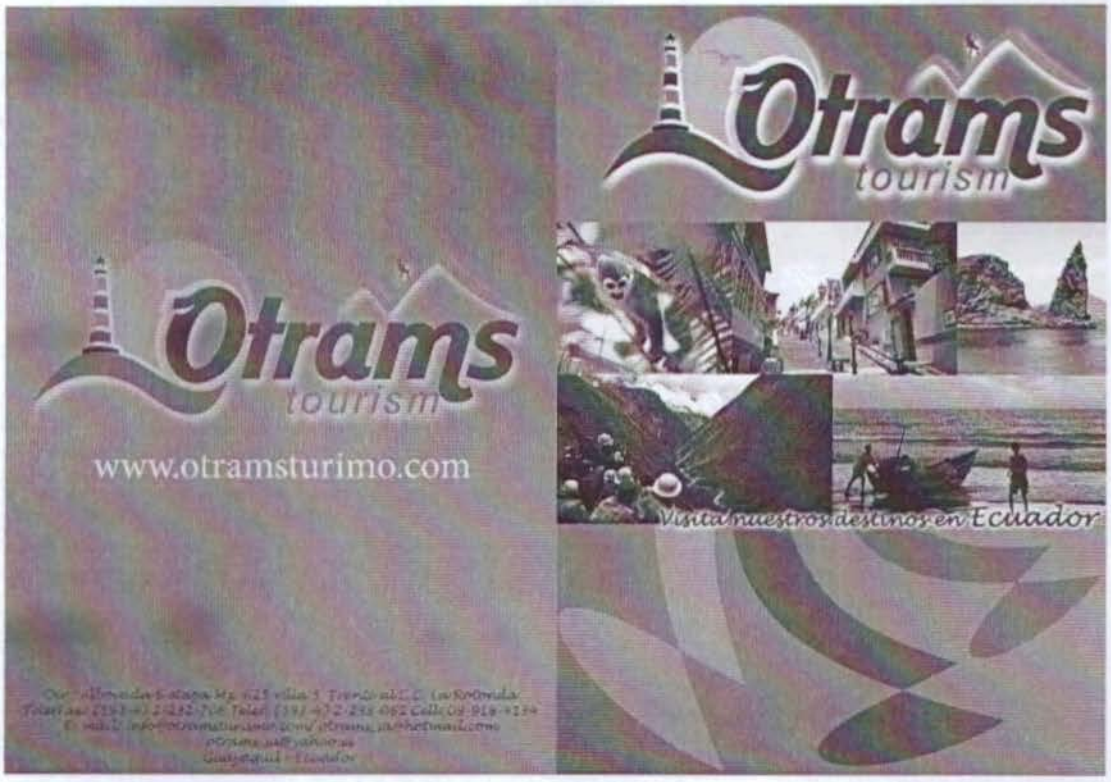
Día 6
Baños
Santuario de la Virgen de Agua Santa

Día 7
Visita Catedral de Riobamba
Catedral
Iglesia
Retorno a Guayaquil

Alborada 6ta etapa Mz. 625 Villa 5. -Frente al C.C. La Rotonda-
Teléfonos: (593-4) 2232-706 / 2238-062 Cel. 099-194-134
E-mail: otrams_sa@hotmail.com www.otramsturismo.com
Guayaquil - Ecuador

ANEXO#10

PORTADA HOJA 1



HOJA 2

HOTELES DE CUENCA

HOTELES	CAT	DIRECCIÓN	HAB	TARIFA	SERVICIOS	CHECK	FOTO
Hotel El Quijote	T3	Hermano Miguel 9-58 entre Gran Colombia y Bolívar	SGL	45.00	Desayuno Americano	IN: —— OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	55.00			
			TPL	75.00			
[illegible]	P4	Calle Larga 7-?? y Luis Cordero	SGL	[illegible]	Desayuno Continental, Internet, Coctel de bienvenida	IN: 07H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	[illegible]			
			TPL	115.00			
[illegible]	P4	Av. Ricardo Durán	SGL	75.00	Transfer Apto - Hostería - Apto, Desayuno Americano, Tipo Buffet, uso de aguas termales, coctel bienvenida, internet	IN: 15H00 OUT: 14H00	[illegible]
			DBL	105.00			
			TPL	120.00			
Hotel El Conquistador	P4	Gran Colombia 6-65 y Borrero	SGL	[illegible]	Desayuno Buffet, Internet, Periódico, Coctel de bienvenida	IN: 07H00 OUT: 14H00	[illegible]
			DBL	110.00			
			TPL	130.00			
[illegible]	P4	Cristóbal Lasso e Higuera	SGL	115.00	Transfer Apto - Hotel - Apto, Desayuno Americano	IN: 07H00 OUT: 14H00	[illegible]
			DBL	135.00			
			TPL	188.00			
[illegible]	P5	Gran Colombia 7-87 y Luis Cordero	SGL	95.00	Desayuno Buffet, Internet, Bebida de Bienvenida, Acceso al Spa & Fitness	IN: 15H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	110.00			
			TPL				
[illegible]	L5	Cristóbal Lasso y 3 de Noviembre	SGL	132.00	Desayuno Buffet, Internet, Coctel de bienvenida	IN: 14H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	152.00			
			TPL	180.00			
Alcázar	L5	Bolívar 12-55 y Tarqui	SGL	145.00	Desayuno Americano, Internet Wi - Fi, Te inglés por las tardes, Amenities	IN: 13H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	238.00			
			TPL	290.00			

Reservaciones: (593-4) 232-706 / 238-062 Guayaquil Ecuador
www.otramsturismo.com

LANDTOUR 2010

Código	Tours	Tiempo de Duración	Días de Salidas	Precios por persona en dólares americanos: 1	2	3	4	5 a 7	8 a 10
EX1	City Tour	3 horas	Diario	68	39	32	28	25	21
EX2	Parque Histórico Guayaquil	3 horas	Mié - Dom	36	35	22	18	17	16
EX3	City Tour + Parque Histórico	4 horas	Mié - Dom	75	48	36	32	30	22
EX4	Bosque Protector Cerro Blanco	4.5 horas	Diario	86	59	42	36	38	23
EX5	Manglares de Churute	5 horas	Diario	135	90	63	48	42	30
EX6	Salinas	Full day	Diario	155	89	68	55	48	32
EX7	Ruta del Sol. Parque Nacional Machalilla	Full day	Diario	175	98	71	59	50	33
EX8	Puerto El Morro. Observación de Delfines y Aves	Full day	Diario	226	123	89	71	61	44
EX9	Bucay. Cascadas y Deportes Extremos	Full day	Diario	168	98	72	63	60	44
EX10	Hacienda Rodeo Grande	Full day	Diario	176	98	72	58	54	43
EX11	Hacienda Rosa Herminia	Full day	Diario		173	133	118	119	90

TARIFARIO

Ecuador

EX1

Recomendaciones:
Se recomienda vestir ropa deportiva o cómoda: gorra o sombrero, zapatos deportivos o para caminata, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo, Guía Bilingüe (español – inglés), Conductor Profesional

No Incluye:
Alimentación y bebidas

Otrams tourism

City tour en Guayaquil

Ubicación: Guayaquil está ubicado en la margen derecha del río Guayas y bordea al oeste con el estuario del Salado y los cerros Azul y Blanco. Por el sur con el estuario de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la Isla Puná.

Clima: El clima de Guayaquil es el resultado de la combinación de varios factores. Por su ubicación en plena zona ecuatorial, la ciudad tiene una temperatura cálida durante casi todo el año. No obstante, su proximidad al Océano Pacífico hace que las corrientes de Humboldt (fría) y de El Niño (cálida) marquen dos periodos climáticos bien diferenciados. Uno lluvioso y húmedo, con calor típico del trópico, que se extiende diciembre a abril (conocido como invierno que corresponde al verano austral); y el otro seco y un poco más fresco (conocido como verano que corresponde al invierno austral), que va desde mayo a diciembre.

Recorrido:

- Parque Seminario o de las Iguanas
- Iglesia Catedral
- Caminata Malecón Simón Bolívar
- Cerro Santa Ana
- Barrio Las Peñas
- Panorámica del Norte de Guayaquil
- Malecón del Estero Salado
- Av. 9 de Octubre
- Parque Centenario
- Mercado Artesanal (Opcional)

HOTELES DE QUITO

HOTELES	CAT	DIRECCIÓN	HAB	TARIFA	SERVICIOS	CHECK	FOTO
Embassy	T3	Presidente Wilson 55-22 y 6 de diciembre	SGL	65.00	Desayuno Continental, Internet	IN: 10H00 OUT: 14H00	[illegible]
			DBL	75.00			
			TPL	88.74			
[illegible]	T4	Av. Amazonas N23-44 y Veintimilla	SGL	88.00	Desayuno Buffet, Internet	IN: 12H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	108.00			
			TPL	140.00			
Akros	T4	6 de Diciembre N34 - 120 y Checoslovaquia	SGL	95.00	Desayuno Buffet, [illegible], Gimnasio, Servicio Wi - Fi	IN: 13H00 OUT: 13H00	[illegible]
			DBL	125.00			
			TPL	142.00			
Hotel Quito	T4	González Suárez N27-142	SGL	112.00	Desayuno Buffet, Coctel de bienvenida, Gimnasio, Piscina temperada	IN: —— OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	120.00			
			TPL				
[illegible]	P5	Av. República de El Salvador N34 377 e Irlanda	SGL	136.00	Desayuno Buffet, Internet, Periódico, Fitness Club	IN: 14H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	160.00			
			TPL	220.00			
Best Western	P5	Foch 1257 y Naciones Unidas	SGL	128.00	Desayuno Buffet, Internet, Coctel de bienvenida, Periódico	IN: 07H00 OUT: 14H00	[illegible]
			DBL	160.00			
			TPL				
Mercure	P5	Ramón Roca E4-122 y Av. Amazonas	SGL	130.00	Desayuno Buffet, Transfers 07h00-23h00	IN: 14H00 OUT: 13H00	[illegible]
			DBL	170.00			
			TPL	185.00			
Hilton Colón Quito	L5	Amazonas y Patria	SGL	185.00	Desayuno Buffet, Welcome drink, Acceso Club de salud, gimnasio, piscina	IN: —— OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	200.00			
			TPL				
Sheraton Quito	L5	Av. Naciones Unidas y República de El Salvador	SGL	210.00	Desayuno Buffet, Uso del SPA, Bebida de bienvenida, Periódico local	IN: 14H00 OUT: 12H00	[illegible]
			DBL	210.00			
			TPL				

Reservaciones: (593-4) 232-706 / 238-062 Guayaquil Ecuador
www.otramsturismo.com

HOTELES DE GUAYAQUIL

HOTELES	CAT	DIRECCION	HAB	TARIFA	SERVICIOS	CHECK	FOTO
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Reservaciones: (593-4) 232-706 / 238-062 Guayaquil Ecuador
www.otramsturismo.com

EX2

Parque Historico Guayaquiel

Ubicación: Ciudadela Entre Ríos, en la vía Guayaquil-Samborondón.

Descripción:
Replicando el Guayaquil antiguo, con frente al río, se destaca el Parque Histórico como otro de los puntos que deben visitarse. En donde las personas pueden adentrarse en medio de un bosque de manglar y caminar por un sendero de madera que lo atraviesa.

1. Zona de vida silvestre
Apenas 8 hectáreas de terreno bastan para acoger más de 50 especies entre aves, mamíferos, peces y otros animales que sin ser parte de la muestra encuentran su hábitat en este pedazo de bosque.
Esta zona es recorrida mediante un sendero elevado que permite el contacto real con el ecosistema sin que se incomode ni al visitante ni a los animales.

2. Zona urbana arquitectónica
En ella se levanta el Guayaquil antiguo. La casa Julián Coronel, el Banco Territorial, Casa Lavayen – Paredes (conocida como la Casa Verde) y el Hospicio Corazón de Jesús han sido rescatadas como patrimonio cultural, y sirven de marco para la reconstrucción de la vida urbana del Guayaquil de antaño.

3. Zona de exposición de tradiciones
La zona de rescate de tradiciones no solo le permitirá encontrarse con el pasado, también le abrirá las puertas a un mundo rural que a veces está demasiado lejos para ser conocido. Encontrará una casa de hacienda, casa campesina y variados tipos de plantaciones como: cacao, plátano, banano, guayaba, arroz, caña de azúcar, etc.

Recomendaciones:
Se recomienda vestir ropa deportiva o cómoda: gorra o sombrero, zapatos deportivos o para caminata, repelente de insectos sobre todo en época de lluvias (finales de diciembre – abril), no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Conductor Profesional

No incluye:
Alimentación y bebidas
Ticket de ingreso al Parque Histórico Guayaquil

Ecuador

EX3

Otrams tourism

City tour + Parque Historico

Recomendaciones:
Se recomienda vestir ropa deportiva o cómoda, gorra o sombrero, zapatos deportivos o para caminata, repelente de insectos sobre todo en época de lluvias (finales de diciembre – abril), no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía Bilingüe (español – inglés)
Conductor Profesional

No incluye:
Alimentación y bebidas
Ticket de ingreso al Parque Histórico Guayaquil

Recorrido:

- Parque Seminario o de las Iguanas
- Caminata Malecón Simón Bolívar
- Cerro Santa Ana
- Barrio Las Peñas
- Panorámica del Norte de Guayaquil
- Visita al PARQUE HISTÓRICO

Tour Observación de Ballenas

Tour de 1día

Tarifas por persona en dólares americanos						
2	3	4	5-6	7	8-9	Grupos 10>
129	98	89	80	74	72	58

05h45. Salida desde Guayaquil
Arribo a Puerto López
Tour de Observación de Ballenas (4 horas)
Tarde de playa o visita a Playa de Los Frailes o Museo de Sitio Agua Blanca
Retorno a Guayaquil

Tour de 2día 1 noche

Tarifas por persona en dólares americanos							
2	3	4	5-6	7	8-9	10-14	Grupos 15>
258	189	175	168	158	145	135	114

DIA 1. GUAYAQUIL - PUERTO LÓPEZ

DIA 2. OBSERVACIÓN DE BALLENAS

Ecuador

HOJA 4

Otrams tourism

Yarina Ecolodge

Ubicación: La R. E. Yarina está a 25 km en línea recta desde la ciudad de Puerto Francisco de Orellana (El Coca). [illegible] ... por el río Napo hasta el lodge.

Resumen de Actividades:
[illegible]

Tarifas por persona en dólares americanos

PROGRAMAS	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
3 días / 2 noches	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
4 días / 3 noches	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
5 días / 4 noches	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

*Precios de Programas incluyen:
- Boleto aéreo desde Guayaquil ó Quito ó Cuenca hasta Coca y retorno
- Transportación fluvial Coca - Yarina - Coca
- Hospedaje
- Guía naturalista local español
- Guía naturalista bilingüe (Inglés – Español)
- Alimentación Completa
- Excursiones programadas
- Agua pura embotellada en comidas, cabañas y excursiones
- Botas de caucho (solo hasta el # 43)

*No incluyen: Cuenta del bar, gastos personales y propinas

Recomendamos los tours de 4 y 5 días para un mejor disfrute de nuestras instalaciones y de la naturaleza

*Salida por la mañana vía aérea desde Guayaquil ó Cuenca ó Quito

La Reserva Ecológica YARINA, opera todos los días, es decir el pasajero decide cuando empezar el programa y cuantos días permanecer en la Reserva.

- Todos los pasajeros empezarán las actividades descritas según el día de inicio del programa y dependiendo de su hora de llegada y de salida.

EX4

Bosque Proctector Cerro Blanco

Ubicación: Km 16 vía Salinas

Descripción: Cerro Blanco es muy conocido por su diversidad de aves, 213 especies, que incluyen 30 tipos de aves rapaces como el gavilán, halcón, entre otros, y el "Papagayo de Guayaquil", símbolo de la reserva y especie en peligro de extinción. En sus 6.078 hectáreas han sido reportadas 850 especies vegetales.

Puede acceder a dos Recorridos o senderos: SENDERO CANOA, que toma este nombre porque tiene una forma oval. Cruzar este sendero toma alrededor de 1 ½ hora, en su recorrido se puede ver abundante vegetación, pájaros carpinteros. Uno de sus atractivos es el lugar donde bajan los animales del bosque a beber agua, y en el que hay peces y cangrejos. SENDERO BUENA VISTA CORTO. Para las personas que desean mayores aventuras y quieren exigirse más físicamente. Requiere un recorrido de 2 horas y media de caminata con una distancia de 3.000 mts. Este sendero va hacia lo alto de la montaña. Desde allí se puede tener una buena vista de una parte del Golfo de Guayaquil, manglares, camaroneras y asentamientos humanos ubicados frente al bosque.

En estos senderos con un poco de suerte se puede escuchar a los monos aulladores, encontrar plantas con poderes curativos, árboles de las más finas maderas y una gran cantidad de aves, tales como mosquero real, tingeres, chachalacas, rascahojas, entre otras.

Recomendaciones:
Cuando visite Cerro Blanco debe venir con zapatos apropiados para caminar por senderos pedregosos, y en la época de lluvia, con lodo. Además, traiga ropa cómoda, gorra, agua para beber y repelente contra insectos durante la estación lluviosa, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía bilingüe (español – inglés) de Cerro Blanco
Conductor Profesional
Botella de agua

No incluye:
Alimentación y bebidas adicionales
Ticket de ingreso a Cerro Blanco

[illegible]

Ecuador

EX5

Otrams tourism

Manglares Churute

Ubicación: Parroquia Taura. Km. 46 vía Guayaquil - Machala
En los manglares se encuentran cinco ecosistemas dependientes: manglares, estuario, bosque seco tropical y lacustre. Cada uno cuenta con flora y fauna diferente

Descripción: Bosque del manglar y estuario su importante aporte de sedimentos junto a las corrientes mareales han formado un extenso complejo de canales e islas en la Reserva, que combinado con tierras continentales altas y húmedas, encierra bosques densos de mangle, el 70% de la extensión del Área Protegida corresponde al Bosque del manglar y estuario. En esta reserva natural, si se cuenta con un poco de suerte, es posible observar y escuchar monos aulladores y varias especies de aves

La laguna de El Canclón

En la parte noreste de la Reserva existe una enorme llanura de inundación donde se formó la laguna. De origen pluvial y una superficie aproximada de 800 hectáreas, goza de un encanto escénico singular, su nombre se debe a una especie que vive en ella llamada Canclón, por el sonido que realiza esta gran ave.

Recomendaciones:
Se recomienda vestir ropa deportiva, gorra, camisa manga larga, botas, o zapatos deportivos para campo, repelente contra insectos, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía Bilingüe (español – inglés)
Guía Especializado de Manglares de Churute
Conductor Profesional
Botella de agua

No incluye:
Alimentación y bebidas adicionales
Ticket de ingreso

[illegible]

Paquetes Turisticos

GUAYAQUIL 3 días - 2 noches

HOTELES	Categ	TIPO DE HABITACIÓN		
		SENCILLA	DOBLE	TRIPLE
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Gran Hotel Guayaquil	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	

GUAYAQUIL 3 DÍAS - 2 NOCHES
PAQUETE INCLUYE:
2 noches de hospedaje en hotel a su elección
2 Desayunos
City tour Guayaquil
Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto

QUITO 3 días - 2 noches

HOTELES	Categ	TIPO DE HABITACIÓN		
		SENCILLA	DOBLE	TRIPLE
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

QUITO 3 DÍAS - 2 NOCHES
PAQUETE INCLUYE:
2 noches de hospedaje en hotel a su elección
2 Desayunos
City tour Quito
Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto

CUENCA 3 días - 2 noches

HOTELES	Categ	TIPO DE HABITACIÓN		
		SENCILLA	DOBLE	TRIPLE
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

CUENCA 3 DÍAS - 2 NOCHES
PAQUETE INCLUYE:
2 noches de hospedaje en hotel a su elección
2 Desayunos
City tour Cuenca
Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto

*Precios por persona en dólares americanos
*Paquetes NO incluyen tickets aéreos ni traslados terrestres

Ecuador

Otrams tourism

TOURS 2009
PV1, PV2, PV3, PV4, PV5, PV6, PV7, PV8

INCLUYEN:

Transporte de turismo full equipo durante los días de duración del tour
Conductor Profesional
Hospedaje de acuerdo al itinerario
Alimentación incluida en el hospedaje
Entradas a sitios turísticos
Guía Profesional de Turismo durante todo el tour (a partir de 4 personas)
De 2 a 3 personas ofrecemos con Guía Conductor, sin embargo los City tours se realizan con Guía de cada ciudad

NO INCLUYE:
Alimentación, extras, tickets de ingreso a atractivos turísticos, seguro de viaje

Costo del seguro de viaje por día: 1 € por persona por día

Transportes

Salinas

EX6

Ubicación: Costa sur de Ecuador, en la península de Santa Elena, a sólo 150 kilómetros de Guayaquil

Descripción: Salinas ofrece una gran diversidad de paisajes, deportes y diversión. El trayecto desde Guayaquil a Salinas se caracteriza por el brusco cambio de paisaje, mientras se acerca a la costa, con un maravilloso bosque seco en donde se destaca el árbol de Ceibo.

Los mejores restaurantes ofrecen el buen ceviche, una de las especialidades de Ecuador, y todo tipo de platos realizados con productos de mar; como este balneario hay muchos en Ecuador, que no sólo se caracterizan por sus modernas instalaciones, sino además por las hermosas playas con aguas cristalinas y arenas blancas.

Recomendaciones:

Se recomienda visitar ropa deportiva, gorra, llevar traje de baño y protector solar, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:

Transporte terrestre full equipo
Guía Conductor Profesional (español – inglés)

No incluye:
Alimentación y bebidas

Ecuador

EX7

Recomendaciones:

Recomendaciones: Se recomienda vestir ropa deportiva, gorra, llevar traje de baño y protector solar, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía bilingüe (español – inglés)
Conductor Profesional
Botella de agua

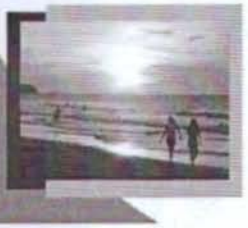
No incluye:
Alimentación y bebidas adicionales
Impuesto del Parque Nacional Machalilla

Otrams tourism

Ruta del Sol & Parque Machalilla

Ubicación: Provincias de Santa Elena y Manabí. Costa centro de Ecuador.

Descripción: Saldremos desde Guayaquil hacia la Ruta del Sol, teniendo una panorámica de las Playas de San Pablo, Ayangue, Valdivia, Montañita, Olón hasta llegar a Puerto López y el Parque Nacional Machalilla. Rodeados por el Parque Nacional Machalilla es disfrutar de la belleza escénica, única, arqueológica y natural que nos muestra la Provincia de Manabí. Visitar La Playa de Los Frailes realmente es estar en el mismo Paraíso Natural, una playa virgen de vegetación exuberante mezcla de manglar y mar que les llevará a vivir nuevas experiencias con sus alrededores las playas nortinguita y la playita. Otra opción para visitar es el Museo de Sitio Natural y Arqueológico de Agua Blanca, que cuenta con un entorno de bosque seco tropical, varios vestigios de culturas antiguas y una laguna de aguas azufradas.



Los Andes Ecuatorianos 5 Días y 4 Noches

DIA 1. Guayaquil – Cuenca
07h30 Salida de Guayaquil
Panorámica del Parque Nacional Cajas
Cuenca. Hospedaje.
City Tour: Centro Histórico, Parque Calderón, Catedral de la Inmaculada Concepción, Iglesia de El Sagrario, Puente Roto

DIA 2. Cuenca
Desayuno
Chordeleg. Muy conocido por sus técnicas de joyería
Gualaceo. Visita a orillas del Río y antiguo acueducto
Visita a tiendas artesanales o museo Las Conceptas: Muestra la historia del claustro las Conceptas, arte religioso de la colonia y el estilo de vida de las monjas.
Free Night

DIA 3. Cuenca - Baños
Desayuno
Complejo Arqueológico Ingapirca. Ruinas Incas
Baños. Hospedaje
Tour Panorámico
Chiva Nocturna hacia el Volcán Tungurahua (5016 msnm)
Llegaremos hasta los 2300 metros sobre el nivel del mar en el Mirador de Bellavista

DIA 4. Baños - Puyo
Salida hacia el Puyo para ir a la cascada Hola Vida
Caminata a la cascada y observación de flora y fauna
Interpretación de plantas medicinales y comestibles
Natación en la cascada
Visita comunidad Indígena
Centro Artesanal Casa de la Selva
Retorno a Baños

DIA 5. Baños
RUTA DE LAS CASCADAS
Cascada Pailón del Diablo. Una de las más impresionantes en donde se filmó la película "Proof of life"
Cascada Manto de la Novia. Cruce en Tarabita sobre el Río Pintado
Retorno a Guayaquil

Ecuador

PV7

Otrams tourism

Baño - Puyo
3 Días y 2 Noches

DIA 1. Guayaquil – Panorámica del Chimborazo – Baños
Salimos hacia el centro de la cordillera por la vía en donde nos encontraremos muy de cerca con el Volcán Chimborazo, si el clima lo permite es posible verlo en todo su esplendor. Arribaremos a la ciudad de Baños, hospedaje y luego visita al Zoo San Martín en donde se pueden observar varias especies de aves y numíferos representativos del Ecuador tales como el Iguana, Cóndor, Oso de anteojos y muchos más. Por la noche una "chiva" (bus turístico) nocturna nos llevará a 2300 msnm a uno de los mejores miradores nocturnos de Baños.

DIA 2. Amazonía: Puyo
Bajaremos la cordillera hacia la Amazonia ecuatoriana, ciudad de Puyo, capital de la provincia de Pastaza. Nuestro primer punto de visita será la Casa del Árbol, singular estructura construida en un árbol de matapalo, luego el Parque étnico-botánico "Omaere" el cual muestra las formas de vida de las etnias Shuar y Huitoroni y el uso de sus plantas tradicionales y medicinales. Posteriormente estaremos en la tienda artesanal "Casa de la Balsa", en donde sobresalen las artesanías hechas en madera de balsa. Retorno a Baños.

DIA 3. Ruta de las Cascadas
A pocos minutos de Baños está la Cascada Pailón del Diablo, allí realizaremos una caminata por un sendero que nos brinda un excelente paisaje, hasta llegar a una de las más impresionantes caídas de agua, se llega a los balcones del Pailón en donde se está tan cerca que se siente la brisa de la cascada. Luego, en otro punto, visitaremos la Cascada Manto de la Novia, para llegar a ella cruzaremos en una tarabita (canasta metálica suspendida por un cable de acero) sobre el río Pastaza. Retornamos a Guayaquil con opción de hacer una parada en Pelileo para hacer compras (Jeans y más...).

EX8

Puerto el Morro
&
Observacion de delfines

Ubicación: Provincia del Guayas. Puerto El Morro

Descripción: Esta pequeña localidad ha guardado en estos años el secreto de poseer extensos atractivos naturales como por ejemplo todo un extenso manglar, aves y por supuesto delfines nariz de botella (Tiuiiers). A esto, se puede sumar también las diferentes experiencias que se pueden vivir en esta zona, ya que es desde aquí, desde donde salen grandes cantidades de camarones hacia Guayaquil, así como conchas, ostiones, mejillones, entre otros moluscos, para su consumo.

Desde Guayaquil nos dirigiremos hacia Puerto El Morro, en donde un bote a motor nos llevará a hacer un inolvidable recorrido por los manglares, observación de aves, vivenciar actividades pesqueras, visita al encanto de los delfines y emprenderemos una caminata de 25 minutos por los senderos de la isla de los pájaros.

Tiempo del tour desde la salida en el bote: 3 horas ida y retorno. Al terminar el tour le llevaremos a conocer la playa de General Villamil.

Recomendaciones:
Debido a la presencia del manglar, es importante tener en cuenta: Repelente contra mosquitos, protector solar, sandalias (no lugares deportivos que el fango se moleste en el embarque o desembarque), gorra, ropa ligera.
Se recomienda llevar también traje de baño, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía Bilingüe (español – inglés)
Tour en Bote a motor por los manglares
Combustible
Profesional
Botella de agua

No incluye:
Alimentación y bebidas adicionales

Ecuador

EX9

Recomendaciones:
Le recomendamos llevar: ropa adicional (camisetas, pantalón, zapatos adicionales, y si que durante la caminata en las cascadas se moleste su primer par de zapatos), pantalón corto, gorra, si es posible llevar botas, bebida hidratante, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía Bilingüe (español – inglés)
Combustible
Profesional
Refrigerio (snacks + bebida) Caminata por la Ruta de las Quebradas (snack (frutas + 2 admisiones + snacks + bebida) botella de agua

No incluye:
Bebidas adicionales
Práctica de Canyoning ($40 por persona)

Otrams tourism

Bucay
Cascadas y deportes extremos

Ubicación: Provincia del Guayas. Vía El Triunfo

Descripción: En aproximadamente dos horas saliendo desde Guayaquil, estaremos en la entrada hacia la Aventura y Bucay para realizar una caminata por un maravilloso bosque repleto de flora, aves y cascadas de todo tamaño. Podrás refrescarte en las pequeñas lagunas que crean las cascadas del lugar y relajarte con un masaje natural de estas refrescantes caídas de agua. En este mágico lugar también es posible la práctica del canyoning, que consiste en el descenso de las cascadas a través de cabos; actividad realizada con todos los equipos y normas de seguridad correspondientes.

PV6

Cuenca
3 Días - 2 Noches

DIA 1. Guayaquil – Ruinas de Ingapirca – Cuenca
Nos dirigiremos hacia la Cordillera de los Andes en donde nuestro primer punto de visita serán las Ruinas de Ingapirca, fortaleza, sitio religioso y administrativo Inca, también, junto a las ruinas se encuentra el Museo Arqueológico, donde se exhiben objetos hallados en las excavaciones como artesanías de cerámica, piedras y joyas; luego partimos hacia Cuenca y city tour durante el cual podrá apreciar los sitios más simbólicos de la ciudad, Centro Histórico, Puente Roto, Catedral, centros artesanales, entre otros.

DIA 2. Chorro de Girón – Valle de Yunguilla
Saldremos hacia la población de Girón en donde, con una corta caminata, llegaremos hasta este hermoso lugar adornado por la Cascada de Girón. Luego estaremos en el Valle de Yunguilla, uno de los principales atractivos de este valle lo constituyen las molienda, donde se elabora el sabroso guarapo (jugo de caña) y el aguardiente, cuya combinación (guarapo y aguardiente) da como resultado la bebida típica del lugar que es el "rapagagua".

DIA 3. Museo Las Conceptas – Panorámica del Parque Nacional Cajas
Visitaremos uno de los más interesantes museos de Cuenca, Museo Las Conceptas, este muestra la historia del claustro las Conceptas, arte religioso de la colonia y el estilo de vida de las monjas. En nuestro retorno a Guayaquil visitaremos la Virgen del Cajas y nos despediremos de los andes con una panorámica de los más bellos paisajes lacustres dentro del Parque Nacional Cajas, muy cerca a la carretera se observa la laguna toreadora.

Ecuador

PV5*

Otrams tourism

Ruta del Sol
3 Días y 2 Noches

DIA 1. Guayaquil – Salinas - Montañita
Nuestra primera visita será al balneario de Salinas, es uno de los más destacados y desarrollados de la costa ecuatoriana en donde disfrutará de su hermosa y acogedora playa y el malecón. Continuando el recorrido llegaremos al Acuario de Valdivia en donde se pueden observar varias especies marinas y un poco más adelante la pintoresca playa de Montañita, muy concurrida por surfistas y turistas nacionales y extranjeros, allí será el hospedaje.

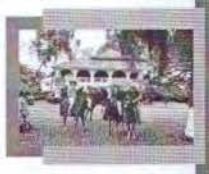
DIA 2. Puerto López – Parque Nacional Machalilla
A solo un kilómetro de Montañita encontraremos el Santuario "Blanca Estrella de la Mar" en Olón, una impresionante estructura y un excelente mirador en forma de barco enclavado al borde de un acantilado. Arribo a Puerto López y hospedaje. Por la tarde pueden escoger visitar el Museo de Sitio Agua Blanca en donde se realizan caminatas dentro del bosque seco tropical y se muestran vestigios de culturas del sector y un lago natural de aguas azufradas, o visitar la Playa de los Frailes que es una tranquila playa virgen rodeada de naturaleza y un bello paisaje, ambos lugares forman parte del Parque Nacional Machalilla.

DIA 3. Manta - Montecristi
Un poco más al norte nos encontraremos con la ciudad, balneario y puerto de Manta, en donde se destaca la Playa del Murciélago y el Malecón escénico. A pocos minutos se encuentra Montecristi, aquí se realizan artesanías elaboradas en paja toquilla, mimbre y madera, reconocidas en todo el país y fuera de él. Su identidad está en los sombreros finos de paja toquilla, reconocidos en el mundo como "Panamá Hats". Después dejamos la provincia de Manabí para llegar a la "Perla del Pacífico", Guayaquil, y finalizar el tour.

EX10

Hacienda Rodeo Grande

Ubicación: Provincia de Los Ríos (Costa ecuatoriana), a 90 Kms. de Guayaquil. A una altura de 10 mts. sobre el nivel del mar.



Descripción: La Hacienda Rodeo Grande cuenta con una extensión de 1.200 has., ofrece un clima ideal para disfrutar de paseos, cabalgatas, deportes o cualquier otra actividad de recreación.

Al mismo tiempo, usted conocerá de cerca cómo se realizan las labores agrícolas y ganaderas en la zona, bajo la guía segura y experimentada de nuestro personal. Usted podrá disfrutar de la belleza de la naturaleza, donde fauna y flora conviven dentro de un ecosistema lleno de color y vida.

Actividades:

- Recorrido por la casa de hacienda
- Observación de fauna y flora del sitio (avestruces, sahinos, pavo real, ciervos y búfalos*)
- Recorrido por la bananera
- Observación de búfalos*

*El orden de observación de los búfalos puede cambiar de acuerdo a la época. En época lluviosa se hará cerca de la hacienda y en verano, en cabalgata al lugar donde pastan regularmente.

Recomendaciones:

Le recomendamos llevar ropa adicional (camisetas, pantalón, zapatos adicionales, ya que durante la caminata en las casas antes se requiere su primer par de zapatos), pantalón corto, gorra, si es posible lleve botas, bebida hidratante, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Guía bilingüe (español – inglés)
Conductor Profesional
Refrigerio (snacks + bebida)
Recorrido por la Hacienda, bananera y observación de flora y fauna
Lunch (Frutas + 2 sándwiches + dulce + bebida)
Botella de agua

No incluye:
Bebidas alcohólicas

Tarifa de ingreso a la Hacienda Costo por persona $ 18,00 nacionales - $ 25,00 extranjeros

Ecuador

EX11

Recomendaciones:

Le recomendamos llevar gorra o sombrero, repelente de insectos, botas o zapatos deportivos para campo, protector solar, no olvide su cámara fotográfica o de video.

Incluye:
Transporte terrestre full equipo
Conductor Profesional
Traslado en canoa del restaurante La Playa a Hacienda (5min)
Visita al lugar con guianza
Snack de bienvenida y almuerzo campestre
Bebidas suaves ilimitadas (cola y agua Ríos de instalaciones (canchas, caballos, canoa, hamacas)

TODO INCLUIDO

Otrams tourism

Hacienda Rosa Herminia

Ubicación: Provincia de Los Ríos, Caluma.

Descripción:
Conozca el río Daule navegando en él, el proceso tradicional de ordeño, la fascinante historia del cacao, las tradiciones de la cultura Montubia y objetos que fueron parte de la vida diaria de hombres que habitaron la zona hace 2500 años en el pequeño museo de sitio de la hacienda.

Day Tour
- 07h00 Salida de Guayaquil hacia Hacienda Rosa Herminia
- Cruce en canoa. Llegada a la hacienda. Snack de bienvenida
- Ordeño. Observación y participación
- Cacao. Explicación de proceso de chocolate y plantaciones de cacao con historia
- Visita Museo de Sitio con Piezas de Culturas Milagro – Quevedo y Daule – Tejar
- Tiempo Libre para actividades en grupo
- Almuerzo Montubio (Yapaca, Chuleta, arroz, menestra, maduro)
- Fin de las actividades. Regreso a Guayaquil

El itinerario puede cambiar. Esto es solo un ejemplo de las actividades que se realizan... el tour es solo de un día

PV5

Ruta del Sol
3 Días y 2 Noches

DIA 1. Guayaquil - Salinas
Nos dirigiremos hacia el oeste del Ecuador continental para bordear las playas del Océano Pacífico, el primer punto a visitar es el Museo Náutico Parallón Dillon, ubicado en un excelente mirador, muestra interesantes objetos antiguos y otros rescatados de embarcaciones; luego visitaremos uno de los balnearios más destacados y desarrollados de la costa ecuatoriana, Salinas. Disfrute de su hermosa y acogedora playa y el malecón, además cuenta con gran variedad de restaurantes que ofrecen deliciosos platos preparados en base a productos frescos del mar.

DIA 2. Montañita – Puerto López – Parque Nacional Machalilla
Siguiendo por la Ruta del Sol, realizaremos una parada para observar especies marinas en el Acuario de Valdivia y después llegar hasta la pintoresca playa de Montañita, muy concurrida por surfistas y turistas nacionales y extranjeros. A solo un kilómetro se encuentra el Santuario "Blanca Estrella de la Mar" en Olón, una impresionante estructura y un excelente mirador en forma de barco enclavado al borde de un acantilado. Nos hospedaremos en Puerto López, tomaremos un descanso para posteriormente visitar el Museo de Sitio Agua Blanca o la Playa de los Frailes (a su elección), ambos lugares forman parte del Parque Nacional Machalilla.

DIA 3. Manta - Montecristi
Un poco más al norte nos encontraremos con la ciudad, balneario y puerto de Manta, en donde se destaca la Playa del Murciélago y el Malecón escénico. A pocos minutos se encuentra Montecristi, aquí se realizan artesanías elaboradas en paja toquilla, mimbre y madera, reconocidas en todo el país y fuera de él. Su identidad está en los sombreros finos de paja toquilla, reconocidos en el mundo como "Panamá Hats". Después dejamos la provincia de Manabí para llegar a la "Perla del Pacífico", Guayaquil, y finalizar el tour.

**Este tour puede ser con pernoque la primera noche en Salinas o Montañita como a continuación*

Ecuador

PV4

Otrams tourism

Nevados del Chimborazo
Salinas de Guaranda

DIA 1. Guayaquil – Riobamba – Volcán Chimborazo
Nos dirigiremos a la Cordillera de los Andes hacia la ciudad de Riobamba (2754 msnm). Luego de hospedarnos realizaremos una visita al Rey de los Andes ecuatorianos, el volcán más alto del Ecuador, el Chimborazo (6 310 msnm). La cima del Chimborazo es el punto más lejano del centro del mundo, porque está cruzada por la línea ecuatorial, donde la tierra está más ancha. En nuestra excursión llegaremos hasta el primer refugio el cual se encuentra a 4900 msnm y para los más aventureros se puede escalar hasta el segundo refugio a 5000 msnm. Luego retorno a Riobamba

DIA 2. Salinas de Bolívar
Visita a Salinas de Bolívar, muy conocida por sus microempresas y la elaboración de quesos, chocolates, turrones, tejidos y mucho más. Realizaremos un recorrido por cada microempresa en donde tendremos la oportunidad de adquirir los deliciosos productos de la zona y conocer las minas de sal, luego iremos a la ciudad de Guaranda para visitar el mirador del Indio "Guaranga". Retorno a Guayaquil

TARIFARIO

TOURS 2010

Código	Tours	Tiempo de Duración	Días de Salidas	Precios por persona en dólares americanos: 2	3-4	5	6	7	8-10
PV1	Ruta del Sol	2 días	Diario	210	168	168	148	130	123
PV2	Cuenca	2 días	Diario	250	218 / 180	171	158	148	133
PV3	Riobamba Tour	2 días	Diario	220	202	178	163	153	143
PV4	Nevado del Chimborazo, Salinas de Guaranda	2 días	Diario	220	198	173	161	148	138
PV5	Ruta del Sol	3 días	Diario	340	293	263	238	223	203
PV6	Cuenca	3 días	Diario	365	298	268	243	229	213
PV7	Baños de Tungurahua	3 días	Diario	398	301	273	248	233	218
PV8	Cuenca y Baños	5 días	Diario	460	398 / 423	398	363	333	313

Ecuador

PV1

Otrams tourism

Ruta del Sol
2 Días y 1 Noche

DIA 1. Guayaquil – Salinas
En solo un par de horas llegaremos hasta uno de los balnearios más importantes del Ecuador, Salinas en donde se puede disfrutar de la playa, arena y la deliciosa comida del mar. Continuando por la Ruta del Sol realizaremos una parada en el Acuario de Valdivia, en donde se muestra una gran variedad de especies marinas. También visitaremos la playa de Montañita, de estilo rústico y pintoresco, playa de surfistas muy concurrida por extranjeros y nacionales. A sólo un par de minutos de ahí se encuentra el Santuario "Blanca Estrella de La Mar" en Olón; es un excelente mirador en forma de barco enclavado en el borde de un acantilado. Luego llegaremos a Puerto López y hospedaje.

DIA 2. Parque Nacional Machalilla
En este día continuamos el tour descubriendo el Parque Nacional Machalilla. En un recorrido pasando por el túnel natural que forman árboles de algarrobo a los costados de la carretera, llegaremos hasta dos puntos muy importantes como son la Playa de los Frailes, hermosa playa virgen, y el Museo de Sitio Agua Blanca, en donde realizaremos una caminata dentro del bosque seco hasta llegar a la laguna de aguas azufradas. En el sitio también se pueden observar vestigios de culturas antiguas y un sin número de aves. Retorno a Guayaquil

[illegible]

Cuenca
2 Días y 1 Noche

DIA 1. Guayaquil – Ruinas de Ingapirca – Cuenca
Nos dirigiremos hacia la Cordillera de los Andes en donde nuestro primer punto de visita serán las Ruinas de Ingapirca, [illegible] también, junto a las ruinas se encuentra el Museo Arqueológico [illegible] hasta Cuenca [illegible] de la ciudad. Centro Histórico, Puente Roto, Catedral, [illegible]

DIA 2. Gualaceo – Chordeleg – Panorámica del Parque Nacional Cajas
Este día saldremos de la ciudad de Cuenca hacia Chordeleg, el cual es [illegible] Gualaceo [illegible] En nuestro retorno a Guayaquil [illegible] Parque Nacional Cajas [illegible]

PV2

PV3

Riombamba – Ferrocarril
y El Chimborazo
2 Días y 1 Noche

DIA 1. Guayaquil – Riobamba – Volcán Chimborazo
Nos dirigiremos a la Cordillera de los Andes hacia la ciudad de Riobamba (2754 msnm). Luego de hospedarnos realizaremos una visita al Rey de los Andes ecuatorianos, el volcán más alto del Ecuador, el Chimborazo (6 310 msnm). La cima del Chimborazo es el punto más lejano del centro del mundo, porque está cruzada por la línea ecuatorial, donde la tierra está más ancha. En nuestra excursión llegaremos hasta el primer refugio el cual se encuentra a 4900 msnm y para los más aventureros se puede escalar hasta el segundo refugio a 5000 msnm. Luego retorno a Riobamba

DIA 2. Ferrocarril a la Nariz del Diablo (miércoles, viernes y domingos)
[illegible] estación del ferrocarril [illegible] La parte más excitante del viaje es cuando el tren desciende aproximadamente 800 metros en zigzag en una pendiente de 45 grados llamada "Nariz del Diablo". El tren baja al revés y después regresa a Alausí. Después de este inolvidable recorrido retornamos a Guayaquil

Ecuador

ANEXO#11

VENTA PRIMER AÑO

LANTOUR

Meses	UNIDADES	CT	TOTAL $	UNIDADES	CT + PH	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	7	36,00	237,60	6	27,00	153,90	391,50
Febrero	8	36,00	270,00	7	27,00	178,20	448,20
Marzo	9	36,00	324,00	8	27,00	216,00	540,00
Abril	8	36,00	280,80	6	27,00	153,90	434,70
Mayo	6	36,00	226,80	8	27,00	202,50	429,30
Junio	8	36,00	280,80	6	27,00	153,90	434,70
Julio	9	36,00	324,00	6	27,00	162,00	486,00
Agosto	6	36,00	216,00	6	27,00	162,00	378,00
Septiembre	9	36,00	324,00	8	27,00	216,00	540,00
Octubre	7	36,00	237,60	7	27,00	186,30	423,90
Noviembre	7	36,00	259,20	7	27,00	186,30	445,50
Diciembre	10	36,00	360,00	9	27,00	243,00	603,00
Total			3.340,80			2.214,00	5.554,80

TRANSPORTE MINIBUS

Meses	UNIDADES	TRANFER	TOTAL $	UNIDADES	AQUILER	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	6	55,00	313,50	5	260,00	1.404,00	1.717,50
Febrero	8	55,00	412,50	6	260,00	1.638,00	2.050,50
Marzo	8	55,00	440,00	8	260,00	2.080,00	2.520,00
Abril	7	55,00	396,00	6	260,00	1.638,00	2.034,00
Mayo	6	55,00	313,50	5	260,00	1.404,00	1.717,50
Junio	7	55,00	363,00	6	260,00	1.638,00	2.001,00
Julio	6	55,00	313,50	8	260,00	2.080,00	2.393,50
Agosto	7	55,00	396,00	6	260,00	1.638,00	2.034,00
Septiembre	7	55,00	385,00	8	260,00	2.080,00	2.465,00
Octubre	6	55,00	330,00	7	260,00	1.716,00	2.046,00
Noviembre	7	55,00	396,00	7	260,00	1.794,00	2.190,00
Diciembre	9	55,00	495,00	10	260,00	2.600,00	3.095,00
Total			4.554,00			21.710,00	26.264,00

TRANSPORTE FURGONETAS

Meses	UNIDADES	TRANFER	TOTAL $	UNIDADES	AQUILER	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	7	15,00	103,50	6	135,00	850,50	850,50
Febrero	9	15,00	135,00	8	135,00	1.080,00	1.080,00
Marzo	7	15,00	105,00	8	135,00	1.080,00	1.080,00
Abril	6	15,00	90,00	6	135,00	810,00	810,00
Mayo	7	15,00	99,00	7	135,00	931,50	931,50
Junio	6	15,00	85,50	5	135,00	729,00	729,00
Julio	6	15,00	94,50	7	135,00	972,00	972,00
Agosto	7	15,00	103,50	6	135,00	810,00	810,00
Septiembre	6	15,00	90,00	6	135,00	810,00	810,00
Octubre	7	15,00	103,50	7	135,00	931,50	931,50
Noviembre	7	15,00	108,00	7	135,00	972,00	972,00
Diciembre	10	15,00	150,00	10	135,00	1.350,00	1.350,00
Total			1.267,50			11.326,50	11.326,50

PAQUETES TURISTICOS

Meses	UNIDADES	RUTA DEL SOL	TOTAL $	UNIDADES	BAÑOS - PUYO	TOTAL $	UNIDADES	CUENCA	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	2	260,00	468,00	1	270,00	243,00	1	265,00	238,50	949,50
Febrero	3	260,00	780,00	2	270,00	540,00	2	265,00	530,00	1.850,00
Marzo	2	260,00	468,00	1	270,00	243,00	1	265,00	238,50	949,50
Abril	1	260,00	234,00	2	270,00	486,00	2	265,00	477,00	1.197,00
Mayo	1	260,00	234,00	2	270,00	486,00	2	265,00	477,00	1.197,00
Junio	1	260,00	234,00	2	270,00	486,00	2	265,00	477,00	1.197,00
Julio	2	260,00	520,00	3	270,00	810,00	2	265,00	477,00	1.807,00
Agosto	1	260,00	234,00	2	270,00	486,00	2	265,00	477,00	1.197,00
Septiembre	2	260,00	520,00	4	270,00	1.080,00	4	265,00	1.060,00	2.660,00
Octubre	1	260,00	234,00	2	270,00	486,00	2	265,00	477,00	1.197,00
Noviembre	2	260,00	468,00	1	270,00	243,00	1	265,00	238,50	949,50
Diciembre	4	260,00	1.040,00	3	270,00	810,00	3	265,00	795,00	2.645,00
Total			5.434,00			6.399,00			5.962,50	17.795,50

VENTAS	
MESES	TOTAL MENSUAL
Enero	3.909,00
Febrero	5.428,70
Marzo	5.089,50
Abril	4.475,70
Mayo	4.275,30
Junio	4.361,70
Julio	5.658,50
Agosto	4.419,00
Septiembre	6.475,00
Octubre	4.598,40
Noviembre	4.557,00
Diciembre	7.693,00
TOTAL ANUAL	60.940,80

ANEXO#12

COSTOS PRIMER AÑO

LANTOUR

Meses	UNIDADES	CT	TOTAL $	UNIDADES	CT + PH	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	7	10,00	66,00	6	8,00	45,60	111,60
Febrero	8	10,00	75,00	7	8,00	52,80	127,80
Marzo	9	10,00	90,00	8	8,00	64,00	154,00
Abril	8	10,00	78,00	6	8,00	45,60	123,60
Mayo	6	10,00	63,00	8	8,00	60,00	123,00
Junio	8	10,00	78,00	6	8,00	45,60	123,60
Julio	9	10,00	90,00	6	8,00	48,00	138,00
Agosto	6	10,00	60,00	6	8,00	48,00	108,00
Septiembre	9	10,00	90,00	8	8,00	64,00	154,00
Octubre	7	10,00	66,00	7	8,00	55,20	121,20
Noviembre	7	10,00	72,00	7	8,00	55,20	127,20
Diciembre	10	10,00	100,00	9	8,00	72,00	172,00
Total			928,00			656,00	1.584,00

TRANSPORTE MINIBUS

Meses	UNIDADES	TRANFER	TOTAL $	UNIDADES	AQUILER	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	7	18,00	126,00	5	100,00	540,00	666,00
Febrero	8	18,00	135,00	6	100,00	630,00	765,00
Marzo	8	18,00	144,00	8	100,00	800,00	944,00
Abril	7	18,00	129,60	6	100,00	630,00	759,60
Mayo	6	18,00	102,60	5	100,00	540,00	642,60
Junio	7	18,00	118,80	6	100,00	630,00	748,80
Julio	6	18,00	102,60	8	100,00	800,00	902,60
Agosto	7	18,00	129,60	6	100,00	630,00	759,60
Septiembre	7	18,00	126,00	8	100,00	800,00	926,00
Octubre	6	18,00	108,00	7	100,00	660,00	768,00
Noviembre	7	18,00	129,60	7	100,00	690,00	819,60
Diciembre	9	18,00	162,00	10	100,00	1.000,00	1.162,00
Total			1.513,80			8.350,00	9.863,80

TRANSPORTE FURGONETAS

Meses	UNIDADES	TRANFER	TOTAL $	UNIDADES	AQUILER	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	7	4,00	27,60	6	50,00	315,00	315,00
Febrero	9	4,00	36,00	8	50,00	400,00	400,00
Marzo	7	4,00	28,00	8	50,00	400,00	400,00
Abril	6	4,00	24,00	6	50,00	300,00	300,00
Mayo	7	4,00	26,40	7	50,00	345,00	345,00
Junio	6	4,00	22,80	5	50,00	270,00	270,00
Julio	6	4,00	25,20	7	50,00	360,00	360,00
Agosto	7	4,00	27,60	6	50,00	300,00	300,00
Septiembre	6	4,00	24,00	6	50,00	300,00	300,00
Octubre	7	4,00	27,60	7	50,00	345,00	345,00
Noviembre	7	4,00	28,80	7	50,00	360,00	360,00
Diciembre	10	4,00	40,00	10	50,00	500,00	500,00
Total			338,00			4.195,00	4.195,00

PAQUETES TURISTICOS

Meses	UNIDADES	RUTA DEL SOL	TOTAL $	UNIDADES	BAÑOS - PUYO	TOTAL $	UNIDADES	CUENCA	TOTAL $	TOTAL MENSUAL $
Enero	2	100,00	180,00	1	103,00	92,70	1	102,00	91,80	364,50
Febrero	3	100,00	300,00	2	103,00	206,00	2	102,00	204,00	710,00
Marzo	2	100,00	180,00	1	103,00	92,70	1	102,00	91,80	364,50
Abril	1	100,00	90,00	2	103,00	185,40	2	102,00	183,60	459,00
Mayo	1	100,00	90,00	2	103,00	185,40	2	102,00	183,60	459,00
Junio	1	100,00	90,00	2	103,00	185,40	2	102,00	183,60	459,00
Julio	2	100,00	200,00	3	103,00	309,00	2	102,00	183,60	692,60
Agosto	1	100,00	90,00	2	103,00	185,40	2	102,00	183,60	459,00
Septiembre	2	100,00	200,00	4	103,00	412,00	4	102,00	408,00	1.020,00
Octubre	1	100,00	90,00	2	103,00	185,40	2	102,00	183,60	459,00
Noviembre	2	100,00	180,00	1	103,00	92,70	1	102,00	91,80	364,50
Diciembre	4	100,00	400,00	3	103,00	309,00	3	102,00	306,00	1.015,00
Total			2.090,00			2.441,10			2.295,00	6.826,10

Costos de Combustible, peajes, algun imprevisto, alimentacion y hospedaje del chofer & guía

COSTOS	
MESES	TOTAL MENSUAL
Enero	1.457,10
Febrero	2.002,80
Marzo	1.862,50
Abril	1.642,20
Mayo	1.569,60
Junio	1.601,40
Julio	2.093,20
Agosto	1.626,60
Septiembre	2.400,00
Octubre	1.693,20
Noviembre	1.671,30
Diciembre	2.849,00
TOTAL ANUAL	22.468,90

ANEXO#13

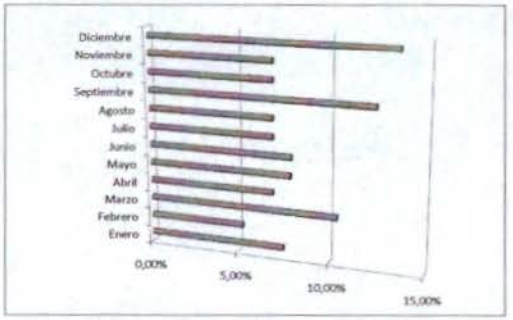
GASTOS OPERATIVOS

Gastos Administrativos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vendedor	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Telefonos	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60
Total de Gastos Administrativos	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**	**253,60**
Logistica												
Mantenimiento Minibus	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Mantenimiento 2 Furgonetas	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Total de Gastos de Venta	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**	**600,00**
Total de Gastos Operativos	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**	**853,60**
Total de Gastos Operativos Anual	**10.243,20**											

GASTOS MARKETING

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Anuncio en el periodico	20,00											
Alfiler	0,00											
Tour con horario determinado			450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Guia profesional			500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Comision de Venta	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Tarifario	630,00											
Pagina Web (Colocación)	116,67	116,67	116,67									
Creacion de cuenta	75,00	75,00	75,00									
Link de pretax	75,00	75,00	75,00									
Chat online	120,00	120,00	120,00									
Obras por monto												
	A											420,00
	B											130,00
RSE									450,00			
Dipticos									250,00			
Banner									45,00			
Tarjeta de presentacion									100,00			
Transport & Viajes	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67	116,67
Dia de Integración												
Parque el lago						35,00						
Bebidas						25,00						
Combustible						30,00						
Lunch						30,00						
Impresión de invitación						37,50						
Cena Navideña												450,00
Impresión de invitación												37,50
Premios		300,00										
Obsequios			150,00		150,00							
Total de Gastos Marketing	**1.375,33**	**823,33**	**1.823,33**	**1.086,67**	**1.236,67**	**1.344,17**	**1.086,67**	**1.086,67**	**1.951,67**	**1.086,67**	**1.086,67**	**2.114,17**
Total de Gastos Marketing Anuales	**15.582,00**											

MARKETING	
Enero	7,54%
Febrero	5,28%
Marzo	10,42%
Abril	6,97%
Mayo	7,94%
Junio	7,98%
Julio	6,97%
Agosto	6,97%
Septiembre	12,40%
Octubre	6,97%
Noviembre	6,97%
Diciembre	13,57%
	100%



ANEXO#14

Estado de Perdidas y Ganacias

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año1
Ventas	3.909,00	5.428,70	5.089,50	4.475,70	4.275,30	4.361,70	5.658,50	4.419,00	6.475,00	4.598,40	4.557,00	7.693,00	60.940,80
Costos	1.457,10	2.002,80	1.862,50	1.642,20	1.569,60	1.601,40	2.093,20	1.626,60	2.400,00	1.693,20	1.671,30	2.849,00	22.468,90
Utilidad Bruta	**2.451,90**	**3.425,90**	**3.227,00**	**2.833,50**	**2.705,70**	**2.760,30**	**3.565,30**	**2.792,40**	**4.075,00**	**2.905,20**	**2.885,70**	**4.844,00**	**38.471,90**
Gastos Operativos	2.028,93	1.676,93	2.476,93	1.940,27	2.090,27	2.097,77	1.940,27	1.940,27	2.785,27	1.940,27	1.940,27	2.967,77	25.825,20
Gastos Adminitrativos	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	253,60	3.043,20
Gastos de logisticos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Gastos de Marketing	1.175,33	823,33	1.623,33	1.086,67	1.236,67	1.244,17	1.086,67	1.086,67	1.931,67	1.086,67	1.086,67	2.114,17	15.582,00
Utilidad Neta Operacional	**422,97**	**1.748,97**	**750,07**	**893,23**	**615,43**	**662,53**	**1.625,03**	**852,13**	**1.289,73**	**964,93**	**945,43**	**1.876,23**	**12.646,70**
Gastos Financieros (Interés)	154,52	152,87	151,20	149,50	147,78	146,03	144,26	142,46	140,64	138,79	136,92	135,02	1.739,96
Utilidad Neta antes de Participación	**268,45**	**1.596,10**	**598,87**	**743,74**	**467,66**	**516,51**	**1.480,78**	**709,67**	**1.149,10**	**826,14**	**808,52**	**1.741,22**	**10.906,74**
15% Trabajadores	40,27	239,41	89,83	111,56	70,15	77,48	222,12	106,45	172,36	123,92	121,28	261,18	1.636,01
Utilidad Neta antes de Impuestos	**228,18**	**1.356,68**	**509,04**	**632,18**	**397,51**	**439,03**	**1.258,66**	**603,22**	**976,73**	**702,22**	**687,24**	**1.480,04**	**9.270,73**
Impuestos a la Renta (25%)	57,04	339,17	127,26	158,04	99,38	109,76	314,67	150,81	244,18	175,56	171,81	370,01	2.317,68
Utilidad Neta	**171,13**	**1.017,51**	**381,78**	**474,13**	**298,13**	**329,27**	**944,00**	**452,42**	**732,55**	**526,67**	**515,43**	**1.110,03**	**6.953,04**