

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**EDCOM**

**SEMINARIO DE GRADUACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**Analista de Sistemas**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE DISEÑO DEL  
SITIO WEB DESTINADO AL TURISMO INTERNO EN EL ECUADOR**

**“Yo Visito Ecuador”**

**MANUAL DE DISEÑO**

**NATALIA JAZMIN CHAVEZ BRAVO**

**MARIA PATRICIA OCHOA OCHOA**

**DIRECTOR**

**Lcdo. Alex Espinoza**

**Año 2009**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, el mismo que nos ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con nuestra carrera, también a nuestros profesores y compañeros, por los conocimientos y las experiencias que hemos recibido y hemos compartido con ellos a lo largo de estos años.

Natalia Chávez B.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, el mismo que nos ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con nuestra carrera, también a nuestros profesores y compañeros, por los conocimientos y las experiencias que hemos recibido y hemos compartido con ellos a lo largo de estos años.

Ma. Patricia Ochoa O.

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis a mi Padre que ha sido la fuerza que me ha mantenido en lucha a lo largo de estos años.

Un agradecimiento especial a mi Tía Rosario Bravo que me ha apoyado durante todos estos años.

Natalia Chávez B.

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis a Dios y a los seres que más amo en este mundo, a mis familiares y amigos, por ser la fuente de mi inspiración y sobre todo de motivación para superarme cada día más y así poder luchar cada día por una vida mejor.

Ma. Patricia Ochoa O.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamento de Graduación de Pregrado de la ESPOL).

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE  
GRADUACIÓN**

---

**Natalia Jazmín Chávez Bravo**

---

**María Patricia Ochoa Ochoa**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

**Lcdo. Alex Espinoza**  
**DIRECTOR DE TESIS**

---

**Mae. Ruth Matovelle**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

## **RESUMEN EJECUTIVO FINAL**

A continuación les presentamos un breve análisis de la presente propuesta, la cual consiste en el desarrollo de un sitio web destinado al turismo interno del Ecuador.

Hoy en día la publicidad a través de los sitios se ha vuelto muy novedosa, no sólo en nuestro país sino en el resto del mundo, ya es casi una necesidad para los usuarios que se conecten a estos sitios y obtenga la mayor información posible tanto fotos, videos, imágenes y comentarios acerca de alguna atracción turística.

Las personas sienten la necesidad de conocer más, no sólo de su país sino del resto del mundo, pues tienen a la mano el internet que brinda el servicio de comunicación y su fácil acceso a estos sitios web. Según datos estadísticos Europa, Australia, Norteamérica, son los países con mayor crecimiento de sitios web destinados a fomentar turismo y otros productos a través del internet, de esta manera ellos se promocionan y por esa razón son tan visitados, por turistas extranjeros y a la vez turistas internos.

Por lo tanto hemos encontrado un mercado en crecimiento, que está siendo explotado al máximo, y a su vez, está incrementando el nivel económico de cada pueblo, dando un mayor desenvolvimiento a las personas para ser productoras del turismo.

“Yo Visito Ecuador”, es el nombre que se le ha dado a este sitio web, en el que los usuarios podrán saber más acerca de las distintas ciudades del Ecuador y conocer sus atractivos turísticos. Además los usuarios conocedores de los atractivos del Ecuador y con conocimientos de guías especializados podrán registrarse como “guías turísticos” oficiales del sitio, en el cual darán a conocimiento de los usuarios sus servicios como referentes en el turismo.

Aproximadamente para el lanzamiento de este proyecto se requerirá de un monto de inversión de \$3,000 por los tres primeros meses que significan el desarrollo del sistema. En un período de 6 meses se obtendrán los ingresos, será auto sustentable al periodo de un año y posteriormente obtendrán su retorno de inversión; sus ganancias crecerán vertiginosamente, ya que nuestro sitio será el punto de atracción para las personas que vendan su servicio de guías especializados y además de las personas que están en busca de lugares atractivos para divertirse y conocer más acerca de otras culturas y ciudades diversas.

Después de todo lo mencionado, podemos concluir que es un proyecto potencial de inversión, ya que entrega resultados favorables, y con posibilidades de nuevas áreas de negocios y mercadeo.

# INDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>1</b>
1.1 GENERALIDADES.....	1
1.2 Antecedentes .....	2
1.3 Importancia del Estudio.....	4
1.4 Objetivos .....	4
1.4.1 Objetivo General:.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos: .....	4
<b>CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>1</b>
2.1. Perspectivas de Investigación.....	1
2.2 Planteamiento del Problema.....	1
2.3. Objetivos de Investigación de Mercado .....	2
2.3.1 Metodología de la investigación.....	2
2.3.2 Encuesta:.....	2
2.3.3 Recopilación de datos secundarios: .....	3
2.3.4 Universo del estudio: .....	21
2.3.5 Se empleo un instrumento cuantitativo: .....	21
2.3.6 Método de muestreo: .....	21
2.3.7 Tipos de estudio: .....	21
2.3.8 Diseño de instrumento a utilizarse.....	21
2.3.9 Proceso de investigación de mercado: .....	22
2.3.10 Unidad de análisis: .....	23
2.3.11 Entrevista previa a las encuestas .....	23
2.4 Perfil del consumidor .....	23
2.5. Plan de Muestreo.....	24
2.6. Diseño de Encuesta.....	25
2.6.1 Métodos: Encuesta personal .....	26

2.6.2 Trabajo de campo:.....	26
2.6.3 Encuesta piloto: .....	26
2.6.4 Encuesta definitiva:.....	26
2.7. Presentación de Resultados .....	27
<b>CAPÍTULO 3. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>1</b>
3.1. Antecedentes.....	1
3.2. Objetivos del Plan de Marketing .....	1
3.2.1 Misión .....	1
3.2.2 Visión.....	1
3.2.3 Nombre de la empresa .....	2
3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing.....	2
3.3 Análisis Estratégico.....	2
3.3.1 Análisis FODA .....	2
3.3.2 FORTALEZA.....	3
3.3.3 OPORTUNIDAD.....	3
3.3.4 DEBILIDADES .....	4
3.3.5 AMENAZAS.....	4
3.4. Segmentación del Mercado .....	4
3.4.1 Segmentación demográfica.....	5
3.4.2 Segmentación Psicográfica.....	5
3.4.3 Clases sociales .....	5
3.5 Mercado Meta.....	5
3.6. Posicionamiento.....	5
3.7. Marketing Mix.....	6
3.7.1 Producto.....	6
3.7.2 Precio .....	8
3.7.3 Comunicación y Promoción .....	9
3.7.4 Publicidad .....	10
3.7.5 Promoción y venta .....	12

<b>CAPÍTULO 4. ESTUDIO TECNICO.....</b>	<b>1</b>
4.1. Antecedentes Económicos .....	1
4.2. Ingeniería de Producción del Producto .....	1
4.3. Diseño de la estructura del diseño.....	3
4.4. Boceto del diseño Principal.....	6
4.5. Boceto del diseño Administrativo .....	13
4.6. Tamaño del proyecto .....	18
4.7. Modelo Entidad Relación .....	18
4.8. Consultas .....	19
<b>CAPÍTULO 5. EQUIPO DE TRABAJO.....</b>	<b>1</b>
5.1. Trabajadores por área .....	1
5.2. Organigrama.....	4
<b>CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS .....</b>	<b>1</b>
6.1 Presupuesto de Ingresos y Egresos .....	1
6.2 Resultado de situación financiera .....	5
<b>CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>1</b>
7.1. Conclusiones .....	1
7.2. Recomendaciones .....	2
Anexo 1: Encuesta.....	1
Anexo 2: Número de graduados anualmente en la Espol.....	5
Anexo 3: Reporte de Graduados por carrera y años .....	6
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>1</b>

## INDICE DE FIGURAS

### CAPÍTULO 1

Figura 1- 1: Turismo Internacional.....	3
Figura 1- 2: Turismo Interno .....	3
Figura 1- 3: Preferencias a Visitar .....	3

### CAPÍTULO 2

Figura 2- 1: Islas Canarias .....	3
Figura 2- 2: Comunitat Valenciana.....	4
Figura 2- 3: Visita Ecuador.....	5
Figura 2- 4: Ayuntamiento de Murcia .....	6
Figura 2- 5: Web Oficial Turismo en España .....	7
Figura 2- 6: Andes Trip .....	9
Figura 2- 7: Mucho Viaje.....	10
Figura 2- 8:CubaWeb.....	11
Figura 2- 9: Turismo Bolivia Perú.....	12
Figura 2- 10: Terra Andina .....	13
Figura 2- 11: Vino Taller .....	14
Figura 2- 12: Málaga.....	15
Figura 2- 13: Villa Romana .....	16
Figura 2- 14: Punto Info.....	17
Figura 2- 15: Tourist Guide - Barcelona.....	18
Figura 2- 16: Argen Tour.....	19
Figura 2- 17: Polska.....	20
Figura 2- 18: Uso del Internet.....	27
Figura 2- 19: Internet Favorece al Turismo .....	28
Figura 2- 20: Por qué el Internet favorece al turismo .....	29
Figura 2- 21: Turismo a Través de Internet .....	30
Figura 2- 22: Turismo en el Ecuador .....	31
Figura 2- 23: Sitio Web o Portal.....	31

Figura 2- 24: Ejemplos de portales web .....	32
Figura 2- 25: Guías Personalizados .....	33
Figura 2- 26: Medio de Información.....	34
Figura 2- 27: Información de Sitios Web .....	35
Figura 2- 28. Información importante de Sitios Web .....	36
Figura 2- 29: Utilidad en Promoción Turística.....	37
Figura 2- 30: Experiencia en Información .....	38
Figura 2- 31: Frecuencia del Servicio.....	40
Figura 2- 32: Difusión.....	41
Figura 2- 33: Bondades Naturales y Turísticas.....	42

### **CAPÍTULO 3**

Figura 3- 1: Nombre de la empresa .....	2
Figura 3- 2: Camisetas .....	11
Figura 3- 3: Gorras.....	11
Figura 3- 4: Llaveros.....	12

### **CAPÍTULO 4**

Figura 4- 1: Capas.....	2
Figura 4- 2: Estructura de la página.....	3
Figura 4- 3: Logotipo Tipográfico .....	5
Figura 4- 4: Tipografía.....	5
Figura 4- 5: Página de Inicio.....	6
Figura 4- 6: Página de Catálogo .....	7
Figura 4- 7: Artículos de Venta .....	8
Figura 4- 8: Página de Registro .....	9
Figura 4- 9: Página de Calificación de Guía.....	10
Figura 4- 10: Página de Búsqueda .....	11
Figura 4- 11: Página de Espacio Guía .....	12
Figura 4- 12: Administrador de “Yo Visito Ecuador” .....	13
Figura 4- 13: Página de Bienvenida.....	13

Figura 4- 14: Mantenimiento de Usuario.....	14
Figura 4- 15: Mantenimiento País .....	14
Figura 4- 16: Mantenimiento Región.....	15
Figura 4- 17: Mantenimiento de Provincia .....	15
Figura 4- 18: Mantenimiento de Ciudad .....	16
Figura 4- 19: Mantenimiento de Noticia.....	16
Figura 4- 20: Consultas .....	17
Figura 4- 21: Modelo Entidad Relación .....	18

## **CAPÍTULO 5**

Figura 5-1: Organigrama.....	4
------------------------------	---

## ÍNDICE DE TABLAS

### CAPÍTULO 2

Tabla 2 - 1: Uso del Internet .....	27
Tabla 2 - 2: Turismo a Través de Internet .....	28
Tabla 2 - 3: Fomentar Turismo .....	29
Tabla 2 - 4: Turismo en Ecuador .....	30
Tabla 2 - 5: Guías Personalizados.....	32
Tabla 2 - 6: Medio de Información.....	33
Tabla 2 - 7: Información de Sitios Web.....	35
Tabla 2 - 8: Utilidad en Promoción Turística .....	37
Tabla 2 - 9: Experiencia en Información .....	38
Tabla 2 - 10: Frecuencia del Servicio .....	39
Tabla 2 - 11: Difusión.....	40
Tabla 2 - 12: Bondades Naturales y Turísticas .....	42

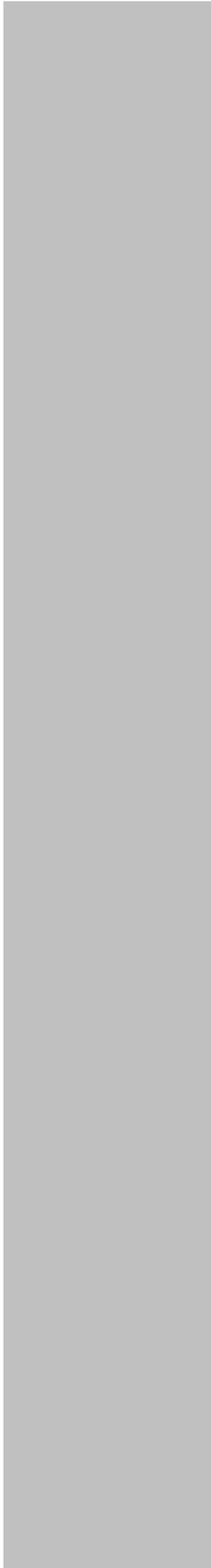
### CAPÍTULO 3

Tabla 3 - 1: Tabla de Precio de Espacio Guía.....	8
Tabla 3 - 2: Precios Banners .....	9

### CAPÍTULO 6

Tabla 6 - 1: Gastos por Productos.....	1
Tabla 6 - 2: Costo de Espacio .....	1
Tabla 6 - 3: Estudiantes que se gradúan Anualmente en la Espol .....	1
Tabla 6 - 4: Estudiantes que se gradúan Anualmente en la Sierra.....	2
Tabla 6 - 5: Ingreso Anual Basados en un 100%.....	2
Tabla 6 - 6: Ingreso Anual basados en un 50% .....	2
Tabla 6 - 7: Costo de Banners.....	2
Tabla 6 - 8: Total de Banners al Año.....	2
Tabla 6 - 9: Ingreso Mensual .....	2
Tabla 6 - 10: Ingresos por Souvenirs .....	3

Tabla 6 - 11: Costo del Proyecto .....	3
Tabla 6 - 12: Costos Fijos Anuales (Posterior a la Finalización del Proyecto) .....	3
Tabla 6 - 13: Flujo de Caja .....	4



**CAPÍTULO I**  
**DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

---

## **CAPÍTULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

### **1.1 GENERALIDADES**

La publicidad de Turismo en internet se ha fortalecido de manera destacada, convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y personas que desarrollan esta labor. Este fenómeno en crecimiento presuroso ocupa un espacio significativo en la vida de sus asiduos usuarios, para comprender mejor su significado se describirá que es posible hacer, en un sitio de turismo.

Principalmente se da a conocer los mayores atributos turísticos de un lugar y ventajas del mismo, así los visitantes del sitio tienen un amplio conocimiento de las diversas actividades que se pueden realizar y esto trae como consecuencia que muchas personas decidan visitar físicamente las ciudades y involucrarse en sus atracciones y cultura; dando la posibilidad de interactuar con nuevas sociedades y crecer dentro de una sistema abierto a fomentar el servicio de turismo.

Intervenir dentro de una red de turismo es compartir actividades realizadas con los demás, dando a conocer no solo su experiencia sino con sus emociones sentidas a cada momento de involucrarse con la naturaleza, personas y culturas diversas.

En la actualidad, es muy popular un sitio web turístico, pues se llegó a la conclusión de que hay un nicho bastante amplio de gente con conexión a Internet, visitando páginas referentes a ciudades o atracciones que se puedan realizar para pasar con grupos de amigos o familiares experiencias no antes vividas.

Uno de los problemas que existe en nuestro medio es que no existen sitios web dedicados a prestar un servicio de guías internos personalizados. Encontramos pocos sitios que se dediquen a publicar información sobre animales, parques, reservas ecológicas, etc. Por lo que hemos encontrado un nicho de mercado que podemos explotar, la creación de un sitio específicamente para prestar el servicio de guías especializados y de dar a conocer las actividades que se pueden realizar dentro de cada ciudad.

El sitio web de Turismo “Yo Visito Ecuador” permitirá a los usuarios observar las maravillas de Ecuador y de todo lo que se puede hacer para pasar experiencias nuevas

Familiarizándose con el mundo natural y deportes a realizar, donde el material a compartir son galerías de fotos, comentarios, votación por los guías turísticos, noticias, entre otros.

## **1.2 Antecedentes**

Ecuador, oficialmente República del Ecuador, con gran riqueza cultural, natural y arqueológica; situado en plena línea ecuatorial, a latitud cero. Idiomas oficiales español y quichua. Población actual 12'900.000.

El Ecuador cuenta con un acervo humano proyectado al año 2006 superior a los 13 millones de habitantes con una tasa de crecimiento poblacional total anual del 2,1%. La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afro ecuatorianos. El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afro ecuatorianas.

Ecuador tiene el potencial de posicionarse en su calidad de país, con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas:

- ✓ Galápagos
- ✓ Costa
- ✓ Andes
- ✓ Amazonía

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y éstos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta. El Ecuador tiene una historia de

más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

### Turismo Internacional

**TABLA. Evolución del Turismo Receptor Años 2000-2006**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Llegadas turistas Internacionales (Turismo receptor)	627.090	640.561	682.962	760.776	818.927	859.888	841.001
Variación interanual sobre años consecutivos %	-	2,15	6,62	11,39	7,64	5	-2,2

**Figura 1- 1: Turismo Internacional**

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR)

### Turismo Interno



**Figura 1- 2: Turismo Interno**

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

### Preferencias a Visitar

**Preferencias de visita a atractivos turísticos 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
<b>Total del universo</b>	<b>2.666.315</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador

**Figura 1- 3: Preferencias a Visitar**

### **1.3 Importancia del Estudio**

Dada la importancia que se le da hoy en día del turismo, y de formar parte del mundo cibernético se ha convertido en nuestro medio en una necesidad más en la vida actual, es por ello que nuestra propuesta tiene un mercado potencial y con proyecciones de tener gran éxito. El sitio “Yo Visito Ecuador”, busca nutrir de conocimientos a las personas, acerca de la importancia de fomentar el turismo. Además a través de nuestro sitio web nos daremos a conocer en nuestro medio y fuera del mismo ya que busca crecer, para poco a poco expandirse a otros países y ser mundialmente reconocida.

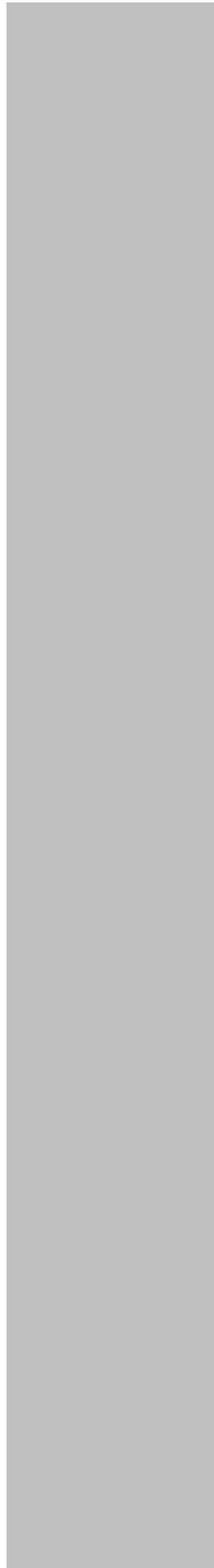
### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo General:**

Brindar un servicio personalizado a los diferentes turistas, tanto nacionales como extranjeros, con guías especializados, logrando de esta manera que nuestros recursos naturales sea conocidos tanto a nivel nacional como internacional para crear en las personas conciencia y valor al patrimonio natural que tenemos en nuestro país.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

- Brindar un soporte turístico de manera directa con las personas que se beneficien de nuestro servicio, capacitando personal en todos los ámbitos del negocio
- Fomentar el turismo interno.
- Identificar nuevos sectores para el turismo, como lugares recreacionales, parques, museos, etc.
- Fomentar trabajo para personas, capacitándolos en el sector turístico y en la manera de trato a los turistas.
- Difundir una imagen positiva de nuestro País.



**CAPÍTULO II**  
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

## **CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.1. Perspectivas de Investigación**

Con la investigación a realizar esperamos recolectar la mayor información, sobre los gustos y preferencias de las personas acerca de los lugares a visitar y que se podrían requerir en nuestro sitio, además buscamos posicionarnos en la mente de nuestros usuarios como la primera fuente de consulta en nuestro medio, y ser su mayor fuente de información al momento de búsqueda de algún lugar. Como red de turismo buscamos que nuestro sitio sea un vínculo entre personas que gustan de lo natural y de los deportes, y que deseen interactuar con personas de diferentes culturas.

### **2.2 Planteamiento del Problema**

Uno de los mayores problemas en el sector turístico es que no existe una adecuada planificación dentro de las ciudades, pues las autoridades no definen claramente los lugares y sectores turísticos, siendo un problema para los mismos ecuatorianos, pues no llegan a conocer todas las ciudades, como para que se movilicen de manera individual, y más aún para los extranjeros pues no cuentan con un servicio de movilización y señalización para que puedan acudir a estos centros recreacionales. Además no existe suficiente personal capacitado para brindar este tipo servicio de manera personalizada.

Según información del MINTUR el país debe contar con una estructura institucional muy fuerte que articule adecuadamente sus responsabilidades en el nivel técnico y en el nivel político. La actual estructura del Ministerio de Turismo no responde a estas necesidades, pues los diferentes procesos de cambio desarrollados en los últimos cinco años no se reflejan en la organización formal de la Institución, lo que incide negativamente en los resultados esperados de su gestión para el fortalecimiento del sector turístico.

Otro problema que existe es el conflicto entre operadoras turísticas, donde los costos sobrepasan su verdadero valor y además proporcionan los mismos viajes turísticos a los

lugares más conocidos pero no toman en cuenta que Ecuador cuenta con mucha más diversidad y sectores aún por promocionar.

### **2.3. Objetivos de Investigación de Mercado**

El objetivo de la investigación está orientado a determinar específicamente aspectos generales y específicos de nuestra red de turismo que nos permitirá conocer y evaluar los intereses de los usuarios (turistas).

La planificación de los servicios que logrará “Yo Visito Ecuador” surge de las necesidades que expresaron nuestros encuestados durante la investigación de mercado y estas se convirtieron en objetivos de estudios los cuales son:

- El sitio tenga acceso a las diferentes actividades turísticas de cada región.
- Los guías que deseen participar en el sitio web, podrán tener su propio espacio en el cual, ellos tienen acceso a subir imágenes y poner información sobre los lugares que conocen.
- Además ayudaremos a fomentar el turismo interno, y a nosotros como Ecuatorianos conocer el territorio y las bondades de las que gozamos en el aspecto natural.

#### **2.3.1 Metodología de la investigación**

La metodología a seguir consistirá en definir nuestro grupo específico y así obtener mejores resultados permitiéndonos establecer los gustos y preferencias de nuestros segmentos, esto ayudará a plantear estrategias de marketing con el fin de dinamizar la demanda del proyecto en este caso.

Las fuentes que se han empleado en el transcurso de la investigación son:

- Encuestas
- Recolección de Datos

#### **2.3.2 Encuesta:**

Se escogió a una parte de la población, que sería la ciudad de Guayaquil, donde se estimará la representación de la población total que es el Ecuador. Se realizará una serie de encuestas a personas que viajen, donde obtendremos información de cuáles son sus

preferencias, intereses, que servicios desean que tenga el sitio, con el fin de aportar con datos de interés, de manera que el sitio web de turismo cubra todas las necesidades de sus futuros usuarios.

### 2.3.3 Recopilación de datos secundarios:

Obtendremos datos secundarios a través de otros sitios similares de turismo ya existentes, para tener de referencia de cómo han sido creadas estas páginas y cuáles son los temas de mayor acogida y que es lo que hace que estas páginas vayan creciendo cada vez más.

A continuación se presenta una muestra de las diferentes páginas destinadas al turismo alrededor del mundo:

#### Islas Canarias



Figura 2- 1: Islas Canarias

<http://www.turismodecanarias.com/>

- Servicios de Turismo al usuario
- Separación de Hoteles
- Cuaderno del Viajero
- Solicitud de Información

### Comunitat Valenciana



Figura 2- 2: Comunitat Valenciana

<http://www.comunitatvalenciana.com/>

- Galería de fotos
- Registro de usuario
- Organización de viajes
- Actividades a realizar

Visita Ecuador



Figura 2- 3: Visita Ecuador

<http://www.visitaecuador.com/>

- Paquetes de Hospedaje.
- Mejores lugares de comidas típicas
- Transportación
- Artesanías
- Turismo Comunitario

### Ayuntamiento de Murcia

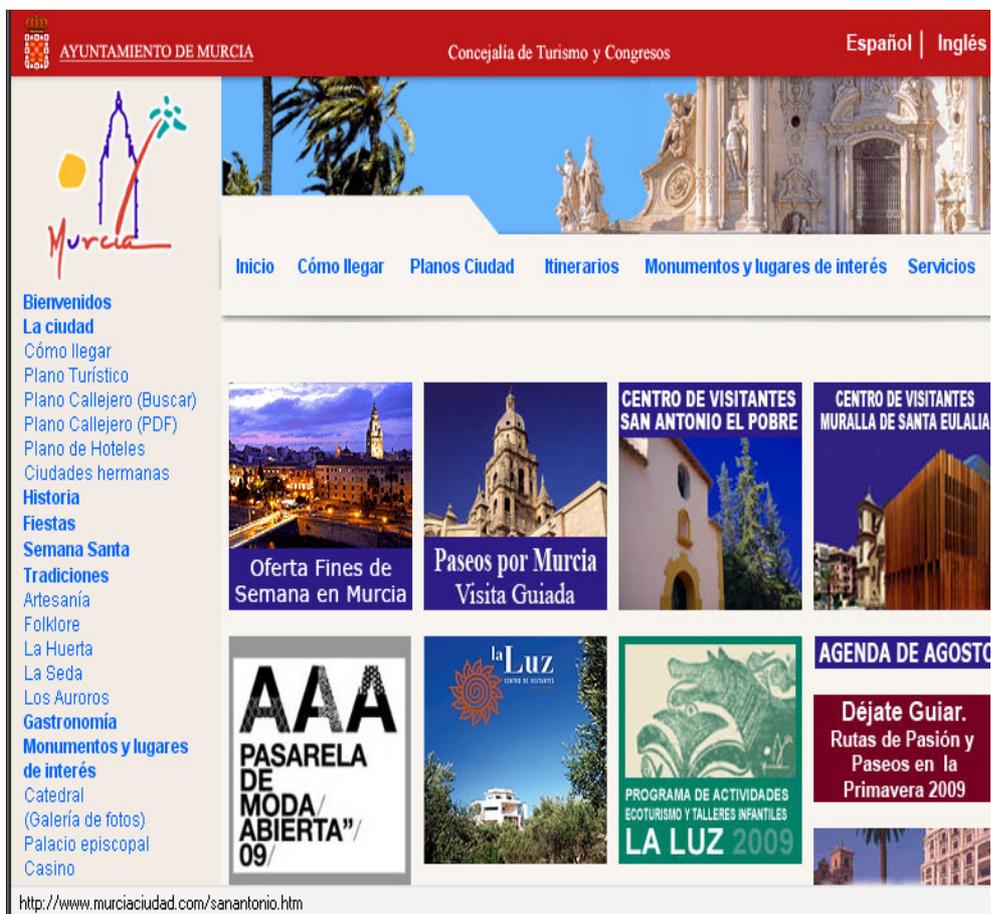


Figura 2- 4: Ayuntamiento de Murcia

<http://www.murciaciudad.com/index.htm>

- Ofrece distintos lugares a visitar
- Secciones Programas de actividades
- Visitas a museos
- Tradiciones culturales
- Gastronomía.

## Web Oficial Turismo en España

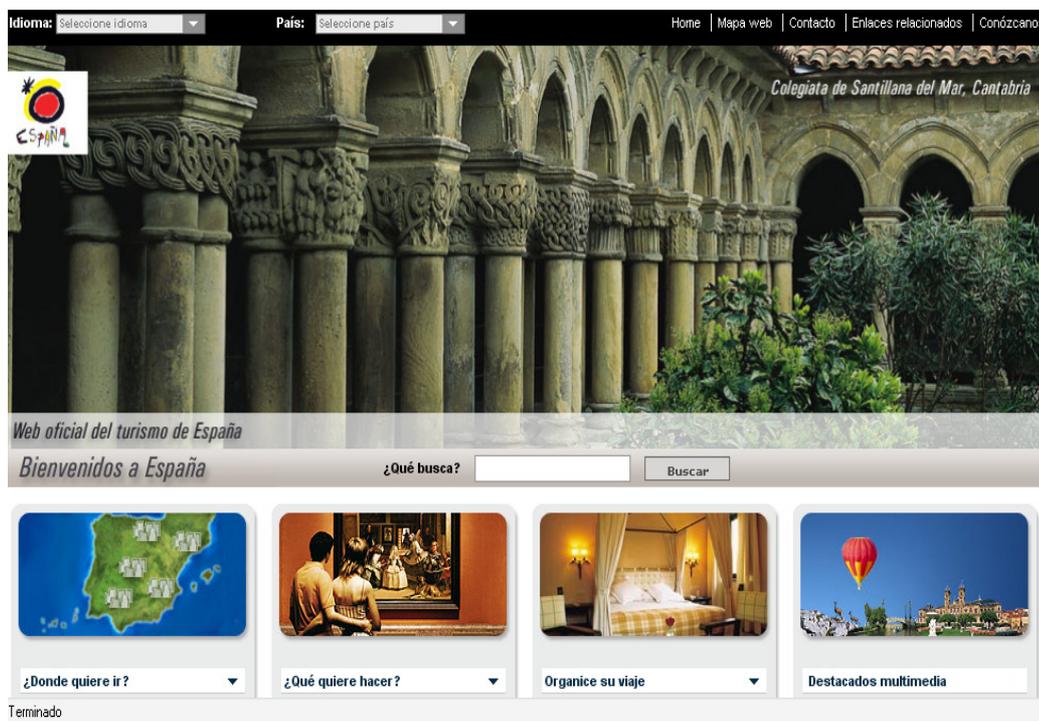


Figura 2- 5: Web Oficial Turismo en España

<http://www.spain.info/Tourspain>

- Eventos a realizarse.
- Recomendaciones de visita.
- Información de lugares visitados.

## Ávila



<http://www.avilaturismo.com/>

- Búsquedas específicas
- Presentación de guías turísticos
- Noticias
- Agendas

### AndesTrip



Figura 2- 6: Andes Trip

<http://www.andestrip.com.pe/>

- Ofertas y noticias del momento.
- Tours por Perú
- Destinos de viajes

### MuchoViaje



Figura 2- 7: Mucho Viaje

<http://www.muchoviaje.com/>

- Organización de Viajes.
- Imágenes de atracciones
- Publicidad de lugares a visitar.

CubaWeb



Figura 2- 8:CubaWeb

<http://www.cubaweb.cu/>

- Sitio web de Cuba.
- Excursiones.
- Videos, imágenes, etc.
- Directorio Turístico.

Turismo Bolivia Perú



Figura 2- 9: Turismo Bolivia Perú

<http://www.turismoboliviaperu.com/pagesp/bolivia/bolivia.php>

- Elaboración de tours
- Anuncios importantes
- Otros servicios

## Terra Andina



Figura 2- 10: Terra Andina

<http://www.bolivia-turismo.com/>

- Galería de fotos y videos
- Viajes personalizados
- Otros servicios

VinoTaller



Figura 2- 11: Vino Taller

<http://www.lariojaturismo.com/>

- Presentación de Chile.
- Productos que tiene Chile.
- Calendario de fechas.
- Mapa turístico

## Málaga



Figura 2- 12: Málaga

[http://www.malagaturismo.com/opencms/opencms/turismo/home.jsp?id\\_idioma=1](http://www.malagaturismo.com/opencms/opencms/turismo/home.jsp?id_idioma=1)

- Imágenes
- Videos
- Descripción de lugares

## Villa Romana



Figura 2- 13: Villa Romana

<http://www.almedinillaturismo.es/default.asp>

- Imágenes
- Museo
- Restaurantes
- Reservas

## Punto Info



**Figura 2- 14: Punto Info**

<http://www.todotenerife.es/>

- Información variada de lugares
- Alojamiento y visitas
- Excursiones Marítimas
- Actividades culturales

Tourist Guide - Barcelona



Figura 2- 15: Tourist Guide - Barcelona

http://www.barcelona-tourist-guide.com/sp/turismo-barcelona.html

- Información de los lugares en Barcelona
- Hospedajes
- Mapas de la ciudad

## ArgenTour



Figura 2- 16: Argen Tour

<http://www.argentour.com/>

- Conocer más sobre Argentina
- Mejores Hoteles
- Gastronomía

## Polska



Figura 2- 17: Polska

[http://www.polenia.travel/es/Artykuly/jak\\_podrozowac-es/podroz\\_samochodem/znaki\\_drogowe\\_i\\_samochodowe\\_znaki\\_turystyczne/pot\\_category\\_view](http://www.polenia.travel/es/Artykuly/jak_podrozowac-es/podroz_samochodem/znaki_drogowe_i_samochodowe_znaki_turystyczne/pot_category_view)

- Enseñanza del manejo de señalizaciones
- Lugares qué visitar
- Como se puede viajar a los diferentes destinos

#### **2.3.4 Universo del estudio:**

Definiendo al universo como “el conjunto de individuos de los cuales se desea conocer algo de interés en una investigación”. En el presente estudio se considerará a todas las personas desde la edad de 18 años, pues están dentro de la capacidad de realizar un viaje.

#### **2.3.5 Se empleo un instrumento cuantitativo:**

Encuesta aplicada a las personas en general y a personas que se encontraban en atracciones turísticas de Guayaquil, como por ejemplo en el Malecón 2000.

#### **2.3.6 Método de muestreo:**

El método a seguir es el muestreo por conveniencia. Este diseño de muestreo permite aplicar el criterio del encuestador en razón de poder escoger a quien será encuestado hasta completar el tamaño de la muestra.

#### **2.3.7 Tipos de estudio:**

La investigación de campo se baso en el criterio cualitativo.

El criterio cualitativo, pues permite conocer de manera específica los gustos y las preferencias de los posibles usuarios para nuestro servicio de guías turísticos, el mismo que será de gran importancia en la elaboración del plan estratégico del proyecto.

#### **2.3.8 Diseño de instrumento a utilizarse**

Se delimitó como población para realizar el presente estudio a las personas que han viajado o les gustaría tener esta experiencia de viajes.

El diseño de investigación será descriptivo, debido a que presentará las características esenciales de una situación o mercado especial y determinar la frecuencia en que algo ocurra o se relaciona con otras cosas.

### **2.3.9 Proceso de investigación de mercado:**

El objetivo fue obtener información de fuentes primarias, ya que no existe un sitio que preste el servicio de guías especializados en nuestro medio.

El estudio de mercado se ha orientado a partir de las siguientes necesidades críticas de información:

- Obtener datos demográficos.
- Conocer los gustos y preferencias.
- Identificar nuevos sectores para el turismo.
- Identificar las amenazas y oportunidades del proyecto, partiendo de un estudio de los sitios ya existentes.
- Determinar los servicios que ofrecen otros sitios web de turismo que sean similares, para de esta manera nosotros poder cubrir a cabalidad y superar sus expectativas como usuarios.

Los resultados obtenidos en el estudio permiten validar algunos requerimientos de los usuarios y así formular nuevos requerimientos para el proyecto. Con los datos del estudio podemos dar comienzo a la fase de desarrollo del Sitio Web de Turismo Interno.

Para el diseño de la investigación se hizo el siguiente listado de necesidades de investigación de mercado:

- Segmentación del mercado.
- Estrategia de promoción de nuestro sitio.
- Tácticas en el servicio para llegar a los usuarios.
- Determinar necesidades de información por parte de los usuarios.
- Tomar en cuenta los requerimientos de los usuarios que usarán del aplicativo web.

### **2.3.10 Unidad de análisis:**

Para realización de esta investigación se realizaron 3 casos:

- Encuestas a las personas que se consideren en capacidad de realizar un viaje.
- Definición del problema y los objetivos de la investigación.
- Entrevistas con personas que tienen más experiencias en viajes, para conocer con mayor detenimiento los requerimientos para el sitio.

### **2.3.11 Entrevista previa a las encuestas**

El instrumento utilizado como se mencionó anteriormente es la encuesta, la misma que se realizó en la semana del 15 al 25 de julio del 2009, respectivamente en sectores turísticos de la ciudad de Guayaquil, parques, universidad de Espol y a personas que se ajustan al perfil requerido.

En la encuesta se combinaron preguntas abiertas y cerradas con el propósito de obtener mayor información acerca de los gustos y preferencias que tienen las personas.

El objetivo de la encuesta fue la de conocer los temas que podrían ser considerados publicar en nuestro sitio para los posibles usuarios.

Por lo que esta encuesta sirve de herramienta para obtener un mapa de percepción, de cómo las personas aclaran sus necesidades a la hora de obtener un mejor servicio.

## **2.4 Perfil del consumidor**

Nuestro proyecto, está dirigido a personas en general, de 18 años en adelante, que sean de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto. La mayoría de las personas están familiarizadas con viajes o excursiones en grupo o en familia, por lo que divisamos que sería muy fácil que se interesen en nuestra propuesta, ya que nuestro sitio web es exclusivo de atracciones turísticas.

Decidimos encuestar en lugares estratégicos como lo son: parques, universidades y además lugares de encanto turístico en general.

## **2.5. Plan de Muestreo**

El investigador decide que elementos de la población pasan a formar parte de la muestra en función de la disponibilidad de los mismos (proximidad con el investigador, amistad, etc.)

Este tipo de muestreo es adecuado en esta investigación, principalmente por la inexistencia de información confiable en los organismos de control.

Estas cifras no son parámetros exactos debido a que la zona de estudio comprende solo la población de Guayaquil y no de todo el Ecuador.

La ecuación que se aplica el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 (pq)}{D^2}$$

Donde:

N= Tamaño de la Muestra

Z= Porcentaje de datos que se alcanza desde 1% de confianza del 95%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

D= Máximo error permisible

De los cuales se asignaron los siguientes datos:

$$Z= 1.0$$

$$D= 0.05$$

$$p= 0.50$$

$$q= 0.50$$

$$n = 322,50$$

$$n = 400$$

$$Ni \text{ (corregida)} = \frac{n}{\left(1 + \frac{n}{N}\right)}$$

Nuestra población a encuestar será:

$$\left(1 + \frac{400}{2.707.376}\right)$$

n = Muestra del extracto "i"

Ni = Población del extracto "i"

N = Población total.

$$Ni = 400$$

Estas cifras no son parámetros exactos debido a que la zona de estudio comprende solo la población de Guayaquil y no de todo el Ecuador.

Las fuentes de información fueron de:

Mintur - Ministerio de Turismo del Ecuador.

Migración internacional (INEC)

## 2.6. Diseño de Encuesta

Se ha diseñado la encuesta como herramienta principal de investigación, la cual esta acompañada de un documento a manera de resumen ejecutivo del proyecto, el mismo que se les entregó a las personas.

La encuesta se diseñó con base en las necesidades de información y los objetivos específicos del proyecto de investigación de mercados.

Las áreas temáticas del cuestionario fueron:

- Información de las personas que hayan realizado viajes por turismo.

- Indicación sobre frecuencia de viajes, excursiones e información general de salidas a diferentes ciudades.

### **2.6.1 Métodos: Encuesta personal**

- Tipos de pregunta: Preguntas abiertas y cerradas
- Duración de la encuesta: 5 min aproximadamente.
- # De encuestas: 400

### **2.6.2 Trabajo de campo:**

Al realizar un total de 300 encuestas la mayoría de las personas colaboraron sin dificultad, en especial al saber que el tema a tratarse es de fomentar el turismo interno en nuestro país, a los que se les realizó la encuesta conocen muchos sectores turísticos de Ecuador.

### **2.6.3 Encuesta piloto:**

Por conveniencia de la investigación, la encuesta piloto se realizó en sectores turísticos de Guayaquil y zonas muy concurridas por las personas en general.

### **2.6.4 Encuesta definitiva:**

En base a que este proyecto es sólo una propuesta, se ha realizado un total de 300 encuestas, para obtener un resultado representativo del total de número de encuestas (400 encuestas).

Las encuestas fueron realizadas del 15 al 25 de julio del 2009, de la siguiente manera:

- En Malecón 2000 se realizaron 120 encuestas.
- En la Universidad Espol-Peñas 100 encuestas.
- En el San Marino 50 encuestas
- A personas en general se realizaron 30 encuestas.

El modelo de cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas se encuentra en anexos.

## 2.7. Presentación de Resultados

Se realizaron el total de 300 encuestas como un número representativo para la presentación de nuestra propuesta. (Anexo1)

### PREGUNTA 1

En el contexto turístico, ¿Cuáles son las páginas que usted más ha visitado?  
(Respuesta varias opciones)

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Páginas más visitadas
Hoteles	27%
Agencias de Viajes	16%
Instituciones Públicas	19%
Centro Turísticos	38%

Tabla 2 - 1: Uso del Internet

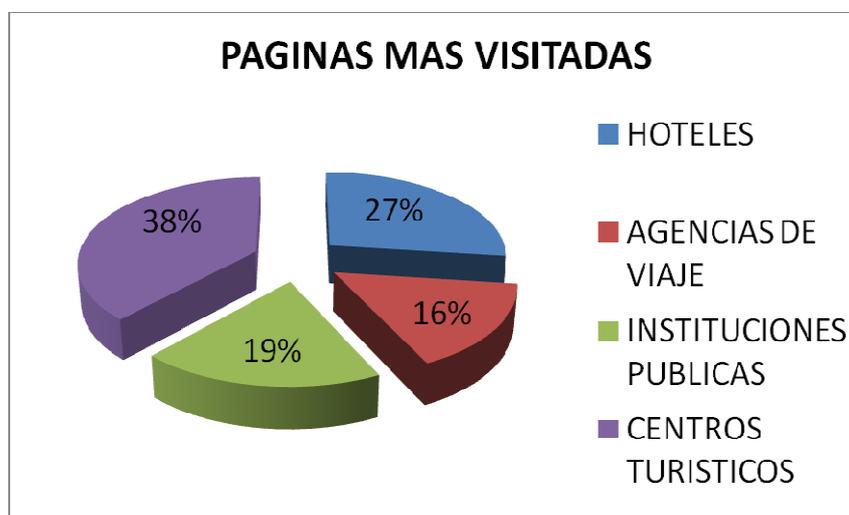


Figura 2- 18: Uso del Internet

Los resultados que nos muestra el cuadro estadístico sobre el uso de internet para visitar sitios de turismo, indica que la mayoría de las personas usan frecuentemente el internet para buscar centros turísticos que presten sus servicios en un conjunto de actividades.

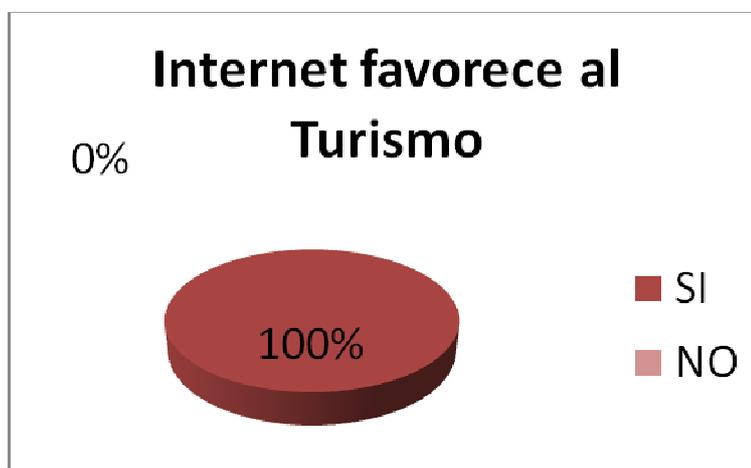
**PREGUNTA 2**

**¿Cree usted que el internet favorece al turismo?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

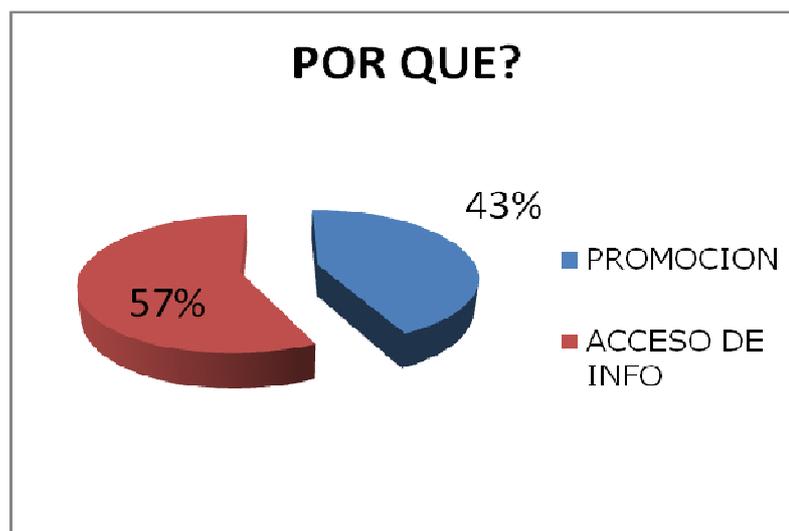
Intervalo	Turismo en Internet
Si	100%
No	0%

**Tabla 2 - 2: Turismo a Través de Internet**



**Figura 2- 19: Internet Favorece al Turismo**

Esta respuesta tiene un ¿Por qué?



**Figura 2- 20: Por qué el Internet favorece al turismo**

Y la mayoría de personas nos contestó porque el de fácil acceso a la información a través del internet y además por las promociones que siempre se tiene en el turismo.

### **PREGUNTA 3**

**¿Cree usted que por medio del internet podemos fomentar el turismo en el Ecuador?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Fomentar turismo</b>
Sí	100%
No	0%

**Tabla 2 - 3: Fomentar Turismo**



Figura 2- 21: Turismo a Través de Internet

Del total de personas encuestas, todas coincidieron en que es muy importante fomentar el turismo en Ecuador a través del internet, pues de esta manera la mayoría de personas tienen acceso a la información del internet

#### PREGUNTA 4

¿Qué piensa Usted acerca del turismo en el Ecuador?

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Turismo en Ecuador
Está bien Encaminado	77%
Falta más difusión	10%
Ecuador no posee infraestructura	11%

Tabla 2 - 4: Turismo en Ecuador

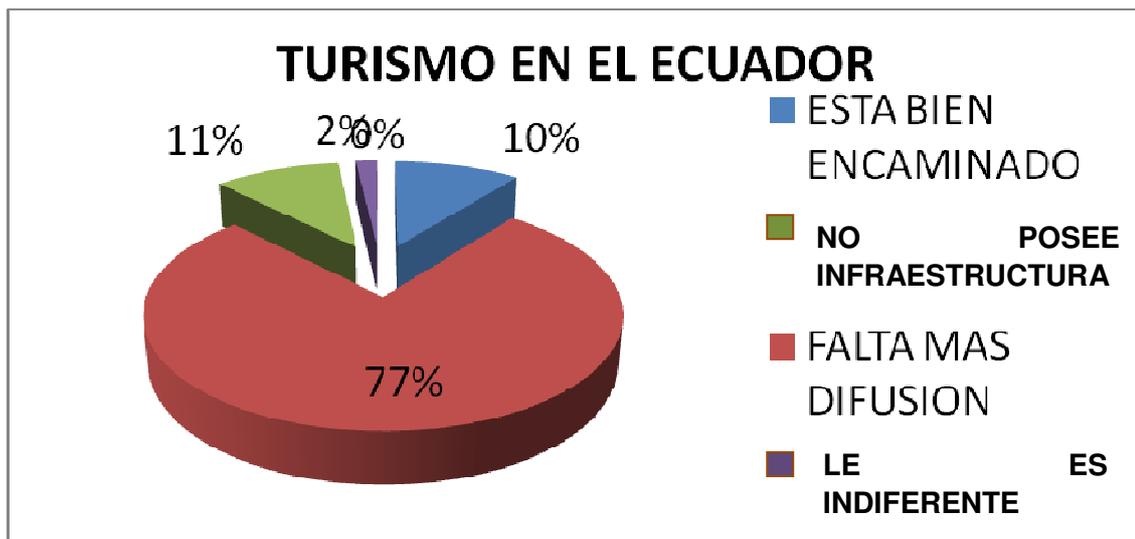


Figura 2- 22: Turismo en el Ecuador

El 77% de personas consideran que ha Ecuador le hace mucha falta más difusión de sus atracciones turísticas, pues opinan que nuestro país aparte de su flora y fauna, posee lugares donde se pueden realizar actividades familiares y con grupos de amigos para realizar deportes.

**PREGUNTA 5**

**¿Conoce Usted de algún lugar, Sitio Web o Portal en donde pueda encontrar información sobre los diferentes lugares turísticos que ofrece el Ecuador?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

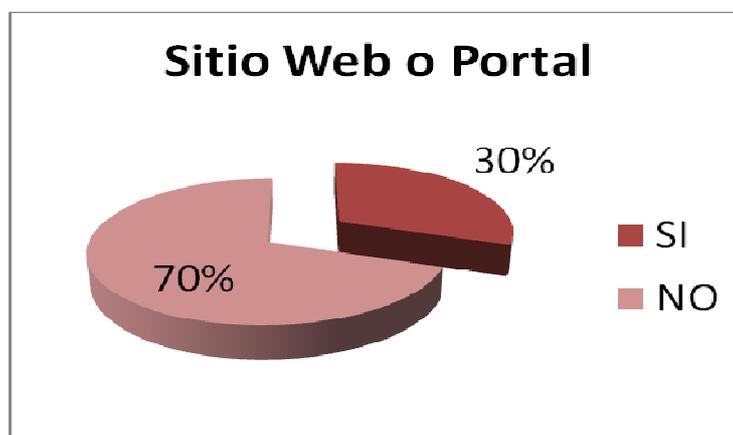
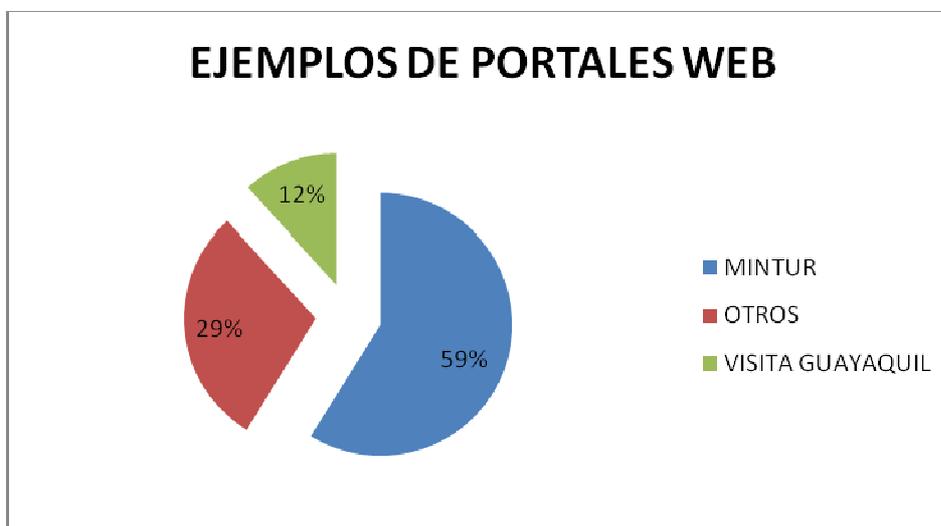


Figura 2- 23: Sitio Web o Portal

¿Y cuáles con estos lugares?



**Figura 2- 24: Ejemplos de portales web**

Muchas personas conocen el sitio Web que tiene el Ministerio de Turismo, por medio del cual se está promocionando de cierta manera las actividades que se pueden realizar en Ecuador.

#### **PREGUNTA 6**

**¿Considera Usted que en el país se puede incrementar el turismo con la ayuda de guías personalizados, que le ayudarían y acompañarían en sus viajes a los distintos lugares turísticos?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Guías personalizados</b>
Si	89%
No	11%

**Tabla 2 - 5: Guías Personalizados**



**Figura 2- 25: Guías Personalizados**

El 89% de encuestados consideró que es un punto importante el contar con guías especializados en el turismo de Ecuador, y así brindar un mejor servicio para salir a conocer con más seguridad los lugares con que cuenta el país.

#### **PREGUNTA 7**

**¿Qué medio de información utiliza Usted para conocer acerca de los lugares que le gustaría visitar o vacacionar?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Medio de Información</b>
Internet	54%
Revistas	22%
Agencias	6%
Televisión	15%
Otros	3%

**Tabla 2 - 6: Medio de Información**

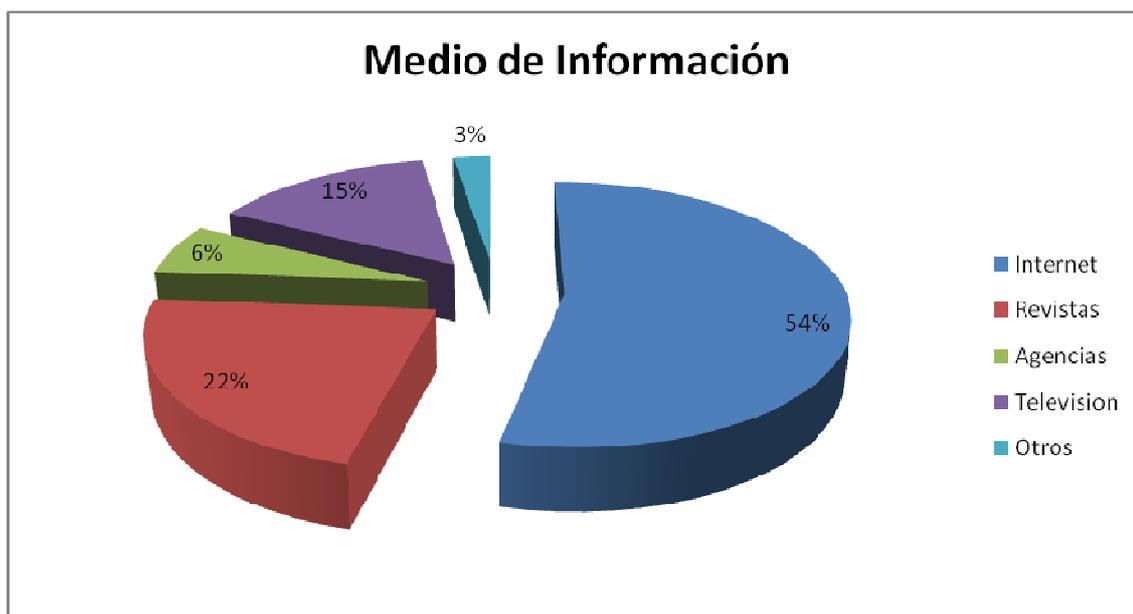


Figura 2- 26: Medio de Información

El cuadro estadístico nos muestra un 54% de los encuestados que utilizaría el internet para mantenerse al tanto de los sitios que permiten conocer sobre el turismo de Ecuador, además tenemos un buen grupo que a través de revistas de este tipo conocen las actividades que se llevan a cabo en el país.

#### **PREGUNTA 8**

**Si conociera de un Sitio Web o Portal que contenga información actualizada acerca de los diferentes sitios turísticos en el Ecuador, infraestructura del lugar, facilidades, tradiciones, gastronomía, etc. Usted:**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	INFORMACION DE SITIOS WEB
Ingresar al sitio web, cada vez que haga un viaje	77%
Sitios web como referencia	16%
No confía de la información que está en el sitio	2%
Es indiferente si conoce del sitio donde va a viajar	5%
Nunca ingresaría	0%

Tabla 2 - 7: Información de Sitios Web

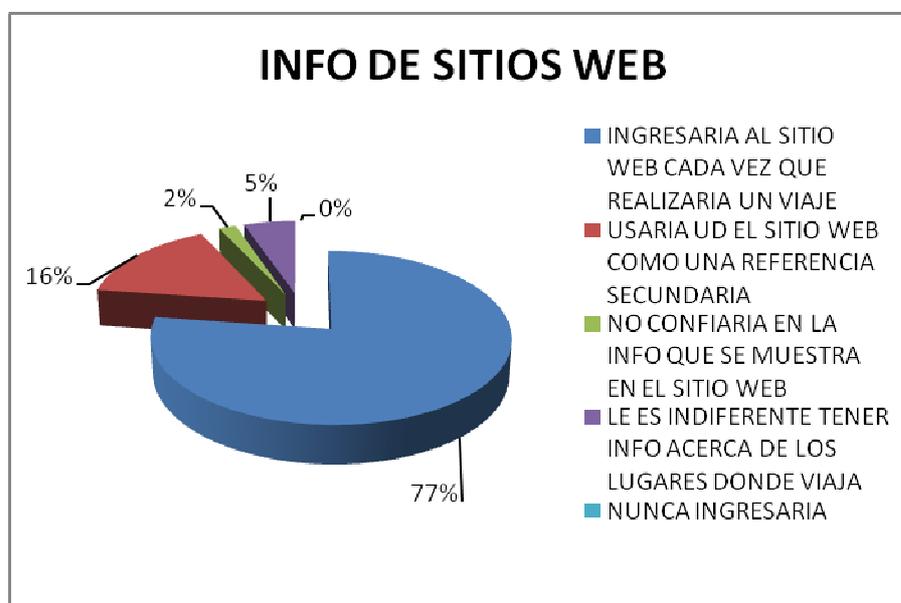


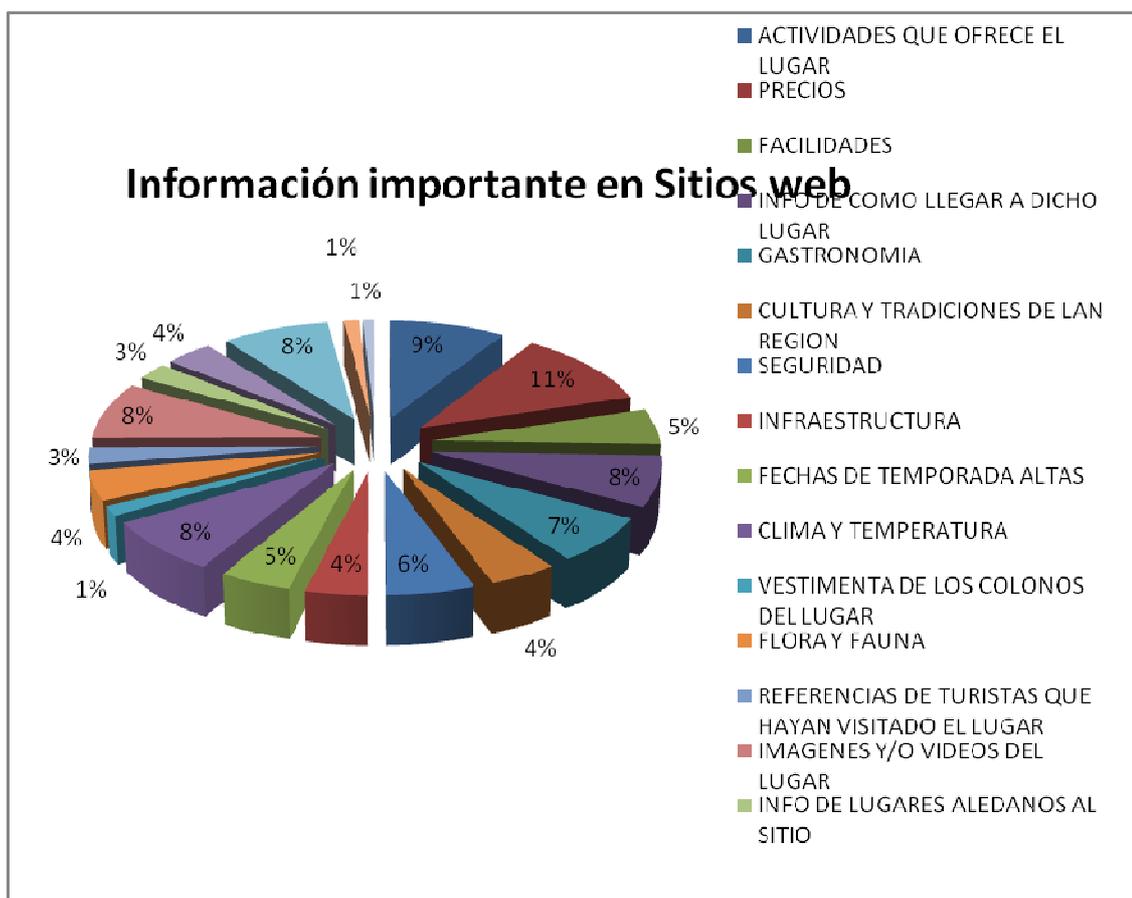
Figura 2- 27: Información de Sitios Web

Las personas encuestadas con un 77% si se le facilita el tener acceso a un sitio web que contenga información de los lugares turísticos y actividades que se pueden realizar en el Ecuador y de esta manera toman como referencia al sitio, antes de realizar un viaje.

**PREGUNTA 9**

**¿Qué información gustaría Usted encontrar en Sitio Web o Portal y que usted considera importante al momento de visitar cualquier lugar turístico, en el país? (puede marcar más de una opción)**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:



**Figura 2- 28. Información importante de Sitios Web**

En esta pregunta evaluamos que le gustaría conocer o estar informado de los servicios que se prestan en los viajes, de esta manera tener en cuenta los datos que se necesita presentar para que a los consumidores les sea de mayor comodidad tener una idea de lo que puede encontrar en un respectivo lugar.

**PREGUNTA 10**

**¿Piensa Usted que este proyecto es de mucha utilidad para la promoción turística interna de Ecuador?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>UTILIDAD EN PROMOCION TURISTICA</b>
Sí	95%
No	5%

**Tabla 2 - 8: Utilidad en Promoción Turística**



**Figura 2- 29: Utilidad en Promoción Turística**

Un 95% de los encuestados piensa que es de mucha importancia este proyecto, pues serviría para fomentar el turismo en nuestro país y a nivel internacional para que mas extranjeros conozcan de las maravillas con que cuenta Ecuador, y así llamar la atención de este sector y aumentar los ingresos internos.

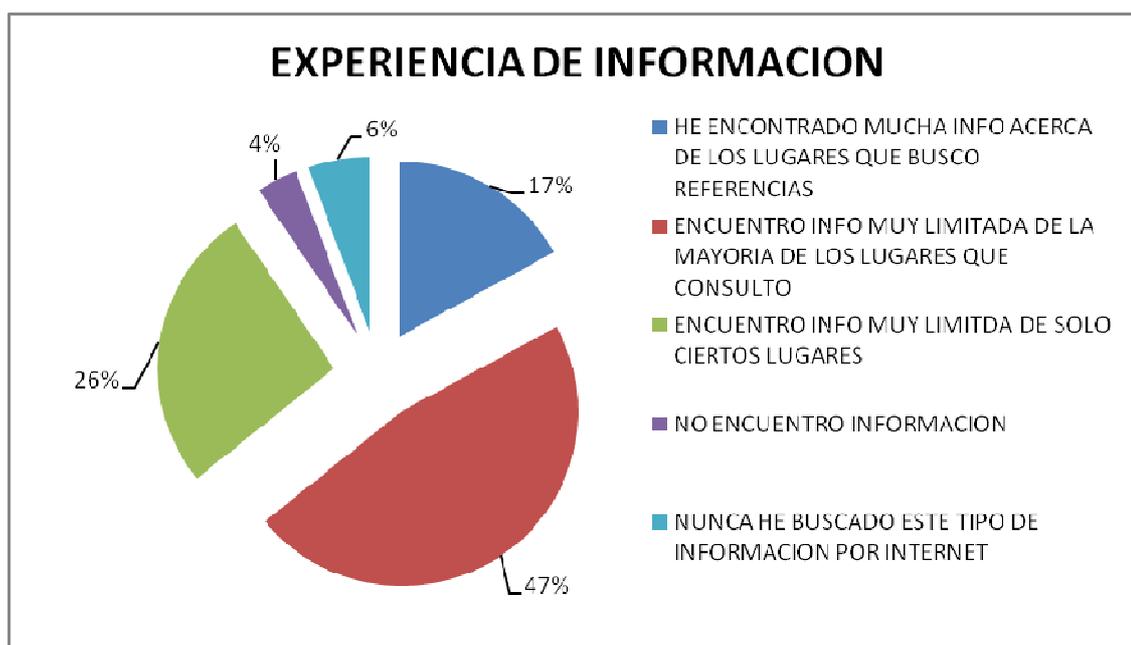
**PREGUNTA 11**

**¿Cuál ha sido su experiencia al buscar este tipo de información?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Experiencia en Información</b>
Mucha información	17%
Información limitada	47%
Muy limitado y solo ciertos lugares	26%
No encuentra información	4%
No busco esta tipo de información	6%

**Tabla 2 - 9: Experiencia en Información**



**Figura 2- 30: Experiencia en Información**

En esta pregunta encontramos que un 47% de las personas no obtienen la información necesaria, pues con lo que se cuenta es con una info limitada de los lugares que se consultaron.

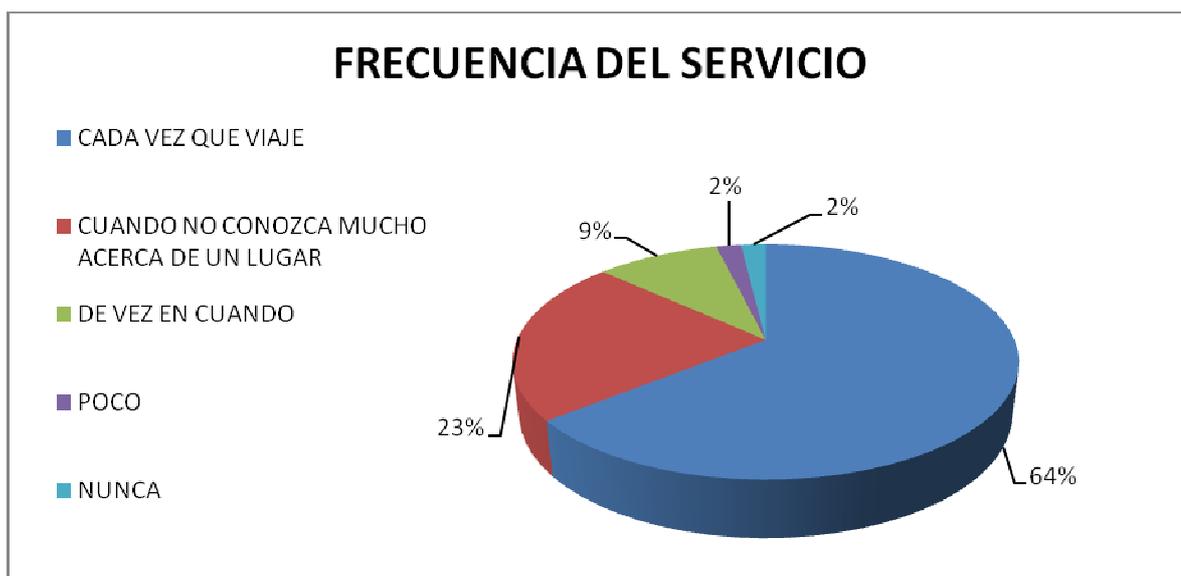
**PREGUNTA 12**

**¿Con que frecuencia utilizaría este servicio?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>FRECUENCIA DEL SERVICIO</b>
Cada vez que viaje	64%
Cuando no conozca sobre un lugar	23%
De vez en cuando	9%
Poco	2%
Nunca	2%

**Tabla 2 - 10: Frecuencia del Servicio**



**Figura 2- 31: Frecuencia del Servicio**

Como la mayoría de las personas conoce del internet y tiene acceso al mismo, utilizarían el sitio para hacer alguna consulta de un sitios o ciudad para realizar algún viaje en familia o con grupos de amigos, pero contamos con un 2% de la población que no utilizaría este sitio, pues no cuentan con el acceso al mismo o por no conocer el uso de internet.

### **PREGUNTA 13**

**¿Difundiría Usted entre sus amigos este sitio web?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>DIFUSION</b>
Si	98%
No	2%

**Tabla 2 - 11: Difusión**

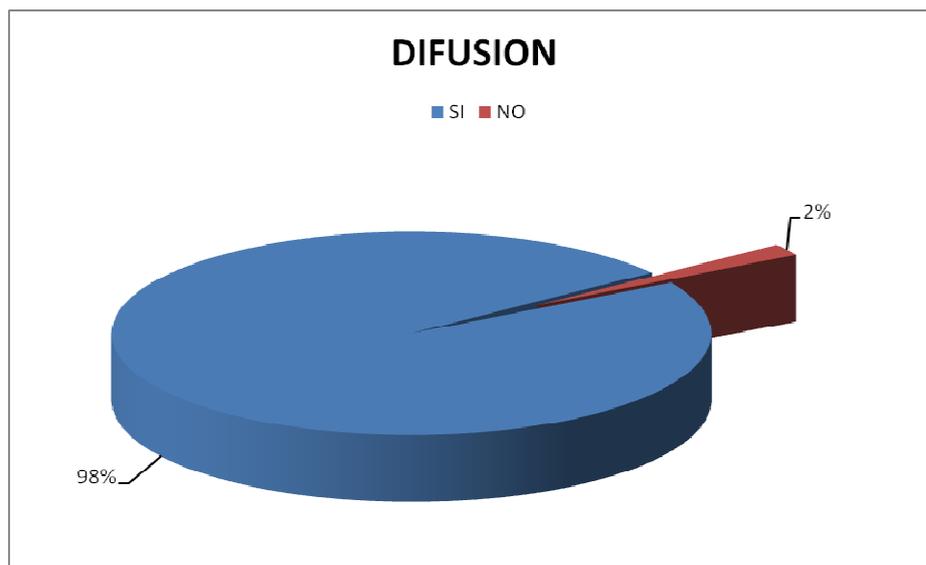


Figura 2- 32: Difusión

El 98% de las personas difundiría información acerca del sitio web, pues esto beneficia no solo beneficia al país sino a las personas que a través del turismo tienen sus ingresos, y además para que los Ecuatorianos conozcamos mucho mejor de las grandezas con las que cuenta Ecuador.

#### PREGUNTA 14

**De las bondades naturales y turísticas que tiene Ecuador, ¿Qué cree Usted que se debe difundir con más fuerza en un sitio web de turismo? (Puede marcar algunas)**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	BONDADES NATURALES Y TURISTICAS
Turismo de naturaleza tradicional	19%
Turismo comunitario	9%
Deportes extremos	18%
Observaciones especializadas de flora y fauna	13%
Congresos y convenciones	3%
Sol y Playa	20%
Islas Galápagos	18%

Tabla 2 - 12: Bondades Naturales y Turísticas

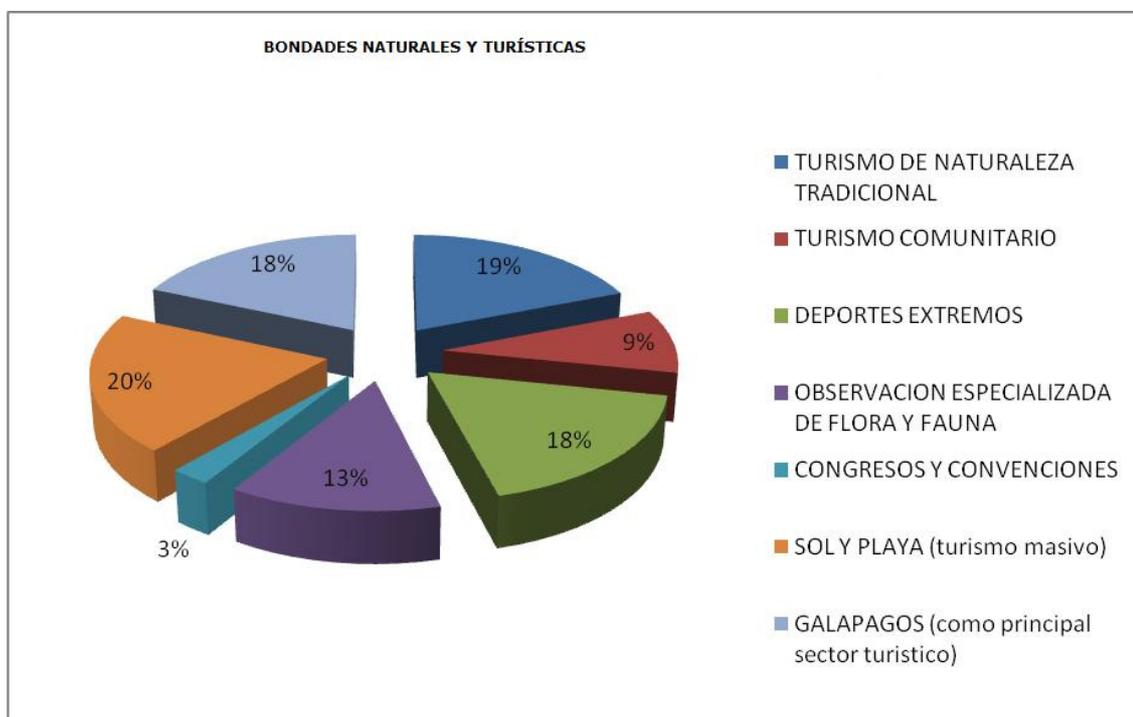
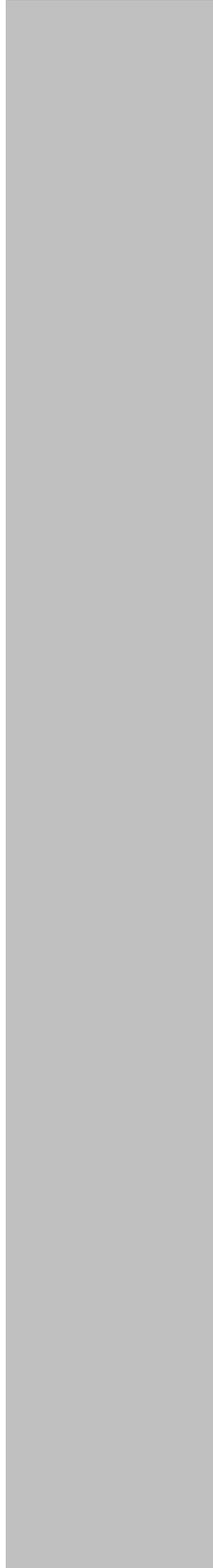


Figura 2- 33: Bondades Naturales y Turísticas



**CAPÍTULO III**  
**PLAN DE MARKETING**

## **CAPÍTULO 3. PLAN DE MARKETING**

### **3.1. Antecedentes**

En la actualidad existen algunos sitios web destinados al Turismo, los cuales presentan información acerca de los lugares que poseen de atractivo para llamar la atención de las personas, ofrecen buscadores de Hoteles, playas, entre otros, pero no el servicio de un guía capacitado para ofrecer al turista un paseo exclusivo y personalizado. Aunque la interfaz es muy atractiva por los colores y fotografías expuestas en el sitio, el servicio mencionado no se encuentra a la disposición.

Además estos portales permiten al usuario la incorporación de publicidad de banners y contenidos para la atención del usuario, y permiten la facilidad de poder interactuar con otras personas que visitan estos sitios.

### **3.2. Objetivos del Plan de Marketing**

#### **3.2.1 Misión**

Nuestra misión es ser líderes en el mercado de turismo, ofreciendo servicios innovadores de guías personalizados para grupos de turistas, y de esta manera satisfacer las necesidades de los usuarios y poder dar a conocer nuestro país de manera mas profundizada y aumentar el turismo interno.

#### **3.2.2 Visión**

Ser uno de los sitios web más visitados en nuestro medio, obteniendo mayor número de usuarios conectados al servicio, y de esta manera ser el medio de comunicación entre distintas personas y además que se beneficien de los servicios que presta.

### 3.2.3 Nombre de la empresa



**Figura 3- 1: Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa debe indicar de manera resumida y general la actividad en que se desarrollara el sitio web, por ende hemos elegido un nombre que identifique a lo que se dedica nuestro sitio web.

### 3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing

#### 3.2.4.1 Objetivos General

- Posicionarnos en el mercado como el primer sitio web que preste el servicio de guías especializados, y fomentar el turismo interno en el país.

#### 3.2.4.2 Objetivos Específicos

- Tener una acogida mayor con respecto a otros sitios web de turismo
- Incrementar las fuentes económicas y clientes que gusten de nuestro servicio
- Fomentar el turismo interno pero a través del uso de nuestro servicio.
- Ser reconocidos nacional como internacionalmente a través del sitio web

## 3.3 Análisis Estratégico

### 3.3.1 Análisis FODA

FODA, (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), es una herramienta de análisis que ayuda a realizar un diagnóstico sobre el negocio, basándose de la información que se posee en un momento determinado, tanto de la empresa como del mercado.

Este análisis ayuda a examinar la competencia de otros sitios web identificando tanto sus fortalezas y debilidades, que son factores sobre los cuales se tiene control directo, al mismo tiempo que las oportunidades y amenazas que hay en el mercado, sobre las cuales tenemos poco o ningún control.

Realizar el análisis FODA nos va a servir para conocer de mejor manera el medio en que nos vamos a desarrollar y así poder realizar las estrategias correctas para el buen desarrollo del sitio web.

Reconocer cada una de las variables en el medio del turismo no ha sido tarea fácil, ha señalado un alto grado de análisis, producto de toda la investigación realizada durante la elaboración de este proyecto, del cual se espera tener un gran alcance en la web.

### **3.3.2 FORTALEZA**

- Ser los primeros en ofrecer el servicio de guías (acompañantes) especializados en el país.
- Brindar un servicio de alta calidad a través de los comentarios y vivencias obtenidas por los usuarios de las actividades realizadas.
- Permitir comunicación entre los diferentes usuarios del sistema.
- Nuestro sitio web se va a auto financiar por la publicidad mostrada de las diferentes entidades o personal capacitado para brindar el servicio.

### **3.3.3 OPORTUNIDAD**

- Por ser los primeros en brindar un servicio de guías, seremos los pioneros en el país.
- Aunque en el medio existen algunos sitios web de turismo, el servicio que se brinda no es el mismo y en este caso, mantendremos un nivel superior por el valor agregado a brindarse al usuario.
- Crecimiento y desarrollo económico a corto y mediano plazo.

- Capacidad para un crecimiento expansivo (internacional), debido a la gran acogida que tienen los sitios de turismo.
- Contamos con un mercado amplio en gustos y preferencias de lo natural y exótico y por tal razón los diversos servicios que ofrecemos a través de nuestra red son muy interesantes para personas de todas las edades.

### **3.3.4 DEBILIDADES**

- Como este tipo de sitio web no existe en el medio, no sabemos la acogida que pueda tener al momento de su lanzamiento.
- Todo lo que se muestra en el sitio quedará expuesto de manera abierta para todo usuario en general.

### **3.3.5 AMENAZAS**

- Que en el medio otros sitios web de turismo se dediquen a ofrecer el mismo servicio de “Yo Visito Ecuador”.

## **3.4. Segmentación del Mercado**

Cualquier empresa/organización o persona está en total conocimiento que no puede llegar a cubrir a todos los usuarios en general porque son muy numerosos o por su distinción en gustos, deseos, necesidades, etc. Es por tal razón, que en lugar de querer abarcar todo el mercado, nos enfocaremos en un segmento en especial.

Para segmentar correctamente un mercado debemos asumir que esto consta de grupos diferenciales con distintos comportamientos y procederes.

“Yo Visito Ecuador” debe definir grupos en particular que quiere atraer y desarrollar distintas propuestas para satisfacer sus necesidades, ya que el segmento en el cual nos queremos basar, son personas cuya edad comprenda de los 18 años en adelante, pues son personas más independientes en el medio capaces de realizar actividades turísticas en grupos de amigos o de manera personal.

### **3.4.1 Segmentación demográfica.**

Esta segmentación divide el mercado en diferentes grupos según variables tales como edad, nivel socioeconómico, gustos del deporte o actividades naturales. Las variables demográficas han constituido desde hace tiempo una de las bases más comunes para la segmentación.

Puede citarse que las variables demográficas son mucho más fáciles de medir que la mayoría de las demás variables. Aunque el mercado objetivo se describa en términos no demográficos, es necesario un vínculo con ciertas características demográficas con el fin de saber el tamaño de dicho mercado y de cómo llegar de manera eficiente a él.

### **3.4.2 Segmentación Psicográfica**

Cuando señalamos un grupo demográfico, las personas pueden mostrar comportamientos psicográficos muy variables, así “Yo Visito Ecuador” puede clasificar a sus visitantes potenciales según su clase social, estilo de vida, manera de adaptarse al medio.

### **3.4.3 Clases sociales**

Son divisiones relativamente homogéneas y permanentes en cualquier sociedad que posea un orden jerárquico, los miembros de una misma plaza comparten valores, intereses y comportamiento similares.

## **3.5 Mercado Meta**

Nuestro mercado meta son personas de ambos géneros, cuya edad este comprendida de los 18 años en adelante, y que tengan acceso a Internet es decir, que sean de un nivel socio económico medio, medio alto y alto y entre sus preferencias este el gusto por la naturaleza y los viajes.

## **3.6. Posicionamiento**

El posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor y es el resultado de una estrategia especialmente diseñada para proyectar la imagen específica de ese producto o servicio, idea o marca con relación a la competencia.

Para desarrollar un plan de posicionamiento del sitio “Yo Visito Ecuador” hemos encontrado que las actividades que tiene mayor aceptación por los usuarios potenciales están en:

- Comentar sobre la actividad realizada
- Subir fotos de los diferentes lugares que se visitó
- Subir videos de actividades
- Promocionar a los diferentes Guías que prestan el servicio

### **3.7. Marketing Mix**

Para el desarrollo del marketing mix de “Yo Visito Ecuador” tomamos en cuenta los siguientes factores:

- En Menos de 1 año llegar a abarcar un 25% del segmento del mercado.
- Incrementar el volumen de guías, proveedores mensualmente en un 5% que quieran publicitar en nuestro sitio.
- Brindar cada día un mejor servicio para los visitantes del sitio.

#### **3.7.1 Producto**

Este es uno de los términos más básicos del marketing y se define de la siguiente manera:

1.- Cualquier bien o material servicio o idea que posee un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad.

2.- Servicio es un bien intangible que se basa en el esfuerzo humano o mecánico que las personas ofrecen para suplir un requerimiento del usuario o cliente.

Aplicando este concepto en nuestra red social se detallara las acciones a tomar con relación a este elemento y a los objetivos planteados.

- Nuestro sitio se destacará por la imagen fresca e interesante que proyectaremos, a través de un diseño fácil y cómodo de usar para las personas que se sientan atraídas por el turismo.

**Servicios que brindará nuestro Sitio Web “Yo Visito Ecuador”:**

Los servicios que brindará “Yo Visito Ecuador” están clasificados de la siguiente manera:

1. Servicio para turistas que ofrece nuestro sitio:

- Búsquedas rápidas de lugares turísticos.
- Contacto con el guía turístico.
- Tener acceso a comentarios de personas que ya hayan utilizado nuestro servicio y así conocer mejor las actividades que se llevan a cabo.
- Visualizar videos e imágenes de los lugares que se pueden visitar en Ecuador.
- Un Catálogo de información de cada una las provincias.

2. Característica de nuestro sitio.

- Perfiles de los guías que prestarán su servicio.
- Anuncio de noticias acerca del turismo en el Ecuador.
- Comentarios en el perfil.
- Mensajes.
- Comunicación entre usuarios y guías.
- Nuevas imágenes.
- Calificación de los guías según sus servicios prestados, esto será realizado por las personas que han utilizado el servicio de guías para los viajes realizados.
- Mejores ciudades para visitar.
- Que deportes se practican en Ecuador.

3. Eventos y Novedades de nuestro sitio.

- Actividades a realizarse en el País.
- Anuncios de torneos o deportes a realizarse.
- Noticias del turismo interno.

#### 4. Publicidad de nuestro sitio.

Se venderá espacios dentro del sitio a las personas que estén interesadas en prestar sus servicios de guías, servicios hoteleros, parques nacionales o reservas, entre otros que deseen dar a conocer sus beneficios.

### 3.7.2 Precio

#### Directorio

Nuestro sitio web tendrá un directorio característico en servicios para turistas, por lo que las empresas o personas independientes deseen pertenecer a nuestro equipo podrán contratarnos, donde estará disponible el nombre de su empresa y sus datos para contactos las 24 horas, y podrán convenir por el periodo de un año.

A continuación detallamos la tabla de precios:

Opción	Periodo	Precio en dólares
1	Un año (365 días)	\$80

Tabla 3 - 1: Tabla de Precio de Espacio Guía

#### Publicidad - Banners

Nuestro equipo será el encargado del diseño de los Banners que aparecerán en el Sitio Web. La medida de los banners sería de 200 píxeles de ancho por 200 de alto en formato JPG o GIF estático o en GIF animado a no menos de 5 segundos de intermitencia o retraso con un peso máximo de 60 Kb.

A continuación detallamos la tabla de precios, donde incluye diseño y publicación:

Opción	Periodo	Precio en dólares
1	Un mes	\$ 30 USD

	(30 días)	
2	Un trimestre (90 días)	\$80 USD
3	Un semestre (180 días)	\$160 USD
4	Un año (360 días)	\$350 USD

Tabla 3 - 2: Precios Banners

### 3.7.3 Comunicación y Promoción

La comunicación se presenta en varias acciones, no solo se refiere a una campaña publicitaria o la utilización de promociones, sino también, a lo importante que es mejorar las actividades y funciones a través de información que se elabore en el sitio web. Podemos llamar la atención de clientes pero si no sabemos mantenerlos las operaciones no serán eficientes para estos usuarios que prescindirán de los servicios.

#### **Beneficios:**

- Refuerzo en el grado de confianza de "Yo Visito Ecuador":

Ganarse la confianza de los usuarios se lo logra brindando un excelente servicio y cumpliendo cada una de las expectativas y necesidades del cliente, de esta manera tanto el usuario como nosotros que ofrecemos este servicio lograremos mantenernos en una línea de seguridad y certeza de las asistencias brindadas, dando grados de confianza al Sitio Web

- Mejor servicio:

Al ofrecer un mejor servicio, se podrá conseguir, un posicionamiento alto con respecto al de la competencia, pues nos preocupamos por brindarles y ofrecerles un mejor

servicio para usuarios normales, turistas potenciales, etc., resolviendo cualquier necesidad relacionado con las mismas.

### **3.7.4 Publicidad**

Todo tipo de publicidad va en forma pagada de bienes o servicios a través de un medio de comunicación y dirigida a un público específico.

Los objetivos específicos de la publicidad que queremos mostrar son los siguientes:

- Afiches promocionales en los distintos lugares turísticos de mayor acogida.
- Para el lanzamiento del sitio se publicaran avisos de prensa.
- Obsequiaremos llaveros con el logo de “Yo Visito Ecuador”.
- Realizaremos envíos de correos para publicitar el lanzamiento del Sitio Web “Yo Visito Ecuador”

También podrán adquirir nuestros souvenirs a través de nuestro sitio web.

Los artículos que estarán a la venta se los detalla a continuación:

- Camisetas ( \$10,00 por unidad )



Figura 3- 2: Camisetas

- Gorras ( \$8,00 por unidad )



Figura 3- 3: Gorras

- Llaveros ( \$4,00 por unidad )



Figura 3- 4: Llaveros

### 3.7.5 Promoción y venta

#### Marketing Directo

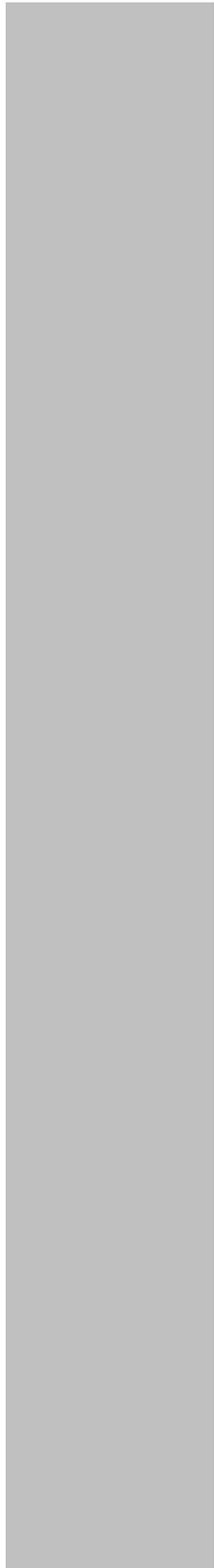
Es la comunicación directa con los usuarios (turistas) con el fin de obtener una respuesta inmediata.

Para este instrumento de promoción aplicaremos las siguientes acciones:

- A través de correos masivos, daremos a conocer la publicidad de nuestros clientes para conocimiento de las personas que son potencialmente turistas.

#### Marketing Indirecto

Es la comunicación no exclusiva entre el usuario y el sitio, lo haremos actuando con noticias o banners de publicidad donde se de a conocer nuestro Sitio Web de esta manera atacaremos a un segmento de mercado mayor.



**CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO TÉCNICO**

## **CAPÍTULO 4. ESTUDIO TECNICO**

### **4.1. Antecedentes Económicos**

La industria del turismo es una de las más grandes a nivel mundial generando cerca de 200 millones de empleos y representando una importante contribución al producto interno bruto de muchos países. En una industria de estas dimensiones, la tecnología de información (TI) juega un papel fundamental como medio para mejorar la eficiencia de las organizaciones y la entrega del servicio.

El impacto que han tenido las tecnologías de información en la industria del turismo en los últimos años, ha generado cambios significativos en la forma en que se ofrecen los servicios, la interacción con los clientes y la manera en que operan las empresas que conforman esta industria.

Internet ha transformado la forma de hacer negocios en la sociedad actual. Comercio electrónicos, comercio on-line son términos empleados frecuentemente para denominar las transacciones comerciales realizadas por Internet. La facilidad de comprar cómodamente sin exigencias horarias, ni geográficas, y en muchos casos a menor precio, ha contribuido a impulsar el comercio electrónico en estos últimos años de forma imparable. Además de las implicaciones económicas del comercio electrónico, éste puede contribuir a cambios sociales y culturales, que quizás sean más evidentes en el futuro, a medida que este tipo de Transacciones comerciales se generalicen y se reduzcan las barreras existentes hoy en día.

La administración y planeación estratégica de las empresas relacionadas con el turismo y sus diferentes ramas como son la hotelería, aerolíneas y empresas de viajes, utilizan mucho los cruces de información a través de un computador en más de un 90 % .

### **4.2. Ingeniería de Producción del Producto**

#### **Requerimiento Técnico**

El software deberá ser construido utilizando un marco de trabajo bajo el lenguaje de programación de PHP y base de datos MYSQL, el proyecto “YO VISITO ECUADOR” será programado en tres capas:

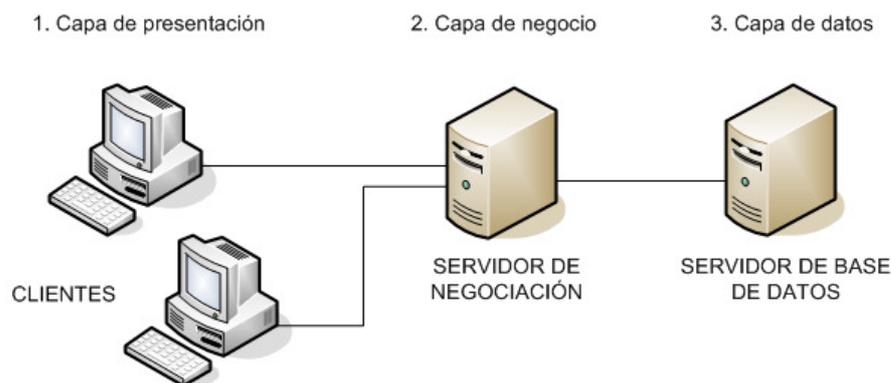


Figura 4- 1: Capas

**Capa de Presentación.-** Presenta la información entendible para el usuario.

**Capa de Reglas de Negocio.-** Su función principal es aplicar todas las condiciones o reglas de negocios para cada método expuesto a través de las fachadas. Por ejemplo, validaciones, condiciones que se deben de cumplir para borrar o guardar el la entidad, cálculos internos, etc.

**Capa de Datos.-** Donde residen los datos.

"Yo Visito Ecuador" estará dividido en dos partes: la parte que ven todos los usuarios y la parte administrativa, a su vez se dividirá en 5 módulos.

**Módulo Noticias.-** Publicar contenidos de noticias o información

**Módulo de Registro.-** Se realizarán registros de guías y turistas.

**Módulo de Catálogo.-** Se cargaran las fotos con su respectiva información.

**Módulo Publicidad.-** Variedad de idiomas para los diferentes usuarios de varios países.

**Módulo Administración.-** Donde se tendrá acceso a toda la información del sitio web.

### **Mantenimiento**

Se realizara la contratación de un Administrador de Base de Datos DBA que se encargará del mantenimiento y soporte de la base de datos.

Entre las tareas que se realizarán en el servidor en horas consideradas de baja latencia como son:

1. Respaldo de la base de datos
2. Respaldo de los archivos de código fuente
3. Actualizaciones de nuevos códigos

**Opcional**

Adicionalmente se deberá contar con un sistema de clusterización de servidores acorde al requerimiento de hardware sustentado en la fase

**Seguridades**

Se definirá 2 interfaces para los usuarios con sus respectivos roles que serán definidos basándose en el marco de trabajo del sistema:

1. Interfaz para usuarios invitados
2. Interfaz para usuarios administradores

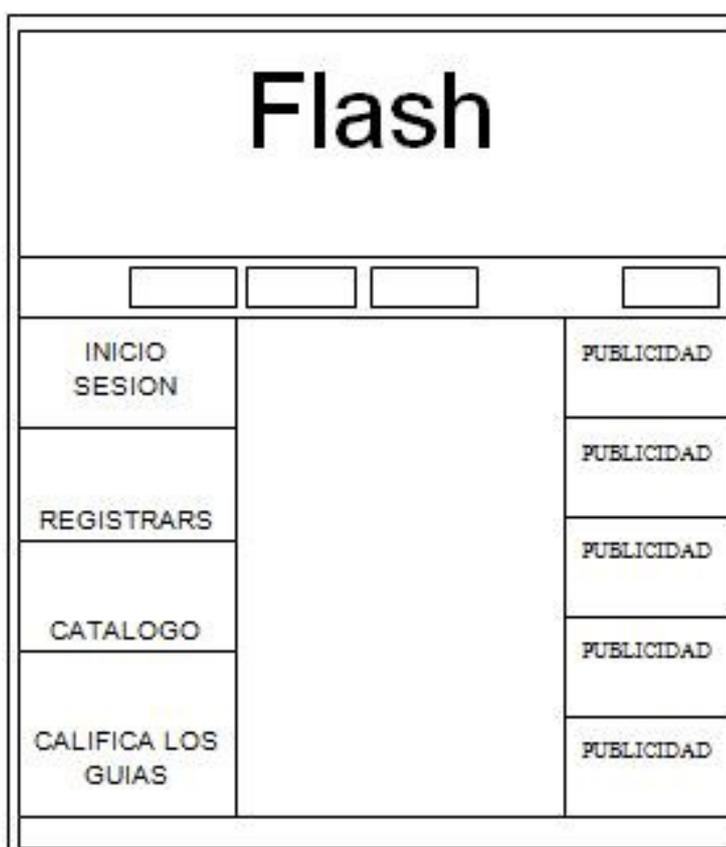


Figura 4- 2: Estructura de la página

**4.3. Diseño de la estructura del diseño**

Cada elemento de la página estará ubicado en un espacio específico.

Colores atractivos y vistosos, variedad de imágenes, será un diseño amigable.

### **Elementos permanentes de los Sistemas de Navegación**

Los elementos permanentes en el sistema de navegación son:

#### **Barra de Menú:**

Permanece en todas las pantallas de interfaces, permite el enlace a cada una de las áreas del sitio.

#### **Búsqueda Avanzada:**

Esta presente buscador que permite tener acceso con mayor facilidad y rapidez a los diferentes enlaces del sitio web.

#### **Pie de Página:**

Indica en la parte inferior el nombre de nuestro sitio, año de creación y link de contacto.

#### **Inicio de Sesión:**

Ingreso de Usuario y password.

#### **Elementos variables dentro del esquema de cada página:**

##### **Estructura de pantalla de Inicio**

**Sección Central:** Al principio se cargarán las novedades del mes, pero luego está será sustituida por los links de regístrate, catálogo, quienes somos, etc.

##### **Definición del Diseño Visual de la web:**

Luego de determinar la estructura del diseño, se procede al diseño visual de las pantallas del sitio web.

**Logotipo Tipográfico:** Basado principalmente en texto, posee un símbolo asociado, que representa a lo que se dedica nuestra red social, pero el énfasis principal está en el texto.



Figura 4- 3: Logotipo Tipográfico

Tipografía

**Nombre:** Script MT Bold  
**Familia:** Script MT Bold  
**Subfamilia:** Regular



**R 24**  
**G 162**  
**B 191**



**C 76,17 %**  
**M 17,58 %**  
**Y 18,75 %**  
**K 0 %**

**18A2BF**



**R 243**  
**G 198**  
**B 22**



**C 5,08 %**  
**M 20,31 %**  
**Y 100 %**  
**K 0 %**

**F3C616**



**R 35**  
**G 31**  
**B 32**



**C 5,08 %**  
**M 1,56 %**  
**Y 86,33 %**  
**K 0 %**

**F8E83F**

Figura 4- 4: Tipografía

**Nombre:** El nombre es la parte más importante del logotipo, porque es la que identifica de manera única a la empresa. Nuestro nombre “Yo Visito Ecuador”, representa a lo que se dedica nuestra red social.

**Composición horizontal:** Nuestro logotipo tiene mayor dimensión horizontal, esto mejora la lectura del mismo, porque nuestro campo visual es más ancho que alto y nos es algo más fácil entender los logotipos horizontales.

### 4.4. Boceto del diseño Principal

Página de Inicio:



Figura 4- 5: Página de Inicio

Página de Catálogo:



Figura 4- 6: Página de Catálogo

Página de Artículos de venta de “Yo Visito Ecuador”:



Figura 4- 7: Artículos de Venta

Página de Registro:



Figura 4- 8: Página de Registro

Página de Calificación de Guía:



Figura 4- 9: Página de Calificación de Guía

Página de Búsqueda de Guía:



Figura 4- 10: Página de Búsqueda

Página de Espacio Guía:



Figura 4- 11: Página de Espacio Guía

### 4.5. Boceto del diseño Administrativo

Página de logoneo:



Figura 4- 12: Administrador de “Yo Visito Ecuador”

Página de Bienvenida:

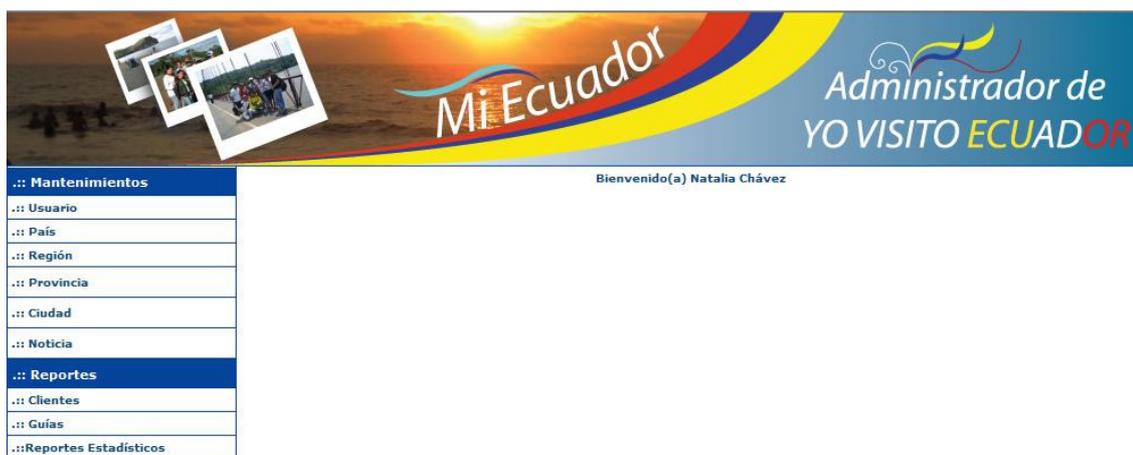


Figura 4- 13: Página de Bienvenida

**Página de Registro de Usuario:**

**USUARIO**

Nombre de Usuario:

Password:

Nombre:

Apellido:

Dirección:

Télefono:

Especializacion:

Genero: Masculino ▾

Tipo de Usuario : Administrativo ▾

Estado: activo ▾

**Figura 4- 14: Mantenimiento de Usuario**

**Página de Mantenimiento de País:**

**PAIS**

Código:

Nombre Español:

Nombre Ingles:

Estado: Activo ▾

**Figura 4- 15: Mantenimiento País**

**Página de Mantenimiento de Región:**



Figura 4- 16: Mantenimiento Región

**Página de Mantenimiento de Provincia:**



Figura 4- 17: Mantenimiento de Provincia

**Página de Mantenimiento de Ciudad:**

**Ciudad**

Código:

Provincia:

Nombre Español:

Nombre Ingles:

Estado:

Figura 4- 18: Mantenimiento de Ciudad

**Página de Mantenimiento de Noticia:**

**NOTICIA**

Número:

Fecha:

Título:

Información corta:

Información Larga:

Estado:

Figura 4- 19: Mantenimiento de Noticia

## Página de Consultas:

**Consultar |**

Parámetro:  Campo Usuario ▾

**Resultado de la Búsqueda**

Codigo	Usuario	Clave	Nombre	Apellido	Estado	Tipo	Editar
1	njchavez	*****	Natalia Jazmin	Chávez Bravo	Activo	Administrador	

Figura 4- 20: Consultas

## Contenido destacado del sitio:

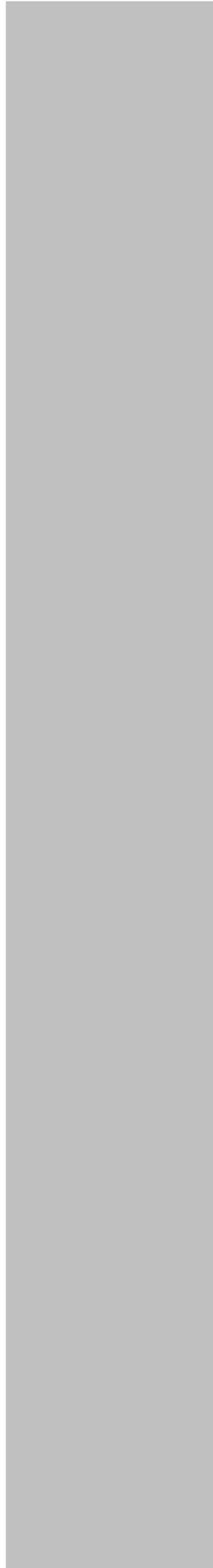
**"Yo Visito Ecuador"**

- Registros de usuarios.
- Los usuarios registrados guías podrán subir fotos e información de los lugares que conocen para que los usuarios que visitan pueden conocer acerca de las actividades que ellos realizan.
- Luego de usar los servicios de los guías los usuarios (turistas) podrán calificar el servicio que le ofreció el guía..
- Podrán conocer el guía de la semana.
- Servicio de mascotas extraviadas.
- Área de venta de suvenir de "Yo Visito Ecuador".
- Búsqueda de los lugares más visitados.
- Novedades del mes.



#### **4.8. Consultas**

En base a nuestro modelo entidad relación se harán reportes sobre las ciudades, lugares, actividades y guías más visitados para llevar un reporte estadísticos de estos datos.



**CAPÍTULO V**  
**EQUIPO DE TRABAJO**

## **CAPÍTULO 5. EQUIPO DE TRABAJO**

### **5.1. Trabajadores por área**

#### **Director de Proyecto**

El director de proyecto estará encargado de:

- Dirigir el proyecto en todos los aspectos técnicos del mismo: diseño, selección de la tecnología.
- Programación
- Delegación de funciones.
- Seguimiento del Proyecto.

#### **Funciones del director:**

- Preparar propuestas / planes de proyecto, negociaciones y contratos
- Construir una infraestructura de estándares, métodos, técnicas y herramientas para poder producir resultados de calidad con alta productividad
- Crear un conjunto de planes detallados y la línea de base del proyecto
- Seleccionar, liderar, apoyar y desarrollar el equipo del proyecto
- Ver el avance del proyecto y tomar acciones correctivas tempranas
- Asegurar los entregables conforme a los estándares de calidad contratados
- Administrar los cambios y asistir en la renegociación de contratos
- Mantener una buena relación de negocios con el cliente interno / externo
- Desarrollar la comunicación interna y externa

#### **Programador**

Elaborar, desarrollar, ensayar y mantener en buen estado los soportes lógicos y/o los programas informáticos, para cubrir las necesidades de los usuarios.

**Funciones del Programador:**

- Determinar en colaboración con los Analistas informáticos los objetivos perseguidos con los distintos programas, la naturaleza y fuentes de datos que habrá que introducir y ordenar, y establecer los controles necesarios.
- Elaborar gráficos y diagramas para describir y determinar en qué secuencias habrá que proceder al registro y tratamiento de los datos.
- Desarrollar y proporcionar documentación detallada sobre los programas informáticos, utilizando para ello diversos lenguajes de programación.
- Ensayar los programas elaborados para eliminar o corregir deficiencias o errores.
- Mantener actualizados los programas

**Diseñador Gráfico**

El rol de diseñador es la de comunicador, es decir es el profesional responsable del diseño e implementación del sitio, se encargara de la parte visual y gráfica haciendo más atractivo e intuitivo.

**Funciones del Diseñador web:**

- **Función comunicativa:** mediante la composición el Diseño Gráfico ordena la información para hacerla más clara y legible a la vista del receptor.
- **Función publicitaria:** intenta persuadir al receptor con una puesta en escena visualmente atractiva.
- **Función formativa:** tiene mucho que ver con la función comunicativa en la ordenación del mensaje, pero aplicado a fines educativos y docentes.
- **Función estética:** forma y funcionalidad son dos elementos propios del Diseño Gráfico cuyo producto tiene que servir para mejorar algún aspecto de nuestra vida y también para hacernos más agradable su uso.

- Estará encargado de crear el logotipo.
- Tratamiento y edición de imágenes.
- Diseño de animaciones y banners interactivos.
- Diseño y desarrollo gráfico de interfaces.
- Crear una grafica en la que el producto a desarrollar, es decir el sitio web debe ser actual para atraer a nuevos usuarios y por lo tanto nuevos clientes.

### **Administrador de Base de Datos**

El administrador de base de datos (DBA) es la persona responsable de los aspectos ambientales de una base de datos. En general esto incluye:

- Backup - Crear y probar Respaldos
- Integridad - Verificar o ayudar a la verificación en la integridad de datos
- Seguridad - Definir y/o implementar controles de acceso a los datos
- Disponibilidad - Asegurarse del mayor tiempo de encendido
- Desempeño - Asegurarse del máximo desempeño incluso con las limitaciones
- Desarrollo y soporte a pruebas - Ayudar a los programadores e ingenieros a utilizar eficientemente la base de datos.

El diseño lógico y físico de las bases de datos a pesar de no ser obligaciones de un administrador de bases de datos, es a veces parte del trabajo. Esas funciones por lo general están asignadas a los analistas de bases de datos ó a los diseñadores de bases de datos.

### **Funciones del Administrador de Base de Datos:**

El DBA es responsable primordialmente de:

- Administrar la estructura de la Base de Datos
- Administrar la actividad de los datos

- Administrar el Sistema Manejador de Base de Datos
- Establecer el Diccionario de Datos
- Asegurar la confiabilidad de la Base de Datos
- Confirmar la seguridad de la Base de Datos

## 5.2. Organigrama

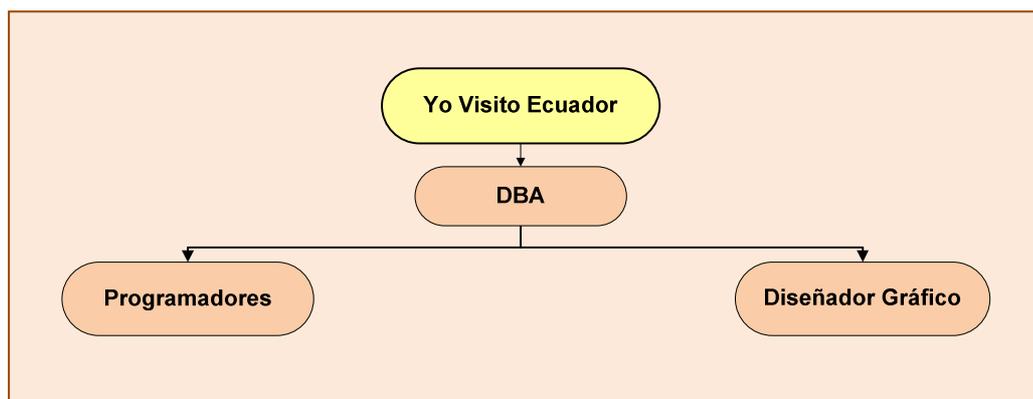


Figura 5- 1: Organigrama

### Perfil del Director del Proyecto:

- Interpretar las tendencias y patrones que subyacen en el marco-entorno.
- Conecta a la organización al contexto globalizado
- Impulsa el aprendizaje organizacional
- Capacidad de liderazgo

### Perfil del programador:

#### Desarrollo de aplicaciones web

- Ser analítico al momento de resolver problemas
- Gran habilidad e interés en el aprendizaje de desarrollo de nuevos productos.
- Experiencia en lenguajes de programación
- Facilidad de aprendizaje en otros entornos de programación

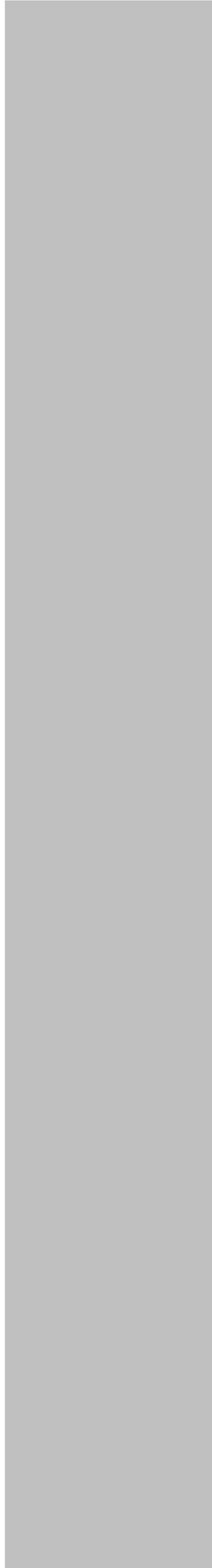
**Perfil del programador:**

- Liderazgo en Análisis y Diseño de Sistemas.
- Automatización, evaluación, seguimiento y control de métodos, procesos y procedimientos.
- Experiencia en análisis, Diseño e implementación de sistemas de información.
- Metodología de capacitación, inducción y apoyo.
- Excelentes relaciones interpersonales

**Perfil del Diseñador web:**

## Desarrollo de diseño web

- Participar en procesos de investigación, conceptualización, desarrollo, proyección, producción y evaluación de proyectos creativos propios a los campos de su especialidad.
- Aplicar teorías del Diseño Gráfico para dar soluciones óptimas a problemas de comunicación visual.
- Poner en práctica su creatividad, conocimientos y destrezas, al servicio de actividades culturales y comerciales.
- Manejar materiales, equipos y procesos técnicos utilizados para la creación artística, en diseño gráfico y los medios de comunicación de masas.
- Definir y alcanzar metas mediante la integración de aspectos conceptuales, plásticos y técnicos.
- Desempeñarse como alfabetizadores visuales dentro de equipos de trabajo multidisciplinario, para contribuir al desarrollo de la cultura visual de la sociedad.



**CAPÍTULO VI**  
**ANÁLISIS DE INGRESOS Y**  
**EGRESOS**

## CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

En este capítulo se detallan los estados financieros proyectados para el periodo de 1 año, el mismo que refleja los movimientos y las proyecciones económicas del presente proyecto.

### 6.1 Presupuesto de Ingresos y Egresos

Para iniciar las actividades comerciales, se cuenta con el capital destinado a la inversión de la siguiente manera:

#### Egresos por Productos

<b>Gastos Anuales</b>					
<b>Detalle Productos</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo por Docena</b>	<b>Cantidad por Docenas</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Camisetas	\$ 4,00	\$ 40,00	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Gorras	\$ 3,00	\$ 32,00	1	\$ 32,00	\$ 384,00
Sticker para Camisetas, Gorras y Reloj	\$ 1,00	\$ 9,00	2	\$ 18,00	\$ 216,00
Llaveros	\$ 1,00	\$ 9,00	2	\$ 18,00	\$216,00
<b>Total de Gastos Anuales</b>					<b>\$ 1.296,00</b>

Tabla 6 - 1: Gastos por Productos

## INGRESOS

#### Ingresos por Registro de Guías

	<b>Anual</b>
<b>Espacio para Guía</b>	\$ 80,00

Tabla 6 - 2: Costo de Espacio

<b>Estudiantes que se gradúan Anualmente en la carrera de Turismo</b>										
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Promedio</b>
<b>Espol</b>	36	23	15	9	25	72	109	164	248	51%
<b>%</b>		-36%	-35%	-40%	178%	188%				
<b>Guías</b>	12	8	5	3	8	24	36	54	82	

\* Ver Anexo2

Tabla 6 - 3: Estudiantes que se gradúan Anualmente en la Espol

Total Estudiantes Sierra		751								Promedio
Sierra	8	8	8	8	60	120	240	261	283	9%
%	1%	1%	1%	1%	8%	16%	32%			
Guías	2	2	2	2	20	40	79	86	93	

Tabla 6 - 4: Estudiantes que se gradúan Anualmente en la Sierra

\*Ver Anexo3

	Cantidad	Total Anual
Anual	175	\$ 14.000,00
<b>Total</b>		<b>\$14.000,00</b>

Tabla 6 - 5: Ingreso Anual Basados en un 100%

Esto equivale a un ingreso mensual de \$1166.66

Probabilidad		
50%	88	\$ 7.040,00

Tabla 6 - 6: Ingreso Anual basados en un 50%

Esto equivale a un ingreso mensual de \$586.66

### Ingreso de Ventas por Banners

	Costo			
	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Banners	\$ 30,00	\$ 80,00	\$ 160,00	\$ 350,00

Tabla 6 - 7: Costo de Banners

Tipo de Banner						Total	Total Ingreso
No. Banner	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Cantidad		
1	12				5	60	\$ 1.800,00
1		4			5	20	\$ 1.600,00
1			2		5	10	\$ 1.600,00
2				2	5	10	\$ 3.500,00
<b>Total</b>							<b>\$ 8.500,00</b>

Tabla 6 - 8: Total de Banners al Año

Costo mensual	\$ 708,33
---------------	-----------

Tabla 6 - 9: Ingreso Mensual

## Ingreso por Souvenirs

<b>Ingresos Mensuales</b>			
	<b>Costo Unitario</b>	<b>Venta Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Camisetas	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Gorras	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 1.152,00
Llaveros	\$ 4,00	\$ 96,00	\$ 1.152,00
<b>Total de Gastos Anuales</b>			<b>\$ 3.744,00</b>

Tabla 6 - 10: Ingresos por Souvenirs

## Costo del Proyecto

<b>Costo del Proyecto</b>			
<b>Servicios Generales</b>	<b>Mensual</b>	<b>Tiempo en meses</b>	<b>Total</b>
Servicios de Internet	\$ 60,00	3	\$ 180,00
Servicios Básicos	\$ 50,00	3	\$ 150,00
Hosting y Dominio	\$ 2,71	3	\$ 8,12
<b>Total</b>	<b>\$ 50,00</b>		<b>\$ 338,12</b>
<b>Sueldos y Salarios</b>			
Analistas (2)	\$ 436,00	3	\$ 1.308,00
DBA (1)	\$ 218,00	3	\$ 654,00
Diseñador(1)	\$ 218,00	1	\$ 218,00
			<b>\$ 2.180,00</b>
<b>Total</b>			<b>\$ 2.518,12</b>

Tabla 6 - 11: Costo del Proyecto

## Costos Fijos Anuales

<b>Resumen de Costos Fijos Año 2010</b>			
<b>Servicios Generales</b>	<b>Mensual</b>	<b>Tiempo en meses</b>	<b>Total</b>
Internet	\$ 60,00	12	\$ 720,00
Hosting y Dominio	\$ 2,71	12	\$ 32,48
Servicios Básicos	\$ 50,00	12	\$ 600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 142,50</b>		<b>\$ 1.352,50</b>
<b>Sueldos y Salarios</b>			
Programador	\$ 218,00	12	\$ 2.616,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.616,00</b>
<b>Marketing y Publicidad</b>			
Mensajes masivos	\$ 20,00	2	\$ 40,00
Periódico	\$ 150,00	2	\$ 300,00
Afiches(5)	\$ 10,50	1	\$ 10,50
Llaveros (100)	\$ 1,00		\$ 100,00
			<b>\$ 450,50</b>
<b>Total</b>			<b>\$ 4.419,00</b>

Tabla 6 - 12: Costos Fijos Anuales (Posterior a la Finalización del Proyecto)

## Flujo de Caja Mensual

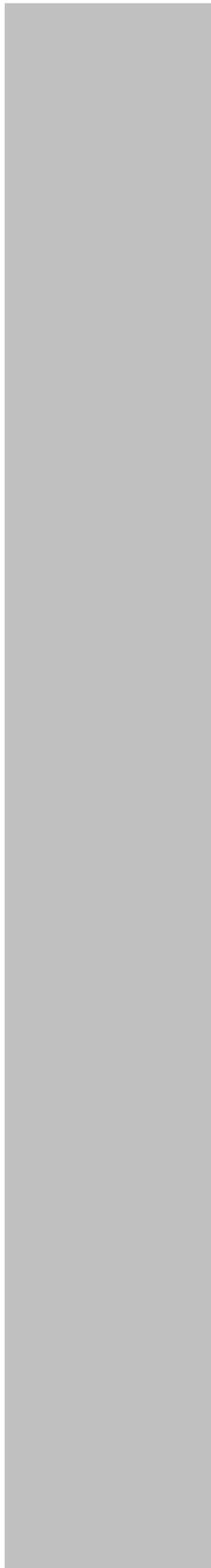
FLUJO DE CAJA MENSUAL DE OCT-2009 A DIC-2010															
Concepto	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	may-10	jun-10	jul-10	ago-10	sep-10	oct-10	nov-10	dic-10
<b>1. INGRESOS</b>															
Saldo Mes anterior	\$ -	\$ 2.015,29	\$ 1.248,58	\$ 481,87	\$ 1.449,66	\$ 2.527,95	\$ 3.776,24	\$ 5.024,53	\$ 6.272,82	\$ 7.521,11	\$ 9.269,40	\$ 11.017,69	\$ 12.765,98	\$ 14.514,27	\$ 16.262,56
Capital de Inversión Inicial	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por Via. De Banners	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33
Ingresos por Via. De Espacios a Guías	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67	\$ 1.166,67
Ingresos por Via. De Souvenirs	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00	\$ 312,00
<b>Total Ingresos del mes</b>	<b>\$ 3.000,00</b>	<b>\$ 2.015,29</b>	<b>\$ 1.248,58</b>	<b>\$ 2.668,87</b>	<b>\$ 3.636,66</b>	<b>\$ 4.714,95</b>	<b>\$ 5.963,24</b>	<b>\$ 7.211,53</b>	<b>\$ 8.459,82</b>	<b>\$ 9.708,11</b>	<b>\$ 11.456,40</b>	<b>\$ 13.204,69</b>	<b>\$ 14.952,98</b>	<b>\$ 16.701,27</b>	<b>\$ 18.449,56</b>
<b>2. EGRESOS</b>															
<b>2.2 Costos Fijos</b>															
<b>2.2.1 Costos Fijos por honorarios</b>															
Saldo Programador (2)	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00
Saldo DBA	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Diseño	\$ 218,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>2.2.2 Costos Administrativos</b>															
Servicios Básicos	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Servicio de Internet	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Hosting	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71	\$ 2,71
Pago cuota de Capital de Inversión Inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 984,71</b>	<b>\$ 766,71</b>	<b>\$ 766,71</b>	<b>\$ 830,71</b>	<b>\$ 330,71</b>										
<b>2.3 Costos Variables</b>															
Camisetas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Gorras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00
Stickers para Camisetas, Gorras y llaveros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Llaveros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Manejos maivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Anuncio de publicidad diario Universo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Afiches(5)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Llaveros(100)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 388,50</b>	<b>\$ 278,00</b>	<b>\$ 108,00</b>	<b>\$ 108,00</b>	<b>\$ 108,00</b>	<b>\$ 108,00</b>	<b>\$ 108,00</b>					
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 984,71</b>	<b>\$ 766,71</b>	<b>\$ 766,71</b>	<b>\$ 1.219,21</b>	<b>\$ 1.108,71</b>	<b>\$ 938,71</b>	<b>\$ 938,71</b>	<b>\$ 938,71</b>	<b>\$ 938,71</b>	<b>\$ 438,71</b>	<b>\$ 438,71</b>	<b>\$ 438,71</b>	<b>\$ 438,71</b>	<b>\$ 438,71</b>	<b>\$ 438,71</b>
<b>Total Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 2.015,29</b>	<b>\$ 1.248,58</b>	<b>\$ 481,87</b>	<b>\$ 1.449,66</b>	<b>\$ 2.527,95</b>	<b>\$ 3.776,24</b>	<b>\$ 5.024,53</b>	<b>\$ 6.272,82</b>	<b>\$ 7.521,11</b>	<b>\$ 9.269,40</b>	<b>\$ 11.017,69</b>	<b>\$ 12.765,98</b>	<b>\$ 14.514,27</b>	<b>\$ 16.262,56</b>	<b>\$ 18.010,85</b>

Tabla 6 - 13: Flujo de Caja

\*Basados en que se vendiera el 100% de espacios a guías y 100% de Souvenirs

## **6.2 Resultado de situación financiera**

Dado el resultado del estudio financiero de ingresos, gastos, administración y ventas, se concluye que el proyecto de “Yo Visito Ecuador” es rentable, pues sus utilidades son altas en base a la inversión que se debe realizar al inicio del mismo. Y seguirá creciendo con el paso de los años, pues tomará más fuerza en el mercado por la información de interés mostrada a sus usuarios.



**CAPÍTULO VII**  
**CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**

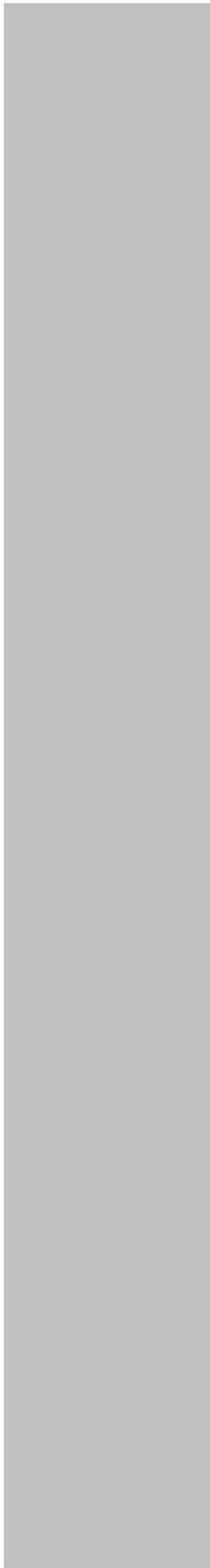
## **CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

1. A través del estudio e investigaciones realizadas hemos llegado a una conclusión de que no existe un sitio web enfocado a dar servicios personalizados de guías en el país, solo se conoce de sitios informativos de lugares o sectores orientados al turismo pero sin cubrir la necesidad de dar a conocer a otras personas los sitios que no se conocen o no se tienen de referencia significativa para los visitantes externos. Por lo que tenemos un nicho de mercado que podemos explotar.
2. Basándonos en las encuestas realizadas a 400 personas se obtuvo información acerca de las necesidades y sugerencias de temas de interés acerca de las personas que viajan y que se podrían convertir en futuros usuarios de nuestro servicio. Los resultados obtenidos fue de gente interesada en conocer más sobre el turismo interno y de cómo beneficiarse del mismo. Además todas las personas encuestadas en su mayoría utilizan el internet como una fuente de consulta y esto apoya más al sitio web para que sea una fuente de información.
3. Nuestro proyecto en los estados financieros, durante el periodo de 3 meses no obtendrá un resultado favorable, pero seguido de este tiempo el sitios generará beneficios, pues el servicio que se prestará está basado en un sector que no dejará de crecer que es el turismo, una vez posicionado en el mercado las expectativas como empresa serán grandes, pues con el tiempo creceremos en el mercado y además con el registro de personas que desean brindar su experiencia y conocimiento referente al turismo y utilizar el espacio para su función específica de guía.

## **7.2. Recomendaciones**

1. Es muy importante que el sitio web “Yo Visito Ecuador” este consolidado en el mercado como uno de los mejores en brindar el servicio turístico de guías especializados, además de dar el soporte necesario para incrementar internamente el turismo y así existan más demandas que ayudaran a nuestro crecimiento y llegar a ser reconocidos nacional e internacionalmente.
2. Brindar información actualizada a los usuarios que les sea de utilidad para poder satisfacer sus necesidades o dudas de lugares turísticos o de quienes prestan la atención de guías para sitios exclusivos o actividades deportivas.
3. Realizar una campaña para la cual ganemos más usuarios interesados en conocer del sitio y que deseen utilizar el servicio, para de esta manera posicionarnos fuertemente en el mercado, y además dar a conocer internacionalmente y tener nuevas oportunidades que ayuden a crecer a la empresa que se encarga de dar su soporte.



**ANEXOS**

## Anexo 1: Encuesta

Encuesta autorizada por:

ESPOL-EDCOM:

---

Realizada por:

D.G. María Patricia Ochoa

D.G. Natalia Chávez Bravo

### Sección 1: Información general:

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1.- En el contexto turístico, ¿Cuáles son las páginas que usted más ha visitado?

- Hoteles
- Agencias de viajes
- Instituciones públicas
- Centros turísticos

2.- ¿Cree usted que el internet favorece al turismo?

- Si
- No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

3.- ¿Cree usted que por medio del Internet podemos fomentar el turismo en el Ecuador?

- Si
- No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.- ¿Qué piensa usted acerca del turismo en el Ecuador?

- Está bien encaminado por parte del Ministerio de Turismo(MINTUR)
- Falta más difusión internacional y local acerca de los lugares turísticos en el Ecuador
- El Ecuador no posee la infraestructura necesaria para poder ser explotado turísticamente
- Le es indiferente
- Otro: \_\_\_\_\_

5.- ¿Conoce usted de algún lugar o Sitio web o Portal en donde pueda encontrar información Sobre los diferentes lugares turísticos que ofrece el Ecuador?

- Si (especifique el nombre): \_\_\_\_\_
- No

6.- ¿Considera usted que en el país se puede incrementar el turismo con la ayuda de guías personalizados, que le ayudarían y acompañarían en sus viajes a los distintos lugares turísticos?

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

## Sección 2: Conveniencia para el desarrollo del Sitio Web "ww.yovisitoecuador.com".

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

7.- ¿Qué medio de información utiliza usted para conocer acerca de los lugares que le gustaría visitar o vacacionar?

Internet

Revistas

Agencia de Viajes

Televisión

Otros(especifique): \_\_\_\_\_

8.- Si conociera de un Sitio Web o Portal que contenga información actualizada acerca de los diferentes sitios turísticos en el Ecuador, infraestructura del lugar, facilidades, tradiciones, gastronomía, etc. usted:

Ingresaría al sitio web cada vez que vaya a realizar un viaje a un lugar nunca antes visitado por usted o para conocer las novedades de otro que ya visitó.

Usaría usted el sitio web como una referencia secundaria.

No confiaría en la información que se muestra en el sitio web.

Le es indiferente tener información acerca de los lugares donde viaja.

Nunca ingresaría

9.- ¿Qué información gustaría usted de encontrar en Sitio Web o Portal y que usted considera importante al momento de visitar cualquier lugar turístico, en el país?: (puede marcar más de una opción a la vez)

Actividades que ofrece el lugar

Precios

Facilidades (Internet, telefonía, hospitales, supermercados, bares, etc.)

Información de cómo llegar a dicho lugar

Gastronomía (platos típicos, platos a la carta, comida en general, etc.)

Cultura y tradiciones de la región.

Seguridad

Infraestructura

Fechas de temporada altas

Clima y Temperatura

Vestimenta de los colonos del lugar

Flora y Fauna

Referencias de turistas que hayan visitado el lugar

Imágenes y/o videos del lugar

Información de lugares aledaños al sitio

- Breve historia del lugar (orígenes, fundación, etc.)
- Paquetes turísticos que ofrece el lugar( si los hubiera)
- Número de habitantes en dicho lugar
- Otras(especifique):\_\_\_\_\_

**Sección 4: Calidad de servicio del sitio web .**

---

**10.- ¿Piensa usted que este proyecto es de mucha utilidad para la promoción turística interna de Ecuador?**

- Si
  - No
- ¿Por qué?
- \_\_\_\_\_

**Si su respuesta anterior es afirmativa prosiga a la siguiente pregunta. Si fue negativa, la encuesta ha terminado.**

**11.- ¿Cuál ha sido su experiencia al buscar este tipo de información en Internet?**

- He encontrado mucha información acerca de los lugares que busco referencias.
- Encuentro información muy limitada de la mayoría de los lugares que consulto
- Encuentro información muy limitada de solo ciertos lugares
- No encuentro información
- Nunca he buscado este tipo de información por Internet.

**12.- ¿Con que frecuencia usted utilizaría el servicio?**

- Cada vez que viaje
- Cuando no conozca mucho acerca de un lugar
- De vez en cuando
- Poco
- Nunca

**13.- ¿Difundiría usted entre sus amigos este sitio web?**

- Si
  - No
- ¿Por qué?
- \_\_\_\_\_

**14.- De las bondades naturales y turísticas que tiene el Ecuador, ¿qué cree usted se debe de difundir con más fuerza en un sitio web de turismo? (Puede marcar algunas)**

- Turismo de naturaleza tradicional
- Turismo comunitario
- Deportes extremos
- Observación especializada de flora y fauna
- Congresos y convenciones
- Sol y Playa (turismo masivo)
- Galápagos como principal sector turístico

**15.- Siéntase libre de proporcionarnos la siguiente información, para contactarle en lo posterior.**

Nombres: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

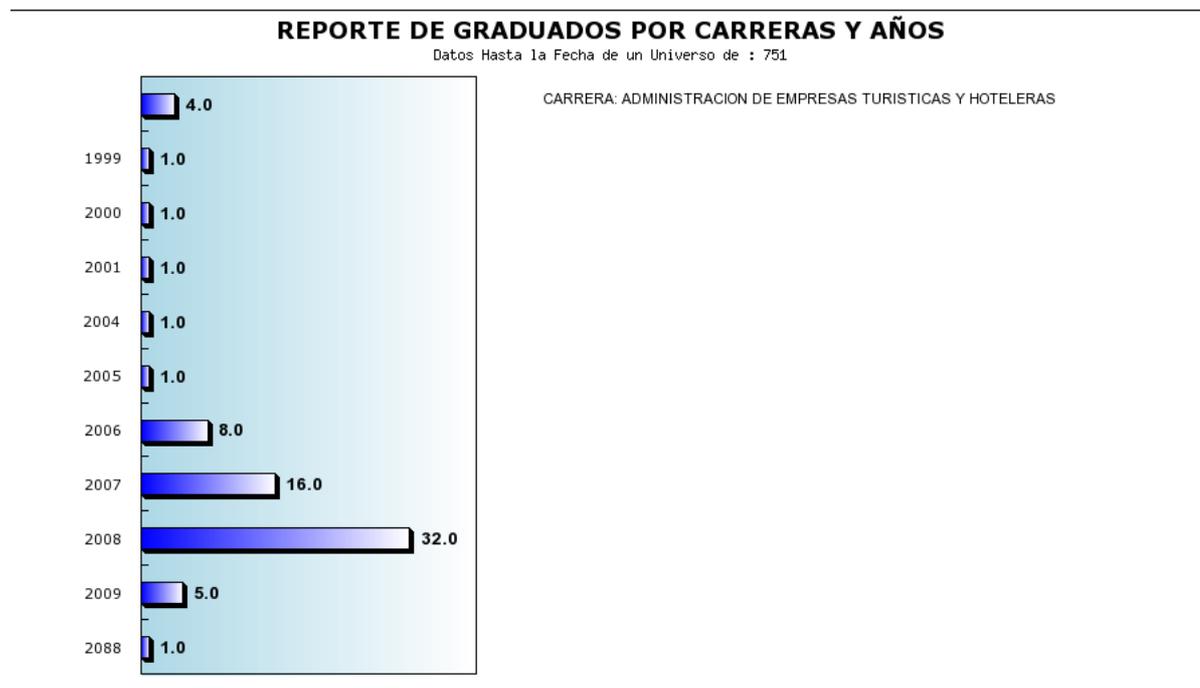
Ciudad de Procedencia: \_\_\_\_\_ Correo: \_\_\_\_\_

## Anexo 2: Número de graduados anualmente en la Espol


**CENTRO DE SERVICIOS INFORMÁTICOS (C.S.I)**  
**NÚMERO DE ESTUDIANTES GRADUADOS POR AÑO Y CARRERA**

Nº de estudiantes	Año					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Carreras de Pregrado</b>						
ACUICULTURA	1	6	2		2	8
ANÁLISIS DE SOPORTE DE MICROCOMPUTADORES	26	16	14	6	43	29
AUDITORIA Y CONTROL DE GESTION			16	25	9	7
CENTRO ESTUD. ARQUEOL. Y ANTROPOLOGICOS	1		6	7	1	1
DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	8	9	13	27	80	52
ECONOMIA	165	208	160	157	112	124
INFORMÁTICA	38	48	64	64	172	78
ING. ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES	1	16	23	45	54	49
ING. EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL	9	18	33	26	30	33
ING. MECANICA	37	21	47	69	38	36
INGENIERÍA AGROPECUARIA	3	1	2	11	5	17
INGENIERÍA AGROPECUARIA (SISTEMA MODULAR	1	3	2	3		
INGENIERIA COMERCIAL Y EMPRESARIAL	6	34	72	123	101	122
INGENIERIA DE ALIMENTOS	5		1			1
INGENIERIA EN ACUICULTURA	3	11	7	11	5	2
INGENIERÍA EN ACUICULTURA				1	5	17
INGENIERÍA EN ALIMENTOS		1	2	7	11	15
INGENIERÍA EN AUDITORÍA Y CONTROL DE GESTIÓN						30
INGENIERÍA EN CIENCIAS DE LA TIERRA	23	16	33	26	32	21
INGENIERÍA EN COMPUTACIÓN	20	14	16	64	82	43
INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD Y COMPUTACIÓN	95	81	78	45	90	74
INGENIERIA EN ESTADÍSTICA INFORMÁTICA	35	51	39	68	41	17
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL						2
INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR	2	2	1		6	3
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TECNOLÓGICA						1
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN	56	39	67	38	8	5
LICENCIATURA EN TURISMO	36	23	13	9	25	72
OCEANOGRAFÍA Y CIENCIAS AMBIENTALES	2	1	2			1
PROGRAMA TECNOLOGIA EN ELECTRICIDAD	13	13	21	18	38	40
PROGRAMA TECNOLOGIA EN PESQUERIA	9	15	6	7	5	6
PROGRAMACIÓN DE SISTEMAS	25	34	8	12	28	39
PROTCOMP	64	44	39	32	9	3
SECRETARIADO BILINGÜE EN SISTEMA DE INFORMACIÓN	1	1	3	1	52	63
SECRETARIADO EJECUTIVO EN SISTEMA DE INFORMACIÓN	25	43	34	6	3	2
SIST. MODULAR TECNOLOGIA INDUSTRIAL	2	1	1			1
TECNOLOGÍA EN AGRICULTURA	1	2	4	4	3	4
TECNOLOGÍA EN ALIMENTOS	28	12	26	16	8	5
TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO	63	25	23	27	3	1
TECNOLOGÍA EN MECÁNICA INDUSTRIAL	9	9	18	9	8	9
TECNOLOGÍA EN MECÁNICA MA						7
TECNOLOGÍA EN SISTEMAS DE TELECOMUNICACIONES	1	14	4	2	11	13
<b>Total general</b>	<b>814</b>	<b>854</b>	<b>931</b>	<b>965</b>	<b>1130</b>	<b>1066</b>

### Anexo 3: Reporte de Graduados por carrera y años



## **BIBLIOGRAFÍA**

- [www.maestrosdelweb.com/buscar/?cx=003443319247910514836%3Awcrupbdeic&q=turismo&cof=FORID%3A10#1262](http://www.maestrosdelweb.com/buscar/?cx=003443319247910514836%3Awcrupbdeic&q=turismo&cof=FORID%3A10#1262).

Información tomada el día 23/08/2009

- [www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1441&Itemid=43](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1441&Itemid=43)

Información tomada el día 23/08/2009

- [www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=377&Itemid=43](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=377&Itemid=43)

Información tomada el día 23/08/2009

- [www.acciontrabajo.ec/v\\_\\_s\\_\\_Turismo\\_\\_of240.html](http://www.acciontrabajo.ec/v__s__Turismo__of240.html)

Información tomada el día 20/09/2009

- [www.visitaecuador.com/menu.php?cod\\_sec=xZWBizl&cod\\_men=6OzTGNdals&cod\\_item=r0mInuaix5](http://www.visitaecuador.com/menu.php?cod_sec=xZWBizl&cod_men=6OzTGNdals&cod_item=r0mInuaix5)

Información tomada el día 20/09/2009

- [www.es.wikipedia.org/wiki/Turismo](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Turismo)

Información tomada el día 21/09/2009

- [/www.ecuador.travel/](http://www.ecuador.travel/)

Información tomada el día 21/09/2009

- [www.ecuador.us/turismo.htm](http://www.ecuador.us/turismo.htm)

Información tomada el día 21/09/2009