



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recurso Naturales

**“MODELO DE AGRUPAMIENTO ENTRE MICROEMPRESAS DE
ALOJAMIENTO Y AGENCIAS DE VIAJES DEL CENTRO DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Mesías Riera Kerly Lohany

Rubio García Diana Nicole

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2016

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme terminar esta etapa de mi vida, a mi madre Ana María por siempre estar junto a mí dándome consejos y apoyo en las situaciones más difíciles, a mi padre Vicente Mesías por sus historias que motivan a superarse, a mi hermano Carlos por salvarme de apuros y mi pequeño hermano Joel por ayudarme tanto en casa.

Agradezco también a la Sra. Elena Mendoza y su familia por la ayuda brindada en este último año, a mi compañera Diana Rubio por haberse quedado hasta el final junto a mí, a mi amigo Patricio Vasco por ser el niñoero de mi hijo en momentos difíciles y a mi amiga Karla Vera por ayudarme cada vez que se lo pedía, en fin agradezco a todos quienes han estado conmigo durante todo este tiempo.

Kerly Mesías R

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores durante la carrera, a mis amigos más cercanos, a mi familia, a la madre de mi compañera y gran amiga Kerly Mesías que estuvo pendiente para que termináramos nuestro trabajo. Finalmente a la Universidad que me dio la oportunidad de poder de llevarme buenos recuerdos del Politeatro y el concurso de canto, fueron experiencias que siempre recordare.

Diana Rubio G.

DEDICATORIA

Mi proyecto se lo dedico a Dios por todas las bendiciones que me ha brindado, a mi hijo Jared Mendoza y a mi madre Ana María por ser mi mayor motivación para ser alguien de provecho en la vida, son quienes me dan las fuerzas para seguir adelante cada día, a mi mamá en especial por todo su amor y apoyo, por permanecer junto a mí a pesar de todo.

Kerly Mesías R.

DEDICATORIA

Mi proyecto se lo dedico a mis padres, Silvia García y Oswaldo Rubio que siempre me han apoyado a pesar de las circunstancias, dándome amor y su confianza algo que siempre apreciare ya que nunca me negaron nada, gracias a los valores que me han inculcado y que ha sido mi guía para ser una mujer independiente y de bien. A mis hermanos Javier y Oswaldo Rubio ya que de ellos he aprendido a superarme como persona, a Nabil Sarmiento una persona muy especial en esta etapa de mi vida y ha sido un apoyo continuo durante toda mi carrera universitaria y en mi vida al cual estimo y quiero. Gracias a Todos, por su amor, paciencia y consejos

Diana Rubio G.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

MSc. Rafael Arce

Director de Proyecto

MSc. Angel Largo

Tutor de Proyecto

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos mi nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

Kerly Lohany Mesías Riera

Diana Nicole Rubio García

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iv
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	vi
DECLARACIÓN EXPRESA.....	vii
INDICE GENERAL.....	viii
RESUMEN	xv
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCION	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del problema	2
1.3. Objetivo general.....	2
1.4. Objetivos específicos.....	3
1.5. Justificación	3
1.6. Alcance del estudio.....	4
1.7. Objeto de Estudio	4
1.7.1. Ciudad de Guayaquil	4
1.7.2. Parroquia Pedro Carbo	9
1.7.3. Parroquia Rocafuerte.....	12
CAPITULO II	16
2. REVISION DE LA LITERATURA	16
2.1. Clúster como herramienta de competitividad.....	16
2.2. Clúster, Economía y Turismo.....	17
2.3. Ventajas competitivas y comparativas.....	18
2.4. Microempresas de turismo ecuador.....	19

2.5. Competitividad en el Ecuador.....	20
2.6. Marco teórico.....	20
CAPITULO III.....	21
3. METODOLOGIA APLICADA.....	21
CAPITULO IV.....	26
4. ANALISIS DE RESULTADOS.....	26
4.1. Análisis de entrevistas.....	26
4.2. Relación de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes con el Diamante de Porter en base a los resultados obtenidos durante las entrevistas.....	30
CAPITULO VI.....	31
5. PROPUESTA ESTRATEGICA.....	31
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	39
ANEXOS.....	40

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Turismo en el Golfo	7
Ilustración 2 Eco Aldea San Jacinto	8
Ilustración 3 Cementerio General de la ciudad Guayaquil.....	9
Ilustración 4 Parroquia Pedro Carbo,	10
Ilustración 5 Cerro Santa Ana.....	10
Ilustración 6 Barrio "Las Peñas"	11
Ilustración 7 Calle Numa Pompilio Llona	11
Ilustración 8 División Parroquia Rocafuerte.....	12
Ilustración 9 Torre Morisca	13
Ilustración 10 Parque de las Iguanas	14
Ilustración 11 Modelo de Cluster	30
Ilustración 12 Cluster AECG.....	31
Ilustración 13 Logo Agrupamiento empresarial del centro de Guayaquil.....	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nacionalidad de Turistas Extranjeros que Visitan Guayaquil.....	5
Tabla 2 Provincias Emisoras de Turistas 2015.....	5
Tabla 3 Motivo de Viajes.....	6
Tabla 4 Destinos más visitados	6
Tabla 5 Oferta Turística Parroquia Pedro Carbo.....	12
Tabla 6 Oferta Turística Parroquia Rocafuerte	15
Tabla 7 Número de turistas nacionales e internacionales 2014-2015.....	15
Tabla 8 Boletín Russell, 2012	21
Tabla 9 Alojamiento Pedro Carbo	22
Tabla 10 Agencias de Viajes Pedro Carbo	23
Tabla 11 Alojamiento Rocafuerte.....	24
Tabla 12 Agencias de Viajes Pedro Carbo	24
Tabla 13 Cuestionario.....	25
Tabla 14 Codificación de resultados	26
Tabla 15 Codificación de entrevistados	27
Tabla 16 Objetivos estratégicos.....	34

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Árbol de Problemas	2
Gráfico 2 Comportamiento histórico de turistas nacionales	4
Gráfico 3 Diamante de Competitividad.....	19

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Entrevista Estructurada.....	40
Anexo 2 Datos de las empresas entrevistadas.....	41
Anexo 3 Codificación De Entrevistados.....	42
Anexo 4 Codificación y resumen de las entrevistas	43
Anexo 5 Catastro Turístico	54
Anexo 6 Fotografías	57

INDICE DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

ICCA International Congress and Convention Association

MINTUR Ministerio de Turismo

MAE Ministerio de Ambiente del Ecuador

EPPUEP Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública

MAAC Museo Antropológico de Arte Contemporáneo

CEPAL Comisión económica para América Latina y el Caribe

OMT Organización Mundial del Turismo

WEF World Economic Forum

AECG Agrupación Empresarial del Centro de Guayaquil

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

USCG Universidad Católica Santiago de Guayaquil

ECOTEC Universidad Ecotec

UEES Universidad de Espíritu Santo

UG Universidad Guayaquil

RESUMEN

Este proyecto tiene como finalidad proponer un modelo de agrupamiento entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte ubicadas en el centro de la ciudad de Guayaquil, este sector fue escogido debido a que en él se concentran la mayor parte de atractivos turísticos de la ciudad y en el lugar se congregan la mayor cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros. Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente se considera pertinente promover la cooperación y competitividad entre las microempresas turísticas del sector para de esta forma generar una mejor oferta al turista.

Para el proyecto se hizo uso de la metodología cualitativa, de la cual se escogió la herramienta de Revisión Bibliográfica haciendo uso del Catastro Turístico 2016 del cual se obtuvo una base de datos de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias mencionadas anteriormente. A su vez se realizaron entrevistas estructuradas a 15 microempresas que fueron seleccionadas al azar de la base de datos creada en base al catastro turístico 2016.

Como resultado de las entrevistas se pudo conocer que las empresas se encuentran interesadas en formar parte de un agrupamiento empresarial y a su vez se pudo establecer los aspectos importantes para la conformación del modelo de agrupamiento empresarial.

Finalmente se creó la propuesta del modelo de agrupamiento entre microempresas, al cual se le ha otorgado el nombre Agrupación Empresarial del Centro de Guayaquil (AECG), el cual cuenta varios aspectos que ayudaran en su desarrollo.

CAPITULO I

1. INTRODUCCION

1.1. Antecedentes

El turismo en el Ecuador es la tercera fuente económica representando un ingreso USD 393,3 millones según el boletín mensual 2015-2016 de turismo en cifras elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, pese a la disminución de 5,2% en comparación al año 2015 el turismo continua siendo un ingreso importante para la economía del país, lo cual nos lleva a la elaboración de propuestas que contribuyan al desarrollo sustentable del turismo.

Teniendo en cuenta que el plan de turismo vigente en el País PLANDETUR 2020, tiene dentro de sus objetivos estratégicos la generación de la oferta turística sostenible y competitiva para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales (PLANDETUR 2020, 2007), se propone un modelo de agrupamiento empresarial también denominado cluster, el cual integrará microempresas del sector turístico del centro de la ciudad de Guayaquil, puesto que estas empresas enfrentan una gran informalidad y una débil organización empresarial según la descripción del programa de apoyo a las microempresas del plan de turismo del País.

Cabe recalcar que en su mayoría estas empresas han sido creadas con la finalidad de generar rentabilidad buscando beneficios particulares, lo cual conlleva a que actúen de forma anticompetitiva, no percatándose que forman parte de un sector integral importante en la economía del país dejando de lado los objetivos del plan nacional de turismo.

Además existe desinterés en el desarrollo empresarial y escasa inversión, causado por el desconocimiento de nuevas formas o maneras de crecer laboralmente en el sector lo cual afecta al desarrollo del turismo en la ciudad.

1.2. Definición del problema

La baja cooperación y competitividad por parte de las empresas de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte del centro de la ciudad de Guayaquil. (Véase gráfico 1)

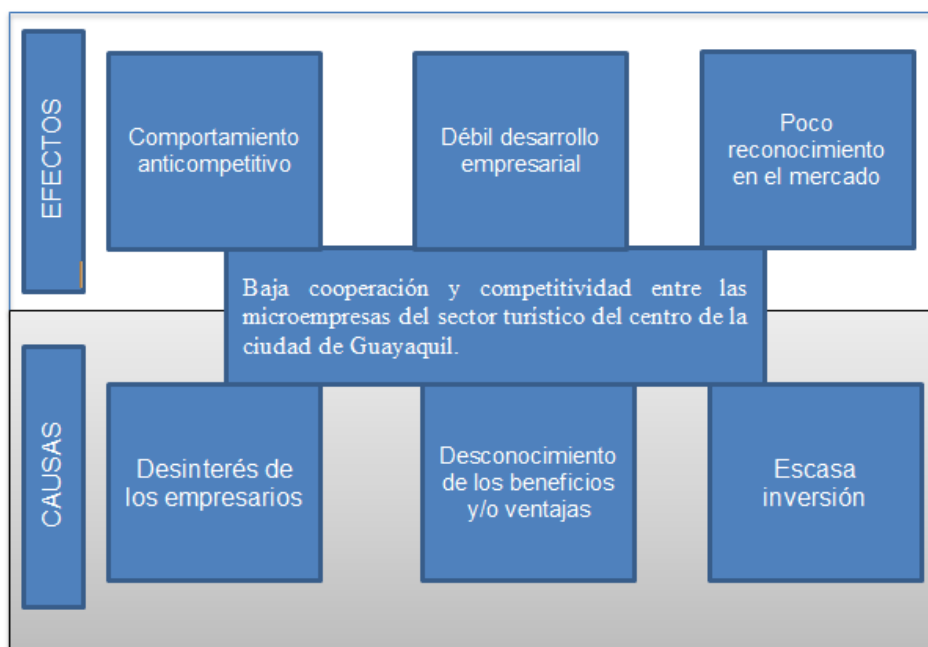


Grafico 1 Árbol de Problemas

Elaborado: K. Mesías, D. Rubio

1.3. Objetivo general

Elaborar un modelo integral de agrupación empresarial que genere ventaja competitiva en el sector turístico para el desarrollo sustentable de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes situadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte del centro de la ciudad de Guayaquil.

1.4. Objetivos específicos

- Identificar las microempresas de alojamiento y agencias de viajes de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte mediante la revisión del Catastro Turístico 2016 y así crear el marco referencial de la investigación.
- Analizar la oferta turística de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes dentro de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte del centro de la ciudad de Guayaquil mediante entrevistas a sus representantes, para contribuir al desarrollo del modelo de agrupamiento empresarial.
- Proponer un modelo de agrupamiento empresarial, basado en la información obtenida mediante las entrevistas, para así generar ventaja competitiva entre las empresas, utilizando el modelo de Diamante de Porter.

1.5. Justificación

El proyecto de un modelo de agrupación entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte aumentará la cooperación y competitividad de las mismas, logrando así el desarrollo empresarial de cada una de ellas, lo cual retribuirá al incremento de la productividad, a la mejora en la calidad del servicio y la generación de empleo y a su vez a la sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

A su vez este modelo de agrupamiento empresarial fortalecerá la oferta turística de la ciudad de Guayaquil, contribuyendo a los esfuerzos del Ministerio de Turismo del Ecuador y a la dirección de Turismo Municipal de Guayaquil los cuales se enfocan en la promoción y marketing de la ciudad de Guayaquil.

1.6. Alcance del estudio

El proyecto tiene como finalidad presentar un modelo de agrupamiento entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte del centro de la ciudad de Guayaquil, para así generar cooperación y competitividad en el sector turístico.

El mismo comprende la realización de entrevistas a los representantes de las microempresas, las mismas que serán analizadas para realizar la propuesta del modelo de agrupamiento el cual será elaborado en base al modelo de diamante de Michael Porter.

1.7. Objeto de Estudio

1.7.1. Ciudad de Guayaquil

La ciudad de Guayaquil se ha vuelto un importante punto turístico del Ecuador, según datos estadísticos emitidos por el (Observatorio Turístico de Guayaquil, 2015), la ciudad muestra un prolongado crecimiento turístico en los últimos años en comparación con otras ciudades del país, (véase gráfico 2).

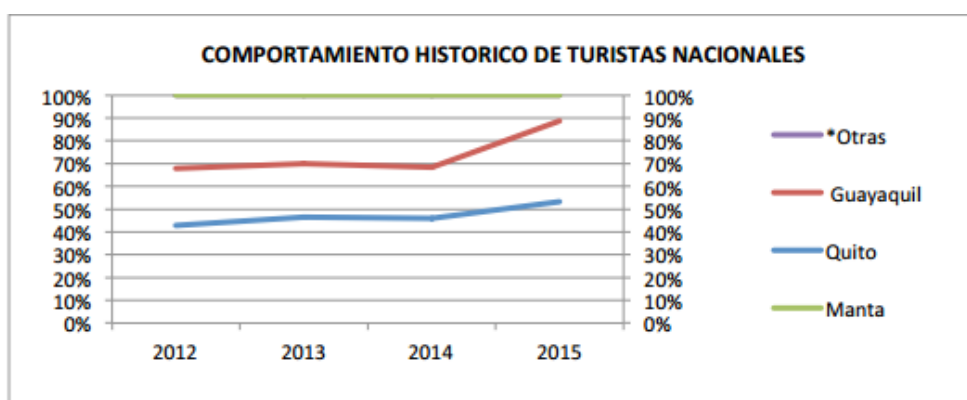


Grafico 2 Comportamiento histórico de turistas nacionales

Elaborado: Observatorio Turístico de Guayaquil

A su vez dentro de la información presentada por el Observatorio Turístico de Guayaquil, se puede encontrar información sobre el perfil de turistas que visitan la ciudad. (Véase tablas 1,2 y 3)

Nacionalidad de Turistas Extranjeros que Visitan Guayaquil		
	2.015	%
1	Colombia	21%
2	Perú	17%
3	USA	15%
4	Argentina	12%
5	Chile	7%
6	Otros	27%

Tabla 1 Nacionalidad de Turistas Extranjeros que Visitan Guayaquil

Elaborado: Observatorio turístico de Guayaquil

Nacionalidad de Turistas Nacionales que Visitan Guayaquil		
	2015	%
1	Pichincha	24%
2	Manabí	13%
3	Esmeraldas	9%
4	Azuay	9%
5	El Oro	8%
6	Guayas	6%
7	Los Ríos	6%
8	Tungurahua	6%
9	Santa Elena	5%
10	Otros	14%

Tabla 2 Provincias Emisoras de Turistas 2015

Elaborado: Observatorio Turístico de Guayaquil

Motivo de Viaje	
Ocio y recreación	46%
Visitas familiares y amigos	16%

Tabla 3 Motivo de Viajes

Elaborado: Observatorio de Turismo Guayaquil

Por otra parte es importante mencionar los principales sitios turísticos a los que concurren los visitantes de Guayaquil, (véase tabla 4).

Destinos más visitados de Guayaquil
Promedio anual 2015
Malecón Simón Bolívar
Barrios Las Peñas
Cerro Santa Ana
Malecón Del Estero Salado
Parque Histórico Guayaquil
Plazas, parques y monumentos

Tabla 4 Destinos más visitados

Elaborado: Observatorio de Turismo Guayaquil

Turismo de Congresos y convenciones

La ciudad de Guayaquil como destino turístico ofrece las facilidades para el desarrollo de esta actividad. A partir de su afiliación a la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones sus siglas en inglés ICCA, la ciudad ya ha recibido premios en la categorías de “Destino Líder de Viajes de Negocio de Sudamérica 2016” otorgado por el World Travel Awards.

Guayaquil está compitiendo con ciudades como Bogotá, Sao Paulo, Buenos Aires, Lima, Medellín, Montevideo, Rio de Janeiro, Quito.

Los actores claves para el desarrollo del mismo están la Dirección de turismo en conjunto con el Buró de convenciones de la ciudad (Centro de Convenciones, Expoplaza y ExpoGuayaquil y hoteles de la ciudad que organiza eventos).

Turismo fluvial

El desarrollo de este turismo es una iniciativa que comenzó en Julio 2015 mediante el trabajo interinstitucional del Ministerio de Turismo (MINTUR), de ambiente (MAE), Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos (EPPUEP), Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (FEEP) y la comunidad de San Jacinto de Santay. Que identifica al Rio Guayas como recurso hídrico más importantes del Pacifico Sur del Continente por el cual se desarrolla el proyecto “Turismo en el Golfo”.

Este proyecto tiene como objetivo la protección y la recuperación de los recursos naturales y la recuperación de la memoria histórica del puerto fluvial de Guayaquil. Consiste en un recorrido por el Rio Guayas hasta los sitios turísticos de más importantes de los cantones Samborondón, Durán y Guayaquil. Entre ellos el Parque Histórico, la Isla Santay, El malecón 2000 y la estación del tren en Duran. (Véase ilustración 1)



Ilustración 1 Turismo en el Golfo

Fuente: Pagina Web del Ministerio de Turismo

Ecoturismo

- Los sitio más cercano al centro de la ciudad de Guayaquil donde se desarrolla el ecoturismo es el Área de Recreación Santay y la del Gallo, juntas tienen una superficie total de 2214 hectárea.
- En la Isla Santay se encuentran siete vegetaciones principales de bosque de Manglar, bosque de árboles y herbáceas. Alberga 85 especies de aves; 12 de reptiles como la boa y la iguana entre otros.

Eco Aldea. Obra de San Jacinto

La ecoaldea alberga 56 familias y 245 habitantes del sector, cuenta con cocina, sala, comedor y un lavaplatos. También dos dormitorios, un baño, servicio de agua potable y sistema sanitario



Ilustración 2 Eco Aldea San Jacinto

Fuente: Pagina Web Ministerio de Turismo

Turismo de Patrimonial

Guayaquil cuenta con vario atractivos patrimoniales ubicado en el centro de la ciudad Patrimonio histórico y arquitectónico Algunos lugares ya reconocidos como el Parque Seminario, La Torre del reloj, el cementerio general, barrio Las Peñas, el fortín de la planchada, los barrios.



Ilustración 3 Cementerio General de la ciudad Guayaquil

Fuente: Pagina Web "Guayaquil es mi destino"

La ciudad cuenta con 21 parroquias, las cuales a su vez se encuentra divididas en 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales (INEC, Division Politica Geoestadistica, 2010), para este proyecto nos enfocaremos específicamente en 2 parroquias ubicadas en el centro de la ciudad de Guayaquil: Pedro Carbo y Rocafuerte debido a como se mencionó anteriormente en estos sectores se congregan la mayor cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros puesto que en estas parroquias se encuentran los atractivos turísticos más representativos de la ciudad según un estudio realizado.

1.7.2. Parroquia Pedro Carbo

Es la parroquia más antigua del centro de la ciudad de Guayaquil, la misma lleva su nombre en honor al ilustre guayaquileño defensor de los derechos y libertad ciudadana, Pedro Carbo Noboa. Se encuentra limitada al Norte por el Cerro Santa Ana y El Carmen, al sur la Av. 9 de Octubre, al oeste la calle Boyacá y al este por el Rio Guayas. (Véase Ilustración 4)

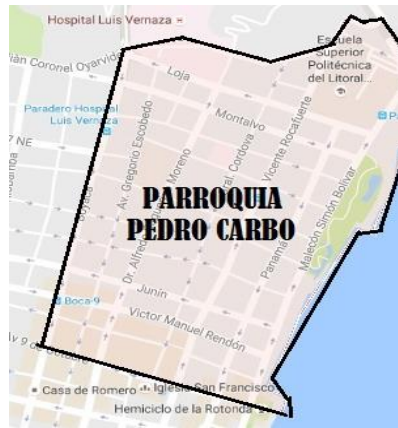


Ilustración 4 Parroquia Pedro Carbo,

Fuente: Google Maps, Modifica: D. Rubio

En esta zona se desarrolla la actividad comercial y económica, podemos encontrar la mayoría de bancos públicos y privados: El Banco Central, Banco de Guayaquil, Banco el Pacifico, Banco Bolivariano.

Entre los atractivos turísticos de la parroquia se encuentran:

El Cerro Santa Ana

Es un importante mirador de la ciudad de Guayaquil, a lo largo del cerro se construyó la escalinata Diego Noboa, con un total de 444 escalones, alrededor de dichas escalinatas se encuentran diversos sitios de entretenimiento, así como restaurantes, a su vez cuenta con el Museo Naval “El Fortín”, el faro y tiendas de artesanías. (Véase Ilustración 5)



Ilustración 5 Cerro Santa Ana

Fuente: Página Oficial "Guayaquil es mi destino"

Barrio “Las Peñas”

Emblemático por ser el lugar donde nació la ciudad de Guayaquil con más de 400 años de antigüedad, su nombre se debe a los peñascos, pedregones y rocas calcáreas que poseían cuando los españoles se asentaron en siglo XVI. El barrio era hogar de pescadores y artesanos, pero en el siglo XX con el Boom cacaotero, fue ocupado por hacendados acaudalados que construyeron la mayoría de las casa lujosas que se pueden observar hasta el día de hoy.



Ilustración 6 Barrio "Las Peñas"

Fuente: Diario "El Universo"

Calle Numa Pompilio Llona

La calle Numa Pompilio Llona fue llamada así en honor al conocido poeta y filósofo guayaquileño desde el año 1920, es una estrecha vía empedrada que inicia en el Fortín y termina donde antiguamente se encontraba la Cervecería Nacional, a los costados de esta calle se levantan suntuosas casonas de madera, que reflejan esa tradición maderera, símbolo de identidad de la ciudad puerto.



Ilustración 7 Calle Numa Pompilio Llona

Fuente: Guayaquil es mi Destino

Entre otros de los atractivos turísticos de la parroquia está la parte Norte del malecón 2000, donde se encuentra el Museo Antropológico de Arte Contemporáneo (MAAC) y el hemiciclo de la rotonda el encuentro entre Simón Bolívar y San Martín. También en esta parroquia se encuentran las iglesias la Merced y Santo Domingo.

Oferta Turística

Tabla 5 Oferta Turística Parroquia Pedro Carbo

Actividad	Número total de Establecimientos
Alojamiento	28
Agencias de Viajes	68

1.7.3. Parroquia Rocafuerte

“Es la parroquia más céntrica y de mayor movimiento” (Santiago Neumane, 2002), la parroquia está limitada al Norte por la Av. 9 de Octubre, al sur la calle Colón, al Oeste la Av. Quito y al Este el Río guayas. (Véase Ilustración 8)



Ilustración 8. División Parroquia Rocafuerte

Fuente: Google Maps Modificado: Diana Rubio

En esta zona las actividades comerciales que se destacan tela, ropa calzado y electrodomésticos. También se destaca por que en su jurisdicción se encuentra las instituciones públicas más representativas de la ciudad, razón por la cual el Alcalde de Guayaquil denominó al área que encierran las calles Pichincha, Diez de Agosto, Clemente Ballén y Aguirre “Plaza de la Administración”.

Entre los atractivos turísticos más representativos de la parroquia están:

La Torre Morisca

Conocida también con el nombre de Torre del reloj, está ubicada al sur del Malecón 2000, su historia se remonta al siglo XVII con varias modificaciones y ubicaciones, está construida de forma octagonal, posee 4 pisos con una altura de 23 metros de largo, su cúpula posee una arquitectura árabe bizantino.



Ilustración 9 Torre Morisca

Fuente: Guayaquil es mi destino

Parque de las iguanas

A través de los años ha tenido varias denominaciones: Plaza de Armas, Parque de la Estrella, Plaza Bolívar y Seminario se encuentra ubicado entre las calles Clemente Ballén, 10 de Agosto, Chile y Chimborazo en él se pueden observar ardillas e iguanas.(Véase Ilustración 10)



Ilustración 10 Parque de las Iguanas

Fuente: Diario "El Universo"

En esta parroquia se ubican reconocidos hoteles como el Grand Hotel Guayaquil, Hotel Continental, Unicentro. También están el Museo y la Biblioteca Municipal, el museo Nahim Isaías, el Instituto de Historia Marítima, los diarios El Telégrafo y Meridiano, la Catedral, la Basílica de la Merced, la iglesia de San Francisco, la Junta de Beneficencia, entre otras

Oferta Turística

Tabla 6 Oferta Turística Parroquia Rocafuerte

Actividad	Número total de Establecimientos
Alojamiento	43
Agencias de Viajes	49

Estadísticas de Turismo

Número de Turistas Internacionales que visitaron Guayaquil en el 2015	546.856
Número de Turistas Nacionales que visitaron Guayaquil en el 2015	1'739.662
Total de turistas que visitaron Guayaquil	2'286.518

Tabla 7 Número de turistas nacionales e internacionales 2014-2015

Fuente: INEC

CAPITULO II

2. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Clúster como herramienta de competitividad.

Los cluster Según el Prof. Joseph Ramos (1998) ex director de la Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), define el término clúster como:

“Una concentración sectorial y/o geográfica de empresas que se desempeñan en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas que lo pueden integrar; los proveedores de insumos y equipos, industrias procesadoras y usuarias, servicios y actividades estrechamente relacionado con importantes economías externas, de aglomeración y especialización (de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios anexos específicos al sector) y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en la búsqueda de eficiencia colectiva.”

Por otra parte Alejandro Salazar, asesor del Ministerio de Comercio Exterior de Colombia en 1999, define a los clústeres como “agrupaciones de agentes económicos, que participan de una manera directa (cadena productiva) o indirecta (industrias relacionadas y de apoyo), en la creación de bienes finales. A su vez nos dice que los clústeres son fábricas de competitividad, que poseen tres características en particular. Al estar organizadas alrededor de clientes y usos finales, enfocan mejor las necesidades de los clientes.

Crean mercados más eficientes y menores costos transnacionales (costos de búsqueda) para todos los jugadores del clúster y por ello dinamizan la productividad.

Son centros de innovación, simultáneamente por la extrema rivalidad algunas áreas y por la cooperación fluida que se da en otras”.

Finalmente el concepto de Clúster llegó a adquirir mayor popularidad cuando el profesor de estrategia norteamericano Michael Porter, propuso en su libro “La Ventaja Competitiva de las Naciones” (1990), que “La competitividad de una región se basa en la competitividad de sus industrias que a su vez es mejorada si una industria está sumergida en una profunda red”.

2.2. Clúster, Economía y Turismo

La economía llevada a cabo a través de clústeres representa una amplia oportunidad para el desarrollo, ayuda al crecimiento de la eficiencia competitiva y de la innovación tecnológica. Especialistas como Marshall y Porter han coincidido en señalar que, entre estos beneficios, se encuentran la transferencia tecnológica entre las empresas, la concentración de mano de obra especializada, el derrame tecnológico y la presencia de proveedores (Marshall, 1890; Krugman, 1991; Porter, 1990).

Con respecto al Turismo, es necesario hacer hincapié en el hecho de que el turismo en los últimos años ha tenido un mayor crecimiento a nivel global, y según información presentada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) se prevé que este crecimiento sea sostenido durante los próximos años.

Esta Situación debe resultar de interés al sector empresarial en los destinos con potencialidades para el desarrollo de formas de organización sustentadas en la integración, al permitir las mismas aprovechar los recursos endógenos para el desarrollo económico y

social de sus localidades, así como incentivar la competitividad de las empresas relacionadas de forma progresiva (D'Annunzio & Rabago, 2007).

Los modelos del cluster del turismo son un método para analizar la diversidad empresas e instituciones que hay un determinado territorio, sus procesos, innovación, Asociatividad entre otras variables (cita ;elementos críticos)

2.3. Ventajas competitivas y comparativas

Conociendo de antemano los conceptos y definiciones del Clúster, Rudolf M. Buitelaar llega a la pregunta de ¿Cómo crear ventaja competitiva?, la cual se responde con el hecho de que lo más importante es conocer y comprender a profundidad lo que es un clúster, que lo compone, cuáles son sus ventajas y desventajas.

Estudios realizados por Michael Porter, en 1991 señala que son las empresas y no las naciones que compiten en los mercados internacionales, por lo es necesario conocer de qué manera las empresas crean y mantienen las ventajas competitivas, se sostiene la idea que la eficiencia del agrupamiento empresarial o *cluster* es mayor en comparación de la empresa que actúa de forma aislada, es decir que la acción de cada empresa resultara en beneficios para las demás empresas que integran el cluster. Hablamos de ventaja competitivas cuando se aplican políticas de planificación, de gestión y comercialización para el análisis de los factores determinantes de la competitividad microeconómica. A continuación se detallan los factores que influyen en las agrupaciones empresariales realizado por Michael Porter denominado "Diamante de Porter".

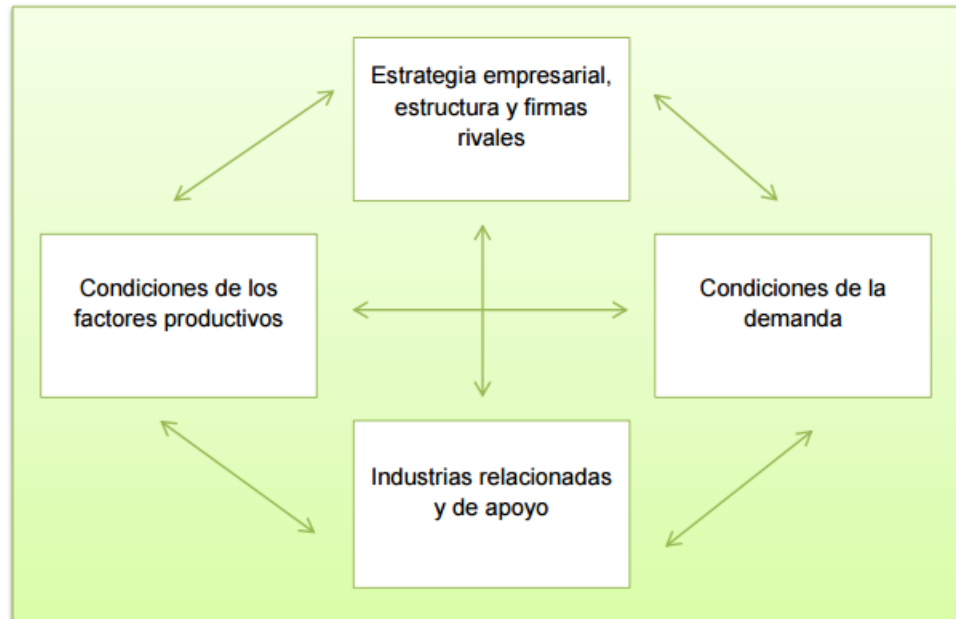


Grafico 3 Diamante de Competitividad

Elaborado: M. Porter

2.4. Microempresas de turismo ecuador

El proyecto se centra las microempresas de turismo debido a que juegan un importante papel en el desarrollo de la competitividad varias de estas empresas presenta informalidades en su estructura legal y organizativa, que afectan la competitividad de una región. Sin embargo también tiene efecto positivo en la economía de una región según T. Plascencia y A. (Malacara, 2015) hace referencias que numerosas investigaciones discuten que el desarrollo debe iniciarse de manera local ya que la Micro, pequeña y mediana empresa son responsables de ofertar un gran número de empleo, además que permite la dinamización de la economía de una región.

El sector turístico de Guayaquil está constituido en su mayoría por micro pequeñas y mediana empresas concentradas en el centro de la ciudad donde se desarrolla la actividad turística por ende aquí se refleja la competitividad y cooperación entre empresas.

2.5. Competitividad en el Ecuador.

Ecuador en estos tres últimos años ha disminuido su nivel de competitividad según el World Economic Forum (WEF), dentro del Ranking de competitividad turística en el año 2013 se encontraba en el puesto 81 de 140 países mientras que el ranking del 2015 no aparece dentro los 141 países. Por lo cual el proyecto de modelo agrupación empresarial entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes del centro de la ciudad de Guayaquil, solo es uno de los tanto proyecto que contribuirá en la mejora para la competitividad no solo de la ciudad de Guayaquil como destino turístico en el Ecuador, sino también a nivel nacional.

2.6. Marco teórico

Cluster

(Porter, 1999) Define el termino cluster como concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo.

Cooperación

Conjunto de acciones y esfuerzos que se realizan conjuntamente con otro u otros individuos, con el objetivo de alcanzar una meta común. (Significados.com)

Competitividad

Capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores. (Significados.com)

Microempresa

Organización económica, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los \$100.000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio. (Torres, 2005)

CAPITULO III

3. METODOLOGIA APLICADA

Para el presente proyecto se utilizara la metodología cualitativa, dentro de la cual utilizaremos las siguientes herramientas:

3.1. Análisis documental y bibliográfico

Se hizo uso del catastro turístico 2016 del cual se procedió a la generación de una base de datos propia la cual se usara para la realización de la investigación, en dicha base de datos se registraron únicamente a las microempresas (entre 1-10 trabajadores, véase gráfico 3) de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte del centro de la ciudad de Guayaquil (véase Tablas 3, 4, 5, 6).

Tabla 8 Boletín Russell, 2012

Variables	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Gran Empresa
Personal ocupado	De 1- 9	De 10 – 49	De 50 – 199	Igual mayor a 200
Valor bruto en ventas mensuales	Igual o menor a 100.000	100.001 – 1'000.000	1'000.000 – 5'000.000	Mayor 5'000.000.00
Monto de activos	Hasta USD100.00	De USD 100.001 a 750.000	De USD 750.001 a 3'999.999	Igual o mayor a USD 4'000.000

- A su vez se realizaron consultas a documentos oficiales emitidos por el Observatorio Turístico de la ciudad de Guayaquil, estos documentos fueron revisados con la finalidad de obtener información general sobre estadísticas de turismo en la ciudad (demanda - oferta), los cuales permitirán tener mayor conocimiento en aspectos que si bien no serán tratados a fondo durante investigación servirán en la formulación del modelo de agrupamiento empresarial.

3.2. Entrevistas

Las entrevistas se realizaron con el objetivo de obtener información que permita realizar un modelo estratégico en base a las opiniones y percepciones de los prestadores de servicios acerca del estado actual de las microempresas y el entorno en el que se desarrollan; mediante la realización de un cuestionario estructurado de 11 preguntas a los representantes de las microempresas de Alojamiento y Agencias de Viajes de las Parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte ubicadas en el centro de la ciudad de Guayaquil, que en total fueron 149.

A continuación se presentaran el listado de las microempresas:

Tabla 9 Alojamiento Pedro Carbo

Elaborado por: K. Mesías, D. Rubio

Parroquia Pedro Carbo	
Alojamiento	
Pacifico Hostelling Int.	Turista
Elite internacional	Murcia
Familiar Londres	Candy's
Danubio	Bicentenario Centro
Napoleón	Cisne El
tauro	Elite Internacional
Boston	Atlantic Suite
Hostal Savoy II	Re Bed And Breakfast
Rio	Tomo
Wilson Inn	

Tabla 10 Agencias de Viajes Pedro Carbo

Elaborado por: D. Rubio, K. Mesías

Parroquia Pedro Carbo		
Agencias de Viajes		
Aeromundo	Travelsur	Charter & Charters
Cansiong Travel	Valero Travel	Adineplus
Fantastic Tours	Viajes Edith	Lanatur S.A.
Acristour	Repviajes	Komoly Travels
Aguimar	Lujor	Speedtravel S.A.
Americana	M & M Ecuaconsolidadora	Emela Tour
Centro Viajero	Escobar Tour	Guani Tours
Golden Travel	Travel Corner	Spring Travel
Grudentur	Galasam Internacional	Dream & Travel
Idiomas Travel	Natuaventura	Representaciones Turisticas Dicitviajes
Japantours	Expedisa	Tropical Tours
Karniha S Tours	Missing Travel	Platinum International
Confortuna	Hamaca Tours And Expeditions	Kemtours
Margoth Chavez	Ecuadorian Tours	You Travel
Marin Travel	Digmary Discovery Fiesta	Eurolatina
Mundo Travel	Agencia Turistica Estudiantil	Team Travel
Royaltours	Via Ecuatorial Viecsa	Eterna Primavera Hep
Sayago Travel	Turismo Ruta Del Sol	Iguanazul Travel
Su Tour	Tomastur S.A.	Mupigtravel S.A.
Ninfatur S.A.	Inmonatura S.A.	Golden Vacations

Tabla 11 Alojamiento Rocafuerte

Elaborado por: K. Mesías D. Rubio

Parroquia Rocafuerte	
Alojamiento	
Selecto Abraham	Caribe
El Dorado	Primavera
Niucanche	Ecuatoriano
Nasa	Maria Del Cisne
Suites El Ejecutivo	Selecto Abraham
Sucre	Santa Rosa
Reina Victoria	Charlotte
Marco Polo	Casa De Romero
Suitte Boyaca	Nuevo Milenio
Paseo Real	Los Andes Inn
Fiesta	Puerto Rico
Berlin	

Tabla 12 Agencias de Viajes Pedro Carbo

Elaborado por: D. Rubio, K. Mesías

Parroquia Rocafuerte		
Agencias de Viajes		
America`S Club Travel	Carlson Wagonlit Travel	Jacis Travel
Fabul Tour	H.D.P. Representaciones	Vipecuador Vacaciones
Isaitur	Melia Ecuatoriana	Turisfrosur
Maribel Tour	Opetur	Mc_Tour
Alpitur	Coturcip S.A. / Ciudad De Las Palmeras	Trip And Trip
Americantur	Barbara Tur	Mas Travel - Gcb
Amy Travel	Tour Center	Safatour
Barreiro Insua Viajes Y Turismo	Lujor Rep	Make Ecuador
Delfin Travel	D' Travel	Gymturs
Ecuamundi	Mashipuraviajes S.A.	Peragallo Travel
Euroexpreso	Join Tours	Js Travel
Magnitours	Centros De Viajes Ecuador	Mundialvip
Megatur	Promociones Lujor	Comandato Viajes
Nancy `S Tur	Jackeline Tours	Tubiser
Turenca	Weekend Travel	Jm & Gc Turismo
Promocharters		

Para el desarrollo de las entrevistas se seleccionó 15 empresas en total (10 agencias de viajes y 5 empresas de alojamiento) las mismas fueron escogidas aleatoriamente de la lista de microempresas de alojamiento y agencias de viajes que se elaboró en base al catastro turístico el día 28 de junio del 2016 (Véase tablas 3, 4,5 y 6), y posteriormente estas entrevistas se realizaron el 9 de Agosto y 6 de Septiembre del 2016.

Durante el proceso de entrevistas se pudo observar que varias empresas de alojamiento y agencias de viajes de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte ubicadas en el centro de la ciudad de Guayaquil que se encuentran registradas en el catastro turístico 2016, no se encontraban en la ubicación establecida dentro del mismo por lo que se infiere que estas empresas ya no ejercen la actividad o cambiaron su ubicación. A continuación se muestra el cuestionario realizado. (Véase tabla 5)

Tabla 13 Cuestionario

Elaborado: K. Mesías, D. Rubio

Objetivo:
Obtener información que permita el desarrollo de un modelo estratégico.
Datos Generales
Nombre de la empresa:
Actividad:
Sector:
1.- ¿Cuánto tiempo de existencia tiene la empresa?
2.- ¿Cuál es el servicio o producto que ofrece?
3.- ¿Los clientes que recibe en la empresa son mayoritariamente nacionales o extranjeros?
4.- ¿Utiliza medios tecnológicos para llegar al cliente? ¿Cuáles?
5.- ¿Cuál es el porcentaje de inglés que manejan en la empresa?
6.- ¿Cómo considera el nivel de competencia dentro de su sector?
7.- ¿Cuál es su percepción del turismo a nivel nacional?
8.- ¿Pertenece la empresa a alguna asociación? ¿Cuál?
9.- ¿Conoce usted el termino <i>cluster</i> (agrupamiento empresarial)?
10.- ¿Cuál considera usted que serían las ventajas y desventajas de un agrupamiento empresarial?
11.- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un agrupamiento empresarial?

CAPITULO IV

4. ANALISIS DE RESULTADOS

El siguiente capítulo analizará la información obtenida a través de la metodología aplicada mencionada anteriormente, dicha información fue recolectada por las autoras del proyecto durante los meses de Agosto y Septiembre del 2016.

4.1. Análisis de entrevistas

Mediante las entrevistas realizadas a las empresas de alojamiento y agencia de viajes de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte ubicadas en el centro de la ciudad Guayaquil, se obtuvieron los siguientes resultados los cuales han sido codificados (Véase tabla 8), a su vez se codificaron a los representantes de la empresas entrevistadas (véase tabla 9)

No.	VARIABLE
1	Procedencia
2	Medios Tecnológicos
3	Manejo de Idioma Ingles
4	Nivel de competencia
5	Percepción del Turismo
6	Cluster (Ventajas)
7	Cluster (Desventajas)
8	Interés

Tabla 14 Codificación de resultados

CODIFICACION DE ENTREVISTADOS	
CODIGO	EMPRESA
E1	Travel Sur
E2	Jackeline Tours
E3	Tomo Hostal
E4	Karnihas Tours
E5	TomasTur
E6	You Travel
E7	Speed Travel
E8	Golden Tour
E9	Aeromundo
E10	Casa de Romero
E11	Re Hostal
E12	Emela Tour
E13	MashipuraViajes S.A
E14	Los Andes Inn
E15	El Dorado

Tabla 15 Codificación de entrevistados

Elaborada: K. Mesías. D. Rubio

Procedencia del cliente

La procedencia del cliente es diferente para cada actividad la mayor demanda que recibe las empresas de alojamiento que fueron entrevistadas son extranjeros, mientras que en las agencias de viajes predomina el cliente nacional.

Medios tecnológicos

Los medios tecnológicos más utilizados para llegar al cliente son: Redes Sociales y el uso de páginas Web. Sin embargo también se usa la comunicación por medio de correos electrónicos, con respecto a las empresas de alojamiento estas utilizan portales de reservas, siendo el más utilizado (Booking).

Manejo del idioma ingles

Entre las 15 empresas entrevistadas 4 de las mismas no manejaban el idioma inglés, en cuanto a la diferencia en promedio se manejaba un nivel de inglés del 45%.

Nivel de competencia

El nivel de competencia existente en el sector es elevado, puesto que existe un gran número de empresas dedicadas a estas actividades (alojamiento y agencias de viajes).

Percepción del turismo nacional

Los entrevistados consideran que el turismo en la actualidad ha disminuido en comparación a años anteriores, todos coincidieron que esto se debe a la situación económica actual del país.

“El desarrollo turístico del país ha mejorado, pero se ve afectado por la situación actual”.

Asociación con alguna entidad pública o privada

La mayoría de los entrevistados contestaron que no pertenecían a alguna asociación.

“No pertenecemos a ninguna asociación, pero estamos afiliados a la cámara de turismo”.

Ventajas del Cluster

Entre las principales ventajas los entrevistados identificaron que se obtendría mayor captación de clientes, lo que representarían en mayores ingresos. A su vez consideran que la estandarización de los servicios daría paso a una mejor organización empresarial, finalmente también creen que existiría disminución de costos a terceros (OTA`s).

Desventajas del Cluster

Como principal desventaja se considera la falta de compromiso por parte de los posibles integrantes del cluster, también consideran que la falta de organización y la poca diferenciación de los servicios pueden llegar a causar conflictos en cuanto a comercialización de los servicios o productos.

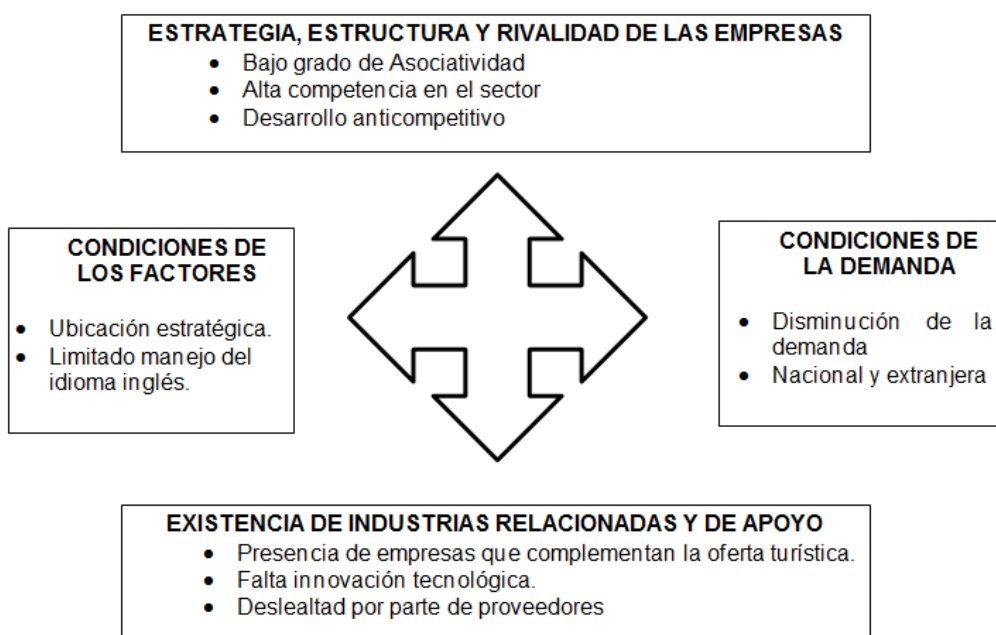
Interés

La mayor parte de las empresas estarían dispuestas a formar parte de un agrupamiento empresarial, sin embargo algunas empresas dijeron que depende de quienes lo integren.

4.2. Relación de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes con el Diamante de Porter en base a los resultados obtenidos durante las entrevistas

Ilustración 11 Modelo de Cluster

Elaborado: K. Mesías, D. Rubio



CAPITULO VI

5. PROPUESTA ESTRATEGICA

Para el desarrollo del modelo de agrupamiento empresarial o *cluster* entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte se tomó como referencia el Modelo de Diamante de Michael Porter.

Con este antecedente, y considerando todo el análisis previo, a continuación se propone la agrupación empresarial a la cual se ha nombrado Agrupación Empresarial del Centro de Guayaquil (AECG)

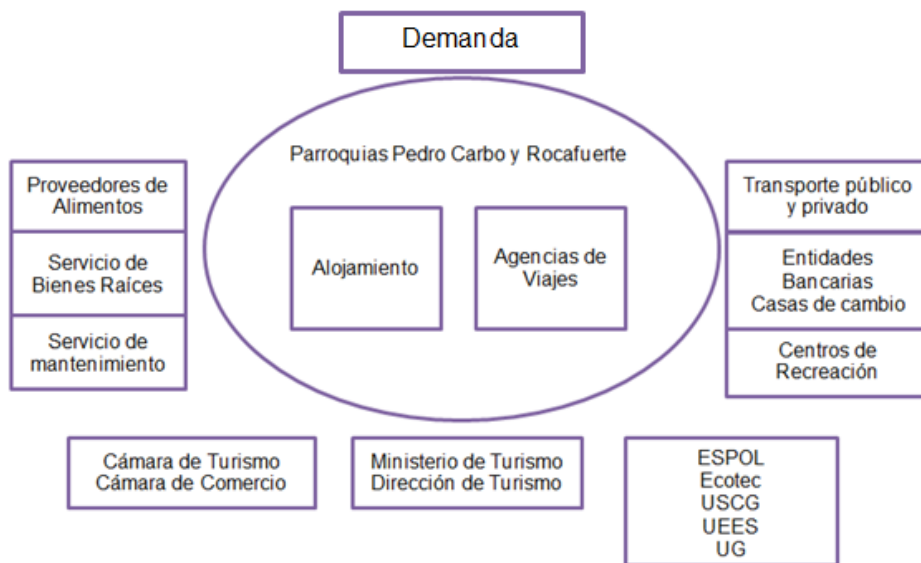


Ilustración 12 Cluster AECG

Dentro del gráfico se pueden identificar los elementos que influyen en la agrupación de las microempresas de alojamiento y agencias de viajes del Cluster AECG, por una parte se encuentran los proveedores, por otra las actividades complementarias, la demanda y finalmente los organismos públicos y privados.



Ilustración 13 Logo Agrupamiento empresarial del centro de Guayaquil

El logo cuenta con varios aspectos que lo complementan y lo convierten en un todo, sus manos entrelazadas representan la unión entre empresas de alojamiento y agencias de viajes que conforman la agrupación, sus colores en representación de los colores de la Ciudad de Guayaquil y finalmente las siglas AECG.

La AECG a su vez contaría con una misión y visión clara para orientar la toma de decisiones dentro del agrupamiento, así como las acciones y el comportamiento de la de sus integrantes.

A continuación se detallan las mismas:

Misión

“Impulsar el desarrollo empresarial del sector turístico del centro de la ciudad de Guayaquil, gestionar los intereses generales y particular de sus integrantes y ejecutar acciones de promoción”

Visión

“Para el año 2020 incrementar la competitividad de las empresas de formar sostenible, aportando al desarrollo turístico de la ciudad”

Políticas

Las políticas del cluster AECG están relacionadas con objetivos del PLANDETUR 2020

- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

Objetivos generales

- Convertirse en una agrupación reconocida en el mercado turístico empresarial.
- Promover la cooperación entre empresas del sector turístico.
- Estimular la agrupación de empresas que completen el servicio turístico (restaurantes, transporte).
- Fomentar la creación de agrupaciones empresariales turísticas en el resto del país.

A continuación se detallan los beneficios que se podrían obtener al formar parte del cluster AECG:

Beneficios

- Crecer y ganar espacio en el mercado turístico.
- Homologar la calidad de los servicios.
- Oportunidad de financiar nuevas inversiones a través de microcréditos.
- Lograr eficiencia en la capacidad del recurso humano.

Objetivos Estratégicos	Actividades
Diseñar la estructura organizativa del agrupamiento empresarial.	<p>Conocer los potenciales candidatos para formar la directiva.</p> <p>Definir responsabilidades y funciones.</p> <p>Diseñar el organigrama del agrupamiento empresarial.</p>
Determinar los grupos de interés de apoyo económico, centros de investigación y complementarios.	<p>Identificar las instituciones públicas o privadas de apoyo.</p> <p>Convocatoria a las instituciones</p> <p>Desarrollo de propuestas</p>
Elaboración de planes de mejora para cada empresa.	<p>Análisis situacional por cada empresa.</p> <p>Planificación de programa de capacitaciones.</p>
Análisis de la demanda	<p>Realización de encuestas a los clientes.</p> <p>Caracterización de la demanda</p> <p>Formulación de boletines trimestrales</p>

Tabla 16 Objetivos estratégicos

Elaborado: K. Mesías, D. Rubio

Para el cumplimiento de los objetivos se formularon las siguientes estrategias:

Estructura organizativa del agrupamiento empresarial

Con la finalidad que el clúster AECG funcione de manera eficiente y organizada se debería estructurar un organigrama, y establecer quienes serían los encargados de dichos puestos, y sus respectivas funciones y responsabilidades.

Determinar los grupos de interés de apoyo económico, centros de investigación y complementarios.

La agrupación empresarial AECG identifica las entidades públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo en la ciudad de Guayaquil: Ministerio de turismo, Dirección de turismo, civismo, relaciones internacionales y competitividad de Guayaquil y la cámara de turismo del guayas. El agrupamiento empresarial debe estar en constante actualización sobre los planes, proyectos, programas y actividades que realizan las mismas para poder aprovechar las oportunidades que ofrecen.

Entablar estrechas relaciones con las universidades sería necesario puesto que estos proporcionan investigaciones de manera continua para el desarrollo de proyectos turístico en la ciudad de Guayaquil y del País.

Entre las universidades que tienen carreras relacionadas con el turismo tenemos a:

- ESPOL – Licenciatura en turismo
- USCG – Administración de Empresas Hoteleras
- ECOTEC – Administración de Empresas Hoteleras
- UEES - Licenciatura en Gestión Turística y Hotelera
- UG – Licenciatura y turismo

La elección adecuada de los proveedores tanto por la ubicación, calidad del producto y precio lograría que las empresas ofrezca un servicio de calidad y reducción de costos.

Elaboración de Planes de mejora para cada empresa

En esta estrategia se enfocara el análisis de los datos de nuestra investigación donde se determina los siguientes factores internos a mejorar de las empresas de alojamiento y agencias de viajes ubicadas en las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte

Capacitaciones

El personal debe estar capacitado para poder atender al cliente sobre todo cuando se habla de turismo es imprescindible conocer el idioma ingles por lo menos dominar un nivel intermedio especializado en turismo. Por ello se debería capacitar a los empleados de las instituciones por lo menos cada 3 meses.

Capacitaciones del uso de redes sociales como medio de promoción de los productos y servicios turístico para optimizar las ventas de manera directa y eficaz.

Promoción y publicidad en redes sociales.

Las microempresas de alojamiento y agencias de viajes que integran el clúster AECG, implementan el uso de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram como medios de contacto con el potencial y actual cliente.

Se deberá destinar al personal con conocimiento previo. El uso de estas herramientas de uso gratuito debe actualizarse constantemente, se debe detallar la información necesaria y posteriormente revisada por el gerente general de cada empresa para su aprobación.

Diferenciación e innovación

Los productos turístico y servicios que ofrecen entre agencias de viajes y entre los alojamientos son semejantes, el funcionamiento del clúster funciona de mejor manera cuando hay diversidad para poder así mantener un competencia sana, por eso las empresas deben estar obligadas a innovar en el producto y servicio que ofrecen cada vez y cuando lo amerite esto ya depende de cómo se comporte el tendencias del mercado.

Análisis de la demanda

Las empresas de alojamiento y agencias de viajes poseen contacto directo con los clientes, lo que facilitaría obtener datos mediante encuestas que ayuden a conocer el perfil del cliente que llega a la ciudad de Guayaquil, ayudan a conocer la dinámica de los visitantes durante todo el año y poder hacer resúmenes analíticos que serán para el conocimiento de todo el cluster con la finalidad de que se puedan tomar acciones en los momentos adecuados. Esta información será transmitida a través de boletines trimestrales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. El presente proyecto contribuye a mejorar la cooperación y la competitividad no solo de las empresas entrevistadas e interesadas si no también contribuye al desarrollo de la ciudad de Guayaquil.
2. La oferta turística de microempresas de alojamiento y agencias de viaje de las parroquias Pedro Carbo y Rocafuerte podrán informarse de los beneficios del modelo del agrupamiento empresarial o *cluster* elaborado con la finalidad de que mejore su desarrollo empresarial interno como externo.
3. Las empresas entrevistadas han adoptado nuevas modalidades de trabajo como el uso de los medios tecnológicos y el manejo del idioma ingles que son factores importantes para la competitividad del sector turístico sin embargo el mal uso estas herramientas pueden afectar al mismo así como su limitada comunicación con el cliente extranjero afectan la calidad del servicio de la empresa e imagen de la ciudad.
4. El turismo en la ciudad de Guayaquil en estos ultimo años ha mostrado un avance e interés por eso las empresas de alojamiento deben aprovechar la oportunidad de promover el turismo dentro de la ciudad creando paquetes o servicios de alojamiento innovadores.

BIBLIOGRAFÍA

(2007). *PLANDETUR 2020*.

Observatorio Turístico de Guayaquil. (2015).

INEC. (2010). *Division Política Geoestadística*.

Malacara. (2015).

Porter, M. (1999). Los cluster y la competencia. *Trend Management* .

Ramos, J. (1998).

Santiago Neumane. (12 de julio de 2002). Parroquia Rocafuerte. *Rocafuerte, parroquia del tramite*.

Significados.com. (s.f.).

Torres, L. (2005). *Microempresa en el Ecuador*. Quito: Globo.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Entrevista Estructurada

LICENCIATURA EN TURISMO



“Modelo de agrupamiento entre microempresas de alojamiento y agencias de viajes del centro de la ciudad de Guayaquil”

Objetivo: obtener información general sobre las empresas de alojamiento y agencias de viajes en base a la opinión, perspectiva e interés en sobre los agrupamientos empresariales.

Introducción: Definición de Clúster “Los clúster son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo”

Datos Generales

Nombre de la empresa:

Actividad:

Sector:

1.- ¿Cuánto tiempo de existencia tiene la empresa?

2.- ¿Cuál es el servicio o producto que ofrece?

3.- ¿Los clientes que recibe en la empresa son mayoritariamente nacionales o extranjeros?

4.- ¿Utiliza medios tecnológicos para llegar al cliente? ¿Cuáles?

5.- ¿Cuál es el porcentaje de inglés que manejan en la empresa?

6.- ¿Cómo considera el nivel de competencia dentro de su sector?

7.- ¿Cuál es su percepción del turismo a nivel nacional?

8.- ¿Pertenece la empresa a alguna asociación? ¿Cuál?

9.- ¿Conoce usted el termino *cluster* (agrupamiento empresarial)?

10.- ¿Cuál considera usted que serían las ventajas y desventajas de un agrupamiento empresarial?

11.- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un agrupamiento empresarial?

Anexo 2 Datos de las empresas entrevistadas

Código	Empresa	Nombre De Representante	Actividad	Parroquia
E1	Aeromundo	Gutiérrez Rugel Jaime	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E2	Atlantic Suite	Lema Betty	Alojamiento	Pedro Carbo
E3	Casa de Romero	Romero María Andrea	Alojamiento	Rocafuerte
E4	Emela Tour	Viteri María	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E5	Golden Tour	Barba Ycaza Consuelo	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E6	Jackeline Tours	Jackeline Zurita	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E7	Karnihas Tours	Gherardy Walter O.	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E8	Los Andes Inn	Jiménez Mirella	Alojamiento	Rocafuerte
E9	MashipuraViajes S.A	Calderón Isabel	Agencia de viaje	Rocafuerte
E10	Re Bed and Breakfast	Freire Federico	Alojamiento	Pedro Carbo
E11	Speed Travel	Tutiven Lourdes	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E12	Tomas Tur	Acuña Tomas	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E13	Tomo Hostal	Coello Ekatherine	Alojamiento	Pedro Carbo
E14	Travel Sur	Ávila Reina	Agencia de viaje	Pedro Carbo
E15	YouTravelAgency	Ana María Alcívar Crespo	Agencia de viaje	Pedro Carbo

Anexo 3 Codificación De Entrevistados

Codificación De Entrevistados	
Código	Empresa
E1	Travel Sur
E2	Jackeline Tours
E3	Tomo Hostal
E4	Karnihas Tours
E5	TomasTur
E6	You Travel
E7	Speed Travel
E8	Golden Tour
E9	Aeromundo
E10	Casa de Romero
E11	Re Hostal
E12	Emela Tour
E13	MashipuraViajes S.A
E14	Los Andes Inn
E15	El Dorado

Anexo 4 Codificación y resumen de las entrevistas

1.- ¿Cuánto tiempo de existencia tiene la empresa?	
E1	“35 años aproximadamente”
E2	“Pues creo que aproximadamente 19 años”
E3	“7 años”
E4	“32 años”
E5	“40 años”
E6	“8 años”
E7	“20 años”
E8	“4 años”
E9	“13 años”
E10	“2 años”
E11	“9 años”
E12	“11 años”
E13	“2 Años”
E14	“23 años”
E15	“6 años”

2.- ¿Cuál es el servicio o producto que ofrece?	
E1	“Ofrecemos todo tipo de programa turístico, nacional e internacional.”
E2	“ Ofrecemos alojamiento”
E3	“Yo ofrezco el servicio de alojamiento y desayuno.”
E4	“Venta de tour por tema para parejas, para familias, para colegios, para solteros entre otros.”
E5	“Emisión de boletos nacionales e internacionales, paquetes turísticos, reserva de cruceros entre otros servicios.”
E6	“Servicios turísticos turismo receptivo e internacional, servicio de traducción e intérprete y trámite de visas.”
E7	Programas turísticos nacionales e internacionales.
E8	“Servicio de hospedaje económico y desayuno, también tenemos un restaurante en la planta baja.”
E9	“Vende paquetes turísticos dentro del Ecuador , Galápagos, cuenca”
E10	“Ofrece servicio de alojamiento personalizado”
E11	“Ofrecemos paquetes turísticos dentro y fuera del país.”
E12	“Tours en el Ecuador, Galápagos e internacionales”
E13	“Nosotros ofrecemos servicio de alojamiento y desayuno, el hostel tiene una temática de libros, las habitaciones tienen pequeños fragmentos de libros como Alicia en el país de la maravilla, Peter pan, Mago de Oz”
E14	“Nos especializamos en paquetes turísticos internacionales, venta de boletos aéreos.
E15	“Venta de boletos, reservas y programas turísticos internacionales.”

3.- ¿Los clientes que recibe en la empresa son mayoritariamente nacionales o extranjeros?	
E1	“Recibimos ambos la mitad nacionales y extranjeros.”
E2	“Son extranjeros”
E3	“La mayoría son huéspedes extranjeros.”
E4	“Ambos 50% nacionales y el otro extranjeros.”
E5	“Nacionales”
E6	“Recibimos la misma cantidad de clientes nacionales como extranjeros.”
E7	“La mayoría son nacionales.”
E8	“Ambos “
E9	“ Son extranjeros”
E10	“Recibimos ambos pero la mayoría son extranjeros.”
E11	“Nacionales.”
E12	“Nacionales.”
E13	La mayoría son nacionales
E14	“Recibimos ambos, pero sin duda recibimos más huéspedes extranjeros.”
E15	“Nacionales”

4.- ¿Utiliza medios tecnológicos para llegar al cliente? ¿Cuáles?	
E1	“No utilizo, teníamos página web pero ya no la tenemos porque cuesta mantenerla.”
E2	Utilizo Facebook y portales de reserva booking, expedia, hostelworld.
E3	“Si tenemos Facebook, Twitter e Instagram, pero trabajamos más con Facebook”
E4	“Si tenemos redes sociales y pagina web.”
E5	“Si, redes sociales y pagina web”
E6	“Si, redes sociales “
E7	“Redes sociales y web”
E8	“Utilizo páginas de reservas Booking. También Tripadvisor, Trivago.”
E9	“Si hacemos uso de redes sociales como Facebook.”
E10	“Si tenemos redes sociales, pagina web, correo electrónico.”
E11	“Todas la redes sociales, página web.”
E12	“Correo electrónico, redes sociales, páginas web”
E13	“Tenemos redes sociales como Facebook, twitter, imgrum es una página como Instagram, correo electrónico y estamos en la preparación de una página web.”
E14	“Página web y Facebook”
E15	“Facebook, twitter y página web”

5.- ¿La empresa maneja el idioma en inglés? ¿Qué porcentaje?	
E1	“Sí, claro diría que un 75% se maneja el inglés en la empresa”
E2	75%
E3	“mmm, si yo diría que un 80%.”
E4	Solo una persona habla el idioma ingles
E5	Si el 60% de la empresa lo habla.
E6	El 95 % de la empresa
E7	50%
E8	Si, la mayoría de los empleados lo hablan en un nivel intermedio 60%
E9	Sí, todos hablamos bien el inglés 95%
E10	No se maneja el idioma
E11	No
E12	“El porcentaje que se maneja el inglés es del 95%, nuestros empleados han estudiado la carrera de turismo y como la mayoría de los huéspedes hablan el idioma inglés, es necesario para poder tener un servicio personalizado.”
E13	“Si el 50 % de la empresa.”
E14	“Sí, pero el nivel es bajo.”

6.- ¿Cómo considera el nivel de competencia dentro de su sector?	
E1	“Existe mucha competencia en el sector.”
E2	“Si hay mucha y con los años el número de hostales ha aumentado.”
E3	“Uy no está todo mal, ha disminuido la cantidad de turista este año ha sido difícil.”
E4	“No en este sector no hay mucha competencia.”
E5	“La competencia no es mucha, ni poca”
E6	“Mediana”
E7	“Considero que hay mucha competencia entre empresas del sector.”
E8	“Si hay mucha competencia.”
E9	“Si, hay negocios pequeños de hostales que siguen aumentado.”
E10	“Si en el sector hay muchas competencias”.
E11	“Si hay mucha competencia.”
E12	“Hay una alta competencia.”
E13	“Bueno, estamos en el centro de la ciudad donde se desarrolla la actividad mmm durante estos tres años han aumentado los establecimientos de alojamiento, considero que en comparación a años anteriores ha aumentado.”
E14	“Si hay competencia, podría decir que mediana.”
E15	“Si la competencia en el sector es muy abundante.”

7.- ¿Cuál es su percepción del turismo a nivel nacional?	
E1	“Ha empeorado”
E2	“Si ha disminuido”
E3	Ha disminuido
E4	La situación del país hace que disminuya
E5	El turismo ha disminuido
E6	Si la situación está difícil en estos momentos no ay muchos clientes
E7	La ventas han decrecido, no hay dinero por ende las personas no compraran
E8	Ha empeorado
E9	
E10	
E11	Se ha mantenido
E12	Han decaído las ventas, hay meses donde se nivela pero en comparación a otros años han empeorado por la crisis que pasa el país.
E13	
E14	El turismo ha empeorado
E15	Ha bajado la demanda

8.- ¿Pertenece la empresa a alguna asociación? ¿Cuál?	
E1	“Si, nosotros tenemos un grupo llamado Equipo Ecuatorial conformado por agencias de viaje y mayoristas.”
E2	“Asociaciones mmm no , lo que si es que trabajo con empresas porque conozco los dueños y son mi amigos el tomo hostel , el re hostel , manso y el hostel jeshua cuando ya no tengo habitaciones los envio para cualquiera de estos hostales.”
E3	“No”
E4	“No”
E5	“No”
E6	“No”
E7	“No”
E8	“No”
E9	“No, pero mantenemos relaciones con agencias de viajes fuera y dentro del País y hostales también”
E10	“No”
E11	“No”
E12	“No”
E13	“En la actualidad no pertenecemos a ninguna asociación sin embargo mantenemos relaciones con las agencias de viajes que nos escriben y requieren de nuestros servicios y otros servicios.”
E14	“No”
E15	“No”

9.- ¿Conoce usted el termino clúster (agrupamiento empresarial) antes de mencionarlo al inicio de la entrevista?	
E1	“No”
E2	“No”
E3	“Si, hubo un chico llamado Diego que quiso hacer eso, creo la página Friendly Hostels, al principio todos lo apoyaban pero al final nadie quería pagar y se terminó cancelando todo.”
E4	“No”
E5	“No”
E6	“No”
E7	“No”
E8	No
E9	“No”
E10	“No”
E11	“No”
E12	“No”
E13	“No he escuchado el término”
E14	“No”
E15	“No”

10.- ¿Cuál considera usted que serían las ventajas y desventajas de un agrupamiento empresarial?	
E2	Gran ahorro en comisiones a otras empresas, porque si tienes tu propia página web para hacer las reservas ya no debes comisionar a nadie y como desventaja es que debe haber mucho compromiso, porque si no se comprometen es difícil porque no se puede dar a conocer el trabajo de la noche a la mañana, además se requiere de mucho tiempo.
E5	Como ventaja la mejora de ventas y no veo desventajas.
E6	Ventaja: Aumento de la productividad y como desventaja que los servicios que ofrezcan las empresas sean muy semejantes
E7	Una ventaja sería que se compartiría los proveedores, desventaja que hay competencia desleal, a veces estas empresas proveedoras de transporte se llevan los clientes de las empresas ofreciéndoles mejores precios.
E8	“Aumentar las ventas“
E11	“Ventaja aumentaría la productividad.” No completo la respuesta se veía desinteresada.”
E12	“Se estandarizaría el proceso al momento de ofrecer un servicio, como desventaja la falta de compromiso y el tiempo.”
E13	“Mejoraría las ventas, ya que si las empresas de la agrupación me recomiendan me enviaran clientes y como desventaja creo que el servicio de alojamiento y desayuno lo ofrece algunas empresas del sector.”
E14	“Aumento de la demanda “
E15	“Equidad de precios”. No expreso desventaja alguna.

11.- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un agrupamiento empresarial?	
E1	“Sí, representa en beneficios para mí por supuesto”.
E2	“No.”
E3	“Sí, yo siempre apoyo la unida y siempre y cuando sea gente confiable, gente correcta.”
E4	“Si”
E5	“Depende, primero habría que conocer cuál es la ganancia.”
E6	“Si, aportaría nuevas ideas “
E7	“Si”
E8	“Mm depende, si me genera ingreso en vez de perdidas podría ser que sí.”
E9	“Sí, soy ingeniero agropecuario jejeje ,conozco de un caso “Friendly Hostels”, pero no funciona.”
E10	“No”
E11	“No”
E12	“Si”
E13	“Si”
E14	“Si”
E15	“Si”

Anexo 5 Catastro Turístico

NOMBRE	DIRECCION	-ACTIVIDAD_TURIS	TOTAL_EN
SELECTO ABRAHAM	10 DE AGOSTO 1211 Y PEDRO MONCAYO	ALOJAMIENTO	6
NIUCANCHE	PIO MONTUFAR 105 Y AGUIRRE	ALOJAMIENTO	8
NASA	CLEMENTE BALLEEN 1104 Y PIO MONTUFAR	ALOJAMIENTO	4
SUITES EL EJECUTIVO	ESCOBEDO 1403 Y LUQUE	ALOJAMIENTO	9
SUCRE	SUCRE 912 Y LORENZO DE GARAYCOA	ALOJAMIENTO	6
REINA VICTORIA	PEDRO MONCAYO 1531 Y COLON	ALOJAMIENTO	7
SUITTE BOYACA	COLON 323 Y BOYACA	ALOJAMIENTO	6
PASEO REAL	LUQUE 1011 Y PEDRO MONCAYO	ALOJAMIENTO	6
PUERTO RICO	COLON 1057 Y PIO MONTUFAR	ALOJAMIENTO	2
BERLIN	RUMICHACA #1503 Y SUCRE	ALOJAMIENTO	7
PRIMAVERA	SEIS DE MARZO #828 ENTRE AGUIRRE Y BALLEEN	ALOJAMIENTO	4
ATLANTIC BLUE	6 DE MARZO 707 Y AGUIRRE	ALOJAMIENTO	10
SELECTO ABRAHAM	10 DE AGOSTO 1211 Y PEDRO MONCAYO	ALOJAMIENTO	6
SANTA ROSA	RUMICHACA #1423 Y SUCRE	ALOJAMIENTO	5
CHARLOTTE	6 DE MARZO #740 Y AGUIRRE	ALOJAMIENTO	9
CASA DE ROMERO	VELEZ #501 Y CALLE BOYACA	ALOJAMIENTO	3
NUEVO MILENIO	AGUIRRE # 1201 Y PEDRO MONCAYO	ALOJAMIENTO	5
LOS ANDES INN	LORENZO DE GARAYCOA 1233 ENTRE AGUIRRE Y CLEMENTE BALLEEN	ALOJAMIENTO	7
AMERICA'S CLUB TRAVEL	COLON 602 Y BOYACA. EDIF. COLON, PISO 3, OF. 305	AGENCIAS DE VIAJES	6
FABUL TOUR	AGUIRRE 116 ENTRE MALECON Y PICHINCHA	AGENCIAS DE VIAJES	6
ISAITUR	BOYACA 1618 Y CLEMENTE BALLEEN	AGENCIAS DE VIAJES	5
MARIBEL TOUR	FEBRES CORDERO Y ELOY ALFARO, C.C. MULTICOMERCIO, OFC. 10	AGENCIAS DE VIAJES	3
ALPITUR	NUEVE DE OCTUBRE Y COLON	AGENCIAS DE VIAJES	7
AMERICANTUR	PICHINCHA Y LUQUE EDIFICIO BANCO PARK	AGENCIAS DE VIAJES	6
AMY TRAVEL	PEDRO CARBO 911 y 10 DE AGOSTO C.C. PASEO DEL PARQUE P.B.	AGENCIAS DE VIAJES	3
BARREIRO INSUA VIAJES Y TURISMO	MALECON 1405 Y AGUIRRE	AGENCIAS DE VIAJES	3
DELFIN TRAVEL	CHILE 303 Y LUQUE PISO 10	AGENCIAS DE VIAJES	6
ECUAMUNDI	CHILE 210 Y LUQUE	AGENCIAS DE VIAJES	6
EUROEXPRESO	GARCIA AVILES 408 Y LUQUE EDIF. FINEC. 6TO PISO OFC. 608	AGENCIAS DE VIAJES	8
MAGNITOURS	COLON 404 Y CHILE EDF. PROMESA, PISO 3 OFC 307	AGENCIAS DE VIAJES	2
MEGATUR	ILLINGWORTH 115 Y MALECON	AGENCIAS DE VIAJES	5
NANCY'S TUR	AGUIRRE 120 ENTRE PICHINCHA Y MALECON	AGENCIAS DE VIAJES	9
TURENCA	CHILE 725 Y COLON	AGENCIAS DE VIAJES	4
CARLSON WAGONLIT TRAVEL	PADRE AGUIRRE 104 Y MALECON SIMON BOLIVAR	AGENCIAS DE VIAJES	8
H.D.P. REPRESENTACIONES	BAQUERIZO MORENO 1111 Y P. ICAZA	AGENCIAS DE VIAJES	6
MELIA ECUATORIANA	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE	AGENCIAS DE VIAJES	5
OPETUR	9 DE OCTUBRE 424 Y CHILE	AGENCIAS DE VIAJES	4
COTURCIP S.A. / CIUDAD DE LUQUE	SUCRE 210 Y PICHINCHA	AGENCIAS DE VIAJES	5
BARBARA TUR	BOYACA 1616 Y CLEMENTE BALLEEN	AGENCIAS DE VIAJES	4
TOUR CENTER	MALECON SIMON BOLIVAR 1709 Y 10 DE AGOSTO	AGENCIAS DE VIAJES	5
LUJOR REP	AV. 9 DE OCTUBRE # 424 Y CHILE PISO #9 OFICINA # 903-904	AGENCIAS DE VIAJES	1
D' TRAVEL	C.C. MALECON 2000, GALERIA A, LOCAL 27	AGENCIAS DE VIAJES	4
MASHIPURAVIAJES S.A.	VELEZ 501 Y BOYACA. EDIF. LANCIA, PISO 6, OF. 6-1	AGENCIAS DE VIAJES	3
JOIN TOURS	COLON 404 Y CHILE, EDF. PROMESA, PISO 1, OFC. 106	AGENCIAS DE VIAJES	3
CENTROS DE VIAJES ECUADOR	AGUIRRE 411 ENTRE CHILE Y CHIMBORAZO, C.C. UNICENTRO, OFICINA 104	AGENCIAS DE VIAJES	6
PROMOCIONES LUJOR	9 DE OCTUBRE #424 ENTRE CHILE Y GARCIA MORENO, EDIF. GRAN	AGENCIAS DE VIAJES	5
JACKELINE TOURS	AGUIRRE #104 Y MALECON, LOCAL 110	AGENCIAS DE VIAJES	4
WEEKEND TRAVEL	10 DE AGOSTO 300 Y PEDRO CARBO, EDIF. MENALI, 1ER PISO, OFICINA 104	AGENCIAS DE VIAJES	4
JACIS TRAVEL	CLEMENTE BALLEEN 309 ENTRE CHILE Y PEDRO CARBO	AGENCIAS DE VIAJES	5
VIPECUADOR VACACIONES	PADRE AGUIRRE #104 Y MALECON SIMON BOLIVAR EL FORTIN PISO 104	AGENCIAS DE VIAJES	5
TURISFROSUR	CHILE #616 Y SUCRE	AGENCIAS DE VIAJES	2
MC TOUR	AGUIRRE #116 ENTRE PICHINCHA Y MALECON, PISO #1, OFIC. 6	AGENCIAS DE VIAJES	4
VIAJES DEL PACIFICO	PICHINCHA #338 ENTRE LUQUE Y NUEVE DE OCTUBRE	AGENCIAS DE VIAJES	10
TRIP AND TRIP	AV. NUEVE DE OCTUBRE #406 Y CORDOVA, PISO #3, OFIC. 3	AGENCIAS DE VIAJES	2
MAS TRAVEL - GCB	VELEZ 409 Y ESCOBEDO	AGENCIAS DE VIAJES	8
SAFATOUR	RUMICHACA # 1108 ENTRE LUQUE Y AGUIRRE	AGENCIAS DE VIAJES	4
MAKE ECUADOR	SUCRE # 112 Y MALECON, EDF. LA MAGDALENA, PISO 1, OFC 103	AGENCIAS DE VIAJES	3
GYMTURS	CLEMENTE BALLEEN # 511 Y BOYACA	AGENCIAS DE VIAJES	6
PERAGALLO TRAVEL	GARCIA AVILES 505 Y LUQUE, EDF. CONDOMINIO MALDONADO, PISO 105	AGENCIAS DE VIAJES	2
JS TRAVEL	AGUIRRE 411 ENTRE CHILE Y CHIMBORAZO, C.C. UNICENTRO, PISO 104	AGENCIAS DE VIAJES	6
MUNDIALVIP	BOYACÁ 1108 Y FCO. DE PAULA ICAZA, EDIF. BOYACÁ, PISO 3, OFICINA 104	AGENCIAS DE VIAJES	4
COMANDATO VIAJES	VELEZ ENTRE GARCIA AVILES Y BOYACA	AGENCIAS DE VIAJES	3
TUBISER	PEDRO MONCAYO 1005 Y VELEZ, EDF. CENTENARIO, PISO 1, OF. 105	AGENCIAS DE VIAJES	5
JM & GC TURISMO	VELEZ 616 Y RUMICHACA, EDIF. GUSTAVO ILLINGWORT BAQUERIZO	AGENCIAS DE VIAJES	8
PROMOCHARTERS	CHIMBORAZO 203 Y VELEZ, EDIF. CHIMBORAZO PISO 4, OF. 2	AGENCIAS DE VIAJES	4

NOMBRE	DIRECCION	-ACTIVIDAD	TOTAL_EN
PACIFICO HOSTELLING INT.	ESCOBEDO 811 Y JUNIN	ALOJAMIENTO	8
ELITE INTERNACIONAL	BAQUERIZO MORENO 902 Y JUNIN	ALOJAMIENTO	5
FAMILIAR LONDRES	BAQUERIZO MORENO 501 Y TOMAS MARTINEZ	ALOJAMIENTO	3
DANUBIO	P. ICAZA 603 Y ESCOBEDO	ALOJAMIENTO	7
NAPOLEON	BOYACA 803 Y LUIS URDANETA	ALOJAMIENTO	6
TAURO	AV. QUITO #1525 Y COLON	ALOJAMIENTO	4
BOSTON	PADRE SOLANO 422 ENTRE BOYACÁ Y XIMENA	ALOJAMIENTO	7
HOSTAL SAVOY II	JUNIN 627 ENTRE ESCOBEDO Y BOYACA	ALOJAMIENTO	1
RIO	VICTOR MANUEL RENDON 713 Y BOYACA	ALOJAMIENTO	8
WILSON INN	MENDIBURO #206 Y GENERAL CORDOVA	ALOJAMIENTO	8
TURISTA	JUNIN SOLAR # 16 Y BAQUERIZO MORENO MORENO	ALOJAMIENTO	7
MURCIA	ESCOBEDO 719 ENTRE PADRE SOLANO Y LUIS URDA	ALOJAMIENTO	3
CANDY'S	BOYACA #316-A Y JUAN MONTALVO	ALOJAMIENTO	3
BICENTENARIO CENTRO	JUNIN 700 ENTRE BOYACA Y XIMENA	ALOJAMIENTO	4
CISNE EL	VICTOR MANUEL RENDÓN 753 ENTRE BOYACÁ Y G	ALOJAMIENTO	7
ELITE INTERNACIONAL	BAQUERIZO MORENO 902 ENTRE JUNÍN Y LUIS URD	ALOJAMIENTO	7
ATLANTIC SUITE	ESCOBEDO 812 Y JUNÍN	ALOJAMIENTO	5
RE BED AND BREAKFAST	JUNÍN 428 Y CORDOVA, PISO 3, DPTO. 3-D	ALOJAMIENTO	4
TOMO	VICTOR MANUEL RENDON 212 ENTRE PANAMA Y R	ALOJAMIENTO	6
AEROMUNDO	JUNIN 430 Y GRAL.CORDOVA	AGENCIAS DI	7
CANSIONG TRAVEL	V.M. RENDON 616 E/ BOYACA Y ESCOBEDO	AGENCIAS DI	4
FANTASTIC TOURS	ESCOBEDO 702 Y PADRE SOLANO	AGENCIAS DI	2
ACRISTOUR	C.C. MALECON GALERIA C LC. 58	AGENCIAS DI	3
AGUIMAR	CORDOVA 640 Y URDANETA	AGENCIAS DI	6
AMERICANA	P. ICAZA #606 Y ESCOBEDO	AGENCIAS DI	6
CENTRO VIAJERO	BAQUERIZO MORENO 1119 Y 9 OCTUBRE, piso 8, of	AGENCIAS DI	4
GOLDEN TRAVEL	JUNIN 106 Y MALECON	AGENCIAS DI	4
GRUDENTUR	ESCOBEDO 807 Y JUNIN	AGENCIAS DI	6
IDIOMAS TRAVEL	JUNIN 203 Y PANAMA PISO 2	AGENCIAS DI	4
JAPANTOURS	ANTEPARA 715 Y 1 DE MAYO	AGENCIAS DI	6
KARNIHA S TOURS	JUNIN #504 Y ALFREDO BAQUERIZO MORENO	AGENCIAS DI	2
CONFORTUNA	BOYACA 1107 E/ P. ICAZA Y BOYACA	AGENCIAS DI	6
MARGOTH CHAVEZ	CORDOVA 803 Y JUNIN	AGENCIAS DI	5
MARIN TRAVEL	JUNIN 434 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIAS DI	3
MUNDO TRAVEL	P. ICAZA 509 Y ESCOBEDO	AGENCIAS DI	5
ROYALTOURS	JUNIN 502 Y BAQUERIZO MORENO	AGENCIAS DI	4
SAYAGO TRAVEL	CORDOVA 604 Y MENDIBURO	AGENCIAS DI	3
SU TOUR	BOYACA 1011 Y P. ICAZA	AGENCIAS DI	4
TRAVELSUR	9 DE OCTUBRE 411 Y CHILE EDIFICIO PASAJE VALCO	AGENCIAS DI	4
VALERO TRAVEL	JUNIN 422 Y G. CORDOVA	AGENCIAS DI	5
VIAJES EDITH	CORDOVA 704 Y LUIS URDANETA	AGENCIAS DI	6
REPVIAJES	CORDOVA 1013 Y 9 DE OCTUBRE, PISO 3, OFC 2	AGENCIAS DI	7
LUJOR	9 DE OCTUBRE 424 GRAN PASAJE	AGENCIAS DI	7
M & M ECUACONSOLIDADORA	9 DE OCTUBRE 100 Y MALECÓN EDIFICIO BANCO LA	AGENCIAS DI	5
ESCOBAR TOUR	MACHALA 811 Y 9 DE OCTUBRE EDIF. HOTEL LAS AN	AGENCIAS DI	1
TRAVEL CORNER	9 DE OCTUBRE 804 Y CHIMBORAZO 8AVO. PISO OF.	AGENCIAS DI	2
GALASAM INTERNACIONAL	9 DE OCTUBRE 424 Y P. ICAZA EDIF. GRAN PASAJE L	AGENCIAS DI	8
NATUAVENTURA	CORDOVA 1004 E/ 9 DE OCTUBRE Y P. ICAZA. EDF. /	AGENCIAS DI	4
EXPEDISA	ESCOBEDO 835 Y JUNIN, PISO 2, OFICINA 205	AGENCIAS DI	4
MISSING TRAVEL	FRANCISCO DE PAULA ICAZA 437 ENTRE CORDOVA	AGENCIAS DI	3
HAMACA TOURS AND EXPEDITIONS	PANAMA 321 Y TOMAS MARTINEZ 1 ER. PISO OFICI	AGENCIAS DI	3
ECUADORIAN TOURS	BOYACA #814 Y JUNIN, BLOQUE 2, CASA ROSADA, C	AGENCIAS DI	4
DIGMARY DISCOVERY FIESTA	MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR S/N Y TOMÁS MARTÍN	AGENCIAS DI	6
AGENCIA TURISTICA ESTUDIANTIL	ESCOBEDO # 805 Y LUIS URDANETA , PISO 3RO OFIC	AGENCIAS DI	3
VIA ECUATORIAL VIECSA	BAQUERIZO MORENO 1119 Y AV. 9 DE OCTUBRE ED	AGENCIAS DI	2
TURISMO RUTA DEL SOL	PANAMA # 501 ENTRE ORELLANA E IMBABURA , ED	AGENCIAS DI	3
TOMASTUR S.A.	NUEVE DE OCTUBRE #424 Y CHILE, EDIF. GRAN PAS	AGENCIAS DI	5
CHARTER & CHARTERS	URDANETA #121 Y GENERAL CORDOVA	AGENCIAS DI	5
ADINEPLUS	BOYACA 642 Y PADRE SOLANO. EDIF. EL TORREON,	AGENCIAS DI	2
LANATOUR S.A.	BARRIO ORELLANA. LUIS URDANETA 1914 Y CARCH	AGENCIAS DI	5
KOMOLY TRAVELS	CALLE BAQUERIZO MORENO #922 Y VICTOR MANU	AGENCIAS DI	6
SPEEDTRAVEL S.A.	JUNIN 107 Y MALECON SIMON BOLIVAR, EDIF. VIST	AGENCIAS DI	7
EMELA TOUR	MALECON SIMON BOLIVAR #416 Y TOMAS MARTIN	AGENCIAS DI	3
GUANI TOURS	LUIS URDANETA 423 Y BOYACÁ	AGENCIAS DI	4
SPRING TRAVEL	CORDOVA #810 Y JUNIN EDIF. TORRES DE LA MERC	AGENCIAS DI	6
DREAM & TRAVEL	AV. 9 DE OCTUBRE #406 Y CORDOVA EDIF MU PISO	AGENCIAS DI	5
REPRESENTACIONES TURISTICAS DICIVIAJES	CARCHI #703 Y AV. 9 DE OCTUBRE EDIF. BOUTIQUE	AGENCIAS DI	4
TROPICAL TOURS	PEDRO CARBO #531 ENTRE 9 DE OCTUBRE Y LUQUE	AGENCIAS DI	2
PLATINUM INTERNATIONAL	VICTOR MANUEL RENDON #440 ENTRE BAQUERIZO	AGENCIAS DI	3
KEMTOURS	AV. NUEVE DE OCTUBRE #406 Y CORDOVA	AGENCIAS DI	2
YOU TRAVEL	GRAL. CORDOVA, SOLAR #2 E/ AV. 9 DE OCTUBRE	AGENCIAS DI	5
EUROLATINA	GRAL. CORDOVA # 810 Y VICTOR MANUEL RENDON	AGENCIAS DI	3
TEAM TRAVEL	BAQUERIZO MORENO # 825 ENTRE LUIS URDANETA	AGENCIAS DI	3
ETERNA PRIMAVERA HEP	CARCHI # 703 Y 9 DE OCTUBRE, EDF. BOUTIQUE DEL	AGENCIAS DI	3
IGUANAZUL TRAVEL	JUNÍN 201-B Y PANAMÁ, C.C. LA MERCED, MEZZAN	AGENCIAS DI	4
MUPIGTRAVEL S.A.	PEDRO CARBO 123 Y JUNÍN, EDIFICIO LA MERCED, I	AGENCIAS DI	6
NINFATOUR S.A.	JUNÍN 422 Y GENERAL CORDOVA	AGENCIAS DI	7
INMONATURA S.A.	JUNÍN 114 Y MALECÓN, TORRES DEL RÍO, PISO 6, O	AGENCIAS DI	2
GOLDEN VACATIONS	GENERAL CORDOVA 810, TORRES DE LA MERCED, P	AGENCIAS DI	6
GEOTOURS	AV. 9 DE OCTUBR 406 Y CORDOVA, EDIF.MU, PISO	AGENCIAS DI	5

Anexo 6 Fotografías



