

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

**"E-TICKETS, VENTA EN LINEA DE ENTRADAS AL PARQUE
HISTÓRICO"**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Presentado por

Mariela Chiluisa Rodríguez

Sandra Solís Aspiazu

Guayaquil - Ecuador

2006

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser la fuerza y amor. A mis padres, hermanos, familiares, amiga de tesis y amigos, por apoyarme y compartir este momento en mi vida.

Mariela Chiluisa Rodríguez

Doy gracias a Dios por todas sus bendiciones, a mi madre por cuidar y guiar mi camino, a mis hijos por compartir su tiempo con mis metas y anhelos personales. A mi esposo por su apoyo ilimitado en nuestro hogar, a mis compañeros que me impulsaron a continuar con este reto profesional, a mis colegas por su motivación y confianza y a todos esos seres humanos maravillosos que han compartido sus conocimientos con nosotros.

Sandra J Solís Aspiazu

DEDICATORIA

A mis abuelos y primo que se encuentran en presencia de nuestro creador y a todos mis seres queridos, ya que el amor que siento por ellos me impulsa a continuar.

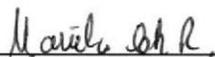
Mariela Chiluisa Rodríguez

Ofrecimiento especial a mis hijos, para que esta nueva meta obtenida por su madre les sirva de ejemplo de superación y perseverancia en la vida de ellos, a los cuales amo mucho.

Sandra J Solís Aspiazu

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta Tesis de Grado, nos corresponden exclusivamente al BCE; y, el patrimonio intelectual de la misma, a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”



MARIELA CHILUISA RODRÍGUEZ



SANDRA J. SOLIS ASPIAZU

TRIBUNAL DE GRADUACION

Presidente del Tribunal de Grado

Director Tesis

Dr. Gustavo Galio

Director Tesis

Ing. Fabricio Echeverría

Miembro Principal

Lsi. Carlos Corral Sánchez

Miembro Principal

INDICE GENERAL

<i>Capitulo I</i>	<i>1</i>
La empresa y su producto	1
1.1 Antecedentes.	1
1.2 Historia de la empresa y su situación actual.	2
1.3 Misión.	7
1.4 Visión.	9
<i>Capitulo II</i>	<i>10</i>
Análisis del mercado	10
2.1 Constitución del mercado	10
2.2 Ente Regulador	11
2.3 Posibilidad de implementación y éxito del proyecto.	11
2.4 Restricciones o Barreras	12
2.5 Principales empresas del mercado	14
<i>Capitulo III</i>	<i>15</i>
Análisis del sector y de la empresa	15
3.1 Recursos cualificados disponibles	15
3.1.1 Recursos Humanos	15

3.1.2 Análisis del Equipo de Trabajo	19
3.1.2.1 Descripción del Cargo	19
3.2 Función de los sistemas informáticos / sitios web actuales	19
3.2.1 Sistemas Informáticos / Sitios Web que Existen en el Mercado.	19
3.3 Calidad del servicio percibido.	20
3.3.1 Percepción de la calidad del servicio que actualmente brindan las empresas	20
3.3.2 Tendencia del mercado en relación al servicio	24
3.3.3 Oportunidades en desarrollo de valores agregados	27
3.3.4 Ciclos del Servicio	28
3.3.5 Fugas del servicio	36
3.4 Análisis del producto	37
3.4.1 Producto / servicio	37
3.4.2 Punto diferenciador y beneficios	37
3.4.3 Presentación del producto	38
3.4.3.1 Logotipo del Parque Histórico de Guayaquil	39
3.4.3.1 Precio	39
3.4.3.1 Posicionamiento Y Promesa Básica	40
3.4.4.1 Servicio y valores agregados	40

<i>3.5 Análisis del consumidor</i>	41
3.5.1 Identificación y Segmentación	41
3.5.2 Grupo Objetivo Primario Y Secundario	42
3.5.3 Características Del Mercado	47
<i>3.6 Objetivos Mercadologicos Y Financieros</i>	50
3.6.1 Objetivos generales	50
3.6.2 Objetivos Mercadológicos	51
3.6.3 Objetivos Financieros	52
3.6.4 Plan de Contingencia.	52
<i>3.7 Cuantificacion Del Mercado.</i>	55
3.7.1 fuente de informacion.	56
<i>Capitulo IV</i>	58
Estrategias Del Plan De Mercadeo	58
4.1 Lanzamiento del Producto.	58
4.2 Estrategia de precio.	59
4.3 Estrategia de Comercialización.	61
4.4 Estrategia Promocional.	61
4.5 Estrategia de Distribución	63

4.6 Políticas de Servicios.	63
4.7 Políticas de Comercialización.	63
<i>Capitulo V</i>	64
5.1 Producto.	64
5.2 Equipos.	66
5.3 Mobiliario.	73
5.5 Herramientas.	76
5.6 Plan de Consumo.	78
5.7 Plan de Compras.	80
5.8 Proveedores.	80
5.9 Sistemas de Control y Seguridad.	80
<i>Capitulo VI</i>	82
6.1 Grupo Empresarial	82
6.1.1 Estructura De La Empresa	84
6.1.2 Política Laboral	84
6.2 Empleados	85
6.3 Herramientas De Control Y Desempeño	87

<i>Capitulo VII</i>	88
<i>7.1 Aspectos Legales De La Empresa</i>	88
<i>7.2 Aspectos Legales Del Empleado</i>	88
<i>7.3 Aspectos Legales De Los Clientes</i>	89
<i>7.4 Legislación</i>	90
<i>8.1 Capital De Trabajo</i>	93
<i>8.2 Inversión De Activos</i>	94
<i>8.3 Presupuestos De Ingresos</i>	95
<i>8.4 Presupuestos De Egresos</i>	96
<i>8.5. Flujo De Caja</i>	97
<i>8.6 Estados De Resultados Y Balance General</i>	100
<i>8.7 Análisis De Razones Financieras</i>	105
<i>8.8 Riesgos E Intangibles</i>	106
<i>Capitulo IX</i>	107
<i>Capitulo X</i>	108
<i>CONCLUSIONES</i>	108
<i>RECOMENDACIONES</i>	108

<i>APENDICES</i>	109
<i>APENDICE A</i>	110
<i>APENDICE B</i>	112
<i>APENDICE C</i>	115
<i>APENDICE D</i>	117
<i>Bibliografía</i>	119
<i>ABREVIATURAS</i>	120

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico n°. 1	4
<i>Vista frontal de malecón del año 1900 restaurada en el PHG</i>	4
Gráfico n°. 2	5
<i>Vista de la casa de hacienda restaurada en el PHG.</i>	5
Gráfico n°. 3	32
<i>Compra de e-tickets en línea entradas al PHG.</i>	32
Gráfico n°. 4	35
<i>Reservación de eventos en el PHG</i>	35
Gráfico n°. 5	38
<i>Página principal del sitio web PHG</i>	38
Gráfico n°. 6	39
<i>Logotipo del PHG</i>	39
Gráfico n°. 7	43
<i>Segmentación de turistas por continentes.</i>	43
Gráfico n°. 8	44
<i>Visitantes no residentes por grupos de edad y sexo</i>	44
Gráfico n°. 9	45
<i>Motivo de la visita al ecuador</i>	45
Gráfico n°. 10	46
<i>Visitas de turistas no residentes según actividad realizada.</i>	46
Gráfico n°. 11	47

<i>Turistas extranjeros según medio de información utilizado.</i>	47
Gráfico no. 12	48
<i>Visitas de turistas no residentes por lugar visitado</i>	48
Gráfico n°. 13	70
<i>Centro de datos de Sucursal Mayor Guayaquil -BCE</i>	70
Gráfico n°. 14	71
<i>Medios de Comunicación actual inalámbrica entre BCE</i>	71
<i>“Sucursal Mayor Guayaquil y PHG”.</i>	71
Gráfico n°. 15	72
<i>Comunicación punto a punto entre el BCE y PHG</i>	72
Gráfico n°. 16	74
<i>Área Administrativa del PHG.</i>	74
Gráfico n°. 17	75
<i>Área administrativa del PHG – reservación de eventos.</i>	75
Gráfico n°. 18	107
<i>Cronograma de actividades para el desarrollo del sitio web del PHG.</i>	107

INDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1	39
<i>Valores de entradas al PHG</i>	39
CUADRO NO. 2	55
<i>Motivos del viaje a la ciudad de Guayaquil.</i>	55
CUADRO N ^o . 3	77
<i>Estándares para el desarrollo de aplicaciones.</i>	77
CUADRO N ^o . 4	78
<i>Características Técnicas Básicas de software.</i>	78
CUADRO N ^o . 5	78
<i>Costos de licencia del servidor web.</i>	78
CUADRO N ^o . 6	79
<i>Costos de licencia del servidor web.</i>	79
CUADRO N ^o . 7	79
<i>Presupuestos y gastos estimados de los participantes en el proyecto.</i>	79
CUADRO N ^o . 8	81
<i>Algunos de los Procesos que realiza el</i>	81
<i>Centro de datos del BCE Guayaquil</i>	81

<i>CUADRO N^o. 9</i>	93
<i>Inversión del proyecto</i>	93
<i>CUADRO N^o. 10</i>	94
<i>Inversión de los activos</i>	94
<i>CUADRO N^o. 11</i>	95
<i>Ingresos del PHG</i>	95
<i>CUADRO N^o. 12</i>	96
<i>Egresos del PHG</i>	96
<i>CUADRO N^o. 13</i>	99
<i>Flujo de caja del PHG</i>	99
<i>CUADRO N^o. 14</i>	101
<i>Estados de resultados del PHG</i>	101
<i>CUADRO N^o. 15</i>	103
<i>Balance general del PHG</i>	103
<i>CUADRO N^o. 16</i>	103
<i>Egresos del PHG</i>	103
<i>CUADRO N^o. 17</i>	104
<i>Calculo del VAN para el PHG</i>	104
<i>CUADRO N^o. 18</i>	104
<i>Calculo del TIR para el PHG</i>	104

CAPITULO I

LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

1.1 ANTECEDENTES.

El Parque Histórico Guayaquil fue creado por el Banco Central del Ecuador con la finalidad de rescatar nuestra cultura, para conservar las tradiciones que son la base de nuestra idiosincrasia y para identificarnos como ecuatorianos. Posee una extensión de ocho hectáreas las cuales se dividen en tres zonas: la de vida silvestre, historia de Guayaquil y urbano arquitectónica. La zona de vida silvestre destaca el manglar que en la antigua ciudad de Guayaquil existieron en abundancia y que aún se conserva en este lugar, por medio de puentes de madera se atraviesa el bosque para apreciar la flora y fauna en su hábitat. Loras de manglar, tapir, aves acuáticas, venado, águila arpía, sahínos, monos, caimanes, papagayos, son algunos de los animales que se pueden observar. La zona de tradiciones nos permite conocer las costumbres, producción y vida diaria de los habitantes guayaquileños a finales de siglo XIX y principios del siglo XX. En el parque hay una hacienda de producción de cacao, plantas medicinales, hortalizas, utensilios, vivienda, que recrea el modo de vivir de su gente. La zona urbano arquitectónica está conformada

por la vivienda tradicional porteña de principios del siglo XX. Debido a que el material con el que se construían los edificios era la madera, los incendios consumieron gran parte de la antigua ciudad, lográndose rescatar algunos de sus edificios. Tres de ellos fueron reconstruidos luego del incendio de 1896 y ahora están en este lugar, que junto al vestuario, música de la época y el Malecón 1900 se rescata la identidad de un pueblo. Además consta de un observatorio de aves, mirador, y acuario. El mejor día para visitar el Parque Histórico es el domingo ya que se desarrollan varias actividades culturales que lo transportará al pasado deleitándolo con la música, la comida típica y la naturaleza.

1.2 HISTORIA DE LA EMPRESA Y SU SITUACIÓN ACTUAL.

Ubicado en el cantón Zamborondón el Parque Histórico Guayaquil es un programa cultural, medio ambiental, educativo, recreativo, y turístico que nace en 1996 para albergar las edificaciones rescatadas por el Banco Central del Ecuador en los años 80.

Restaurarlas reconstruirlas y recuperar las tradiciones rurales y urbanas de la antigua provincia de Guayaquil.

Está ubicado en la ciudadela Entre Ríos, en la vía Guayaquil - Samborondón. Busca recrear la forma de vida de años ya pasados con tres zonas: de vida silvestre, urbano arquitectónica y de exposición de tradiciones.

Este sitio de 8 hectáreas está rodeado de bosques de manglares y otras especies de árboles, como el platanillo, que crecen naturalmente alrededor de un estero del río Daule.

En el manglar existen 28 especies de animales en cautiverio, entre las que se pueden observar al venado de cola blanca, al mapache y osito lavador, grupos de saínos, tigrillos, osos perezosos, cocodrilos, etc. Existen 90 especies de aves como papagayos, pericos, águila arpía, entre otras.

En el parque también se aprecian estructuras que representan las tradiciones de la costa, y la recreación de dos manzanas del Guayaquil, a inicios del siglo XX en las que se ubicaran cuatro edificaciones, construidas en esa época y que son representativas de la antigua ciudad que a más de ello han sido declaradas patrimonio cultural.

Zona urbano arquitectónica



GRÁFICO Nº. 1

Vista frontal de Malecón del año 1900 restaurada en el PHG

En ella se levanta el Guayaquil antiguo con museos, restaurantes y cafetería, agencias bancarias, talleres de oficios tradicionales, salas de exposiciones y audiovisuales, son los principales servicios que le permitían disfrutar su estadía en el parque.

La casa Julián Coronel, el Banco Territorial, Casa Lavayen - Paredes (conocida como la Casa Verde) y el Hospicio Corazón de Jesús; han sido rescatadas como patrimonio cultural, y sirven de marco para la reconstrucción de la vida urbana del Guayaquil de antaño.

Para ponerse en época, es bueno recordar que antes de la aparición del tranvía eléctrico la ciudad contaba ya con el carro urbano de Guayaquil sobre

rieles, tirado por mulas. La pujanza de la ciudad y su puerto se notaba en las calles, repletas de transeúntes y vendedores ambulantes. La actividad económica era símbolo de prosperidad, y cada banco realizaba emisiones de monedas en sus propias reservas.

Unas de las cosas más famosas que traspasaron las fronteras fueron la moneda y vestimentas guayaquileñas, así como los confites, tabacos y derivados de la actividad agrícola. El gran incendio de 1896 ha sido superado; la ciudad empieza el camino de la modernización.

Zona de exposición de tradiciones

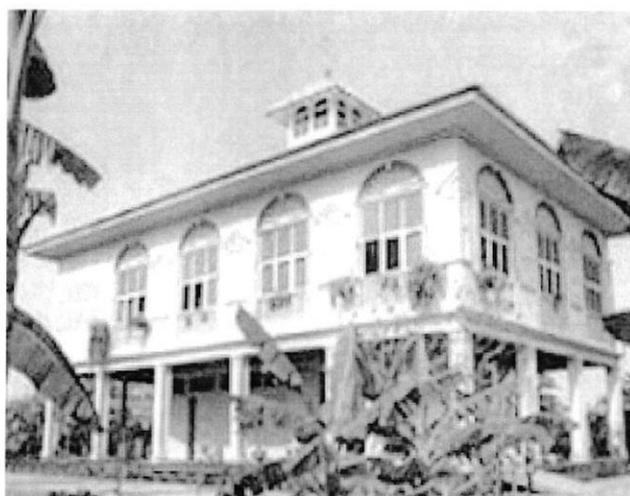


GRÁFICO N.º 2

Vista de Casa de hacienda restaurada en el PHG.

La zona de rescate de tradiciones no solo le permitirá encontrarse con el pasado, también le abrirá las puertas a un mundo rural que a veces está demasiado lejos para ser conocido.

La hacienda era en aquellos años el pulmón económico del país. La riqueza del Ecuador se basaba en la exportación y producción agrícola, y alrededor de ella se generaban los más variados oficios y actividades.

La artesanía era también parte de la cotidianidad campesina.

¿Conoce cómo es la planta de guayaba, o qué forma tiene el fruto de la tagua?
¿Alguna vez ha caminado por un tendal entre olor a café y cacao? Huertos de los principales productos de la costa, casa de hacienda, centro artesanal, arquitectura campesina, serán entre otros los espacios que le permitirán conocer y valorar un estilo de vida que ha sido fundamental en el desarrollo del país.

Centro de servicios al usuario.

Para que su visita sea completa y de lo más placentera, existen para su comodidad los siguientes servicios:

- Guías: Pasos guiados en inglés y español.
- Asistencia para hallar objetos y personas perdidas: rápido contacto entre las distintas áreas del parque mediante sistema de radio.
- Carrito disponible para niños pequeños y ancianos.
- Fotografías y postales: Fotografías instantáneas con el logo del parque y la fecha de su visita. Además postales tradicionales.
- Servicios de correo de Internet.
- Cajero automático para todos los sistemas del país, y el sistema internacional Cirrus.
- Información turística: Otros lugares de interés, mapas, folletería, traslados dentro de la ciudad, entre otros.
- Servicio de taxis: reservación.

1.3 MISIÓN.

Desarrollar proyectos económica y ecológicamente sustentables que rescate los conceptos y vivencias de nuestro pasado para su exposición y desarrollo integrados a los procesos culturales que fusione la educación formal, la recreación, el turismo, el pensamiento creativo como componentes

fundamentales del desarrollo integral social, cultural y económico del país por el cual trabaja el Banco Central del Ecuador para rescatar las tradiciones Guayaquileñas recreando escenarios y utilizando la tecnología como soporte para mostrar todas las tradiciones al Ecuador y al mundo entero.

El Banco Central del Ecuador quiere ser protagonista activo del desarrollo integral, líder en los procesos de cambio económico, cultural y social. Pero, ¿cómo puede obtener de esa reserva cultural rendimiento educativo, social y económico? Difundiendo, investigando, compartiendo, haciendo crítica y autocrítica de su quehacer cultural dando función educativa y social, entregando el patrimonio que está bajo su custodia a sus auténticos dueños para que sea reconstruido explicativamente en diálogo interdisciplinario; poniéndolo al servicio de los grupos sociales más aislados, de los grupos gremiales, de los pueblos indios, mestizos y negros, de las escuelas lejanas de la serranía, de las asentadas en las orillas de los ríos de la costa, de las comunas orientales, de los pueblos andinos remontados en el páramo, de los que están en los suburbios; es decir de todas y cada una de las especificidades culturales que tiene el país, con lo cual, fundamentalmente, está aportando para construir la ecuatorianidad.

1.4 VISIÓN.

El Parque Histórico de Guayaquil será el impulsador y líder del rescate de la identidad cultural regional como componentes del hombre integral de hoy y el futuro, para sustentar el desarrollo socioeconómico de la Costa como región y del Ecuador como país.

La visión de futuro del Banco Central del Ecuador, respecto a con este tipo de enunciados, procesos y actividades, está encaminada a ser líder y protagonista en el desarrollo cultural del país, mediante una gestión que optimice los recursos, con infraestructura propia, tecnología adecuada y personal competente y proactivo.

A partir de 1946, el Banco Central del Ecuador empezó a salvaguardar los bienes culturales que llegaban a sus bóvedas, sea en metalurgia precolombina o en monedas coloniales, evitando su conversión en lingotes de oro para la reserva monetaria.

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 CONSTITUCIÓN DEL MERCADO

El parque histórico de Guayaquil pertenece a la industria del turismo de la provincia del Guayas, ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Mercado Primario

Nuestros clientes potenciales que conforman el mercado primario se enfoca a el tipo de personas que tendrían interés en visitar y conocer el parque histórico de Guayaquil, en este caso son los turistas extranjeros que vienen al país a realizar actividades de recreación esparcimiento o vacaciones o visitas a familiares y amigos los cuales constituyen el 65% del total de turistas que vienen al país².

Mercado Secundario

El mercado secundario lo conforman los turistas nacionales y la población en general.

² Fuente unidad ejecutora del proyecto Ecuador - Cuentas Satelitales de Turismo.

2.2 ENTE REGULADOR

El Banco Central del Ecuador no asume funciones culturales y sociales de manera arbitraria, sino porque se encuentra autorizado por la Ley para el efecto.

En el caso de la cultura, el Banco Central del Ecuador es depositario de los más importantes bienes culturales del país. El Banco Central del Ecuador ha sido aporte importante para el rescate, conservación, difusión, investigación y potenciación de nuestra cultura por varias décadas. El Banco Central del Ecuador garantiza un espacio social alternativo de reflexión y de aprendizaje para que todos los ecuatorianos estemos orgullosos de serlo.

El Proceso de la Dirección Cultural de Regional perteneciente al Banco Central del Ecuador es el encargado de controlar la actividad del Parque Histórico de Guayaquil, quien reporta a la Gerencia de la Sucursal Mayor de Guayaquil de la institución mencionada.

2.3 POSIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN Y ÉXITO DEL PROYECTO.

El proyecto de la venta de e-tickets del parque histórico de Guayaquil es factible la implementación porque actualmente se está creando una campaña

de difusión mediante el web en el cual el parque histórico forma parte del proyecto, y al realizar la venta de e-tickets mediante web es una ventaja competitiva que tiene ante los otros centros turísticos de la ciudad de Guayaquil. La implementación por consiguiente en la actualidad es una realidad ya que se cuenta con el soporte presupuestario y tecnológico del Banco Central del Ecuador.

2.4 RESTRICCIONES O BARRERAS

Una de las barreras que impedirían la implementación del sitio Web del parque histórico es que se supriman las asignaciones presupuestarias del Banco Central del Ecuador.

Que el Parque Histórico pase a ser regentado por otro organismo como por ejemplo el Municipio de Samborondón o Guayaquil.

Las leyes de protección en cuanto al e-commerce realizado en el país aun no se tiene políticas claras que defiendan al consumidor.

El nivel de confianza de los clientes que realizan transacciones de e-commerce, que en el Ecuador es un número reducido se reduzcan mas por razones tecnológías en cuanto a seguridad se refiere.

Actualmente, las instituciones bancarias no ofrecen servicios de afiliación para negocios ecuatorianos que vendan por internet. En lo que sí se ha incursionado es en el pago con tarjetas de crédito locales en páginas de internet internacionales a través de mecanismos de seguridad proporcionados por las mismas firmas de tarjetas de crédito.

Por ejemplo, los servicios Verified by Visa y MasterCard SecureCode son empleados por diversas instituciones bancarias y sitios de comercio electrónico para comprobar que las tarjetas de crédito han sido utilizadas por sus dueños y no por terceros.

Tras tres años de aprobada la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos en el país, la desconfianza en los medios electrónicos y la falta de eficiencia de los entes reguladores son los mayores obstáculos que impiden el desarrollo del comercio electrónico, según funcionarios de la Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico (Corpece).

Otros problemas son la baja motivación del consumidor –prefiere las compras presenciales en lugar del internet- y la falta de información de los comerciantes, quienes limitan el comercio electrónico a la simple publicación de una página en internet.

2.5 PRINCIPALES EMPRESAS DEL MERCADO

Dentro de las principales empresas que se encargan de realizar paseos ecológicos familiares, ya sea dentro de la ciudad de Guayaquil o en sus afueras se encuentran las siguientes:

- El Bosque Protector “Cerro Blanco”
- El Jardín Botánico de Guayaquil
- Parque el Lago
- Puerto Hondo
- Zoológico el Pantanal (Zoo El Pantanal).

De los cuales o las más importantes corresponden a Parque el Lago a pesar de que su infraestructura es completamente diferente al del PHG por lo que lo consideramos como un competidor indirecto.

CAPITULO III

ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA

3.1 RECURSOS CUALIFICADOS DISPONIBLES

3.1.1 Recursos Humanos

El parque histórico de Guayaquil-PHG, cuenta con los tres instrumentos que describen su organización tales como el Organigrama, las Descripciones de puestos y el Manual de Normas y Procedimientos.

El organigrama es de tipo funcional por que agrupa el personal técnico, administrativo y mano de obra, organizándolos en equipos de trabajo, para que las diferentes áreas respondan como una unidad.

Área de Dirección General

El área de Dirección General tiene por misión planificar en tiempo y espacio las acciones a emprender por el PHG; controlar que lo planificado se cumpla dentro de los parámetros establecidos; organizar entendiéndose por dotar a la organización de los recursos necesarios para su correcto desempeño; coordinar esfuerzos con todo el equipo de trabajo que lo acompaña, a decir,

los coordinadores de las diferentes áreas; liderar al personal hacia la consecución de las metas y objetivos del PHG.

Área de Desarrollo Humano

El área de Desarrollo Humano tiene por misión contribuir al desarrollo personal y profesional del personal del PHG, asegurando la correspondencia de los diferentes perfiles con los diferentes puestos de trabajo y apoyando la mejora continua a través de la actualización constante en los diferentes procesos de trabajo. Así también, vigila el cumplimiento de las tareas asignadas al personal para la consecución de los diferentes objetivos organizacionales.

Área de Operaciones

El área de Operación tiene por misión proteger el personal que labora y los bienes que se encuentran en las instalaciones del PHG, así como otorgar seguridad a los visitantes que visitan el Parque. También planifica, supervisa, coordina y define el correcto desenvolvimiento de las instalaciones. Instala y coordina el sistema de seguridad.

Área de Finanzas

El área de Finanzas tiene por misión planificar en tiempo los flujos de entrada y de salida de dinero del Parque. Implanta y coordina el sistema de recaudación y colabora con el área de Gestión Turístico-Cultural, Difusión y Comercialización en los temas de generación de nuevos servicios para el Parque y su inherencia en el presupuesto general del Parque.

Área de Gestión Turístico

El área de Gestión Turístico que abarca los aspectos culturales, difusión y comercialización tiene por misión crear nuevas opciones de distracción para los visitantes del parque, a través de la investigación permanente de los recursos turísticos que cuenta el parque. Identifica las necesidades presentes y futuras del público. Define las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión. Trabaja en equipo con el área de Desarrollo Humano, Operaciones, Finanzas, Proyectos, Vida Silvestre y Tradiciones.

Área de Fiscalización

El área de Fiscalización tiene por misión controlar que las obras se ejecuten de conformidad con los contratos, a decir, plazos, vigencia de garantías y compromisos adquiridos por parte del PHG y los contratistas.

Área de Proyectos

El área de Proyectos tiene por misión asegurar la correcta ejecución de los procedimientos para los diferentes proyectos. Coordina, vigila y supervisa los proyectos arquitectónicos de restauración de recursos turísticos, a decir las casas antiguas de Guayaquil.

Área de Vida Silvestre

El área de vida silvestre tiene por misión desarrollar una buena imagen de conservación de las especies. Contribuye a la difusión de estos atractivos a través de la investigación permanente de alternativas de distracción y entretenimiento a los visitantes. Trabaja en equipo con el área de Gestión Turístico-Cultural, Difusión y Comercialización.

Área de Tradiciones

El área de vida silvestre tiene por misión desarrollar una buena imagen de conservación de las tradiciones propias de la región. Contribuye a la difusión de estos atractivos a través de la investigación permanente de alternativas de distracción y entretenimiento a los visitantes. Trabaja en equipo con el área de Gestión Turístico.

Área Urbano-Arquitectónica

El área urbano-arquitectónica tiene por misión desarrollar una buena imagen de conservación de recursos urbano-arquitectónicos. Contribuye a la difusión de estos atractivos a través de la investigación permanente de alternativas de distracción y entretenimiento a los visitantes. Trabaja en equipo con el área de Gestión Turístico-Cultural, Difusión y Comercialización.

3.1.2 Análisis del Equipo de Trabajo

3.1.2.1 Descripción del Cargo

Las descripciones de los cargos del PHG con sus respectivas funciones se encuentran detalladas en los anexos del manual.

3.2 FUNCIÓN DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS / SITIOS WEB ACTUALES

3.2.1 Sistemas Informáticos / Sitios Web que Existen en el Mercado.

En la actualidad ninguno de los sitios mencionados como competidores posee un sitio web propio, pero se auspician en páginas de otros sitios turísticos en los cuales se presenta la ubicación, turnos de visitas y una breve descripción de los principales atractivos del lugar.

Considerando estos antecedentes vemos como oportunidad el desarrollo de nuestro sitio Web como un elemento diferenciador y como estrategia para fomentar la visita al PHG y estimular al turista extranjero para que considere dentro de sus recorridos al PHG como sitio de referencia dentro de sus itinerarios.

3.3 CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDO.

3.3.1 Percepción de la calidad del servicio que actualmente brindan las empresas

- **El Bosque Protector "Cerro Blanco"**

Los servicios que ofrece el bosque protector Cerro Blanco son considerados aceptables por los usuarios a pesar de tener grandes limitaciones como las que se describen:

En el bosque protector Cerro Blanco, están disponibles las visitas de lunes a viernes; siempre y cuando, se haga reservación y el grupo no exceda a 15 personas.

Esto hace que se perciba, que la disposición de los empleados para proporcionar el servicio, no es diaria, sino previa reservación.

Carece de sitio web, por lo que en primera instancia, es difícil llegar y conocer el lugar mediante fotos y captar el interés de conocer el sitio.

No posee servicio de transporte, ni existe señalética en la cual se pueda identificar el acceso al lugar ya que se encuentra ubicado vía a la costa y carece de las señaléticas para guiar a las personas de una manera apropiada.

- **El Jardín Botánico de Guayaquil**

El nivel de percepción sobre el servicio del Jardín Botánico de Guayaquil también es considerado aceptable entre las personas que hemos consultado y han visitado el sitio a pesar de que no posee servicio de transporte, ni existe un mapa en el cual se pueda identificar el acceso al lugar, lo cual se convierte en una limitante para ubicar rápidamente el sitio, ya que tampoco existe señalética.

Se encuentra disponible de lunes a domingos en horarios de 09h00 - 16h00, lo cual es una limitante para los turistas por el corto tiempo que es el horario de atención.

Carece de sitio web por lo que es difícil conocer en primera instancia el lugar mediante fotos y captar el interés de conocer el sitio.

- **Parque El Lago**

El nivel de percepción del servicio es diferente, aunque aceptable, en relación a los otros dos sitios expuestos anteriormente. Es un sitio netamente ecológico para oxigenarse y estar en contacto con la naturaleza.

El sitio Web se encuentra en www.cedege.gov.ec, actualmente no funciona, por lo que es difícil conocer en primera instancia el lugar mediante fotos y captar el interés de conocer el sitio.

No posee servicio de transporte, ni existe un mapa en el cual se pueda identificar el acceso al lugar.

- **Puerto Hondo**

Este es un sitio masivo, de esparcimiento para clase popular, cuenta con un riachuelo de agua dulce que lo utiliza como playa y alrededor hay sitios de comidas típicas al aire libre que no en todo los casos cumplen con las normas de higienes esperadas.

En la publicidad que le dan al lugar recalcan que el atractivo principal es un paseo a canoa que dura una hora, en el cual se pueden observar algunas

especies de manglares. Su costo oscila entre los 8 dólares, lo cual es considerado costo para el medio que acude al sitio, en si la percepción de los usuarios que acuden lo consideran aceptable básicamente por que pueden disfrutar de la playa de agua dulce, teniendo como opción llevar sus propios alimentos o consumir en los puesto de comidas que existen.

No tiene sitio Web, ni servicio de transporte, la calidad del servicio termina siendo el resultado del esfuerzo que le dedica cada negocio.

- **Zoológico el Pantanal (Zoo El Pantanal).**

Es un sitio privado que ofrece como alternativa un paseo turístico promocionando sus 31 hectáreas de superficie en sus instalaciones en donde se pueden apreciar algunas de las pocas especies que poseen, entre los que destacan los cocodrilos, así como, especies entre flora y fauna.

En los valores de las entradas incluyen en valor del guía lo cual es atractivo ya que no es un valor adicional. Es un esfuerzo aceptable para los turistas que van a la Costa. El recorrido es de una hora y treinta minutos aproximadamente.

No posee servicio de transporte, ni existe un mapa en el cual se pueda identificar el acceso al lugar.

3.3.2 Tendencia del mercado en relación al servicio

Los usuarios son cada vez más exigentes en el servicio y el Parque Histórico de Guayaquil cuenta con todas las asistencias para que niños, jóvenes y adultos ingresen y disfruten del recorrido; caminando, con coches, o silla de ruedas, si fuera necesario.

La infraestructura de servicio que hemos implementado, está basada en ofrecer recursos que hagan inolvidable su estadía a todo tipo de personas que asistan al sitio, para lo cual hemos puesto a disposición de ellos, varios recursos que se describen más adelante y que son los que tienen acceso por la compra del boleto.

Se dispone de área de parqueo, venta de comida, recuerdos, baños, salidas de emergencia, teléfono público y restaurante cinco estrellas para clientes exigentes.

Los usuarios que visitan el sitio por la compra de su boleto, obtienen:



Guías:

Paseos guiados en español e inglés.



Sillas de ruedas:

Disponibles para discapacitados y tercera edad.



Teléfono público:

Está ubicado en el centro de información turística.



Venta de recuerdos:

Botones, camisetas, jarros, gorras y demás.



Taxi:

Servicio a la puerta desde el Parque Histórico Guayaquil.



Transporte:

Los domingos y feriados desde el centro de la ciudad.



Alerta Médica y enfermería:

Primeros auxilios.



Seguridad:

Guardianía permanente.



Obras de teatro:

Presentación: Domingos y Feriados

3 Funciones: 13h30 • 15h00 • 16h00

Lugar: Casa de la Hacienda en Zona de Tradiciones



Eventos:

El parque ha ido abriendo al público por fases primero la zona de vida silvestre, luego la de tradiciones y finalmente la zona urbana arquitectónica que se inauguró en octubre del 2003 con el Malecón 1900 y las fachadas y las edificaciones continuando a partir de esa fecha con el interior de las mismas como la casa Julián Coronel inaugurada en julio del año anterior.

En junio del 2006 fue la inauguración de la capilla del auspicio Corazón de Jesús reconstruida el año anterior y se procederá a la reconstrucción arquitectónica y ornamental del Banco Territorial y de la Casa Verde, procesos que serán culminados a finales del 2006 para su apertura al público en el segundo semestre del 2007.

A partir del año 2007 se emprenderá la restauración y reconstrucción de la Casa Rosada, Casa Castañeto y los claustros del auspicio del Corazón de Jesús.

Considerando los servicios que se ofrecen en el PHG se superan todas las expectativas de los turistas, ya que el servicio que se encuentra es de primer nivel y similar al que existe en países que poseen gran infraestructura de desarrollo turística.

3.3.3 Oportunidades en desarrollo de valores agregados

Considerando el nivel actual de un mundo globalizado en los cuales los usuarios son cada vez más exigentes, consideramos que el desarrollo de valores agregados se constituyen en un valor importante, mucho más considerando que los turistas extranjeros constituyen nuestro mercado primario, por lo cual hemos considerado como alternativa lo siguiente:

Ofrecer la compra de los e-tickets mediante internet, así se garantiza que al momento de que el turista compre el paquete de viaje a Ecuador ya tenga comprado el ticket para visitar el parque histórico y además con descuentos.

Realizar las reservaciones vía online de los eventos del parque histórico.

Preparar a los guías para que les expliquen a los turistas como funcionan los ecosistemas, es decir, como se interrelacionan la flora y la fauna que comparten la vida en común dentro del parque.

Campaña de e-mail marketing utilizando estándares de la interactive advertasing bareu para sitios Web a fin de evitar que nuestros e-mails sean considerados correos no deseados. Esto nos permitirá publicitar el nuevo portal del parque histórico de Guayaquil y sus servicios de una manera eficiente y profesional.

3.3.4 Ciclos del Servicio

Dentro de los ciclos de servicio hemos detectado los siguientes:

Información al Turista

Es la primera "imagen" para el viajero. Puede obtenerla en el aeropuerto, en la oficina de turismo, de los guías o sencillamente de un ciudadano. El conocimiento y/o capacitación que haya recibido quien dará la información al turista será de vital importancia para conocer el parque histórico de Guayaquil.

Recorrido en el parque histórico

Siempre la motivación del turista es la visita a los atractivos promovidos por el parque histórico. Por lo tanto las zonas dentro del parque histórico deben ser representativas, encontrarse en buen estado de conservación y presentar

la historia y tradición que se alberga en el parque histórico, a través de cada una de sus zonas:

- Zona de Vida Silvestre.
- Zona de exposición de tradiciones.
- Zona Urbano Arquitectónica.

Almacén de Artesanías

Es importante destacar que el turista cuando conoce un nuevo lugar desea adquirir un elemento representativo de la visita, por lo cual es importante que adquiera productos nativos elaborados que sean para difundir la visita del parque histórico.

Difusión de la experiencia

Cuando el turista sale del parque histórico es importante conocer que él desea comunicar la experiencia nueva. Se convierte entonces en un difusor del destino visitado.

Recorrido virtual del Parque Histórico de Guayaquil

Los turistas sean estos extranjeros y nacionales pueden acceder a visitar y conocer las instalaciones del Parque previamente a la visita que realicen esto

lo realizarán visitando la página web www.parquehistorico.com en la sección paseo virtual.

Compra virtual de e-tickets para ingresar al PHG

Mediante la página web del parque histórico de Guayaquil también se obtienen las entradas al PHG y se siguen los siguientes pasos:

1. La compra de los e-tickets empieza cuando el usuario ingresa al sitio web www.parquehistorico.com.
2. Se procede a seleccionar el enlace "TIQUETES" el que servirá de guía para que el usuario realice la compra de los e-tickets.
3. Se desplegará una página para que el usuario ingrese su usuario y contraseña, de no tener creado un usuario para realizar la compra virtual, tendrá que crear un usuario mediante un formulario en el que se llenarán los datos personales del cliente y posteriormente deberá ingresar el usuario y contraseña creado.
4. Se presentará una página que contendrá un menú de opciones para elegir y realizar la compra.

5. Una vez seleccionada las opciones de compra se debe llenar un formulario en que se tiene que especificar la forma de pago ya sea mediante tarjeta de crédito ó debito directo a una cuenta del algún banco local.

6. Se procede a registrar la compra de los e-tickets y se enviara mediante correo electrónico un comprobante de la "Transacción Virtual".

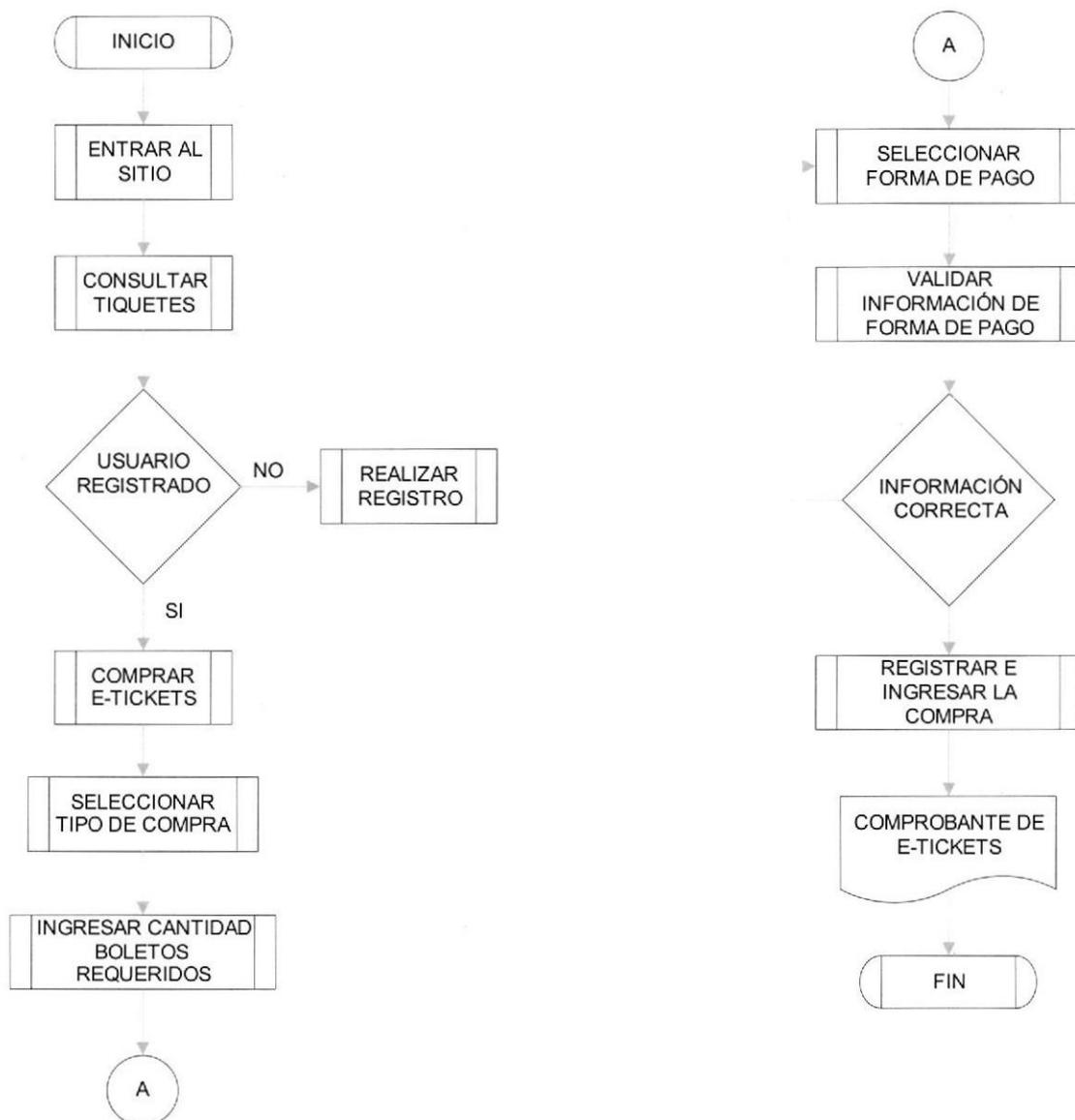


GRÁFICO N.º. 3

Compra de e-tickets en línea entradas al PHG

Reservación de eventos en el PHG

Mediante la página web del parque histórico de Guayaquil también se obtienen las entradas al PHG y se siguen los siguientes pasos:

1. La compra de los e-tickets empieza cuando el usuario ingresa al sitio web www.parquehistorico.com.
2. Se procede a seleccionar el enlace "TIQUETES" el que servirá de guía para que el usuario realice la compra de los e-tickets.
3. Se desplegará una página para que el usuario ingrese su usuario y contraseña, de no tener creado un usuario para realizar la compra virtual, tendrá que crear un usuario mediante un formulario en el que se llenarán los datos personales del cliente y posteriormente deberá ingresar el usuario y contraseña creado.
4. Se presentará una página que contendrá los lugares en los que se llevan a cabo los eventos en el PHG.

5. Se debe llenar un formulario en el que se indica cual ha sido el lugar seleccionado por el cliente para realizar el evento, el número de personas que asistirán y la fecha del mismo.

6. Una vez seleccionada las opciones de compra se debe llenar un formulario en que se tiene que especificar la forma de pago ya sea mediante tarjeta de crédito ó debito directo a una cuenta del algún banco local.

7. Se procede a reservar la localidad en la fecha y para el número de personas indicadas. Se enviara mediante correo electrónico un comprobante de la "Transacción Virtual".

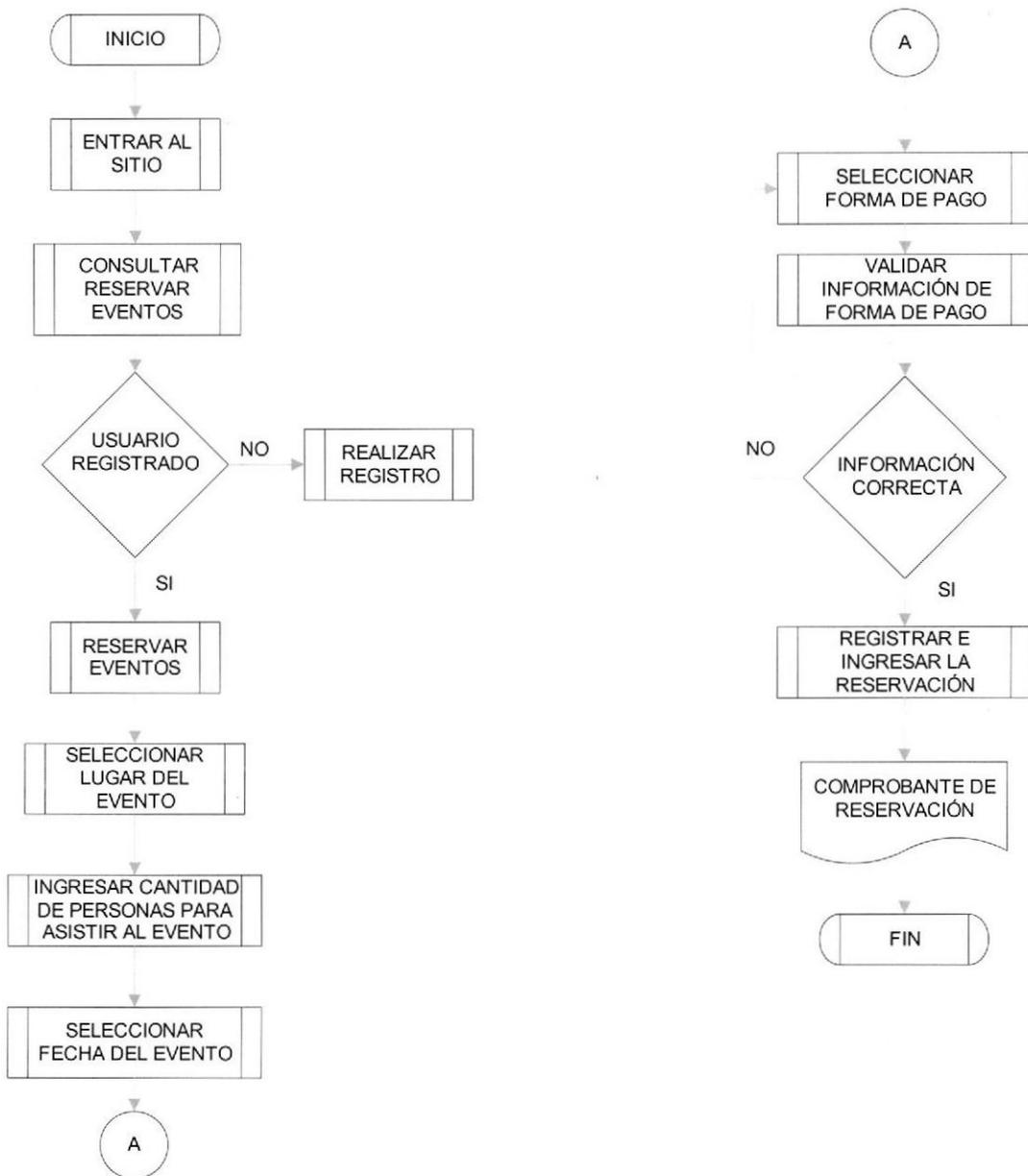


GRÁFICO N.º. 4

Reservación de eventos en el PHG

3.3.5 Fugas del servicio

Falta resaltar la ubicación del parque histórico de Guayaquil a la ciudad, de una forma más fácil de acceder.

Se debe incluir información relevante con historias interesantes con respecto a cada zona del parque.

Los servicios que brinda el parque no se encuentran a simple vista, en el website actual.

Para iniciar la guía de explicación al ingresar al Parque Histórico de Guayaquil se arman mini grupos, por lo cual los visitantes deben esperar hasta que se conformen los mismos. Para el caso de los turistas extranjeros no es muy conveniente debido a que el nivel de tiempo para el caso de ellos es muy preciado y en algunos casos dependen de carro de alquiler que los conduce al parque, espera hasta que realicen la visita y tiene un costo adicional la espera.

3.4 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.4.1 Producto / servicio

El servicio a ofrecer es la venta de e-tickets online para el ingreso al PHG.

El portal posibilitara la búsqueda y selección de información por tipo de evento (de teatro, recreación, tiempo libre), zona, fecha y precio. Tendrá acceso a críticas de reconocidos especialistas y opiniones de espectadores de dichos eventos.

En la página web del Parque histórico de Guayaquil ponemos a disposición proponemos el desarrollo de un sitio en internet que combine una guía de entretenimientos y actividades con ventas de entradas a todos los eventos que programe el parque histórico de Guayaquil.

3.4.2 Punto diferenciador y beneficios

Nuestro punto diferenciador es que el sitio web proporciona un paseo virtual y permite la compra de los e-tickets por Internet otorgando comodidad al turista, esto como valor agregado con respecto a los otros lugares de visita que ofrecen turismo ecológico, pero carecen de sitio web.

Socios estratégicos

Los beneficios de conocer el Parque Histórico, es encontrar en un solo lugar varias zonas, como lo son: Vida silvestre, tradiciones y, urbano arquitectónica; siendo estas zonas las más representativas del país y la ciudad. Dentro de los socios estratégicos se encuentra la cadena Hotelera Hilton Colon que se encuentra a cargo del espacio del café del malecón 1900.

3.4.3 Presentación del producto

Parque Histórico Guayaquil
Cantón Samborombón

Zona de Tradiciones
Un espacio para el rescate de nuestro patrimonio rural.

SERVICIOS
INFORMACIÓN
DIVERSIÓN
REGISTRESE
TIQUETES
EL PARQUE
ENLACES
Precios

ZONA URBANO-ARQUITECTÓNICA [Ver más](#)

ZONA DE TRADICIONES [Ver más](#)

ZONA DE VIDA SILVESTRE [Ver más](#)

EV^E
Realiza tus eventos en nuestras salas

COMPRA DE TICKETS
ON-LINE. A través de nuestra página y obtén el 10% de descuento

TE INVITAMOS AL PASEO VIRTUAL

Domingos y Feriados	
*Adultos	\$ 4.50
*Niños	\$ 3.00
*Tercera edad y discapacitados	\$ 2.00
*Plan Familiar (Papá, Mamá, y dos niños)	\$12.00
Martes a Sábados	
*Adultos	\$ 3.00

GRÁFICO N.º. 5

Página principal del sitio web PHG

3.4.3.1 Logotipo del Parque Histórico de Guayaquil



GRÁFICO N°. 6

Logotipo del PHG

3.4.3.1 Precio

Los valores de la entrada se lo han definido bajo dos estándares de precio en la semana se ha clasificado desde el Martes hasta el Sábado con un precio y otro precio para Domingos y Feriados, debido a que en éstos días hay más afluencia de público, el servicio que se enfoca en brindar es de calidad y no de cantidad. Si se compra el e-tickets mediante la página web se realiza un descuento del 10%.

PRECIO ENTRADAS	DOMINGOS - FERIADOS	MARTES - SABADOS
Adultos	\$4.50	\$3.00
Niños	\$3.00	\$1.50
Tercera edad y discapacitados	\$2.00	\$1.00
Plan familiar (4 personas)	\$12.00	\$7.00

CUADRO NO. 1

Valores de entradas al PHG

3.4.3.1 POSICIONAMIENTO Y PROMESA BÁSICA

Posicionamiento

Queremos que el Parque Histórico de Guayaquil sea percibido por nuestros usuarios como un sitio donde al recorrer sus instalaciones, en especial las zonas urbano arquitectónica, tradiciones y de vida silvestre, lo encuentren como una experiencia inolvidable por todo el contacto recreativo que se encuentra en cada lugar.

Promesa Básica

Nuestro objetivo es presentar al PHG como una experiencia única porque ofrece al visitante tres zonas que son originarias de lo que representa la ciudad de Guayaquil a nivel país por lo explicado nuestra promesa básica es la siguiente:

“Una experiencia inolvidable en un ambiente de naturaleza, tradición e historia”.

3.4.4.1 Servicio y valores agregados

Dentro de los servicios ofrecidos en el sitio web del parque histórico constan los siguientes servicios:

- Venta de e-tickets online.
- Registro de reservación de los eventos.
- Paseo Virtual
- Horarios de Atención, etc.
- La cafetería del Hilton Colon.

3.5 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

3.5.1 Identificación y Segmentación

El mercado potencial del parque histórico es el sector turístico, y dentro de éste se encuentra el turismo proveniente del extranjero y el nacional, para el presente estudio se ha definido como mercado primario el grupo conformado por los turistas extranjeros y como mercado secundario el turismo local.

El análisis definido para el mercado primario se encuentran todos aquellos interesados en conocer dentro del país sitios ecológicos y turísticos, así como también, es importante identificar los medios por los cuales los turistas llegan a conocer acerca de los posibles lugares de visita dentro del territorio ecuatoriano, conociendo así éstos, podemos impulsar y facilitar toda la información concerniente al parque histórico.

El mercado secundario definido para el presente estudio es el segmento de turistas nacionales que visitan la ciudad de Guayaquil por lo tanto es necesario investigar sus costumbres y preferencias, para elaborar e implementar estrategias que incrementen la afluencia de visitas al PHG, con esto se consigue impulsar el turismo local.

3.5.2 GRUPO OBJETIVO PRIMARIO Y SECUNDARIO

Del turismo proveniente del extranjero las características más representativas para el caso del Parque Histórico son las siguientes:

Características Geográficas

Segmentación del mercado: Turistas por Continentes

Dentro de las características geográficas se encuentra la información de los turistas del extranjero segregada por continentes, en el gráfico nos presenta el período del año 2002, en el cual se encuentra la demanda turística liderada por América del Norte la cual tiene **33,6 %** del turismo extranjero, seguido de Europa con 23,9%, y los países ubicados en el Sudamérica se encuentra el 30.4% el resto de los sectores restantes representaron el 12.7% en conjunto.

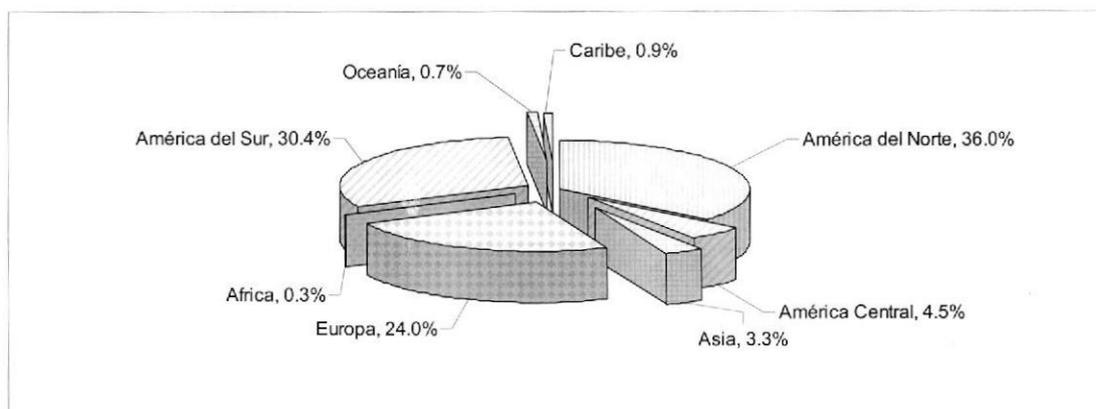


GRÁFICO N.º. 7

Segmentación de turistas por continentes.

Fuente: unidad ejecutora del proyecto ecuador - cuentas satélites del turismo, encuesta de turismo receptor, segmento aéreo (junio 2002 - julio 2003).

Características Demográficas

Edad: mayores a 10 años

Sexo: Hombres y Mujeres

Nivel Ocupacional: Independientes - hijos acompañados de padres.

Clase social: media - media alta.

Para el periodo desde julio 2002 hasta junio 2003 de acuerdo a los registros de la Dirección Nacional de Migración durante el año analizado visitaron el país 420.166 turistas extranjeros.

Dentro del periodo de referencia el porcentaje mas alto de turistas extranjeros se encuentra en las edades de 30 a 64 años, menor o mayor al rango indicado, se produce un decremento de los porcentajes, se adjunta cuadro de referencia.

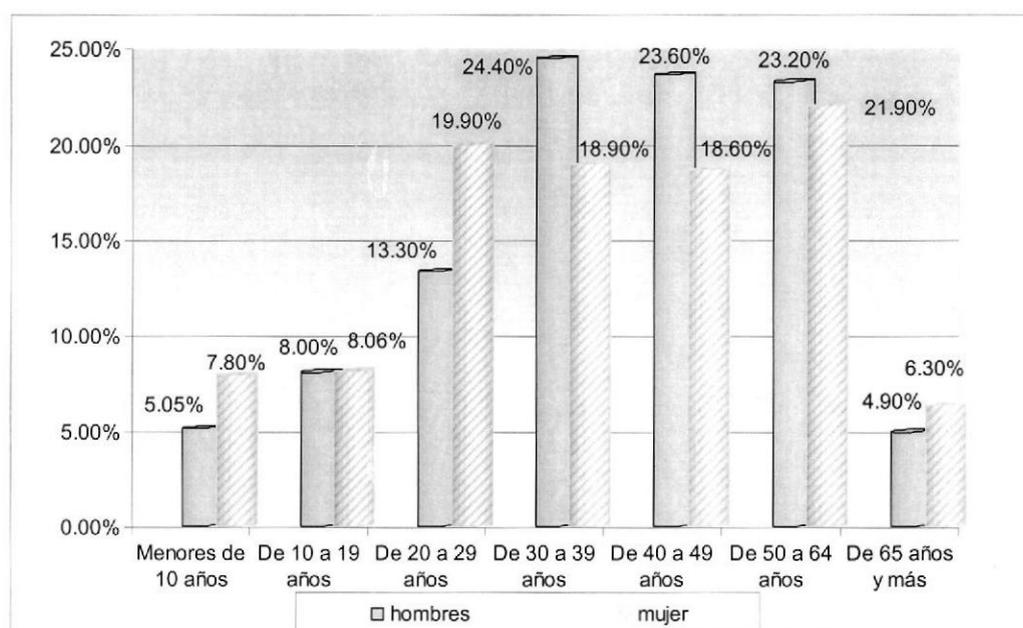


GRÁFICO N.º. 8

Visitantes no residentes por grupos de edad y sexo

Características Psicográficas.

Motivo de la visita

Para el presente estudio es importante identificar dentro de los turistas que arriban al país cual es su comportamiento. En el gráfico N.º.6 podemos identificar que el porcentaje mayor de turistas extranjeros se encuentran en

los que visitaron el país por motivos de recreación y esparcimiento con 46%, seguido del 25% por negocios ó motivos profesionales, el motivo de visita a familiares y amigos obtuvo el tercer lugar con el 19 % del total, el resto de motivos así como son estudios, compras o servicios personales y otros sumados alcanzaron el 9% del total.

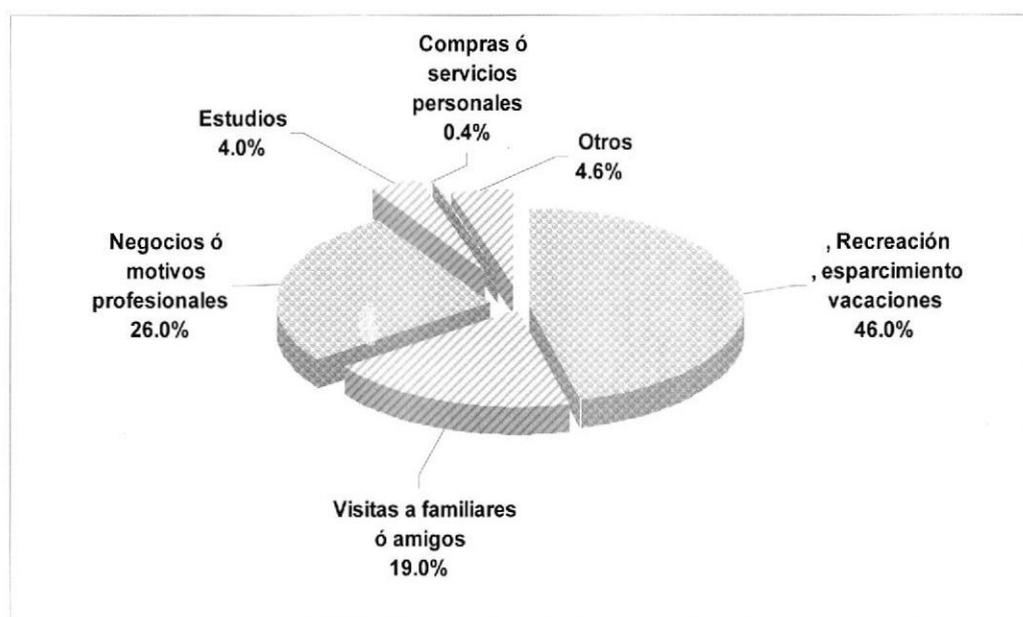


GRÁFICO N.º 9

Motivo de la visita al Ecuador

Características Comportamiento.

Actividades realizadas

Dentro de las actividades realizadas por los turistas extranjeros al llegar al Ecuador se encuentran en primer lugar la diversión con el 19.9 %, seguido del

15.5% por observación de naturaleza, flora y fauna (18.7%), en tercer lugar se encuentran las visitas a sitios arqueológicos, históricos y religiosos con el 9.4% en seguido de las visitas a áreas protegidas y espacios naturales (4.9%), en menor porcentaje se encuentran la practica de deportes, compras, visita naturaleza áreas protegidas, gastronomía, visita comunidades, shamanismo curanderismo y otros no informan.

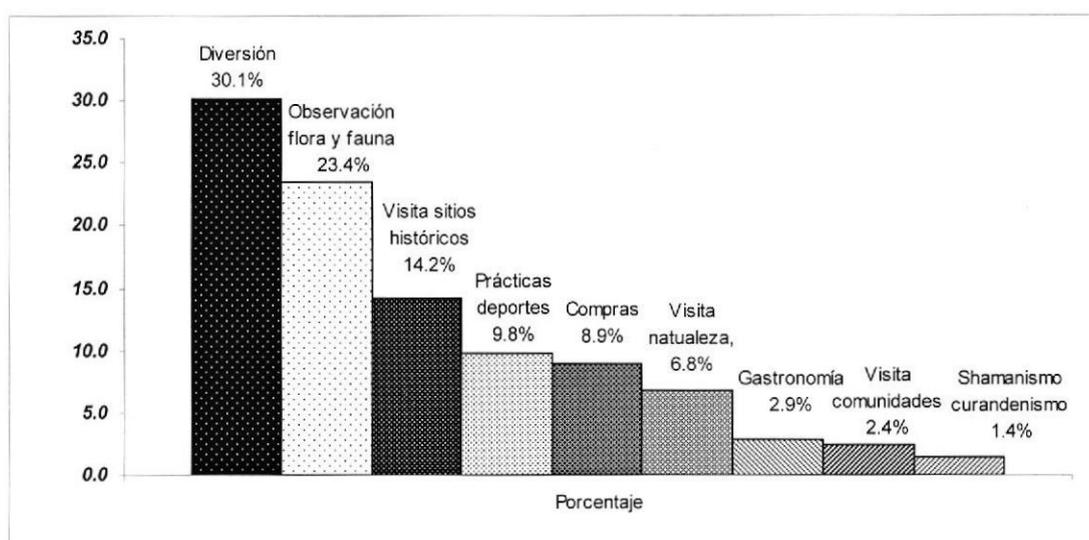


GRÁFICO N.º 10

Visitas de turistas no residentes según actividad realizada

Medio de información

Dentro de los medios de información por los cuales los turistas del extranjero decidieron realizar la visita al país se encuentran como primer medio de

información utilizado familiares y amigos con el 34.7% seguido del Internet con el 23.7%, los otros medios así tales como: los documentales, revistas internacionales, agencias de viaje y televisión o eventos promocionales tienen un porcentaje bajo con respecto a medios de información para los turistas extranjeros.

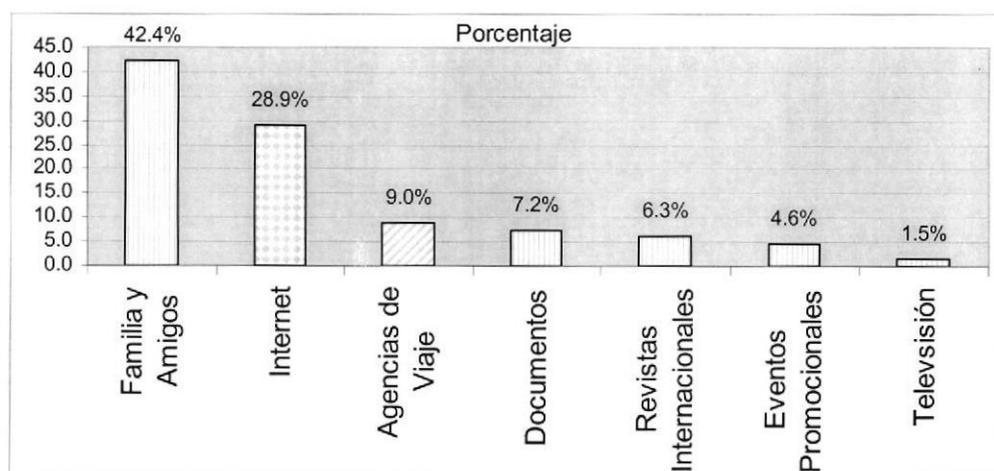


GRÁFICO N.º 11

Turistas extranjeros según medio de información utilizado.

3.5.3 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Es importante indicar que dentro de las ciudades que fueron más visitadas en el país se encuentra la capital de Ecuador Quito con el 32.0% seguido de Guayaquil con el 15.8% y Cuenca con el 6.9 otros lugares visitados fueron

Otavalo, Puerto Baquerizo Moreno, Baños de Agua Santa y Riobamba con el 5.5%, 4.4%, 3.8% y 2.7% respectivamente.

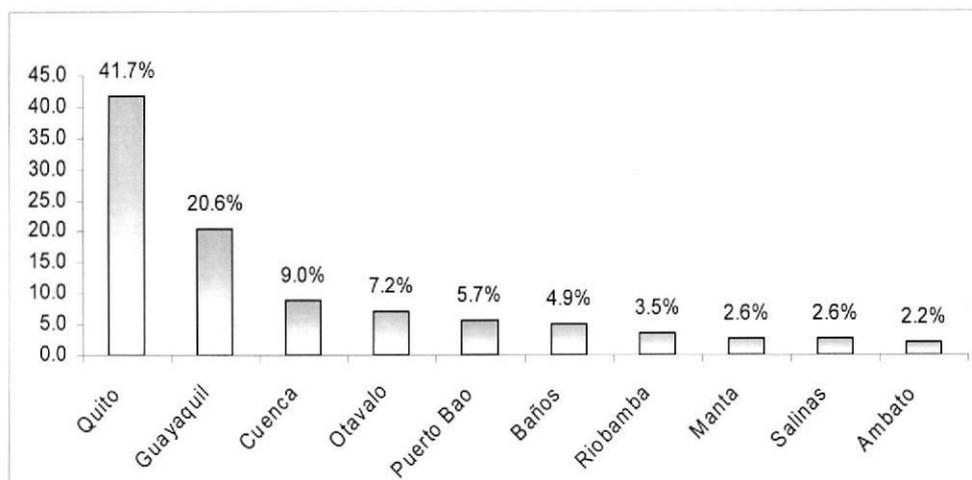


GRÁFICO N.º 12

Visitas de turistas no residentes por lugar visitado

Desde una perspectiva macroeconómica, el tipo de cambio real en Ecuador presenta una significativa apreciación a partir de enero del 2000, agravada por las devaluaciones de los países vecinos y Argentina que implican una pérdida de competitividad para el país.

Al respecto, el país presenta una situación desventajosa en relación a Colombia y Perú, en tanto, que mantuvo una ventaja comparativa con Estados Unidos, principal país emisor. La competitividad efectiva de un país

es la capacidad que tiene de producir bienes y servicios de alta calidad de manera eficiente. La competitividad se sustenta en mejoras en la productividad (que se traduce en una reducción real de los costos) y en la calidad y variedad de los servicios producidos. En general, tanto las reducciones de los costos, derivadas de los incrementos de la productividad, como los aumentos de la calidad y variedad de los bienes y servicios ayudarán a generar una mayor satisfacción en los consumidores y facilitarán la inserción del país en la economía internacional.

Un indicador que refleja la pérdida de competitividad del país y del sector turístico en particular, es el incremento sustantivo del turismo emisor; en efecto, los turistas residentes en Ecuador descubrieron que es más barato visitar Argentina u otros países limítrofes, en comparación con los altos precios de los servicios turísticos nacionales.

Cabe destinar mayores esfuerzos a ofrecer los productos turísticos y diversificar los existentes, procurando que la estadía promedio y el volumen del flujo de turistas se incrementen, para lo cual es necesaria una campaña promocional focalizada, en función de los distintos segmentos de mercado y de la diversificación del producto turístico ecuatoriano. Los elementos que se reportan en este trabajo pueden orientar, precisamente, ese esfuerzo.

3.6 OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS Y FINANCIEROS

3.6.1 Objetivos generales

1. Rescatar la cultura de los ecuatorianos en un espacio que invita a descubrir el sentido profundo de su idiosincrasia, a través de tres zonas:

De vida silvestre,

De tradiciones y

Urbano Arquitectónica.

2. Presentar nuestros servicios de un sitio Turístico y de Recreación para empresas nacionales e internacionales, personas naturales que estén interesados en realizar eventos vinculados con nuestras tradiciones.

3. Difundir los beneficios complementarios de seguridad, que el Parque Histórico Guayaquil brinda a sus visitantes:

Vigilancia permanente.

Estacionamiento privado

Cobertura de Alerta Médica.

Servicio de Enfermería.

4. Publicación y Difusión de las nuevas noticias implementadas y avances en el Parque Histórico Guayaquil.
5. Conocer disponibilidad de fechas para eventos en línea de los sitios de recepción.

3.6.2 Objetivos Mercadológicos

1. Obtener una participación del Mercado Primario definido como Turistas Nacionales y Extranjeros del 10%.
2. Desarrollar estrategias de Marketing Electrónico como medio para incrementar la demanda del sitio.
3. Difundir las promociones o campañas a nuestro mercado primario.

3.6.3 Objetivos Financieros

1. Plantear un Proyecto para considerar que el 5% de los ingresos por "e-ticket Venta en línea de entradas al Parque Histórico de Guayaquil", sean destinados para Marketing On-line.

2. Recuperar la inversión de este proyecto en un periodo de dos años.
3. Incrementar en un 5% anual las visitas por parte de los turistas extranjeros y locales, logrando así cubrir los costos y gastos operativos generados en el parque histórico.
4. Obtener resultado positivos a nivel del flujo de caja generando mayores utilidades.

3.6.4 Plan de Contingencia.

El Banco Central del Ecuador es una institución que brinda a la comunidad confianza y transparencia de sus actividades y para resguardar éstas tiende a ser reactivo a ciertas situaciones que se podrían presentar en un evento fortuito.

En el plan de contingencias se incluyen todas las contingencias que se tienen previstas para realizarlas en caso de que se presente alguna eventualidad.

Contingencia del enlace de telecomunicaciones.

Al presentarse el caso de una caída del enlace de nuestro proveedor de Internet, se tiene como contingencia utilizar el enlace de otro proveedor de Internet con el cual se tiene realizado contratos que especifican la contingencia.

Contingencia en el servidor Web Hosting.

El Banco Central del Ecuador tiene en su centro de datos el servidor que brinda el servicio de hosting para todos los sistemas que se encuentran en la web, si se presentan novedades en el equipo que brinda servicio de hosting, se encuentra habilitado el servidor de contingencia del hosting, por lo cual en el momento que deja de funcionar un servidor inmediatamente inicia la contingencia el servicio.

Respaldo de la información

El respaldo de la información se lo realiza diariamente y mensualmente, éstos son generados mediante una unidad robótica la que guarda la información en unidades de Type Backup automáticamente.

Actualización de Antivirus Corporativo

El BCE está protegido de un antivirus corporativo el cual se actualiza mediante Internet, por lo que tiene actualizado la lista de virus recientemente creados.

Adicionalmente se tiene protegida la entrada de virus y spam por el puerto correspondiente a Internet mediante la presencia del firewall.

Contingencia de la base de datos

En caso de detectarse novedades con el servidor de Base de datos se encuentra el servidor de contingencia de la Base de datos, que inicia sus operaciones inmediatamente luego de la caída del anterior servidor.

Es importante indicar que cada uno de los servidores que se encuentran funcionando en el BCE tienen su calendario de mantenimiento preventivo logrando así ser reactivos ante cualquier situación accidental.

3.7 CUANTIFICACION DEL MERCADO.

El tamaño del mercado del arribo de extranjeros corresponde a 145,082 lo que representa el 15.8% de todas las ciudades del Ecuador.

Dentro de las actividades que realizaron en la visita a la ciudad se encuentran las más importantes para el presente manual las siguientes:

Motivos del viaje	Número Turistas Extranjeros	Porcentaje
Recreación y Esparcimiento	52,905	11.0%
Observación de flora y fauna	18,453	9.6%
Visita naturaleza o áreas protegidas	4,455	8.6%
Visita sitios arqueológicos	6,374	7.7%
Otros	62,895	63.1%
Total	145,082	100%

CUADRO N^o. 2

Motivos del viaje a la ciudad de Guayaquil.

Estas características del viaje son importantes para el presente estudio debido a que nos interesa que todos los que visiten la ciudad de Guayaquil conozcan el PHG.

Quien por datos históricos del 2002 y 2003 proyectados al 2006 y 2007 se estima que para el 2006 vendrán 900 mil turistas a nivel nacional de estos el 15.8%(142,200) tiene con destino Guayaquil y de estos, el 64%(91,000) vienen por esparcimiento.

3.7.1 FUENTE DE INFORMACION.

Como fuente de información utilizada para cuantificar el mercado se encuentran:

Para la segmentación de la demanda turística internacional los datos recabados en el marco del Proyecto Ecuador - Cuentas Satélites de Turismo, a través de la encuesta de turismo receptor (segmento aéreo), realizada en los aeropuertos internacionales Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil y Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, en el período julio 2002- junio 2003.

Esta información se la selecciono debido a que tenía un estudio muy detallado de varias variables que estudian el mercado del turismo del Ecuador.

CAPITULO IV

ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO

4.1 LANZAMIENTO DEL PRODUCTO.

El parque histórico de Guayaquil ha venido realizando el lanzamiento de cada una de sus áreas conforme se ha terminado su implementación y logística, la inauguración de la Casa Julián Coronel, Cafetería 1900, la inauguración de la capilla Corazón de Jesús se las realizado en forma cronológica contando en algunos casos con socios estratégicos y empresas privadas, reduciendo significativamente los costos para el PHG.

Se prevé un relanzamiento del PHG con los espacios culturales concluidos para Octubre 2006 en la cual se incluye el multisite web inter-institucional denominado Concentrador de Espacios Culturales del BCE, para la que se considera invitar a todas las agencias de turismos y hoteles para realizar la promoción del parque histórico, así como también a las autoridades responsables del turismo en el país.

4.2 ESTRATEGIA DE PRECIO.

a.- Compras a través del sitio web.

Para las personas que visiten el sitio web del parque histórico se tiene previsto realizar un descuento del 10% del valor de cada entrada, como punto motivacional a la utilización del sitio web del parque histórico. El objetivo fundamental de esta estrategia es hacer conciencia de uso del sitio web, para fortalecer la marca PHG y el uso del sitio para realizar compras de e-tickets.

b.- Bonificación por monto de compra:

Se concederá dos entrada de cortesía por cada 10 entradas adquiridas en un mismo día, esta estrategia busca favorecer la visita grupal al sitio, favoreciendo al turista local o extranjero.

c.- Socio Guía de Tourist

Por cada ocasión que el guía turista lleve un mínimo de 10 visitantes, al PHG y acuda con ellos a la Cafetería 1900 se le otorga sin costo la entrada y un plato de comida típica en la Cafetería. Esta estrategia busca convertir al guía contratado por las agencias de viajes en un socio estratégico, ya que por llevar a los turistas al PHG, no paga entrada, además de hacerse acreedor a un

buffet de cortesía. Para ello el Guía turista tiene que registrarse en la base de datos del PHG y llevar un mínimo de 10 personas.

c.- Cliente Frecuente

Se entregara una entrada como bonificación a la Quinta compra personal usando el sitio. Por ello en cada compra que realiza se registra los datos del comprador, y el sistema, automáticamente, a la sexta compra, otorga la entrada de cortesía. Motivar la lealtad a la marca PHG

c.- Tarjeta VIC-PHG (Very Important Client - PHG)

Es una estrategia desarrollada para ejecutivos importantes de empresas, especialmente trasnacionales, que como parte de su actividad empresarial, suelen llevar a sus clientes nacionales o extranjeros, a desayunos, almuerzos o cenas de negocios. Aquí se busca resaltar en un solo sitio las tradiciones de la ciudad en sus diferentes ambientes, y costumbres. El poseedor de la tarjeta C-VIPH solo cancela el 50% del consumo, proporcional al número de personas, que utilicen los servicios de la Cafetería 1900. Esta estrategia busca posicionar al PHG como un sitio de referencia de reuniones de negocios empresariales a más de ser un lugar estratégico de alto confort.

4.3 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.

Incorporar una campaña permanente de RSS o e-mail marketing utilizando estándares de la Interactive Advertising Bureau para sitios web, durante el período de un año como soporte motivacional para estimular la visita y compra.

Se implementara Islas en el Aeropuerto de Guayaquil y Quito, y en centros comerciales importantes del país para promocionar la venta y visita al sitio.

4.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL.

Eventos

En el PHG se desarrollan eventos de acuerdo al sitio, lo cual hace que sea una experiencia única e inolvidable, dado el ambiente y entorno natural que lo rodea. Esto representa una ventaja diferencial competitiva del PHG, lo cual con seguridad le permitirá ser el referente de los eventos más importantes que se desarrollen en Guayaquil, sean estos sociales o empresariales.

- a.- Capilla del Corazón de Jesús, se realizan bautizos, comuniones, matrimonios.
- b.- Malecón 1900

c.- La Estación Fluvial

d.- Zona de Bares

e.- Casa Hacienda Julián Coronel

f.- Cafetería 1900, Usado para eventos empresariales, como lanzamiento de productos.

Como soporte a las estrategias promocionales, se busca captar a los turistas que llegan a Guayaquil, para que visiten el Parque Histórico utilizando como medio el Internet, para lo cual se colocara en las Islas del PHG de los aeropuertos, una Gigantografía como medio de información al turista.

Incluir enlaces al sitio web del parque histórico dentro de cada uno de los sitios web turísticos o entes gubernamentales, pertenecientes a la ciudad de Guayaquil, para que se hagan acreedores a los beneficios promocionales que ofrece el PHG.

Los paseos virtuales y videos son medios utilizados para promover la visita al parque histórico, se busca resaltar cada uno de los sitios importantes dentro del parque histórico.

4.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Distribuir brochure, insertos, trípticos, etc. a los puestos de información del ministerio de turismo ubicados en los principales terminales aéreos y terrestres del país.

Distribuir material promocional en los locales ubicados en los principales terminales aéreos y terrestres del país. Tener a una persona que viaje cada quince días para que distribuir los folletos necesarios a los puestos indicados así como también a los hoteles.

Entregar folletería en la plazoleta del Macc sobre el parque histórico así como también incluir una gigantografía para realizar la publicidad.

Incorporar un punto de venta de boletos del parque histórico en las instalaciones del macc acompañado del paseo en lancha como punto de llegada al sitio.

4.6 POLÍTICAS DE SERVICIOS.

Mejorar la señalización dentro de las instalaciones del parque histórico.

4.7 POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN.

FORMAS DE PAGO:

Para cancelar el precio de las entradas se encuentran las siguientes formas de pago:

- Débito a la Cuenta del cliente.
- Tarjetas de Crédito (Master Card, American Express).

CAPITULO V

ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 PRODUCTO.

El sitio web del parque histórico ofrece un diseño gráfico atractivo y comercial, a la altura de los mejores website internacionales. Alcanzando el objetivo de promover los servicios que ofrece a nivel nacional y mundial.

El desarrollo dinámico del Website ofrece una tecnología actual e internacional. La cual permite interactuar con las personas que naveguen en el website, sin necesidad de invertir nuevamente en la creación del sitio.

El sitio del parque histórico consta del siguiente mapa del sitio:

CONTENIDO DEL WEBSITE

Nivel 100 - Página Inicio

Presentación del website ó Página Principal en la que se presentan y promocionan los servicios del PHG..

Nivel 200 - Compras y/o Reservasiones

Tiene como objetivo realizar transacciones de compra virtual de e-tickets y reservasiones de localidades para el PHG.

Nivel 300 - Entretenimiento

Presentar todos los diversos entretenimientos que tiene el parque histórico para ofrecer a los visitantes al parque histórico como por ejemplo las funciones de teatro presentadas los fines de semana.

Nivel 400 - Servicios

Exponer todos los diferentes servicios y beneficios que obtienen los visitantes al concurrir al parque histórico tales como: servicios de transporte, guía, médicos etc.

Nivel 500 - Zona de Tradiciones

Publicar los elementos que componen la zona de tradiciones para motivar al visitante a conocer el parque histórico.

Nivel 600 - Zona de Vida Silvestre

Dar a conocer los elementos que componen la zona de vida silvestre para motivar al visitante a conocer el parque histórico.

Nivel 700 - Zona Arquitectónica

Promocionar los elementos que componen la zona arquitectónica para motivar al visitante a conocer el parque histórico.

Infraestructura a utilizar

El servidor web (resin caucho), el cual contiene y administra todas las páginas estáticas y dinámicas del sitio web.

El servidor de Base de Datos que opera con el motor de la Base de datos de Sybase.

5.2 EQUIPOS.

Para el funcionamiento y operación del Parque Histórico, posee una área de oficinas y una área de oficinas administrativas ubicadas en la entrada del parque al lado izquierdo.

La conexión entre el Parque Histórico, Sucursal Mayor Guayaquil y Oficina administrativa se realiza de manera inalámbrica mediante tecnología WAN (Wireless Area Network), el modo de funcionamiento y operación de las conexiones esta bosquejado de la siguiente manera:

- Antenas en cada una de las localidades que están interconectadas, en modo dedicado.
- Cada antena trabaja en la frecuencia de 2.4 GHZ.
- La máxima tasa de transferencia entre enlace es de 11 mbps (megabits por segundo).
- El modo de transmisión de datos es Full Duplex (doble sentido) el poseer esta característica implementada en los dispositivos de comunicación hace que la tasa de transferencia se disminuye en un 50% ya que se dedica la mitad del canal para recibir y la otra mitad para transferir.

Dentro de la LAN (Local Area Network) ó red local, actualmente se esta trabajando con la tecnología Fast Ethernet (100-Base TX) ya que esta permite lograr la escalabilidad y actualización de los elementos que se consideren necesarios dentro de la red, esta tecnología trabaja con una tasa de transferencia de 100 mbps (megabits por segundo) con un modo de transmisión full duplex.

Servidores

Dentro de la sala de servidores o centro de datos, hay 3 servidores que están operativos siempre, cada uno de estos con objetivos y funcionalidades distintas.

- Servidor de Base de Datos, es el encargado de almacenar y manipular toda la información requerida desde cualquier aplicativo ó programa dentro de la institución.
- Servidor de Correos, su objetivo es realizar el envío y recepción de correos electrónicos, actualmente se utiliza el (Lotus Notes / SMTP).
- SAN (Storage Area Network), Almacenamiento en red, este nos permite distribuir la información hacia diferentes lugares, su función es importante porque ofrece el servicio de (backup/recover) respaldo y recuperación en caso de catástrofe o contingencia.

Enrutamiento de Datos

El esquema de enrutamiento de datos utilizado entre los ruteadores es el RIP V1 que tiene como métrica el número de saltos para localizar al siguiente ruteador que tiene el enlace de entrada para el destino necesitado dentro de la WAN corporativa.

Los dispositivos de conmutación de datos (Switch) están trabajando en la capa 2 del modelo OSI con modo de transmisión Full Duplex en su mayoría todos tienen 48 puertos.

Dispositivo de Comunicaciones

Los dispositivos de conmutación de datos (switch) son de marca Enterasys, operan a 10/100/1000 mbps (megabits por segundo), esto permite que dentro de la LAN (Red Corporativa) se pueda tener cableado estructurado de Categoría 5, 5E, 6 porque cada una de estas pueden trabajar con esas tasas de transferencias.

Esquema de Seguridades

Se posee Firewalls tipo (Firmware) On Line y Failover de marca CISCO, los que son administrables y configurables, estos son los encargados de permitir o denegar el tráfico de información externa hacia la red corporativa mediante políticas de seguridades, ACLs, etc. definidas por el departamento de seguridades de la institución.

Se tiene implementado un plan de contingencia mediante un esquema de redundancia que consiste con la entrada en operación del Firewall (Failover) cuando el Firewall On Line presenta problemas de cualquier índole.

Acceso a Internet

Actualmente todas las estaciones de trabajo dentro de la red corporativa tienen salida a Internet, el proveedor del servicio de Internet (ISP / Internet Service Provider) es Ecuonet que nos permite trabajar con un ancho de banda de 512 kbps (kilobytes por segundo) mediante enlace dedicado.

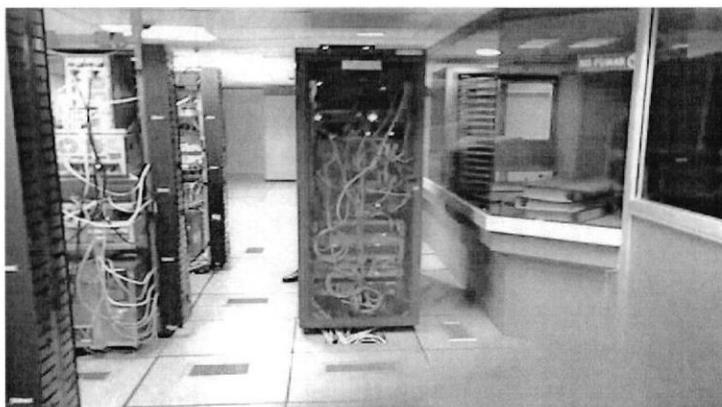


GRÁFICO Nº. 13

Centro de datos de Sucursal Mayor Guayaquil -BCE

Esquema de comunicaciones

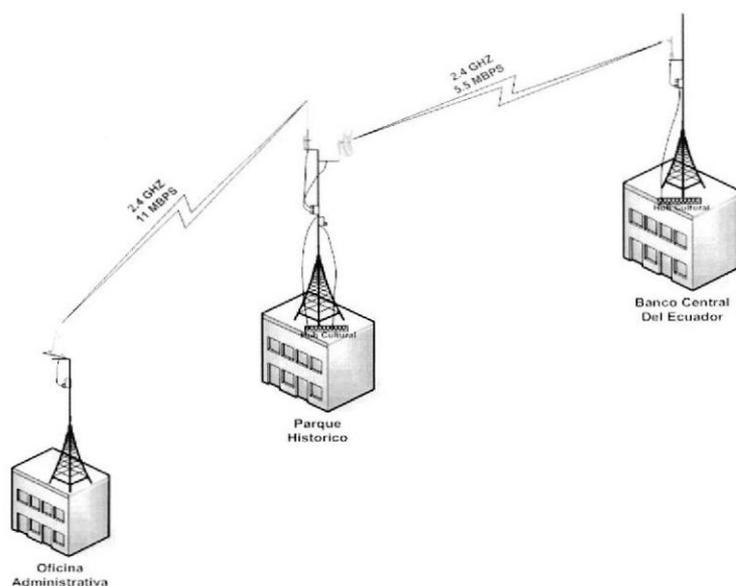


GRÁFICO N^o. 14

Medios de Comunicación actual inalámbrica entre BCE

“Sucursal Mayor Guayaquil y PHG”.

En esta imagen se ilustra el esquema de operaciones y trabajo entre las entidades que están comunicadas al Parque Histórico, para lograr una comunicación eficaz, rápida y segura entre estas localidades se procedió con la instalación de Antenas (ubicadas en las terrazas de cada localidad) mediante enlace dedicados (punto a punto) para la transmisión de datos, la frecuencia de operación es de 2.4 GHZ, el

modo de transmisión es full duplex y la velocidad de transferencia de 11 mbps y 5.5 mbps entre la Oficina administrativa - Parque y Sucursal Mayo Guayaquil - Parque respectivamente.

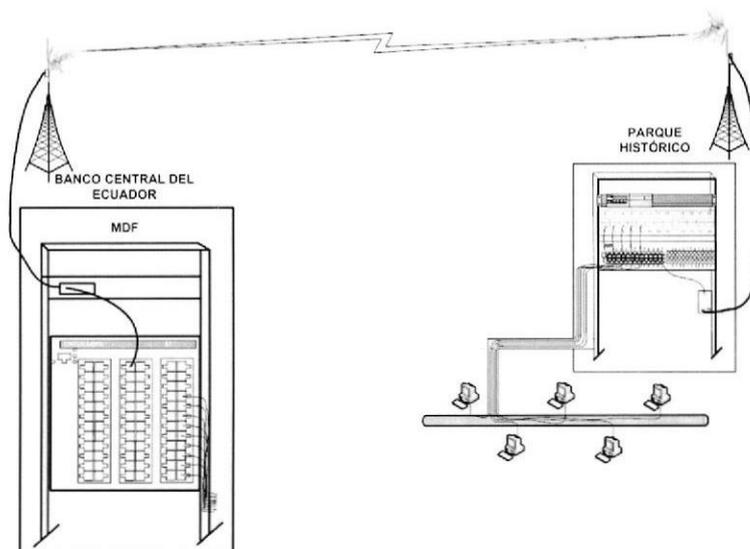


GRÁFICO Nº. 15

Comunicación punto a punto entre el BCE y PHG

En este grafico se ilustra el enlace de comunicación que hay entre el Parque Histórico y la Sucursal Mayor Guayaquil, el cual es punto a punto (enlace dedicado) y operan en modo de transmisión full duplex (ambos sentidos). Toda la información que es transmitida vía WAN desde el PHG hasta la Sucursal BCE

cuando llega viaja por el backbone que es de fibra óptica (modo multimodo) y trabaja a una tasa de transferencia de 1 gbps (gigabits por segundo) hasta llegar al centro de datos ubicado en cuarto piso. Cuando la información es enviada desde la Sucursal BCE hasta el PHG llegas al rack ubicado en la oficina administrativa para que posteriormente se distribuya al área mencionada.

5.3 MOBILIARIO.

En las oficinas administrativas del parque histórico se encuentran operando en la actualidad cuatro personas las mismas que utilizan el siguiente mobiliario:

4 Escritorios

1 Mesa de sesiones

1 Modular para la Recepción

2 Muebles para la sala de recepción

5 sillas

La distribución se encuentra en el gráfico 12, en el cual se encuentran las partes operativas así como la recepción y la respectiva sala de sesiones.

5.4 PLANOS

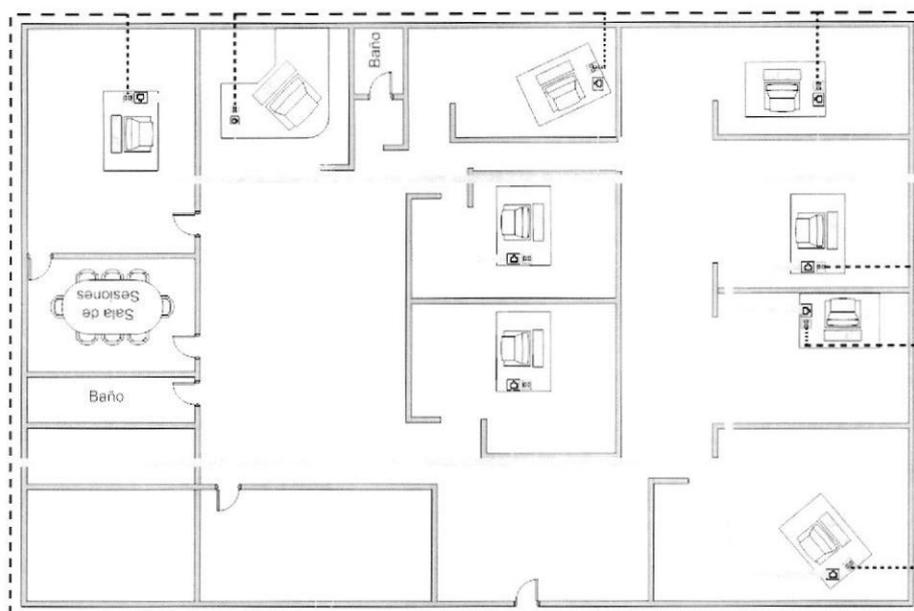


GRÁFICO N^o. 16

Área Administrativa del PHG.

En esta imagen se ilustra la distribución de las estaciones de trabajo dentro de la red del Area Administrativa del PHG, todas las terminales están comunicadas entre sí, en el cableado horizontal utiliza UTP categoría 5E, la tasa de transferencia en la que se trabaja actualmente es de 100 mbps (megabits por segundo).

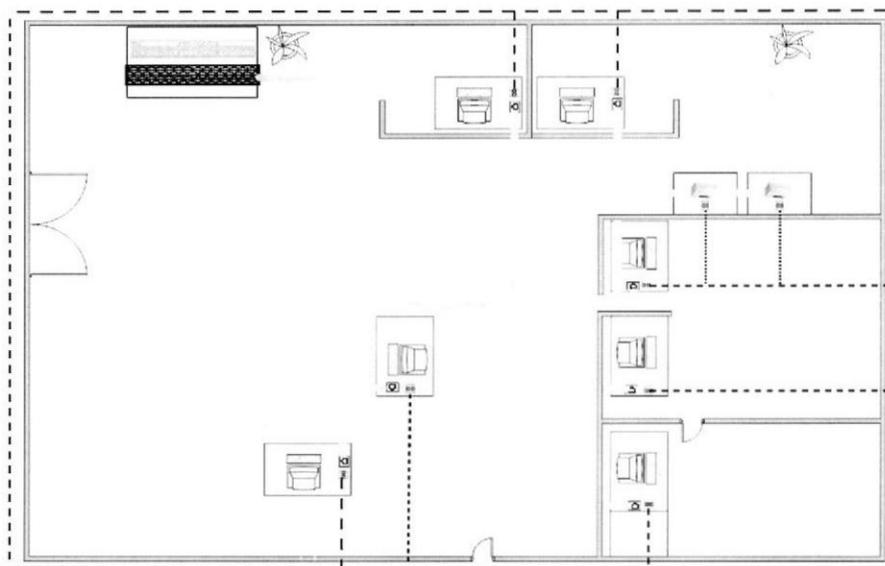


GRÁFICO N^o. 17

Área administrativa del PHG - reservación de eventos.

En esta imagen se ilustra la distribución de las estaciones de trabajo dentro de la red del Area Administrativa - Reservación de Eventos que es la encargada de gestionar, coordinar y administrar los salones de eventos del PHG, todas las terminales están comunicadas entre sí, en el cableado horizontal utiliza UTP categoría 5E, la tasa de transferencia en la que se trabaja actualmente es de 100 mbps (megabits por segundo).

5.5 HERRAMIENTAS.

La DCR tiene como objetivo para el año 2006 el incrementar el número de visitantes y los ingresos económicos de los espacios culturales a su cargo (por ejemplo, el MAAC, MAAC Cine o el Parque Histórico). Como parte de esta iniciativa la DCR planea crear o potenciar los sitios Web de dichos espacios y crear un portal central de acceso a dichos espacio, este portal es denominado el concentrador cultural. Tanto este como los sitios serán diseñados teniendo como prioridad las metas ya indicadas de aumento de visitantes e ingresos económicos.

El cuadro siguiente presenta los estándares para el desarrollo de aplicaciones debidamente aprobados y con soporte interno y externo, con cobertura nacional e integrada:

Componentes del Sistema	Aplicaciones
Sistema operativo:	Sun Solaris Versión 8
Servidor Web:	Resin Versión 2.1.16
Base de Datos:	Sybase Versión 12.5.0.3

Lenguaje-programación páginas estáticas:	Html
Lenguaje-Programación de servlets (Páginas dinámicas)	Java y jsp (Java Servlet Pages),javascript
Ambiente de desarrollo:	Web
Software multimedia:	Macromedia MX Adobe - Photoshop Versión 6

CUADRO N^o. 3

Estándares para el desarrollo de aplicaciones.

Desarrollo del Sistema con tecnología en Internet:

Sistemas de seguridad que garanticen transacciones seguras de la aplicación y comunicaciones más efectivas.

Identificación de usuarios en el sistema y controles internos para futuras auditorias del sistema.

El desarrollo del Sistema está constituido por:

- La capa de persistencia para conexión e interacción con la Base de Datos:
Hibernate
- La capa de negocio programado en JAVA
- La capa de presentación programada con XML, JSP y JavaScript

CARACTERISTICAS TECNICAS BASICAS

Características Técnicas	Resultado
Tipo de procesamiento:	Arquitectura cliente/servidor y N-capas
Alternativa Normal:	Sistema Nuevo
Impacto Organizacional:	Alto
Riesgo:	Alto
Beneficio:	Alto
Alcance:	Nacional
Forma de Procesamiento:	Centralizado

CUADRO N^o. 4

Características Técnicas Básicas de software.

5.6 PLAN DE CONSUMO.

Inversiones	Cant.	Valor Unit.	Valor Total
Licencia Resin 2.1.16 (Web)	1	\$1,500.00	\$1,500.00
Totales			\$1,500.00

CUADRO N^o. 5

Costos de licencia del servidor web.

Concepto	Horas	V. X Hora	Total
Instalación- Configuración	15	$\$80=1200+144(\text{iva})=1,344.00$	\$1,344.00
Soporte	20	$\$80=1600+192(\text{iva})=1,792.00$	\$1,792.00
Totales			\$3,136.00

CUADRO N°. 6

Costos de licencia del servidor web.

Presupuesto y Gastos de Personal

Concepto	Sueldo	Meses	Total
Programador Web 1	540	6	\$3,240.00
Diseñador grafico 1	700	1	\$ 700.00
Publicidad y Marketing	500	1	\$500.00
Producción de Contenidos	1000	1	\$1,000.00
Total de gastos de personal			\$5,440.00

CUADRO N°. 7

Presupuestos y gastos estimados de los participantes en el proyecto.

5.7 PLAN DE COMPRAS.

El PHG para su mantenimiento y funcionamiento realiza compras de forma mensual y trimestral depende de cada uno de los productos que se adquieran, la compra de los alimentos para los animales se realizan semanalmente debido a que son productos de rápido consumo.

5.8 PROVEEDORES.

El PHG tiene a varios proveedores los cuales satisfacen las necesidades, entre las más importante son las siguientes:

Alimentación de lo animales que viven en cautiverio en el PHG.

Proveedores de herramientas utilizadas en la restauración de piezas arquitectónicas para la restauración del Parque.

5.9 SISTEMAS DE CONTROL Y SEGURIDAD.

A continuación hemos mencionado algunas de los procesos que se realizan en el centro de datos de Guayaquil.

Actividad	Periodicidad	Producto Generado
Actualizar procesos eventuales en el Unix	Semanal/ eventual	Procesos Unix Actualizados
Proceso de backup de S.O.	Mensual / eventual	Backup
Actividad	Periodicidad	Producto Generado
Cambio de versiones BD y software de respaldo de datos	Eventual	Software actualizado
Sincronización de las aplicaciones en el servidor de contingencias	Diario	Aplicaciones Web sincronizadas (Configuración del entorno, html, JavaScript, gif, jpg, clases java,...)
Respaldo Sistema Operativo y Aplicaciones	Semanal, Mensual, Anual	Respaldo de aplicaciones y software de servicio incluido entorno de sistema operativo

CUADRO N° 8

Algunos de los Procesos que realiza el

Centro de datos del BCE Guayaquil

CAPITULO VI

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

6.1 GRUPO EMPRESARIAL

De acuerdo a las disposiciones generales del BCE, publicadas en su sitio web, en el artículo 1 se encuentran indicadas las estructuras presentes en la institución, el cual indica lo siguiente:

Artículo 1. Para los propósitos del presente Estatuto, se entenderá por:

Macroproceso: Conjunto de dos o más procesos que se orientan a cumplir un mismo objetivo.

Proceso: Conjunto de actividades relacionadas entre sí que emplean insumos y les agregan valor, a fin de entregar un bien o servicio a un cliente externo o interno, utilizando recursos de la organización.

Subproceso: Conjunto de actividades relacionadas entre sí que producen un bien o servicio que se integra o complementa a otro producto de mayor valor agregado.

Actividades: Acciones o tareas que se realizan para generar un determinado resultado dentro de un proceso o subproceso.

Insumo: Bienes o servicios que utilizan los procesos de la institución para generar productos para los clientes.

Proveedor: Persona u organización que entrega un bien o un servicio a la institución.

Cliente: Autoridades gubernamentales, monetarias, de control, instituciones públicas y privadas, personas naturales o jurídicas, que reciben los productos que genera la institución.

Producto: Bienes y servicios que genera la institución y que entrega a un cliente.

Proyectos especiales: Destinados a ejecutar actividades con un objetivo y plazo determinado.

Procesos especiales: Actividades que generan valor agregado, pero no son afines a la misión de la banca central.

6.1.1 Estructura De La Empresa

La Dirección Cultural del BCE se encuentra dentro de los procesos especiales de la institución y dentro de ésta se encuentra la Dirección Cultural Regional, ésta última es la encargada del PHG.

6.1.2 Política Laboral

El BCE tiene definidas las políticas laborales a nivel nacional en su libro de políticas internas, éste se encuentra dividido en capítulos y artículos.

Siendo a nivel nacional se aplica para todas las sucursales y áreas que se encuentran bajo el control del BCE se aplica la misma normativa.

6.2 EMPLEADOS

Sueldos y salarios

El sueldo de los empleados del BCE se realiza en forma mensual y para el caso de los servicios mercerizados se lo realiza en forma quincenal.

A los empleados se los realiza a las cuentas creadas en un banco de la localidad y para el caso de los servicios mercerizados se lo realiza mediante cheques al portador.

Horas extraordinarias y suplementarias

En el capítulo III del libro de políticas internas del BCE se encuentran definidas las normas que se deben seguir para cancelar horas suplementarias o extraordinarias que realicen los empleados.

Se encuentran determinados los empleados que se encuentran autorizados para trabajar fuera de la jornada normal de labores.

En caso que los servicios prestados fuera de la jornada normal de labores se realicen entre las doce de la noche y las seis de la mañana; o, en días festivos o de descanso obligatorio, tales horas extraordinarias serán remuneradas con el valor

de la hora normal de trabajo más un cien por ciento de recargo.

Previa autorización del Director de Macroproceso, Proceso u Oficina, según sea el caso, cuando las necesidades de trabajo así lo requieran y existan las disponibilidades presupuestarias.

Los pagos así correspondan, se efectuaran previa conformidad del Subgerente General, Directores de Macroproceso, Gerentes de las Sucursales de Guayaquil o Cuenca, según sea el caso.

Los pagos por horas extraordinarias o suplementarias se harán con cargo a la partida "Sobre tiempos", que esta manejada en forma descentralizada y es responsabilidad del Titular de cada Macroproceso, Proceso y Sucursal.

En el Anexo A del presente manual se encuentra más al detalle el capítulo mencionado.

Programa de "Jóvenes Profesionales"

Dentro del libro de políticas internas en el capítulo XVIII, se encuentran los lineamientos seguidos por el BCE para realizar el contrato de "Jóvenes Profesionales", la definición de estos es la siguiente: "Se entenderá por Jóvenes Profesionales, a quienes posean título universitario, y que, mediante certificados conferidos por los respectivos centros de estudios, demuestren haber alcanzado los mas altos promedios durante la carrera universitaria; y, cuya edad no supere los treinta años".

En el Anexo A del presente manual se encuentra más al detalle el capítulo XVIII.

Realización de Prácticas Estudiantiles

Se entenderán como "Prácticas Estudiantiles de Nivel Medio" a las actividades que realicen los mejores estudiantes de los dos últimos años de establecimientos secundarios, y de institutos técnicos del país, que previa a la obtención del título respectivo, deban desarrollar prácticas de su especialización, de acuerdo con el requerimiento exigido por el Ministerio de Educación y Cultura.

CAPITULO VII

ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

7.1 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

Para la formulación de sus proformas presupuestarias, el BCE y las demás instituciones financieras públicas se sujetarán a las normas de la Ley de Presupuestos del Sector Público y su Reglamento, a los lineamientos, políticas y demás disposiciones que dentro de sus atribuciones y competencia dicte el Directorio del BCE.

En el Anexo C del presente manual se encuentra más al detalle la descripción de varios aspectos legales que el BCE cumple estrictamente.

7.2 ASPECTOS LEGALES DEL EMPLEADO

El BCE siendo una institución gubernamental se rige a los mandatos establecidos para las entidades públicas, en la cual se detalla lo siguiente:

El Fisco, los consejos provinciales, las municipalidades y demás personas jurídicas de derecho público tienen la calidad de empleadores respecto de los

obreros de las obras públicas nacionales o locales. Se entiende por tales obras no sólo las construcciones, sino también el mantenimiento de las mismas y, en general, la realización de todo trabajo material relacionado con la prestación de servicio público, aun cuando a los obreros se les hubiere extendido nombramiento y cualquiera que fuere la forma o período de pago. Tienen la misma calidad de empleadores respecto de los obreros de las industrias que están a su cargo y que pueden ser explotadas por particulares, aun cuando se decreta el monopolio.

En el Anexo C del presente manual se encuentra más al detalle los aspectos legales del empleado.

7.3 ASPECTOS LEGALES DE LOS CLIENTES

El BCE siendo una institución gubernamental se rige a los mandatos establecidos en la "codificación de la ley de contratación pública" en uno de sus artículos indica lo siguiente:

"Se sujetarán a las disposiciones de esta Ley el Estado y las entidades del sector público -según las define la Constitución Política en su artículo 118 que contraten

la ejecución de obras, la adquisición de bienes, así como la prestación de servicios no regulados por la Ley de Consultoría”.

En el Anexo D del presente manual se encuentra más al detalle la “codificación de la ley de contratación pública”.

7.4 LEGISLACIÓN

El Banco Central del Ecuador no recibe ninguna asignación de recursos del Presupuesto General del Estado. Sus actividades se financian por autogestión y, al final del año, las utilidades que genera son entregadas al Estado ecuatoriano, a través del Ministerio de Economía y Finanzas. Es así como en los años 2000 a 2004 el Banco Central del Ecuador entregó al Fisco aproximadamente 243 millones de dólares.

El Banco Central del Ecuador cumple funciones vitales, claramente definidas por la ley, que ninguna otra institución puede cumplir en el país para garantizar que la vida de los ecuatorianos funcione con normalidad.

La participación del Banco Central del Ecuador en la vida de las personas y las

empresas es totalmente palpable, permitiendo que sus actividades económicas puedan realizarse con normalidad.

Entre las funciones del Banco Central vale resaltar las siguientes:

- Posibilita que las personas dispongan de billetes y monedas en la cantidad, calidad y en las denominaciones necesarias.
- Facilita los pagos y cobros que todas las personas realizan en efectivo, o a través del sistema financiero privado.
- Evalúa, monitorea y controla permanentemente la cantidad de dinero de la economía, para lo que utiliza distintas herramientas de política monetaria como el encaje bancario y las operaciones de mercado abierto.
- Garantiza la integridad, transparencia y seguridad de los recursos del Estado.
- Recomienda los niveles adecuados de endeudamiento público.
- Ofrece a las personas, empresas y autoridades públicas información para la

toma de decisiones financieras y económicas.

Es decir, el Banco Central del Ecuador cumple un papel importante en la política monetaria, cambiaria, fiscal y económica del país.

En estos 78 años, desde su fundación, el Banco Central ha demostrado su solvencia técnica y la capacidad profesional de sus empleados y funcionarios. Esto ha sido reconocido en el país y en el exterior.

Estas opiniones e informes técnicos tienen como objetivo orientar las decisiones que la Función Ejecutiva y Legislativa deben tomar en relación con la economía del país. El Banco Central del Ecuador es el tercero confiable gracias a su autonomía técnica, administrativa y financiera consagrada en la Constitución y la Ley.

CAPITULO VIII

ANÁLISIS FINANCIERO

Con el propósito de que cada recurso del PHG se administre correctamente se encuentran los respectivos controles financieros. De acuerdo a las estrategias propuestas en el presente trabajo hemos realizado análisis y estimaciones financieras con el propósito de sustentar la factibilidad económica de lo propuesto.

8.1 CAPITAL DE TRABAJO

Siendo el Banco Central del Ecuador el apoyo cultural y económico, hemos estimado para efectos del ejercicio el siguiente aporte:

Aporte de capital	Valor
Banco Central del Ecuador	20,000.00
Total	20,000.00

CUADRO N°. 9

Inversión del proyecto

8.2 INVERSIÓN DE ACTIVOS

El PHG para iniciar sus operaciones se realizó la siguiente inversión de los activos:

Equipos de Computación	Unid	Valor U.	Total
Compra de Software administrativo contable.	1	500.00	500.00
Compra PCs 1er.mes	4	650.00	2,600.00
Total	5		3,100.00

CUADRO N° 10

Inversión de los activos

Es importante indicar que estimamos que como aporte al funcionamiento del PHG, el BCE realizó el préstamo de varios de los activos en el caso de muebles y enseres para iniciar el funcionamiento del parque.

8.3 PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Dentro de los rubros de ingresos más importantes para el PHG se encuentran la venta de entradas al parque, así como también el alquiler de sus salones de eventos, cada uno de estos se encuentra con sus particularidades en situaciones de precio, hemos realizado las estimaciones correspondientes obteniendo el siguiente resultado:

Flujo de Caja	Valor Mensual	Inicio	Jul-06	Ago-06
Ingresos		Mes 0	Mes 1	Mes 2
Saldo Inicial		0,00	26.310,00	18.784,98
Aporte de Capital		20.000,00	0,00	0,00
Préstamo Bancario		11.000,00	0,00	0,00
Ingreso por Ventas		0,00	22.956,00	26.782,00
Alquiler de locales Eventos	2.400	0,00	2.880,00	3.360,00
Entradas Domingo-feriados	12.690	0,00	15.228,00	17.766,00
Entradas martes-sabados	3.890	0,00	4.668,00	5.446,00
Estacionamientos	150	0,00	180,00	210,00

CUADRO N° 11

Ingresos del PHG

8.4 PRESUPUESTOS DE EGRESOS

De acuerdo al análisis del presente documento estimamos que el mayor egreso que se genera es en la conservación y mantenimiento de las áreas del PHG, obteniendo como resultado lo siguiente:

Flujo de Caja	Inicio	Jul-06	Ago-06
Egresos	Mes 0	Mes 1	Mes 2
Gastos Administrativos	800,00	10.572,92	10.572,92
Sueldos	0,00	15.214,00	15.214,00
Gto. Mantenimiento del Parque	0,00	7.300,00	5.000,00
Gto. Adm. Mantenimiento Sitio	0,00	135,00	135,00
Web			
Marketing & Publicidad	100,00	950,00	750,00

CUADRO N°. 12

Egresos del PHG

8.5. FLUJO DE CAJA

Para el estudio del flujo de caja, hemos incluido en el siguiente cuadro el rubro de inversión inicial , el cual consta de valores mínimos debido a apertura del parque histórico. Y a continuación presentamos el flujo de caja de los primeros tres primeros años.

Ingresos	Inversión I.	AÑO 1	AÑO2	AÑO3
Saldo Inicial	0.00	8,286.36	37,627.37	44,378.39
Aporte de Capital	20,000.00	0	0.00	0.00
Préstamo Bancario	11,000.00	0	0.00	0.00
Ingreso por Ventas	0.00	34,434.00	9,565.00	9,728.50
Alquiler de locales Eventos	0.00	4,320.00	1,200.00	1,200.00
Entradas Domingo-feriados	0.00	22,842.00	6,345.00	6,345.00
Entradas martes-sábados	0.00	7,002.00	1,945.00	1,945.00
Estacionamientos	0.00	270.00	75.00	238.50
Total Disponible	31,000.00	42,720.36	47,192.37	54,106.89

Egresos				
Gastos Administrativos	800.00	10,572.92	10,572.92	10,587.92
Agua	0.00	3,500.00	3,500.00	3,505.00
Teléfono	0.00	1,072.92	1,072.92	1,077.92
Luz	0.00	5,000.00	5,000.00	5,005.00
Suministros de oficina	0.00	800.00	800.00	800.00
Gastos Varios	0.00	200.00	200.00	200.00
Gastos de Constitución	800.00	0.00	0.00	0.00
Sueldos	0.00	15,214.00	15,214.00	15,214.00
Sueldos y salarios	0.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Servicios tercerizados y profesionales	0.00	10,214.00	10,214.00	10,214.00
Gto. Mantenimiento del Parque	0.00	5,000.00	3,800.00	4,100.00
Alimentación de animales	0.00	2,500.00	1,800.00	1,900.00
Mantenimiento de las áreas verdes	0.00	1,000.00	800.00	900.00
Mantenimiento arquitectónico	0.00	1,500.00	1,200.00	1,300.00

Marketing & Publicidad	100.00	750.00	750.00	956.00
Publicaciones en medios impresos	0.00	450.00	450.00	450.00
Trípticos	0.00	300.00	300.00	303.00
Brochoures	0.00	0.00	0.00	0.00
Gigantografía	100.00	0.00	0.00	203.00
Total de Gastos	900.00	26,536.92	26,536.92	26,757.92
Compras	3,790.00	0.00	0.00	0.00
Equipos	3,790.00	0.00	0.00	0.00
Total Gtos y Compras	4,690.00	26,536.92	26,536.92	26,757.92
Ingreso-Egresos	26,310.00	16,183.44	20,655.45	27,348.97
Financiamiento	0.00	916.66	0.00	0.00
Cuentas por Pagar, préstamo bancario	0.00	916.66	0.00	0.00
Intereses x pagar	0.00	0.00	0.00	0.00
Neto Disponible	26,310.00	15,266.78	20,655.45	27,348.97

CUADRO N° 13

Flujo de caja del PHG

8.6 ESTADOS DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

Estados de Resultados

Dentro de los resultados que estimamos a obtener es producto de las estrategias nuevas que se van a implementar en el parque histórico.

MESES 1 AL 6	Jul-06	Ago-06
Ingresos	Mes 1	Mes 2
Alquiler de locales Eventos	3,360.00	3,600.00
Entradas Domingo-feriados	17,766.00	19,035.00
Entradas martes-sabados	5,446.00	5,835.00
Estacionamientos	210.00	225.00
Ventas	26,782.00	28,695.00
Costo Fijo	500.00	500.00
Costo Venta	500.00	500.00
Utilidad Bruta	26,282.00	28,195.00
Egresos		
Sueldos y salarios	5,000.00	5,000.00
Servicios tercerizados y profesionales	10,214.00	10,214.00

Gto. Mantenimiento del Parque	7,300.00	0.00
Gasto Depreciación Muebles	10.58	10.58
Gasto Depreciación Equipos	117.21	117.21
Gasto Equipos de computación	181.09	181.09
Gasto Publicidad	950.00	750.00
Total Gastos	23,772.88	16,272.88
Utilidad antes de Impuestos	2,509.12	11,922.12
Impuestos a la Renta	627.28	2,980.53
Participación de empleados	0.00	0.00
Utilidad Neta	1,881.84	8,941.59

CUADRO N.º. 14

Estados de resultados del PHG

Balance General

Al 30 de Junio de 2006

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	27,210.00	PASIVO CORRIENTE	0.00
Efectivo	20,000.00	Cuentas por pagar	0.00
Bancos	7,210.00	Cuentas por pagar Sueldos	0.00
Cuentas por Cobrar	0.00	PASIVO L P	11,000.00
ACTIVO L P	0.00	Prestamos Externos	11,000.00
Inversiones	0.00		
		PATRIMONIO	23,300.00
ACTIVO FIJOS	0.00	Capital	20,000.00
Terrenos	0.00	Result. Ejercicios anteriores	0.00
Edificios	0.00	Aporte de Socios - Equipos	1,000.00
OTROS ACTIVOS	6,290.00	Aporte de Socios - Especies	2,300.00
Equipos de computación	1,620.00		
Depreciación total	0.00		
Muebles y enseres	1,270.00		

Equipos de oficina	800.00		
Especies	2,300.00		
Material publicitario	300.00		
ACTIVO DIFERIDOS	800.00		
Constitución	800.00		
TOTAL ACTIVO	34,300.00	TOTAL PASIVO	34,300.00

CUADRO N°. 15

Balance general del PHG

Evaluación del Proyecto

Inversión	31,000.00
------------------	------------------

CUADRO N°. 16

Egresos del PHG

Calculo del VAN (Valor Actual Neto)

Fuente	Valor	Interés	Tasa Efectiva	Total
Aporte S.	20,000.00	15%	16.10	3,220.00
Préstamo	11,000.00	15%	16.10	1,771.00
	31,000.00			4,991.00

Costo de capital (CC) =>>					0.161
	Inversión	Año1	Año2	Año3	Total
CC +1		1.16	1.35	1.56	4.07
Flujo x año	-31,000.00	15,266.78	20,655.45	27,348.97	63,271.20
		13,149.68	15,323.93	17,476.09	45,949.71
VAN		14,949.71			

CUADRO Nº. 17

Calculo del VAN para el PHG

Cálculo de TIR (Tasa Interna de Retorno)

	Inversión	Año1	Año2	Año3	Total
1+TASA		1.41	1.99	2.80	6.20
Flujo x año	-31,000.00	15,266.78	20,655.45	27,348.97	63,271.20
		10832.25	10398.65	9769.10	31,000.00
TIR		41%	41%		

CUADRO Nº. 18

Calculo del TIR para el PHG

8.7 ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS

Para medir el grado de rendimiento del PHG, a continuación presentamos las siguientes razones financieras, que nos indican una perspectiva de la situación económica del parque.

RAZONES DE LIQUIDEZ

Liquidez es la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen, así como su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Capital Neto de Trabajo (Cnt).

Para realizar éste cálculo descontamos de las obligaciones corrientes del PHG todos sus derechos corrientes.

$$\text{CNT} = \text{Pasivo Corriente} - \text{Activo Corriente}$$

$$\text{CNT} = 27,210 - 10,770$$

$$\text{CNT} = 1,730$$

8.8 RIESGOS E INTANGIBLES

El proyecto debe ser revisado y autorizado por los varios niveles jerárquicos que actualmente participan en el BCE, depende de la autorización que se otorgue al proyecto para iniciar con su desarrollo.

Otro de los riesgos podría ser que se elimine el aporte cultural del Banco Central al proyecto del PHG.

CAPITULO IX

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1	- Desarrollo del sitio web: Parque Historico de Guayaquil	75 días	lun 02/01/06	vie 14/04/06
2	Levantamiento de información en sitio	10 días	lun 02/01/06	vie 13/01/06
3	Análisis y adaptación de modelo relacional Portal Cultural Regional	5 días	vie 13/01/06	jue 19/01/06
4	Produccion de contenido de Parque Historico de Guayaquil	5 días	jue 19/01/06	mié 25/01/06
5	Prototipo de diseño proyección identidad del espacio cultural	15 días	mié 25/01/06	mar 14/02/06
6	Presentación	1 día	mar 14/02/06	mar 14/02/06
7	Desarrollo de sitio web Parque Historico Guayaquil	30 días	mar 14/02/06	lun 27/03/06
8	Publicacion en ambiente de desarrollo	5 días	lun 27/03/06	vie 31/03/06
9	Ajustes	5 días	vie 31/03/06	jue 06/04/06
10	Pruebas y Funcionalidad	5 días	jue 06/04/06	mié 12/04/06
11	Configuración de dominio	2 días	mié 12/04/06	jue 13/04/06
12	Publicación en Internet	2 días	jue 13/04/06	vie 14/04/06
13	- Mapa virtual del Parque Historico	82 días	vie 14/04/06	lun 07/08/06
14	Diseno, desarrollo, presentacion, ajustes, publicacion.	30 días	vie 14/04/06	jue 25/05/06
15	- Venta de Boletos electrónicos Parque Histórico	52 días	vie 26/05/06	lun 07/08/06
16	Análisis de la información	5 días	vie 26/05/06	jue 01/06/06
17	Prototipo de diseño	15 días	vie 02/06/06	jue 22/06/06
18	Desarrollo de sitio web Venta de Boletos	15 días	vie 23/06/06	jue 13/07/06
19	Publicacion en ambiente de desarrollo	2 días	vie 14/07/06	lun 17/07/06
20	Ajustes	5 días	mar 18/07/06	lun 24/07/06
21	Pruebas y Funcionalidad	5 días	mar 25/07/06	lun 31/07/06
22	Publicación en Internet	5 días	mar 01/08/06	lun 07/08/06

GRÁFICO Nº. 18

Cronograma de actividades para el desarrollo del sitio web del PHG.

CAPITULO X

IMPLEMENTACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PROYECTO

Para la implementación del proyecto tiene tres semanas de duración aproximadamente, en la cual se realizará la configuración de todo el sitio web y adecuarlo para realizar la publicación en Internet.

CONCLUSIONES

Para la realización del proyecto es necesario se implemente el sitio web en el tiempo indicado y que se implementen en conjunto con la parte administrativa del PHG las estrategias propuestas en este manual.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar la implementación del sitio web en conjunto con todas las estrategias propuestas en el presente manual con apoyo de todas las áreas del PHG.

APENDICES

APENDICE A

CAPITULO III.- HORAS EXTRAORDINARIAS Y SUPLEMENTARIAS

Artículo 1.- Los componentes de los puestos específicos de Secretaria, Secretaria Asistentes; y, aquellos funcionarios asignados a labores de recuento clasificación y custodia de especies monetarias, comprendidos dentro del Servicio Civil, previa la respectiva autorización, podrán trabajar fuera de la jornada normal de labores. La horas suplementarias o extraordinarias se cancelaran como si fuesen normales de servicio, sin recargo de ningún tipo.* Res. Adm. BCE-C-004-2004

Artículo 2.- Los ocupantes de los puestos específicos de Chofer, Guardaespaldas, Guardia, Operadores de Consola, Jefe de Consola, Agentes de Seguridad, Supervisor de Control o Conserje, previa a respectiva autorización, podrán trabajar fuera de la jornada normal de labores. Dichos servicios por horas suplementarias serán remunerados con valor de la hora normal de trabajo, mas un cincuenta por ciento de recargo. Res. Adm. BCE-C-004-2004, de 25 febrero de 2004

En caso que los servicios prestados fuera de la jornada normal de labores se realicen entre las doce de la noche y las seis de la mañana; o, en días festivos o de

descanso obligatorio, tales horas extraordinarias serán remuneradas con el valor de la hora normal de trabajo más un cien por ciento de recargo.

Artículo 3.- Los Directores de Macroproceso, Proceso o de Oficina, deberán distribuir las tareas en forma adecuada mediante el establecimiento de los turnos que sean necesarios, para evitar que el trabajo fuera del horario normal de labores establecido en la Institución, y que implique el pago de horas suplementarias o extraordinarias.

Artículo 4.- Previa autorización del Director de Macroproceso, Proceso u Oficina, según sea el caso, cuando las necesidades de trabajo así lo requieran y existan las disponibilidades presupuestarias, el personal que desempeña los puestos específicos de Secretaria, Secretaria Asistente, *aquellos funcionarios asignados a labores de recuento, clasificación y custodia de especies monetarias*, Chofer, *Operadores de Consola, Jefe de Consola, Agentes de Seguridad, Supervisor de Control * o Conserje, podrá laborar en horas extraordinarias o suplementarias por un máximo de cuarenta horas mensuales. Res. Adm. BCE-C-004-2004, de 25 de febrero de 2004.

APENDICE B

CAPITULO V.- DE LAS FALTAS, DE SUS CLASES Y SANCIONES

ARTICULO VIGESIMO.- Para la aplicación de las sanciones, las transgresiones al presente Reglamento Interno se dividen en dos grupos, así:

FALTAS LEVES y FALTAS GRAVES, en concordancia con lo dispuesto en los siguientes Artículos:

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.- Para los efectos de este Reglamento se consideran como faltas leves, todas las transgresiones a las obligaciones que tienen los Trabajadores según lo dispuesto en el Código del Trabajo en general, y de manera específica, a las prescritas en los artículos 45 de dicho Cuerpo de Leyes, y además, a las siguientes:

- 1.- No ejecutar el trabajo en los términos del Contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- 2.- No restituir al Empleador los materiales no usados y no conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el

deterioro que origine el uso normal de estos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.

3.- No trabajar en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o de la Compañía. En estos casos tendrá derecho al recargo en su remuneración de acuerdo con la Ley.

4.- No dar aviso previo al Empleador (Superior Inmediato) cuando por causa justa faltare al trabajo; de no poder hacerlo por cualquier causa debidamente justificada deberá hacerlo en las siguientes 24 horas laborables.

5.- No cumplir con las jornadas, horarios y turnos de trabajo establecidos en el contrato colectivo, debiendo registrar personalmente su entrada y salida de acuerdo con las disposiciones establecidas en la empresa; y no concurrir. puntualmente al trabajo.

6.- No encontrarse en disposición de iniciar el trabajo a la hora señalada en el horario respectivo.

7.- Dentro de la jornada diaria de labor, trabajar con pérdidas innecesarias de tiempo.

8.- Cuando en la ejecución del trabajo se presentaren fallas o cualquier dificultad grave que no pueda ser subsanada por el personal encargado de efectuar el trabajo, no comunicar el particular inmediatamente a los superiores, a fin de que tomen las medidas que el caso requiera.

9.- Utilizar sin consentimiento el servicio telefónico, xerox, etc., para fines ajenos a las actividades del trabajo.

10.- Leer periódicos, revistas, libros, etc., durante las horas de labor.

11.- Comer en lugares de trabajo.

12.- No atender en forma cortés y respetuosa al público.

13.- No proporcionar información personal fidedigna a la empresa con la finalidad de actualizar sus datos en la unidad de Recursos Humanos, cuando Banco Central del Ecuador así lo requiera.

14.- No someterse a exámenes médicos dispuestos por la empresa.

15.- No asistir a los cursos de capacitación o formación a los que la empresa lo haya asignado.

16.- No utilizar durante la jornada de labor los uniformes e identificación de la empresa en forma permanente y obligatoria.

APENDICE C

CAPITULO V.- DE LAS FALTAS, DE SUS CLASES Y SANCIONES

Título Tercero: Presentación Y Aprobación De Las Proformas

Presupuestarias Y Ejecución, Control Y Evaluación De Los Presupuestos De Las Entidades Financieras Publicas

(Título sustituido por Reg. 014-98 de Dic. 28/98)

Capitulo I De La Formulación Y Presentación De Las Proformas Presupuestarias

Artículo 1 Para la formulación de sus proformas presupuestarias, el BCE y las demás instituciones financieras públicas se sujetarán a las normas de la Ley de Presupuestos del Sector Público y su Reglamento, a los lineamientos, políticas y demás disposiciones que dentro de sus atribuciones y competencia dicte el Directorio del Banco Central del Ecuador y a las normas contenidas en este Título.

Artículo 2 Las proformas presupuestarias del Banco Central y de las demás instituciones financieras del sector público controladas por la Superintendencia de Bancos, una vez que sean aprobadas por sus respectivos Directorios de acuerdo a sus leyes constitutivas, deberán ser presentadas para conocimiento y

aprobación del Directorio del Banco Central del Ecuador a más tardar hasta el 31 de octubre del año anterior al de su vigencia.

La Secretaría General del Directorio remitirá directamente las proformas a la Dirección Financiera del Banco Central del Ecuador para la elaboración del respectivo informe.

Artículo 3 Las proformas presupuestarias deberán ser presentadas al Directorio del Banco Central del Ecuador, en el formato que consta como Anexo a este título, adjuntando los respectivos justificativos y bases para el cálculo.

APENDICE D

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE CONTRATACIÓN PÚBLICA.

Título I - Capítulo I

Art. 1.- **Ámbito.-** Se sujetarán a las disposiciones de esta Ley el Estado y las entidades del sector público -según las define la Constitución Política en su artículo 118- que contraten la ejecución de obras, la adquisición de bienes, así como la prestación de servicios no regulados por la Ley de Consultoría.

Art. 2.- **Régimen especial.-** No se someterán a esta ley las instituciones del sector público respecto a los cuales una ley especial así lo haya dispuesto.

Los contratos de adquisición de insumos médicos, fármacos y material quirúrgico, que celebren las entidades del sector público, incluido el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, que presten servicios de salud, no se sujetarán a las disposiciones de esta ley, sino al reglamento que para el efecto dictará el Presidente de la República.

Tampoco se someterán a esta ley los contratos cuyo objeto sea la ejecución de actividades de comunicación social destinadas a la información de las acciones del Gobierno Nacional o las entidades del sector público.

Las entidades indicadas en el numeral 5 del Art. 118 de la Constitución se

sujetarán a las disposiciones de esta ley exclusivamente en cuanto a los contratos que celebren y se financien en todo o en parte con recursos públicos o subvenciones del Estado.

Art. 3.- Etapas.- Esta Ley regula los procedimientos de las etapas precontractual y de contratación. Los procedimientos precontractuales, a su vez, son comunes y especiales.

BIBLIOGRAFÍA

1. Libro Meso económica del turismo en el Ecuador.

ABREVIATURAS

PHG Parque Histórico de Guayaquil.

BCE Banco Central del Ecuador.

DCR Dirección Cultural Regional.