

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN TRIBUTACION Y DERECHO EMPRESARIAL

Tema: “EL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY DE TURISMO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”

Trabajo de Investigación

Previa a la obtención del Grado Académico de Título de Magister en Tributación y
Derecho Empresarial

Autora: Ing. Jheimy Sabrina Caicedo Reyes.

Director: Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

Ambato - Ecuador

2012

Al Consejo de Posgrado de la UTA.

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: “**EL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY DE TURISMO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL CANTON BAÑOS DE AGUA SANTA**”, presentado por la maestrante Ing. Jheimy Sabrina Caicedo Reyes, conformado por: Ing. Dr. Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Eco. Mg. Mery Esperanza Ruiz Guajala y Dra. Mg. Silvia Valeria Espinoza Castro Miembros del Tribunal, Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez Director del trabajo de investigación y presidido por: Dr. Mg. Guido Tobar Vasco, Presidente del Tribunal; Ing. Mg. Juan Garcés Chávez Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Dr. Mg. Guido Tobar Vasco
Presidente del Tribunal de Defensa

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

Ing. Mg. Mauricio Sánchez Sánchez
Director de Trabajo de Investigación

Ing. Dr. Patricio Carvajal Larenas.
Miembro del Tribunal

Eco. Mg. Mery Ruiz Guajala.
Miembro del Tribunal

Dra. Mg. Valeria Espinoza Castro.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: **”El incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa”**, nos corresponde exclusivamente a: *Ing. Jheimy Caicedo Reyes*, Autor y de *Ing. Mg. Mauricio Sánchez Sánchez*, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Jheimy Sabrina Caicedo R.

Autor

Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez S.

Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Jheimy Sabrina Caicedo Reyes

Dedicatoria

Este trabajo de investigación, les dedico a mis padres que son quienes me han inculcado valores y me han enseñado constantemente a ser una persona emprendedora, para de esa manera aportar con el desarrollo social.

A mi esposo por su apoyo incondicional y a mi hija Anthonella por ser el motor que me impulsa para seguir esforzándome.

Jheimy

Agradecimiento

Agradezco a mis queridos profesores de esta distinguida institución por todos los conocimientos impartidos especialmente al Ing. Mg. Mauricio Sánchez por su guía profesional y constante que me ha permitido culminar con éxito la Maestría.

Jheimy

Índice General

Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Gráficos	xii
Índice de Tablas	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I	4
EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	4
1.1. Tema de Investigación	4
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.2.1. Contextualización	4
1.2.2. Análisis Crítico	19
1.2.3. Prognosis.....	21
1.2.4. Formulación del Problema.....	21
1.2.6. Delimitación.....	22
1.3. Justificación.....	22
1.4. Objetivos	24
1.4.1. Objetivo General	24
1.4.2. Objetivos Específicos.	24
CAPITULO II	25
MARCO TEÒRICO	25
2.1. Antecedentes investigativos	25
2.2. Fundamentaciones.....	27
2.2.1. Fundamentación Filosófica.....	27
2.2.2. Fundamentación Epistemológica.....	27
2.2.3. Fundamentación Ontológica	27
2.2.4. Fundamentación Axiológica	27
2.2.5. Fundamentación Metodológica	28
2.2.2. Fundamentación Legal.....	28

2.3. Categorías fundamentales	28
2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema.	28
Objetivo del plan estratégico	¡Error! Marcador no definido.
Plan Estratégico ¿Por qué lo hacemos?	¡Error! Marcador no definido.
Contenido del plan estratégico. ¿A qué preguntas responde? ¡Error! Marcador no definido.	
Redactar el plan estratégico	¡Error! Marcador no definido.
Comunicar	¡Error! Marcador no definido.
2.3.2. Gráficos de inclusión interrelacionados.....	33
2.4. Hipótesis	35
2.4.1. Señalamiento de variables	35
CAPÍTULO III	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION.....	36
3.1. Enfoque.....	36
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	37
3.2.1. Investigación de Campo.....	37
3.2.2. Investigación Bibliográfica – Documental.....	37
3.3. Nivel o tipo de investigación	38
3.3.1. Investigación Exploratoria.....	38
3.3.2. Investigación descriptiva	38
3.3.3. Investigación Correlacional.	38
3.4. Población y Muestra.....	39
3.4.1. Población.....	39
3.4.2. Muestra	41
3.5. Operacionalización de las Variables	47
3.5.1. Operacionalización de la Variable Independiente.....	48
3.6. Recolección de la información	50
3.6.1. Plan para la recolección de la información	50
3.7. Procesamiento y Análisis	51
3.7.1. Plan de procesamiento de información.	51
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	53
CAPÍTULO IV.....	54

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	54
4.1. Análisis de resultados de encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos turísticos.....	54
4.2. Análisis de encuestas aplicadas a los colaboradores de establecimientos turísticos.	67
4.5. Análisis de la entrevista.....	91
4.6. Comprobacion de hipotesis	93
4.6.1 Hipótesis de segundo grado.....	93
CAPÍTULO V.....	96
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
5.1 Conclusiones.....	96
5.2. Recomendaciones.....	97
CAPITULO VI.....	98
PROPUESTA.....	98
6.1. DATOS INFORMATIVOS	98
6.1.2. Institución:	98
6.1.3. Beneficiarios:	98
6.1.4. Ubicación:.....	98
6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución:	99
6.1.6. Equipo técnico:	99
6.1.7. Costo:	99
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	99
6.3. Justificación	100
6.4. Objetivos	101
6.4.1. Objetivo General	101
6.4.2. Objetivos Específicos	101
6.5. Análisis de factibilidad	101
6.5.1. Socio cultural	101
6.5.2. Económico-financiero	102
6.5.4. Legal.....	102
6.5.6. Organizacional.....	102
6.7. Fundamentación Teórica.....	103
6.8. Metodología. Modelo operativo.....	110

6.9. Estructura de la Propuesta	111
BIBLIOGRAFÍA GENERAL.....	134
ANEXOS.....	139
Anexo 01.....	140
Anexo 02.....	183
Anexo 03.....	185

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Turismo en el Mundo.....	4
Gráfico 2: Ingreso de Divisas (millones de \$) Año 2000 ..	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 3: Estacionalidad Demanda 2009.....	8
Gráfico 4: Demanda 2010.....	8
Gráfico 5: Visitantes Nacionales de Ecuador.....	9
Gráfico 6: La Planta Turística en Ecuador 2010.....	10
Gráfico 7: Cinco ciudades más visitadas del Ecuador.....	16
Gráfico 8: Árbol de Problemas.....	20
Gráfico 9: Categorías Fundamentales.....	33
Gráfico 10: Subordinación Conceptual de las variables.....	34
Gráfico 11: Representaciones Graficas.....	52
Gráfico 12: Requisitos de establecimientos turísticos.....	55
Gráfico 13: Inspecciones a los servidores turísticos.....	56
Gráfico 14: Conocimiento de la Ley de Turismo.....	57
Gráfico 15: Capacitación para el desarrollo de su negocio.....	62
Gráfico 16: Entidades de control que programaron capacitaciones.....	63
Gráfico 17: Beneficios de la Ley.....	64
Gráfico 18: Programas de Mejoramiento y Administración Eficiente.....	65
Gráfico 19: Plan de desarrollo empresarial turístico.....	66
Gráfico 20: Tiempo de Trabajo.....	68
Gráfico 21: Número de Colaboradores.....	69
Gráfico 22: Ha presenciado algún tipo de sanción.....	70
Gráfico 23: Sanciones mas frecuentes.....	71
Gráfico 24 : Capacitación de Desarrollo Empresarial.....	72
Gráfico 25: Frecuencia de capacitación.....	73
Gráfico 26: Reuniones Internas.....	74
Gráfico 27: Obligaciones de los Servidores Turísticos.....	75
Gráfico 28: Programas para el mejoramiento y administración eficaz.....	76
Gráfico 29: Programa de capacitación y desarrollo.....	77

Gráfico 30: Razones por las que eligió este local	78
Gráfico 31: Frecuencia de visita al local turístico	79
Gráfico 32: Tiempo que usted es cliente.....	80
Gráfico 33: Razones por lo que usted eligió este local	81
Gráfico 34: Progreso e innovación en el establecimiento	82
Gráfico 35: Recomendaciones al Establecimiento.....	83
Gráfico 36: Satisfacción del Cliente (Alojamiento)	84
Gráfico 37: Satisfacción del Cliente (Operadoras de Turismo)	85
Gráfico 38: Satisfacción del Cliente (Alimentos y bebidas).....	86
Gráfico 39: Ofrecimiento de servicios extras.....	87
Gráfico 40: Hora de salida del servicio de alojamiento	88
Gráfico 41: Guías de Turismo calificados	89
Gráfico 42: Implementación de un plan estratégico	90
Gráfico 43: Comprobación de Hipótesis De Segundo Grado.....	95
Gráfico 44: Estructura del plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Baños.....	112

Índice de Tablas

Tabla 1: Evolución del Turismo Receptor	7
Tabla 2: Evolución de mercados emisores al Ecuador	7
Tabla 3: Preferencias de actividad de turistas nacionales	9
Tabla 4: Preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales.....	10
Tabla 5: Servicios Turístico de Baños – Tungurahua	18
Tabla 6: Estructura de Servicios Turístico de Baños 2011	40
Tabla 7: Marco Muestral Estratificado de los Servicios Turísticos	43
Tabla 8: Variable Independiente = la Ley de Turismo.....	48
Tabla 9: Variable Dependiente = Desarrollo Empresarial.	49
Tabla 10: Técnicas de Recolección de Información.....	51
Tabla 11: Cuantificación de Resultados.....	52
Tabla 12: Relación de objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones.....	53
Tabla 13: Requisitos de establecimientos turísticos	55
Tabla 14: Beneficios de la ley	64
Tabla 15: Programas de Mejoramiento y Administración Eficiente	65
Tabla 16: Plan de desarrollo empresarial turístico	66
Tabla 17: Tiempo de Trabajo.....	68
Tabla 18: Número de Colaboradores.....	69
Tabla 19: Ha presenciado algún tipo de sanción	70
Tabla 20: Sanciones más frecuentes.....	71
Tabla 21: Capacitación de Desarrollo Empresarial	72
Tabla 22: Frecuencia de capacitación	73
Tabla 23: Reuniones Internas.....	74
Tabla 24: Obligaciones de los Servidores Turísticos	75
Tabla 25: Programas para el mejoramiento y administración eficaz.....	76
Tabla 26: Programa de capacitación y desarrollo	77
Tabla 27: Razones por las que eligió este local.....	78
Tabla 28: Frecuencia de visita al local turístico	79

Tabla 29: Tiempo que usted es cliente	80
Tabla 30: Razones por lo que usted eligió este local.....	81
Tabla 31: Progreso e innovación en el establecimiento	82
Tabla 32: Recomendaciones al Establecimiento	83
Tabla 33: Satisfacción del Cliente (Alojamiento).....	84
Tabla 34: Satisfacción del Cliente (Operadoras de Turismo).....	85
Tabla 35: Satisfacción del Cliente (Alimentos y bebidas)	86
Tabla 36: Ofrecimiento de servicios extras	87
Tabla 37: Hora de salida del servicio de alojamiento.....	88
Tabla 38: Guías de Turismo calificados.....	89
Tabla 39: Implementación de un plan estratégico.....	90
Tabla 40: Entrevista	91
Tabla 41: Cálculo Del Chi-cuadrado	94
Tabla 42: Modelo operativo	110
Tabla 43: Análisis FODA del sector turístico del cantón Baños de Agua Santa	112
Tabla 44: Coordinación de actividades	4
Tabla 45: Plan de Acción	131
Tabla 46: Cronograma de actividades	133
Tabla 47: Evaluación	¡Error! Marcador no definido.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN Y DERECHO EMPRESARIAL

**EL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY DE TURISMO Y SU INCIDENCIA EN
EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL CANTÓN “BAÑOS DE AGUA
SANTA”**

Autora: Ing. Jheimy Sabrina Caicedo Reyes

Tutor: Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

Fecha: 29 de Mayo del 2012

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo elaborar un plan estratégico de desarrollo empresarial para el cantón Baños de Agua Santa, como alternativa de solución ante el incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el desarrollo empresarial. Donde se demuestra que la falta de conocimiento legal y organizacional, ha ocasionado un deterioro del turismo, motor principal de la economía del cantón. Se propone entonces un plan de acción que contiene varias estrategias, las mismas que están planificadas secuencialmente para lograr el objetivo de impulsar una cultura de turismo responsable y sostenible por medio de actividades como: la coordinación entre instituciones públicas y privadas, la capacitación, programas de control y finalmente la promoción turística a nivel nacional e internacional. Para así lograr el objetivo de tener una ciudad turística ejemplar.

Descriptores del Trabajo de Investigación: Incumplimiento, ley de turismo, desarrollo empresarial, plan estratégico, turismo responsable y sostenible.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO

POSTDEGREE STUDY CENTER

MASTER IN TAXATION AND BUSINESS LAW

BREACH OF THE TOURISM LAW AND ITS IMPACT ON BUSINESS

DEVELOPMENT OF “BAÑOS DE AGUA SANTA” CANTON.

Author: Ing. Jheimy Sabrina Caicedo Reyes

Tutor: Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

Date: May 29, 2012

SUMMARY

This research aims to develop a strategic business development for Baños de Agua Santa canton, as an alternative solution to the failure of the Tourism Law and its impact on business development. Which shows that the lack of legal and organizational knowledge, has caused a decline in tourism, the main engine of economy in the canton. It then proposes an action plan which contains various strategies, they are planned sequentially to achieve the objective of promoting a culture of responsible and sustainable tourism, through activities such as: coordination between public and private institutions, training, control programs and finally the promotion of tourism nationally and internationally. Order to achieve the goal of having an exemplary tourist town.

Research Project Descriptors: Default, tourism law, business development, strategic planning, responsible and sustainable tourism.

INTRODUCCION

El turismo constituye actualmente, la tercera fuente de ingreso de divisas al país, después de las exportaciones petroleras y de banano, desplazando a los ingresos generados por exportaciones de camarón a un quinto lugar, el mismo que en años anteriores constituyó la tercera fuente de divisas.

Baños de Agua Santa por décadas se ha destacado turísticamente, porque su rica y antigua historia relacionada con la religión, sus aguas termales, los sucesos acontecidos por las erupciones del volcán Tungurahua, este último es considerado un atractivo para turistas nacionales y principalmente extranjeros por su belleza natural, ofreciendo un espectáculo impresionante en estado natural y hermosos paisajes.

Actualmente, el turismo en la ciudad de Baños de Agua Santa, ha sido identificado como su principal eje de desarrollo económico y social, pues el 90% de su población está directamente relacionada con este sector, por lo que los empresarios turísticos han implementado locales comerciales para satisfacer dicha demanda. Este crecimiento ha evolucionado casi espontáneamente sin ningún tipo de organismos de control que regulen dicha actividad, razón por la cual el desarrollo empresarial es negativo para todos quienes convivimos y palpamos día a día este problema.

Cuando se busca que una industria comience su desarrollo empresarial, es muy importante que se tenga una planificación y espíritu innovador, de esta manera todos los actores e implicados en este proceso sabrán que se dirigen a un solo objetivo, es así que los esfuerzos dejan de ser aislados y se convierten en la suma de acciones a favor del logro que se desea alcanzar.

De tal manera surge la necesidad de estudiar el incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el desarrollo empresarial del sector turístico del cantón Baños de Agua Santa y proponer alternativas de solución al problema planteado.

A fin de llevar a cabo la presente investigación se ha visto la necesidad de aplicar técnicas como la encuesta a: Propietarios de establecimientos turísticos, empleados y clientes. Entrevista con directivos del departamento de Turismo del GADBAS.

A continuación se menciona la descripción general del contenido de los Capítulos:

En el I capítulo, se plasma la contextualización de la problemática e inconvenientes que se ha formado en la organización, para saber su verdadera realidad, se realiza un enfoque sobre la posición de los mismos basándonos en la realidad pasada y actual, estructura del árbol de problemas para definir la variable dependiente e independiente, se plantea la formulación del problema, interrogantes, delimitación del centro de investigación y se formulan los objetivos.

En el II capítulo, se encuentra la fundamentación teórica del problema ya detectado y se toma como soporte criterios de diversos autores que ya han realizado estudios previos a la investigación. También localizamos un soporte legal, el cual nos permitirá sustentar el mismo, definimos categorías por cada variable y se realiza un esquema de los diferentes conocimientos científicos que respaldan el trabajo investigativo.

En el III capítulo, se especifica el enfoque y tipos de investigación en el que se fundamenta este trabajo al igual que en la metodología, para la búsqueda y recolección de información se establece las poblaciones y se

define la muestras, por último se desarrolla la operacionalización de las variables independiente y dependiente.

En el IV capítulo, se analizan los resultados de las encuestas realizadas a los clientes, colaboradores y propietarios de establecimientos turísticos, representados en pasteles, y la verificación de la hipótesis.

En el V capítulo, se redactan las principales conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación.

En el VI capítulo, se desarrolla la propuesta de un plan estratégico de desarrollo empresarial para el sector turístico del cantón Baños, para lo cual se realizara un diagnóstico de la situación actual del territorio, análisis FODA, formulación de objetivos, estrategias y acciones planificadas y coordinadas las mismas que son plasmadas detalladamente en un plan de acción.

En anexos se incluyen los formatos de las encuestas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Tema de Investigación

“El incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa”.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Contexto Macro

El turismo se ha convertido en la actividad socio-económica más grande del mundo, es por ello que la **Organización Mundial de Turismo (2.005)**, define al turismo como “El motor de crecimiento económico de varios países.

Gráfico 1: Turismo en el Mundo



Fuente: OMT (2005)

Según estadísticas de la **Organización Mundial del Turismo (1.999)**, para 1.990 hubo unas 340 millones de llegadas internacionales, para 1.995 más de 567 millones y, para 1.999 más de 657 millones de llegadas internacionales, como un indicador claro de lo que es el crecimiento del turismo a nivel global; para el año 2.020 se prevé que habrá más de 1.600 millones de llegadas internacionales.

Ecuador, se encuentra ubicado en un lugar privilegiado del planeta, al nor-occidente de América del sur, el Ecuador limita al norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú y al oeste con el océano pacífico y se encuentra dividido en dos hemisferios por la línea equinoccial y en cuatro mundos por su geografía.

Según **TRAVEL Planner (2010: 9p)**, El Ecuador es el país más diverso del mundo en proporción a su territorio 256.730 Kilómetros cuadrados, por ello es considerado como PATRIMONIO NATURAL.

Con cuatro mundos muy diferentes:

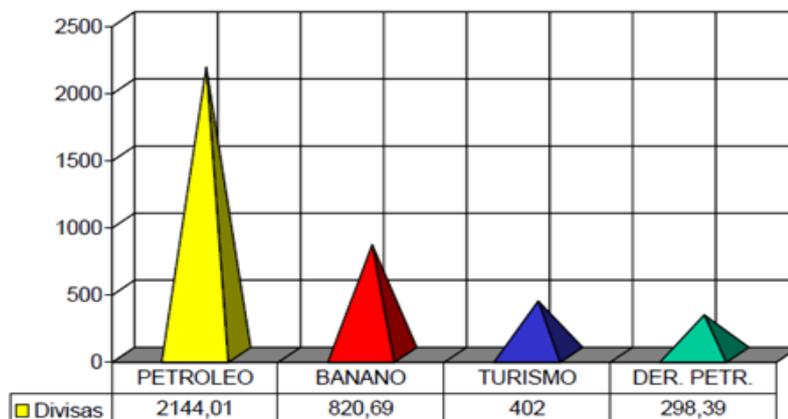
- Galápagos, la naturaleza en estado puro.
- Costa, donde las playas verdes se encuentran con el mar.
- Andes, la avenida de los volcanes.
- Amazonía, de las cumbres andinas a la selva.

Con grandes áreas protegidas (18% de la superficie del país); Con la unicidad del Parque Nacional Galápagos y su reserva biológica Marina, y el parque Nacional Sangay, patrimonios naturales de la humanidad; Con los parques nacionales de Sumaco, Yasuní y Galápagos, declarados Reservas de la Biósfera por la UNESCO.

Con la mayor cantidad de flora y fauna por KM².

- El segundo país del mundo de diversidad de vertebrados endémicos.
 - El tercero en diversidad de anfibios
 - El cuarto en especies de aves
 - El quinto en mariposas apolónidas
 - Alberga al 10% de plantas de especies del mundo
 - Contiene el 10,7% de los animales vertebrados del planeta.
 - Y el 35% de las especies de los colibríes..
- Todo esto en el 0,19% de la superficie terrestre.

En el contexto nacional el turismo constituye hoy por hoy la tercera fuente de ingreso de divisas al país, después de las exportaciones petroleras y de banano, desplazando a los ingresos generados por exportaciones de camarón a un quinto lugar principalmente por la presencia de la plaga de la “Mancha Blanca”, el mismo que en años anteriores constituyó la tercera fuente de divisas.



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: PLANDETUR 2020

Según el **Ministerio de Turismo del Ecuador (2.008)**, el Ecuador, genera en forma directa más de 48.300 empleos directos y varios miles más de empleos indirectos debido a la extensa cadena de valor perteneciente a la

actividad generando en su conjunto más de 400 millones de dólares anuales en el 2.000.

Revisando la evolución en el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el año 2000, se observa que el turismo ha ido en aumento cada año.

Tabla 1: Evolución del Turismo Receptor

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

Fuente: MINTUR

Elaborado: PLANDETUR 2020

Tabla 2: Evolución de mercados emisores al Ecuador

Norteamérica	2004	2005	Variación 2004-2005	2006	Variación 2005-2006	Variación 2004-2006
EEUU	182.000	206.000	13,2%	227.000	10,2%	24,7%
Canadá	15.308	16.428	7,3%	18.444	12,3%	20,5%
Total	197.308	222.428	12,7%	245.444	10,3%	+24,40%

Mercosur	2004	2005	Variación 2004-2005	2006	Variación 2005-2006	Variación 2004-2006
Argentina	15.354	16.720	8,9%	18.448	10,3%	20,2%
Brasil	10.295	11.255	9,3%	13.672	21,5%	32,8%
Chile	17.541	18.228	3,9%	21.125	15,9%	20,4%
Total	43.190	46.203	7,0%	53.245	15,2%	+23,3%

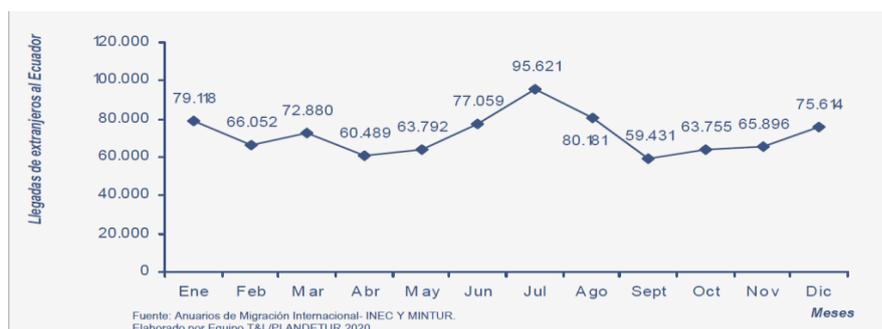
Europa	2004	2005	Variación 2004-2005	2006	Variación 2005-2006	Variación 2004-2006
España	26.669	31.956	19,8%	32.772	2,6%	22,9%
Italia	11.745	12.278	4,5%	13.227	7,7%	12,6%
Francia	13.336	15.363	15,2%	16.327	6,3%	22,4%
Alemania	19.451	20.809	7%	21.870	5,1%	12,4%
Reino Unido	20.867	22.822	9,4%	24.344	6,7%	16,7%
Países Bajos	8.766	9.115	4,0%	10.260	12,6%	17,0%
Total	100.834	112.343	11,4%	118.800	5,7%	+17,8%

Fuente: FMPT

Elaborado: PLANDETUR 2020

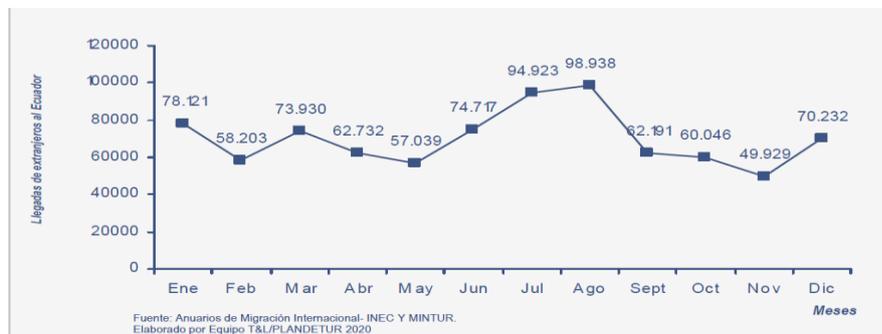
En cuanto a la estacionalidad de la demanda los meses de mayor afluencia de turistas son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre, tal como se demuestra en las tablas y los gráficos siguientes.

Gráfico 2: Estacionalidad Demanda 2009



Fuente: Anuarios de Migración Internacional INEC Y MINTUR
Elaborado: Equipo PLANTUR 2020

Gráfico 3: Demanda 2010



Fuente: Anuarios de Migración Internacional INEC Y MINTUR
Elaborado por: Equipo PLANTUR 2020

Según la **Encuesta de Turismo Interno (2009-2010)**, realizada por el MINTUR, el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Gráfico 4: Visitantes Nacionales de Ecuador



Fuente: Sistema de Estadísticas turísticas. Ministerio de turismo de Ecuador

Elaborado: PLANDETUR 2020

En cuanto a preferencias de actividad de turistas internos, el mismo estudio hace una muestra de 2'666.315 turistas nacionales para conocer las preferencias y sitios de visita.

Tabla 3: Preferencias de actividad de turistas nacionales

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Diversión	1.214.990	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,1
Practicar deportes	326.317	12,2
Gastronomía	170.882	6,4
Observar flora y fauna	79.232	3
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Realizar compras	52.381	2
Visita a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Otros	44.137	1,7
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: Sistema de Estadísticas turísticas. Ministerio de Turismo de Ecuador.

Elaborado: PLANDETUR 2020

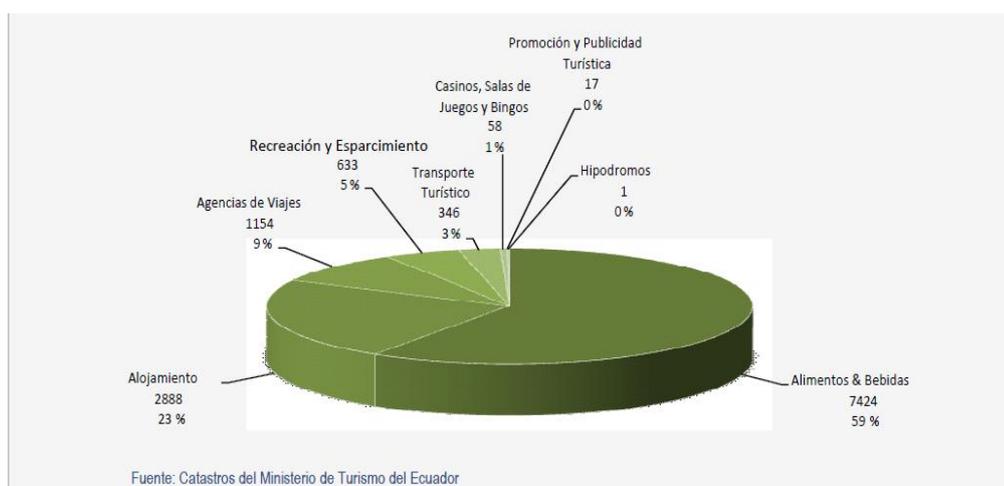
De los datos obtenidos en la tabla 3, se determinó que el visitante nacional tiene preferencia a la actividad de diversión con el 45.6%, que corresponde a 1.214.990 de turistas de un total de 2'666.315 turistas nacionales.

Tabla 4: Preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales

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

Fuente: Sistema de Estadísticas turísticas. Ministerio De turismo de Ecuador
Elaborado: PLANDETUR 2020

Gráfico 5: La Planta Turística en Ecuador 2010



Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado: PLANDETUR 2020

La actividad predominante es Alimentos & Bebidas con el 59% con 7.424 establecimientos, luego Alojamiento con 2.888 establecimientos que representan el 23%, Agencias de viaje el 9% y el restante 8% se distribuyen en Recreación y esparcimiento, Transporte Turístico, Casinos, bingos y salas de juego, un hipódromo, y Empresas de Promoción y publicidad especializadas en turismo.

- El **70% de los alojamientos** se concentran en 7 de las 22 provincias, concretamente: Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5%, Manabí 10,1%, **Tungurahua 6,3%**, Azuay 5,0% e Imbabura 4,6%. El 30% restante están en las otras 15 provincias.
- De los **2.888 establecimientos de Alojamiento** el 70.2% se concentran en el 12% de las ciudades (32 de 261), destaca Quito 13,7%, Atacames 7,6%, Guayaquil 6,5%, Cuenca 4.0% y **Baños de Agua Santa 3,9%**. En estas 5 ciudades se concentra el 35,7% de los alojamientos.
- El **75% de los establecimientos de Alimentos & Bebidas** están en 5 de las 22 provincias, estas son: Guayas el 34,9%, Pichincha el 23.3%, Azuay 7.7%, Manabí el 5.2% y **Tungurahua 3,5%**. La diferencia (25%) está en las otras 17 provincias.
- El **76% de las Agencias de Viaje** están en 4 de las 22 provincias, específicamente: Pichincha 39,4%, Guayas 23,4%, Azuay 7,9% y **Tungurahua 5,5%**. El 24% restante están en las otras 18 provincias.

Según **estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración.(2011)**, el comportamiento de Turismo en Ecuador en el mes de Diciembre de 2011, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del

5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2010. Sin embargo, en el período Enero-Diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2010 a 1.046.968 en el año 2011.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Diciembre se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 23,79%, 19,48% y 14,73% en su orden, y mercados tales como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,64%, 2,39%, 2,14% y 1,94% respectivamente.

En el mismo período de referencia, alrededor del 97% de movimientos (entradas-salidas) se efectúan a través de cuatro Jefaturas de Migración ubicadas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas.

En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer semestre del año 2011 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 386,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al Egreso de Divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 410,4 millones de dólares, de los cuales 282,8 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 127,6 millones de dólares al gasto en transporte aéreo.

1.2.1.2. Contexto Meso

Tungurahua, es una provincia que está situada en la región interandina del Ecuador. Toma el nombre de la formación volcánica que la abraza, el

activo Tungurahua, tiene una extensión de 3334 km² y se encuentra a 2620 msnm se divide en 9 cantones, siendo Ambato la capital administrativa y la más extensa, luego le sigue el cantón Baños de agua Santa, considerado como la entrada al oriente ecuatoriano.

Según datos de el INEC la tasa de crecimiento del sector rural es del 1,9%, esto muestra que hay una alta tendencia de crecimiento poblacional urbana causada por el alto índice de natalidad y por la migración campo-ciudad, por la gran actividad comercial e industrial que posee la capital, pese que un buen porcentaje de los habitantes se encuentran en el sector rural, contrastando a la vez con el gran actividad agrícola que posee esta provincia, motivo por el cual se ha convertido en uno de los puntos de abastecimiento de muchos de los productos de primera necesidad a nivel nacional.

Existe una gran producción de productos como tubérculos, raíces, hortalizas, frutas y flores, además industrias como de calzado, cuero textil, muebles, productos químicos, alimentos y bebidas.

Como es de conocimiento general el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de nuestro país, y en especial de nuestra provincia.

El turismo no solo impacta en el propio sector económico, sino que influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de calidad de vida de nuestros habitantes y una mantención de nuestros atractivos naturales, por esta razón cantones como Ambato, Patate y el principal cantón turístico como es Baños de Agua Santa aportan con una gran industria turística que le han consolidado a Tungurahua como una de las provincias más visitadas a nivel nacional.

1.2.1.3. Contexto Micro

La ciudad turística de Baños de Agua Santa, se encuentra en un valle con cascada y aguas termales junto al volcán Tungurahua, a una distancia de apenas 180 Kms. De Quito y a 35 Km. De Ambato. Posee temperaturas promedio de 18 a 25 grados centígrados.

Baños de Tungurahua, región que se ubica entre el alto Pastaza, desde su formación en la Juntas del Chambo y el Patate, hasta la iniciación misma del Oriente ecuatoriano propiamente dicho, el maravilloso país de la Canela.

Históricamente, es a partir de los años ochenta que el turismo empieza a tener un impacto significativo en la economía y en el paisaje local. Aparecen más restaurantes y hosterías en la ciudad. Se da el primer curso para guías de turismo, y se toma conciencia del potencial eco turístico del cantón. En la misma década, se dan los primeros impactos ecológicos negativos de acuerdo a la población.

Como por ejemplo, se menciona la desaparición de caminos ecológicos, y la implementación de criaderos avícolas lo cual incrementó la contaminación de los ríos Ulba y Pastaza. Además en la década del ochenta se construyó la hidroeléctrica Agoyán con la consecuente desaparición de la cascada del mismo nombre.

Para la década de los noventa, la población ya consideraba que el turismo era el eje articulador de la actividad económica del cantón. Con la creación de los parques nacionales Llanganates y Sangay, Baños se convierte en puerta de entrada a los mismos.

Se construye la primera tarabita para cruzar el Río Pastaza en la parroquia de Río Verde en 1998. Sin embargo, al año siguiente en 1999 el

volcán Tungurahua erupciona y la ciudad de Baños tuvo que ser evacuada, cortando temporalmente el crecimiento turístico del cantón.

Este desastre natural detuvo la afluencia de turistas por un tiempo, y fue un duro revés económico; pero por otro lado mostró que la población podía actuar conjuntamente por un objetivo común.

El regreso organizado a la ciudad aun cuando el gobierno nacional se oponía al mismo se ha convertido en un hito para los pobladores.

En 1997 se crea dentro del Municipio la Oficina de Información Turística y se crea el primer Plan Cantonal.

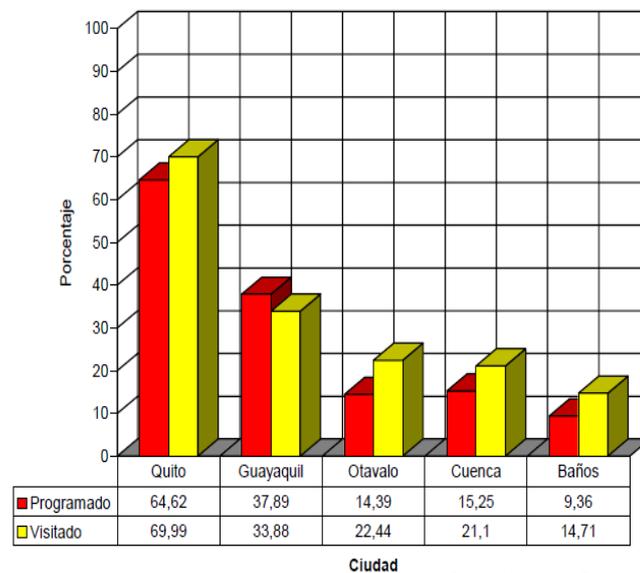
Después del año 2000 y el retomo de la población baneña que emigró por la erupción del volcán, creció la actividad turística nacional y extranjera. En ese tiempo también aparecen las ONG ambientalistas.

La ONG World Wild Fund (WWF) impulsa la creación del Corredor Ecológico Llanganates - Sangay, y otorga a Baños el calificativo de "Regalo de la Tierra".

Baños de Agua Santa, ha figurado en el mapa turístico del Ecuador desde que esta en actividad porque tiene una rica y antigua historia relacionada con la religión, la colonización y los sucesos acontecidos por las erupciones del volcán Tungurahua, que iniciaron desde el 4 de febrero de 1773 hasta llegar a nuestros días, este último es considerado un atractivo turístico de nacionales y principalmente extranjeros por su belleza natural ofreciendo un espectáculo impresionante en estado natural, hermosos paisajes y zonas de vida.

Según el **Ministerio de Turismo (2000)**, en sus encuestas realizadas a turistas no residentes en el Ecuador, la ciudad de Baños era considerada la quinta ciudad más visitada por los extranjeros.

**Gráfico 6: Cinco ciudades más visitadas del Ecuador
2.000**



Fuente: Ministerio de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado: PLANDETUR 2020

El turismo en la ciudad de Baños de Agua Santa ha sido identificado como su principal eje de desarrollo económico y social. Es una actividad que se ha desarrollado casi espontáneamente teniendo en los últimos años el apoyo del Ministerio de Turismo.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa “GDBAS” (2012), el 90% de la población Baneña está relacionada directa o indirecta del turismo es por ello que sus ingresos se deben completamente al sector turístico y este gracias a sus atractivos turísticos en estado natural “vívelo en vivo”.

- Atractivos Naturales y Culturales de Baños:
- Volcán Tungurahua (activo)
- Río Pastaza
- Cascada Manto de la Novia
- Cascada de la Virgen de Agua Santa
- Cascada de Ulba
- Cascada de Agoyán
- Cascada Pailón del Diablo
- Encañonado del Duende
- Piscinas del Salado (Aguas termales)
- Piscinas de la Virgen (Aguas Termales)
- Piscinas Modernas
- Monumento a la Virgen de Agua Santa
- Museo de la Virgen de Agua Santa
- Museo Huillacuna
- Basílica de la Virgen de Agua Santa
- Parque Nacional Sangay
- Parque Nacional Llanganates
- Zoológico San Martín
- Acuario Serpentario San Martín.
- Deportes Extremos.

El Cantón Baños, según datos expuestos por el Departamento de Turismo del GADBAS, a diciembre de 2011 cuenta con 160 locales destinados al servicio de Alojamiento, categorizados de acuerdo al número de habitaciones, 134 locales destinados al servicio de alimentación, clasificados de acuerdo al producto que ofrecen, 29 locales destinados al servicio de bebidas clasificados en bares y discotecas, 69 operadoras de turismo, 4 empresas de transporte turístico, 2 centros recreacionales y 1 compañía Ltda. de Tarabita.

Tabla 5: Servicios Turístico de Baños – Tungurahua

ALOJAMIENTO	CANTIDAD
Pensiones	31
Hostales	71
hostales Residenciales	32
Hoteles	13
Hosterías	12
Moteles	1
Subtotal	160
ALIMENTACION	
Cafeterías	17
Fuentes de soda	7
Restaurantes	110
Subtotal	134
BEBIDAS	
Bares	9
Discotecas	20
Subtotal	29
OPERADORAS DE TURISMO	69
Subtotal	69
TRANSPORTE DE TURISMO	4
Subtotal	4
CENTROS RECREACIONALES	2
Subtotal	2
DEPORTES EXTREMOS	1
Subtotal	1
TOTAL	399

Fuente: Dto. De Turismo
Elaborado por: Caicedo, Jheimy (2012)

En conclusión en Baños de Agua Santa existen actualmente un total 399 locales de servicio turístico.

1.2.2. Análisis Crítico

Considerando la situación actual del cantón Baños, identificamos que el desarrollo empresarial existente no es el adecuado, a sabiendas de que la ciudad es netamente turística, se ha podido señalar varias causas que impiden un crecimiento sostenible del turismo.

Entre ellos tenemos que la mayoría de las empresas son creadas por imitación mas no por un previo análisis de mercado que les permita diagnosticar la verdadera situación a la que van a enfrentar.

Otro de los factores que incide, es la deficiente formación técnica que disponen quienes están operando turísticamente,

Además la mayor parte de empresas no disponen de una estructura organizacional que les permita crecer ordenadamente, como ejemplo consideramos el área de alojamiento donde, del total de establecimientos existentes en Baños tan solo el 16% representa hoteles y hosterías de primera categoría los mismos que cuentan con una adecuada organización administrativa que les ha permitido posesionarse empresarialmente en el mercado turístico. Al contrario del 84% que representa a los establecimientos de segunda y tercera categoría, no han podido surgir a pesar de estar mucho tiempo en el mercado.

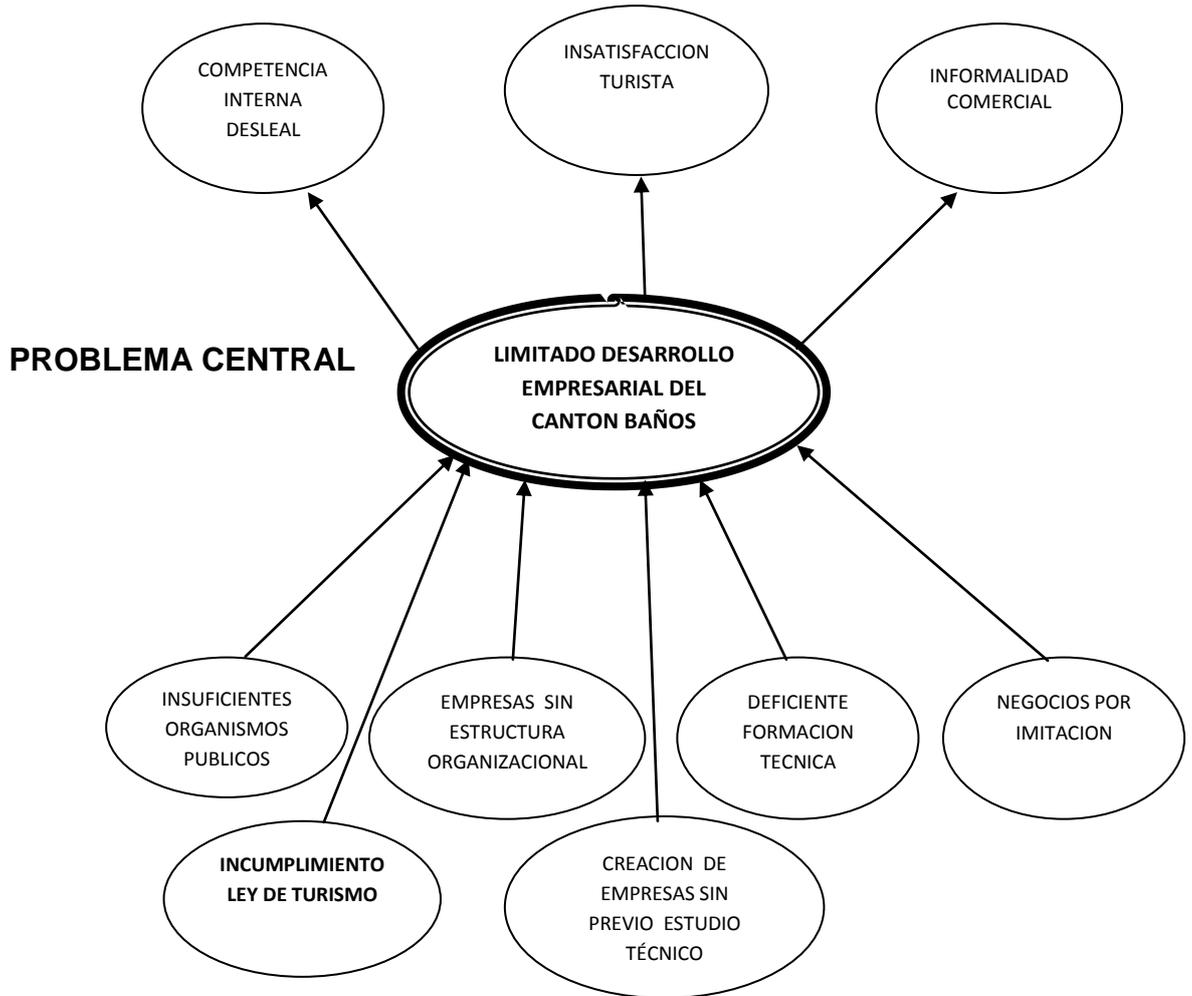
Otro aspecto que es importante citar es la poca coordinación entre entidades públicas, razón por la cual no se ha logrado concretar acciones puntuales de solución a muchos problemas.

Finalmente, el incumplimiento a las leyes y reglamentos de turismo mas los aspectos antes mencionados han generado la informalidad y por consecuencia una competencia desleal entre empresarios turísticos, dando lugar a que se produzca una insatisfacción del turista.

1.2.2.1. Árbol de Problemas.

Gráfico 7: Árbol de Problemas

EFEECTO



CAUSA

Fuente: NARANJO, Galo .
Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

1.2.3. Prognosis

De persistir el poco desarrollo empresarial en Baños de Agua Santa de la forma en que se ha evidenciado, puede traer efectos negativos como:

Los empresarios turísticos de a poco van a cerrar sus negocios, acumulando deudas principalmente bancarias y con la preocupación de que la competencia interna se tornará más desleal.

El desarrollo empresarial se verá estancado por falta de iniciativa e innovación, por ausencia de capacitación y profesionalismo pues no existe control y coordinación con todos quienes están ligados directamente con este importante sector.

Vamos perdiendo fuerza atractiva para los turistas, es decir “nos morimos del hambre viendo como la gallina de los huevos de oro se va secando porque nadie le da de comer”. Nuestra ciudad a este paso será un atractivo mas, que se volvió monótono y conflictivo.

Todos criticamos pero no actuamos a sabiendas de que el motor económico del cantón abarca cerca del 100%, es decir dependemos del turismo.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Es el incumplimiento de la Ley de Turismo, lo que limita el Desarrollo Empresarial del sector turístico del cantón de Baños de Agua Santa?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Por qué se origina el problema?
- ¿Cuáles son las Leyes que regulan al sector turístico?
- ¿Por qué no se cumplen las Leyes?
- ¿Qué porcentaje de negocios cumplen con las leyes?
- ¿Quiénes son los organismos de control del sector turístico?
- ¿Cuántas empresas Turísticas se destacan?
- ¿Capacitan a los propietarios de los negocios Turísticos?
- ¿La falta de cumplimiento de las leyes afecta el desarrollo empresarial de los servidores turísticos?
- ¿Qué porcentaje del sector comercial se dedica al turismo?.
- El factor principal de incumplimiento es el desconocimiento de leyes?

1.2.6. Delimitación

Campo: Derecho Empresarial

Área: Administración - Turismo

Aspecto: Desarrollo Empresarial

Temporal: Para el desarrollo del presente estudio se tomará información disponible desde 2008 hasta 2011

Espacial: Provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, sector turístico.

1.3. Justificación

Esta investigación, se realiza en base al interés como estudiante de la maestría en “Tributación y derecho empresarial”, para contribuir con el desarrollo turístico sostenible y a su vez por ser una servidora turística

que brinda al viajero nacional e internacional el servicio de alimentación y alojamiento.

Al citar a Baños como la cuarta ciudad más visitada en el Ecuador, es importante proporcionar una atención adecuada a la situación actual que sucede en el turismo, como se encuentra el desarrollo empresarial, qué medidas se están tomando ante la aparición de nuevos destinos turísticos en ciudades aledañas, como se planifica brindar un servicio de calidad al turista que visitan nuestra ciudad, estas y otras interrogantes pretendemos responder a través de este estudio, con un diagnóstico eficaz de la planta turística para saber con claridad las acciones a tomarse antes de palpar una agonía de la principal fuente de trabajo.

La falta de decisiones oportunas por parte de autoridades y empresarios a conllevado que surja una serie de problemas relacionados con la informalidad en muchos sectores del turismo, hasta el punto de tener nuestro cantón una mala fama a nivel nacional e internacional por la competencia desleal existente entre los mismos empresarios turísticos, conllevando a que el mismo mercado devalúe la gran infraestructura y la variedad de opciones existentes en nuestro destino.

Otro de los factores trascendentales es el incumplimiento de la Ley de turismo, no solo por el desconocimiento sino también por la falta de control por parte de organismos públicos que no cuentan con el suficiente personal técnico para desempeñarse como deberían.

Todo esto hace que se justifique la necesidad de elaborar un plan estratégico de desarrollo empresarial para el cantón Baños, en el que se brinde las estrategias necesarias a tomarse, y permita impulsar el verdadero desarrollo que necesita esta gran ciudad turística.

Se planifica involucrar a todos los sectores que lucren del turismo, para crear un comprometimiento permanente y algunos incentivos para los que mejor se desempeñen.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Estudiar la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Verificar el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos por parte de las empresas que conforman el sector turístico del cantón.
- Analizar la forma en que se ha presentado el Desarrollo Empresarial de las empresas que conforman el sector turístico del cantón.
- Diseñar un plan estratégico de desarrollo empresarial para el sector turístico del cantón Baños.

CAPITULO II

MARCO TEÒRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Para una mejor investigación tenemos que basarnos en sustentos bibliográficos, emitidos por varios autores que ayudaran afianzar el problema propuesto. “El incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa”. Se tuvo al alcance diferentes fuentes con criterios coincidentes con el motivo de este estudio, donde se refieren al desarrollo empresarial y los alcances positivos que se pueden lograr en el sector turístico.

Según **JARAMILLO, Alonso. (2009)**, cuando se refiere a: “El Desarrollo Del Sector Turístico Interno Receptivo De La Provincia De Tungurahua” concluye que “Los clientes no perciben el profesionalismo en los servicios turísticos ofertados en la provincia, por ello el autor recomienda “insistir en la cooperación entre los sectores públicos y privados para obtener mejores resultados”, por ejemplo: los servidores turísticos deben capacitarse en aspectos legales y empresariales, que les permita ofrecer servicios de calidad, por ende clientes satisfechos.

Para muestra, se citarán varios autores contemporáneos, entre ellos el español **CHÍAS, Josep. (2.003)**, que afirma que los grandes objetivos de incrementar el número de turistas del país con sus consecuencias de aumentar los ingresos turísticos y de generar empleo en el país, es siempre el resultado de un arduo proceso de planificación y coordinación. Este autor reconoce al Desarrollo Estratégico Empresarial como el instrumento técnico adecuado para el planteamiento y logro de estos objetivos.

Según el **PLANDETUR 2020. (Mintur: 2008)**, entre sus objetivos están el de “Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.

Para **RIVERA, Juan Manuel. (2008)** “El diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible busca consolidar el turismo como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social de un país, con la participación del sector público y la participación de los actores del sector privado.

Estas definiciones que los autores nos ofrecen, nos orientaran con certeza a la solución del problema Empresarial del sector turístico.

Los empresarios turísticos deben entonces valorizar y beneficiarse del patrimonio cultural y encanto natural de la región, aprovechando las ventajas que se posee, trabajando de una manera responsable sin perjudicar en entorno permitiendo de esa manera construir un turismo sostenible.

2.2. Fundamentaciones

2.2.1. Fundamentación Filosófica

La presente investigación, se encuentra ubicada en el paradigma crítico propositivo; crítico porque analiza una realidad social del sector turístico; y propositivo por cuanto busca plantear alguna alternativa de solución a la falta de cumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial. Visto este a través de sus características como son: Epistemológico, ontológico, axiológico y metodológico.

2.2.1.1. Fundamentación Epistemológica

Desde el punto de vista epistemológico la presente investigación nos conduce a conceptualizar el desarrollo empresarial turístico y su impulso mediante instrumentos jurídicos y de planificación que regulen, promuevan y velen por su adelanto.

2.2.1.2. Fundamentación Ontológica

Desde el punto de vista ontológico, conocida la realidad del sector, se pretende proponer una alternativa de direccionamiento que oriente de mejor manera las acciones comerciales de las organizaciones que conforman el sector turístico.

2.2.1.3. Fundamentación Axiológica

La investigación busca rescatar los valores de responsabilidad y compromiso, por parte de los proveedores de los servicios turísticos para que desde esta perspectiva, asuman con una visión y orientación consiente su papel de gestores del cambio positivo para la sociedad.

2.2.1.4. Fundamentación Metodológica

Finalmente en el aspecto metodológico, el trabajo se desarrolló a través de investigaciones bibliográfica, de campo, exploratoria, descriptiva y explicativa.

2.2.2. Fundamentación Legal.

El turismo se desarrolla dentro de un marco legal, que regula cada una de las actividades realizadas en este ámbito, para lo cual se respalda en leyes Generales, Reglamentos y Normativas, entre los que podemos citar:

- Ley de Turismo. (LT). **(Ver anexo 1)**
- Reglamento General a la Ley de Turismo (RGAT). **(Ver anexo 2).**
- Reglamento General de Actividades Turísticas. (RGALT). **(Ver anexo 3).**
- Acuerdos Interministeriales. **(Ver Anexo 4).**

2.3. Categorías fundamentales

2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema.

2.3.1.1. Marco Conceptual Variable Independiente

La Constitución Política del Estado: En la Constitución Política del Estado se establecen normas fundamentales que amparan los derechos y libertades, organizan el Estado y las instituciones democráticas e impulsan el desarrollo económico y social.

LEY ORGÁNICA DE TURISMO: Marco legal que permitirá la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Turismo, regido bajo una normativa acorde a los momentos actuales, donde la actividad turística cumple un papel protagónico y estratégico para la diversificación socioeconómica y del desarrollo sostenible del Ecuador.

Según el **Manual de Turismo Rural (2008: 8)**, **LEY DE TURISMO** es una norma jurídica dictada por el legislador (autoridad competente), en donde contempla la traumatología para la creación y funcionamiento de los siguientes sectores: agencias de Viaje, alimentos y bebidas, alojamiento, transporte y afines. Su INCUMPLIMIENTO trae aparejada una sanción.

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, Son normas legales, creadas en el 2002, que tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de manera específica para la aplicación de la Ley de turismo.

Según el **Diccionario Wikipedia (2012: Internet)**, **ACUERDOS INTERINSTITUCIONALES:** Es un convenio regido por el derecho internacional público, celebrado por escrito entre cualquier dependencia u organismo descentralizado de la Administración pública federal, estatal o municipal.

La figura del acuerdo interinstitucional fue creada por la Ley sobre la Celebración de Tratados recogiendo una costumbre existente en México y en todos los demás países. En la celebración de los acuerdos Interinstitucional no se sigue el procedimiento previsto en la constitución para los tratados ya que basta la firma para que entren en vigor.

2.3.1.2. Marco Conceptual Variable Dependiente

Administración:

ROBBINS, L. STEPHEN P. y COULTER M.(2005: 8).- “La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas. Ya sabemos que coordinar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de las demás. La administración requiere la culminación de eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización”, sin embargo esto no significa que los gerentes pueden hacer lo que quieran y como quieran.

ROBBINS, S. y DECENZO, D.(2006: 45).- La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Es necesario ampliar esta definición básica.

Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. De acuerdo a estas definiciones podemos asumir que la administración consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos, mediante la aplicación de adecuados sistemas, permitiendo que la organización alcance su máximo nivel de desarrollo y su correcto funcionamiento en beneficio del usuario final.

Gestión Administrativa

El criterio de MORENO, M. (2007: 25), nos dice que la “Gestión administrativa, es el proceso mediante el cual se obtiene, despliega o

utiliza una variedad de recursos básicos para apoyar los objetivos de la organización”.

CASTELLANO, M.(2005, 84).- Por lo que se a conceptualizado a la Gestión Administrativa, como la aplicación del planeamiento, la organización, la dirección y el control y todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma.

MARTINEZ, M. (2006, p. 93).- Podemos decir que la gestión administrativa moderna es la acción de confeccionar una sociedad que sea económicamente estable cumpliendo con una mejora en cuanto a las normas sociales y con un gobierno que sea mucho más eficaz. Pero si nos referimos a la gestión administrativa de una empresa entonces debemos tener en claro que la misma funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador.

En base a esta definición se cree importante contextualizar que la gestión administrativa permite optimizar los recursos existentes en la empresa, procurando que todo el sistema funcione muy bien, ayudando al buen desarrollo de la organización y cumpliendo con las metas propuestas, para lo cual se debe reestructurar la organización y verificar los sectores en los que se esté fallando, aplicar nuevos sistemas de gestión Administrativos que vayan acorde con la organización.

Desarrollo Empresarial

Según EMPRESARIOS PYMES (2006: 25).- Desarrollo Empresarial Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o

fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.

Según el CONSEJO EMPRESARIAL MUNDIAL PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL (2012: Internet).

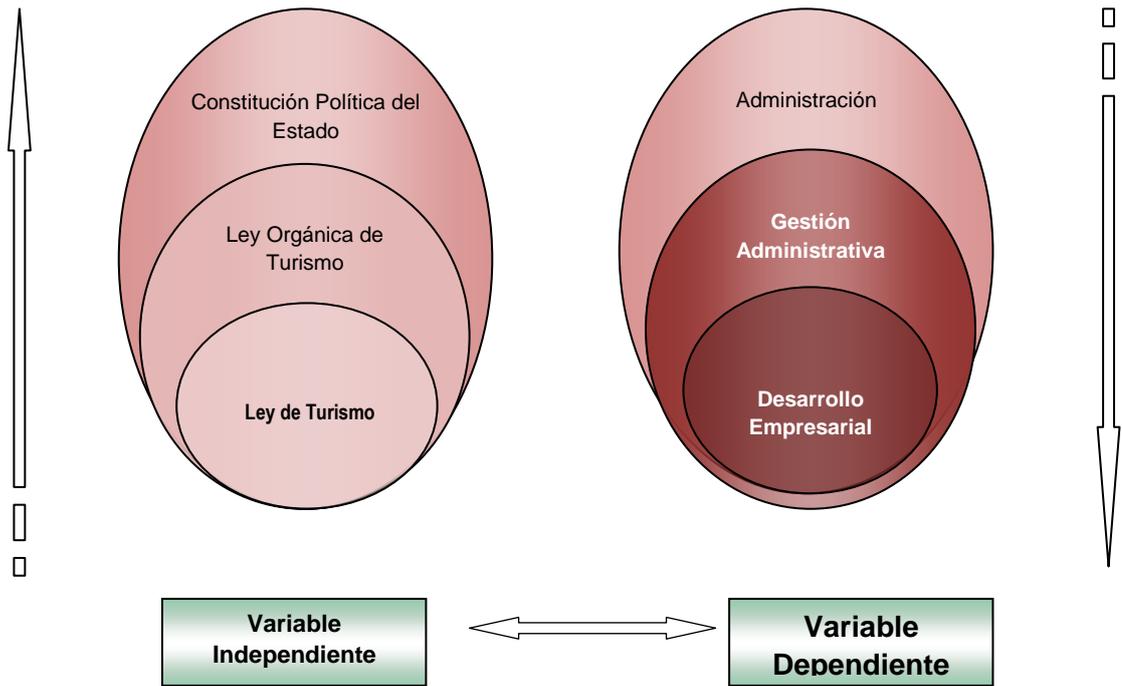
1. El buen gobierno es aquel que genera alianzas, necesarias para hacer que el desarrollo sea una parte de la solución. Se necesitan marcos de apoyo y reglamentos para crear negocios que contribuyan plenamente al desarrollo sostenible.
2. Las empresas tienen que ganarse su licencia para operar, innovar y crecer. La manera de hacer negocios es crucial para su éxito. La contabilidad, el profesionalismo, la ética, la transparencia, la responsabilidad social y ambiental y la confianza son requisitos básicos para el éxito empresarial y el desarrollo sostenible.

Según el Diccionario Wikipedia. (2012: internet), Managing in the Next Society (2002), "el desarrollo empresarial es la capacidad de redefinir los modelos empresariales existentes, de manera que generen nuevo valor para los clientes, producir amargas sorpresas para la competencia y generar nueva riqueza", el concepto pivota más que sobre aplicaciones, sobre un modelo empresarial novedoso, haciendo que la verdadera competencia se dé entre modelos y conceptos más que entre productos o empresas.

2.3.2. Gráficos de inclusión interrelacionados.

- **Superordinación Conceptual**

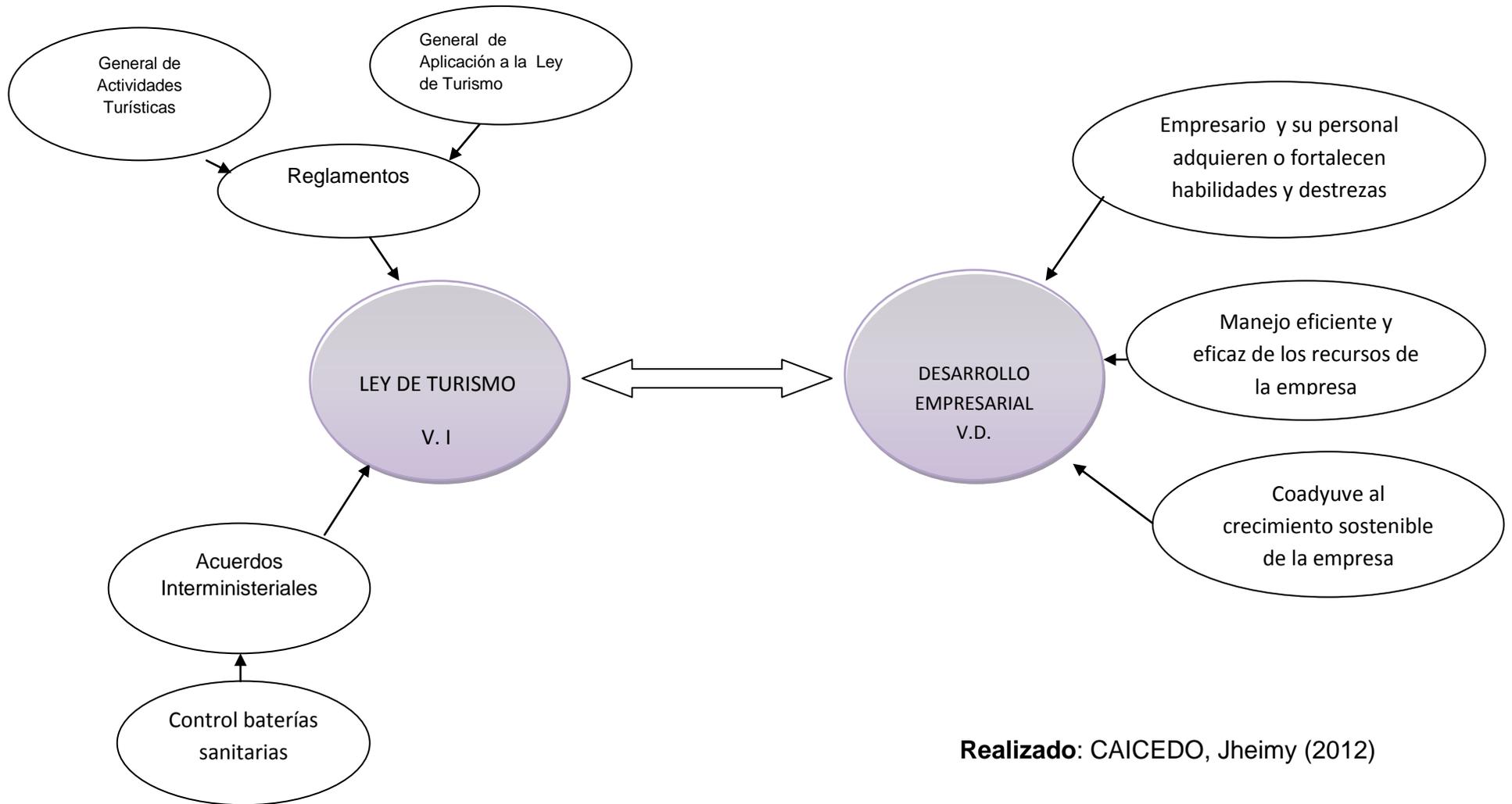
Gráfico 8: Categorías Fundamentales



Fuente: NARANJO, Galo.
Realizado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 9: Subordinación Conceptual de las variables

• **Subordinación Conceptual**



Realizado: CAICEDO, Jheimy (2012)

2.4. Hipótesis

“El incumplimiento de la Ley de Turismo limita el Desarrollo Empresarial del Cantón Baños de Agua Santa”.

2.4.1. Señalamiento de variables

Variable Independiente: Incumplimiento de la Ley de Turismo.

Variable Dependiente: Desarrollo Empresarial.

Utilidad de Observación: Cantón Baños de Agua Santa.

Términos en Relación: Limita

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

3.1. Enfoque

El enfoque, de la investigación tiene carácter cualitativo - cuantitativo por ser básicamente de carácter social. La investigación está basada en el paradigma cualitativo, teniendo en cuenta el conocimiento fundado en la realidad sobre el desarrollo empresarial, basada en la exploración de los hechos, descubriendo una realidad que se vive actualmente en el Cantón de “Baños de Agua Santa”, en el sector Turístico.

El cuantitativo, busca datos estadísticos a través de la encuesta, la verificación de la hipótesis, y respaldarse en informaciones objetivas, logrando cuantificar el problema investigado.

Según SANDOVAL, Carlos. (2002:27), la investigación cualitativa reconoce la subjetividad de los sujetos como parte constitutiva de su proceso indagador. Ello implica que las ideologías, las identidades, los juicios y prejuicios, y todos los elementos de la cultura impregnan los propósitos, el problema, el objeto de estudio, los métodos e instrumentos. Forman parte incluso de la selección de los recursos y los mecanismos empleados para hacer la presentación y divulgación de los resultados e interpretaciones del estudio.

La búsqueda del conocimiento mediante el apoyo de datos cualitativos no es reciente. Desde la antigüedad clásica se manifiesta la generación del saber a través de la lógica, la observación y el lenguaje. Se habla de métodos cualitativos en plural. No hay una cosa única que podamos denominar metodología cualitativa. Se trata de una diversidad de caminos en el marco de la investigación social. Esa diversidad de opciones viene dada tanto por la naturaleza de cada método empleado, como por la diversidad de paradigmas, modelos y procedimientos que le dan sustento.

Ante lo mencionado anteriormente se trata de una búsqueda abierta de conocimiento comprometido con la verdad y con el bienestar de los seres humanos. Implica un compromiso entre las personas, una interacción y una negociación constante. La validación y fiabilidad en la investigación cualitativa tiene que ver con el grado de acercamiento existente entre la investigación y la realidad, así como de la pertinencia de las técnicas empleadas.

3.2. Modalidad básica de la investigación

3.2.1. Investigación de Campo

La investigación de campo, corresponde a un tipo de diseño de investigación, que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

3.2.2. Investigación Bibliográfica – Documental

Utilizamos la investigación bibliográfica - documental, ya que de esta manera podremos elegir la información escrita que más se ajuste a nuestra investigación, recurriendo a libros, revistas, tesis de grado, informes, monografías, etc.; siempre y cuando guarde relación con

nuestro tema objeto de estudio. De tal modo que se pueda fundamentar la información aplicando las técnicas de fichaje y lectura científica.

3.3. Nivel o tipo de investigación

3.3.1. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria permitirá recopilar información de primera mano, es decir que el investigador obtendrá información acorde a la realidad, en este proceso se realizarán sondeos de la opinión al personal que se encuentre directamente relacionado con los servicios turísticos. La información nos permitirá familiarizarnos con la realidad, y así asegurarnos de que el problema no constituya una pérdida de tiempo y recursos.

3.3.2. Investigación descriptiva

La Investigación Descriptiva nos permitirá ser más profundos y explícitos en nuestro estudio ya que por intermedio de esta investigación detallaremos las características más importantes de nuestro problema, tal cual como se manifiestan, utilizando todos los medios recolección de información que necesitamos como son las encuestas y la observación realizando un trabajo un poco más exigente que el anterior para verificar más concretamente la reacción de los propietarios, empleados, proveedores y clientes frente al tema de tesis planteado.

3.3.3. Investigación Correlacional.

La investigación correlacional es la relación que existe entre las variables, donde se tratara de examinar la asociación que existe entre estas, es decir hay que elevar la rigurosidad de nuestro estudio cuyo

propósito será analizar la Ley de Turismo y su incidencia en el desarrollo empresarial.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según **JARRIN, Pedro P. (1996:55p)**, la población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, es población infinita. Esta diferenciación es importante cuando se estudia una parte y no toda la población pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabajara variara en función de estos dos tipos de población.

Para **LAGARES, Paula B. (2000:2p)**, es de fundamental importancia comenzar el estudio definiendo la población a estudiar. Las poblaciones suelen ser muy numerosas, por lo que es difícil estudiar a todos sus miembros; además de que esto no es posible, no es necesario. Es como si quisiéramos estudiar la composición química del agua de un río y para ello se intentará analizar todo el agua que corre por su cause, cuando solamente se puede tomar unas muestras para realizar este estudio y llegar a conclusiones generalizables con respecto a la composición química del agua a todo el río.

Para la presente investigación se requiere analizar las siguientes poblaciones de estudio:

- 1.- Propietarios de los negocios (servicios turísticos) = n1
- 2.- Colaboradores = n2
- 3.- Clientes = n3

Tabla 6: Estructura de Servicios Turístico de Baños 2011

ALOJAMIENTO	CANTIDAD
Pensiones	31
Hostales	71
hostales Residenciales	32
Hoteles	13
Hosterías	12
Moteles	1
Subtotal	160
ALIMENTACION	
Cafeterías	17
Fuentes de soda	7
Restaurantes	110
Subtotal	134
BEBIDAS	
Bares	9
Discotecas	20
Subtotal	29
OPERADORAS DE TURISMO	69
TRANSPORTE DE TURISMO	4
CENTROS RECREACIONALES	2
DEPORTES EXTREMOS	1
Subtotal	76
TOTAL	399

Fuente: Dto. Turismo de Baños
Realizado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Por lo que la población n1 (propietarios de negocios), corresponde a 399 establecimientos turísticos, según los datos obtenidos del Departamento de Turismo del Ilustre Municipio del cantón Baños de Agua Santa del catastro 2011.

n1 = 399 SERVIDORES TURISTICOS.

n2= No se conoce

n3= No se conoce

3.4.2. Muestra

Según **JARRIN Pedro P. (1996:56pp)**, la muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos dicha muestra a de ser representativa de la población. Para ello se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas.

Debido a que la población sobrepasa los 100 elementos, se procede a aplicar la fórmula para la muestra:

Con población finita:

FORMULA

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (95% $\rightarrow 0,95 / 2 = 0,4750 \rightarrow Z = 1,96$)

P = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N = Población = 399

e = Error de muestreo 0.05 (5%)

Remplazamos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5*0.5*399)}{(1.96)^2 (0.5*0.5)+399(0.05)^2}$$

$$n = 383.1996/1.9579 = 195.72 = \mathbf{196 \text{ Encuestas.}}$$

Según el cálculo, tenemos como resultado una muestra de 196 encuestas que se tiene que aplicar a los servidores turísticos.

3.4.3. Estratificación

Para **LAGARES Paula B. (2000:8p)**, este método supone que el universo puede desagregarse, homogéneas internamente pero heterogéneas entre sí. Cada uno de estos estratos se toma luego como un universo particular, de tamaño más reducido, y sobre él se seleccionan.

3.4.3.1 Determinación de la muestra estratificada para los propietarios

Primera Población n1 = Clientes

Las 196 encuestas es parte proporcional de acuerdo a nuestra población de servicios turísticos, pero en este caso la población esta sub-dividida en establecimientos correspondientes a: Alojamiento, Alimentación, Bebidas, Operadoras de Turismo, Transporte de Turismo, Centros Recreacionales, Deportes Extremos. Por lo necesitamos realizar el proceso de estratificación.

Tabla 7: Marco Muestral Estratificado de los Servicios Turísticos

SERVICIOS TURISTICOS	NUMERO	PORCENTAJE	PORCENTAJE
ALOJAMIENTO	160	40	79
ALIMENTACION	134	34	66
BEBIDAS	29	7	14
OPERADORAS DE TURISMO	69	17	34
TRANSPORTE DE TURISMO	4	1	2
CENTROS RECREACIONALES	2	1	1
DEPORTES EXTREMOS	1	0	0
TOTAL	399	100	196

Fuente: Dto. Turismo de Baños.
Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Finalmente para la población n1 Servidores Turísticos se realizaran 196 encuestas que se aplicaran proporcionalmente de la siguiente manera: alojamiento 79, alimentación 66 , bebidas 14, Operadoras de turismo 34, transporte de turismo 2, centros recreacionales 1 encuesta.

3.4.3.2 Determinación de la muestra estratificada para los colaboradores.

En la presente investigación no se conoce el número de empleados que posee cada uno de los establecimientos turísticos por lo que se le define como población infinita, la misma que calculamos con la siguiente fórmula:

Segunda Población n2 = Colaboradores

FORMULA =

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Datos

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (92% \Rightarrow 0,92 / 2 = 0,46 \Rightarrow Z = 1,75)

P = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0.5 = 0.5

e = Error de muestreo 0.08 (8%)

Remplazamos $n = \frac{1.75^2 * 0.5 * 0.5}{(0.08)^2}$

n 2 = 120 Encuestas

Tabla 8: Marco Muestral Estratificado para los Colaboradores

ALOJAMIENTO	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD DE ELEMENTOS MUESTRALES
Pensiones	31	9
Hostales	71	21
Hostales Residenciales	32	10
Hoteles	13	4
Hosterías	12	4
Moteles	1	0
Subtotal	160	48
ALIMENTACION		
Cafeterías	17	5
Fuentes de soda	7	2
Restaurantes	110	34
Subtotal	134	42
BEBIDAS		
Bares	9	2
Discotecas	20	6
Subtotal	29	8
OPERADORAS DE TURISMO	69	
Subtotal	69	20
TRANSPORTE DE TURISMO	4	
Subtotal	4	1
CENTROS RECREACIONAL.	2	
Subtotal	2	1
DEPORTES EXTREMOS	1	
Subtotal	1	0
TOTAL	399	120

Fuente: Dto. Turismo de Baños
Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

3.3.3.3 Determinación de la muestra estratificada para los clientes.

Tercera Población n3 = Clientes

Z= Nivel de confiabilidad (95% $\Rightarrow 0,95 / 2 = 0,4750 \Rightarrow Z = 1,96$)

e = Error de muestreo 0.08 (8%) **n3 = 150 Encuestas**

Tabla 9: Marco Muestral Estratificado para los Clientes

ALOJAMIENTO	CANTIDAD DE ESTABL.	CANTIDAD DE ELEMENTOS MUESTRALES
Pensiones	31	12
Hostales	71	27
hostales Residenciales	32	12
Hoteles	13	5
Hosterías	12	5
Moteles	1	0
Subtotal	160	60
ALIMENTACION		
Cafeterías	17	6
Fuentes de soda	7	3
Restaurantes	110	42
Subtotal	134	51
BEBIDAS		
Bares	9	3
Discotecas	20	7
Subtotal	29	11
OPERADORAS DE TURISMO		
	69	
Subtotal	69	26
TRANSPORTE DE TURISMO		
	4	
Subtotal	4	2
CENTROS RECREACIONALES		
	2	
Subtotal	2	2
DEPORTES EXTREMOS		
	1	
Subtotal	1	
TOTAL	399	150

Fuente: Dto. Turismo de Baños
Elaborado por: CAICEDO, Jheimy (2012)

Finalmente para obtener información de la parte administrativa, se realizara una entrevista con el Ing. Enrique Mayorga Director del Departamento de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Baños de Agua Santa.

3.5. Operacionalización de las Variables

Siguiendo a **HERRERA Luis E. y otros (2002:166-170p)**, la Operacionalización de las variables es un procedimiento por el cual se pasa del plano abstracto de la investigación a un plano concreto, traduciendo cada variable de la hipótesis a manifestaciones directamente observables y medibles, en el contexto en que se ubica el objeto de estudio, de manera que oriente la recolección de información.

Este es un procedimiento que se realiza por medio de un cuadro en el que parte de una variable (dependiente e independiente), desde su conceptualización, categorización de sus elementos importantes, elementos directamente medibles y observables, determinando itms que servirán posteriormente para diseñar la técnica e instrumento de investigación.

3.5.1. Operacionalización de la Variable Independiente

Tabla 8: Variable Independiente = La ley de Turismo

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	ITEMES BÁSICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Según el Manual de Turismo Rural (2008: 08), LEY DE TURISMO es una norma jurídica dictada por el legislador (autoridad competente), en donde contempla la traumatología para la creación y funcionamiento de los siguientes sectores: agencias de viaje, alimentos y bebidas, alojamiento, transporte y afines. Su IMCUMPLIMIENTO trae aparejada una sanción.</p>	<p>Norma jurídica</p> <p>Traumatología para la creación y funcionamiento</p> <p>De los siguientes sectores: agencias de viaje, alimentos y bebidas, alojamiento, transporte y afines.</p> <p>Su IMCUMPLIMIENTO trae aparejada una sanción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de Turismo. • Reglamento General de Actividades Turísticas. • Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo. • Ordenanza Municipal <ul style="list-style-type: none"> • RUC • Registro Único de Turismo • Patente Municipal • Licencia Anual de Funcionamiento • Permiso de Sanidad • Permiso de Bomberos <p>Número de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencia viajes • Alojamiento • Alimentación • Transporte • Afines <p>Sanciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clausura • Multas • Intereses • Notificaciones 	<p>¿Conoce usted lo que se exige en la Ley de Turismo con respecto a su establecimiento?</p> <p>¿Existe incumplimiento de las leyes y reglamentos de turismo?</p> <p>¿Cuenta su establecimiento con los permisos necesarios de funcionamiento?</p> <p>¿Ha sido sujeto de inspección por parte de los organismos de control?</p> <p>¿Cuál es el número de establecimientos que operan en el cantón?</p> <p>¿El número de locales de turísticos se han incrementado?</p> <p>¿Tipo de sanciones frecuentes?</p> <p>¿Durante su permanencia en este establecimiento ha presenciado algún tipo de sanción por parte de los organismos de control a excepción de SRI?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a propietario de empresas Cuestionario 1. (Ver anexo 5) • Entrevista en el Dpto. de turismo Cuestionario 4. (Ver anexo 8) • Encuesta a propietarios de empresas Cuestionario 1. (Ver anexo 5) • Entrevista en el Dpto. De Turismo Cuestionario 4. (Ver anexo 8) • Entrevista en el Dpto. de turismo Cuestionario 4. (Ver anexo 8) • Encuestas a los colaboradores de establecimientos turísticos Cuestionario 2. (Ver anexo 6).

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

3.5.2. Operacionalización de la Variable Dependiente

Tabla 9: Variable Dependiente = Desarrollo Empresarial.

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>DESARROLLO EMPRESARIAL Proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.</p>	<p>Empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas</p> <p>Manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa</p> <p>Coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.</p>	<p>Directivas Comunicacionales</p> <p>Humanos Económicos Financieros Tecnológicos</p> <p>Planificación Innovación Profesionalismo Calidad</p>	<p>¿Cuentan los establecimientos turísticos con: Organigrama Estructural, manuales de funciones, políticas internas? ¿En la empresa se realizan reuniones con la finalidad de comunicar los proyectos y novedades a todo el personal?</p> <p>¿Ha tenido su negocio algún cambio innovador? ¿Cual es su nivel académico? ¿Usted ha recibido capacitación en alguna área de desarrollo empresarial?</p> <p>¿Cuáles son las razones por lo que acude a este establecimiento turístico? ¿Usted ha constatado algún progreso e innovación que le permitan desarrollarse empresarialmente a este establecimiento turístico? ¿Usted considera que las empresas turísticas de Baños favorecen ha alcanzar un desarrollo sostenible?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a propietarios de establecimientos turist. Cuestionario 1.(Anexo 5) • Encuestas a los colaboradores de locales turísticos. Cuestionario 2(Anexo 6) • Encuestas a los propietarios de establecimientos turistic. Cuestionario 3(Anexo 7) • Encuestas a clientes de los establecimientos turísticos. Cuestionario 3 (Anexo 7) • Entrevista en Dpto. turismo. Cuestionario 5 (anexo 8)

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

3.6. Recolección de la información

Metodológicamente para **Luis Herrera E. y otros (2002: 174-178 y 183-185)**, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de la información y plan para el procesamiento de la información.

3.6.1. Plan para la recolección de la información

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por lo objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** En función de las matrices de operacionalidad de las variables se han escogido para el presente trabajo al:

- 1.- Propietarios de los servicios turísticos
- 2.- Colaboradores
- 3.- Clientes.

- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** Las Técnicas a ser utilizadas en el presente trabajo son:

Encuesta y Entrevista.

- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.**
- cuestionario

- **Selección de recursos de apoyo (equipo de trabajo).**
- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.** Explicación de cómo, donde y cuando se aplicaran las técnicas de recolección de información.

Tabla 10: Técnicas de Recolección de Información

TECNICAS	PROCEDIMIENTO
Encuesta	¿Cómo? Método Deductivo a través de un cuestionario. ¿Dónde? El Sector turístico del cantón Baños.
Entrevista	¿Cómo? Método Inductivo, por medio de un cuestionario. ¿Dónde? El Sector turístico del cantón Baños.

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: CAICEDO, Jheimy (2012).

3.7. Procesamiento y Análisis

3.7.1. Plan de procesamiento de información.

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir limpieza de la información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- **Repetición de la recolección.** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis:** Manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

Tabla 11: Cuantificación de Resultados

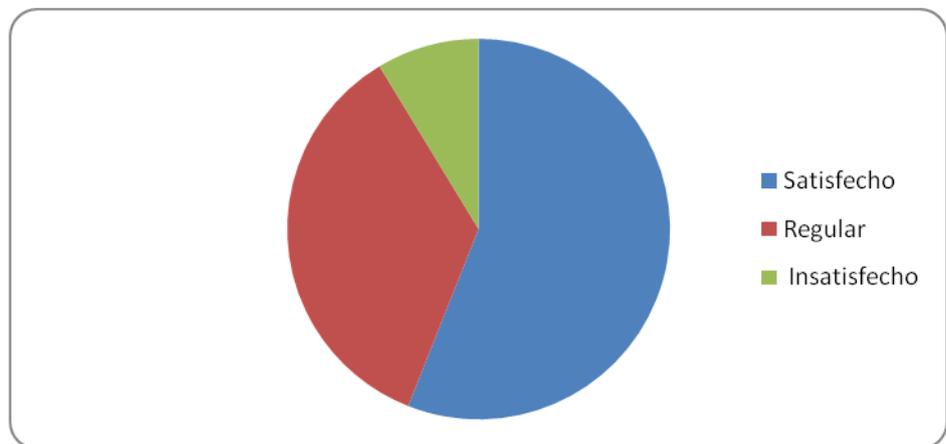
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCESIVO		
ALTO		
BAJO		
TOTAL	#	%

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

- **Representaciones Graficas.**

Ejemplo de figura a ser utilizada para la presentación visual porcentual de los resultados cuantificados en la tabla anterior.

Gráfico 10: Representaciones Graficas.



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- **Interpretación de los resultados.** Con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- **Comprobación de hipótesis.** Para la comparación matemática de la hipótesis.
- **Establecimiento de conclusiones y recomendaciones**

Tabla 12: Relación de objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
1.- Verificar el cumplimiento de las leyes, normas y reglamentos por parte de las empresas que conforman el sector turístico del cantón.		
2.- Analizar la forma en que se ha presentado el Desarrollo Empresarial de las empresas que conforman el sector turístico del cantón.		
3.- Proponer alternativas de solución al problema propuesto		

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: CAICEDO, Jheimy (2012).

Para poder establecer las conclusiones y recomendaciones se tomo en cuenta los objetivos específicos para cada variable y propuestas planteadas en el capítulo 1.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados de encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos turísticos

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio.

Para la presente investigación, a través de la realización de la operacionalización de las variables, se requiere analizar a tres sectores principales que se relacionan directamente con el funcionamiento de los servicios turísticos de Baños de Agua Santa. Se utilizó, la encuesta como técnica de recolección de información con el fin de conocer la opinión de los propietarios de establecimientos turísticos en sus diferentes actividades acerca de: cómo está la situación legal para el funcionamiento del establecimiento turístico, si ha tenido conflicto con entidades de control, así como si tienen conocimiento de la ley de turismo y en base a ello se pide una opinión de cumplimiento a la misma.

Se han seleccionado las preguntas más convenientes para conocer si los servidores turísticos han recibido capacitación en alguna área de desarrollo empresarial y mediante que organismo.

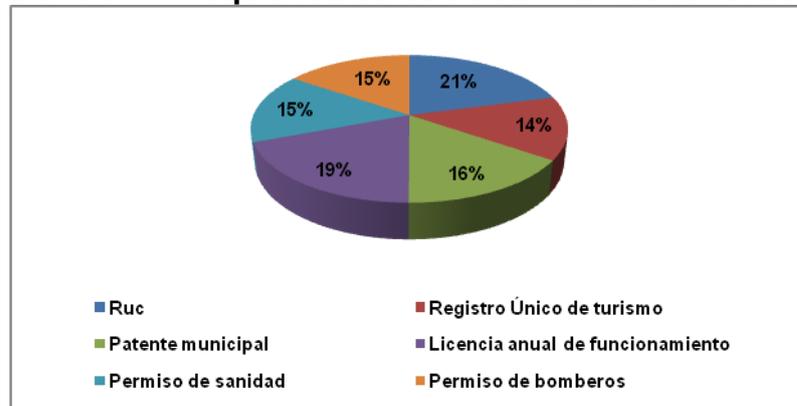
Pregunta 1: ¿Cuenta su establecimiento con los siguientes requisitos?

Tabla 13: Requisitos de establecimientos turísticos

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Ruc	196	100
Registro Único de turismo	130	52
Patente municipal	145	70
Licencia anual de funcionamiento	180	63
Permiso de sanidad	145	74
Permiso de bomberos	145	74
TOTAL	196	

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 11: Requisitos de establecimientos turísticos



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Se puede apreciar que: el 100% de las personas encuestadas poseen el RUC de sus establecimientos, el 52% ha obtenido el Registro único de turismo, el 70% cuenta con la Patente municipal, el 63 % con Licencia anual de funcionamiento, el 74% el Permiso de sanidad y el 74% Permiso de bomberos.

Interpretación: Los requisitos arriba mencionados son fundamentales para la apertura y funcionamiento de locales turísticos, como se estipula en los reglamentos por lo que todos deberían obtenerlos al 100%, como en el caso del RUC, sin embargo existe incumplimiento principalmente en el Registro único de Turismo documento que se obtiene para la apertura y por una sola vez.

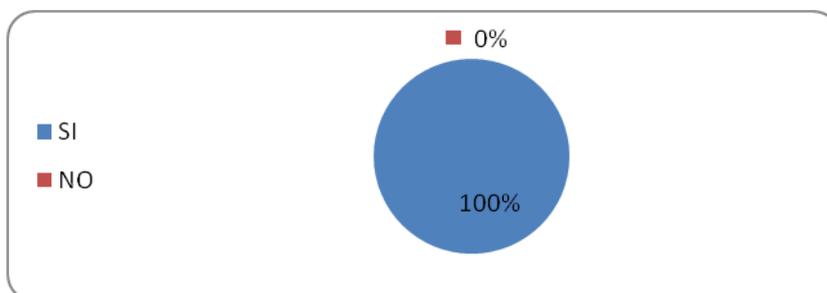
Pregunta 2: ¿Ha sido sujeto de inspección por parte de algún organismo de control?

Tabla 14: Inspecciones a los servidores turísticos

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	120	100
NO	0	0
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 12: Inspecciones a los servidores turísticos



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Análisis: Se observa que el 100% de los propietarios de los establecimientos turísticos, aseguran han sido sujetos de inspección por parte del Cuerpo de Bomberos, mientras que en el caso del área de Alimentación del departamento de Sanidad. De este porcentaje el 32% dicen haber recibido la inspección por parte del Ministerio de Turismo y el 42% del Municipio de Baños.

Interpretación: Se deduce que el 68% más de la mitad de los establecimientos de servicio turístico, no han recibido la inspección de un representante del Ministerio de Turismo, el 58% del Departamento de Turismo, aspecto que es negativo pues por medio de la visita se puede verificar la información otorgada por los dueños de los establecimientos, la calidad de servicio que ofrece al Turista y verificar que se cumpla las disposiciones legales.

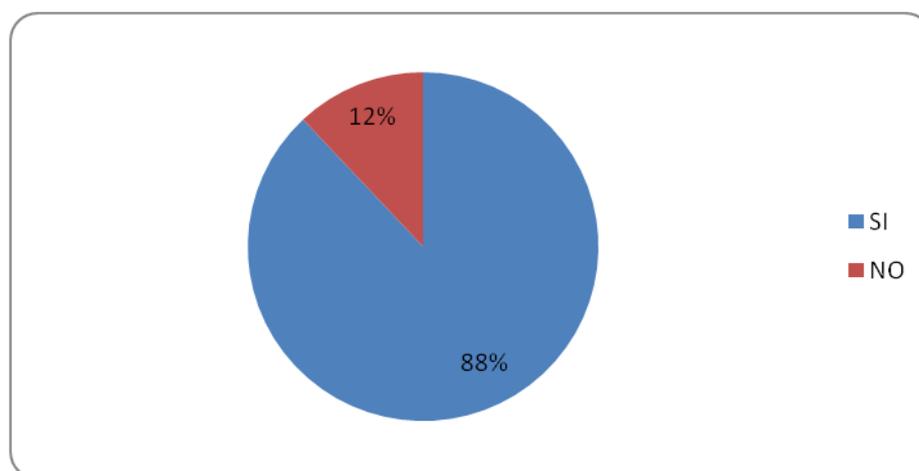
Pregunta 3: ¿En lo que respecta a su establecimiento conoce usted lo que se exige en la Ley y reglamentos de Turismo?

Tabla 15: Conocimiento de la Ley de Turismo

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
NO	148	88
SI	21	12
TOTAL	169	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 13: Conocimiento de la Ley de Turismo



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Análisis: De las encuestas realizadas a los propietarios de los servicios turísticos de Baños de Agua Santa el 88% mencionan desconocer el contenido de la Ley de Turismo con respecto al funcionamiento de su local turístico y el 12% restante afirma si tener conocimiento al respecto.

Interpretación: Se considera entonces que el problema radica en que los dueños de establecimientos turísticos desconocen de la ley y, reglamentos de turismo por lo que inconscientemente incumplen sus disposiciones legales.

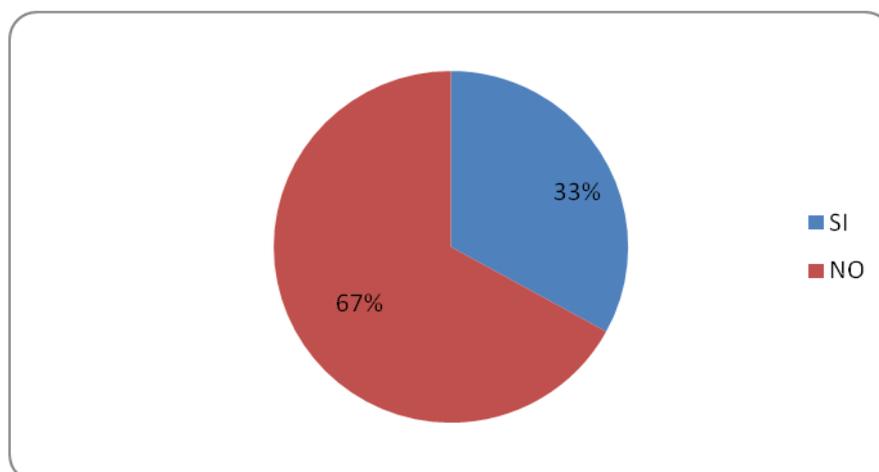
Pregunta 4: ¿Cree usted que cumple con lo que se estipula en la Ley de Turismo?

Tabla 16: Cumplimiento de la Ley

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	64	33
NO	132	67
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico15: Cumplimiento de la Ley



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Del total de encuestados el 67% consideran que no cumplen con disposiciones legales mientras que el 33% de las personas encuestadas concuerdan en que cumplen lo que se estipula en la ley y reglamentos de turismo con respecto a cada establecimiento turístico.

Interpretación: En este caso si se desconoce de las exigencias legales se incumple involuntariamente y más aun al no existir entidades de control que regulen mencionado sector en una ciudad netamente turística por lo que de la población encuestada el 67% creen que no cumplen con disposiciones legales.

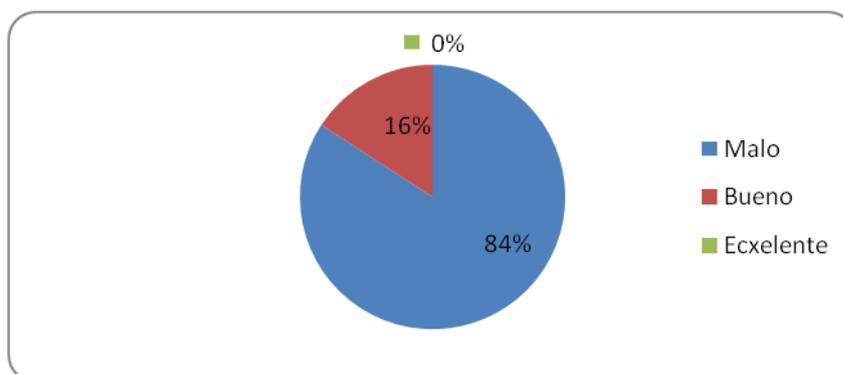
Pregunta 5: ¿Considera usted que el trabajo que realiza el Ministerio de Turismo es?

Tabla 17: Criterio sobre la labor que realiza el Ministerio Turismo.

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Malo	165	84
Bueno	31	16
Excelente	0	0
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 16: Criterio sobre la labor que realiza el Ministerio Turismo.



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Análisis: El 84% de la población encuestada está de acuerdo en manifestar que la labor que realiza el Ministerio de Turismo es deficiente, mientras que el 16% de la muestra dice ser bueno, y ninguno de los encuestados considera que el trabajo que efectúa el Ministerio es excelente.

Interpretación: Se considera que el trabajo que realiza el Ministerio de Turismo es malo o deficiente, porque no se brinda apoyo a las empresas turísticas con asesoría y capacitación continua como se estipula en la ley, para la realización de los trámites, lo cual hace que las empresa tenga problemas a la hora de realizar sus actividades.

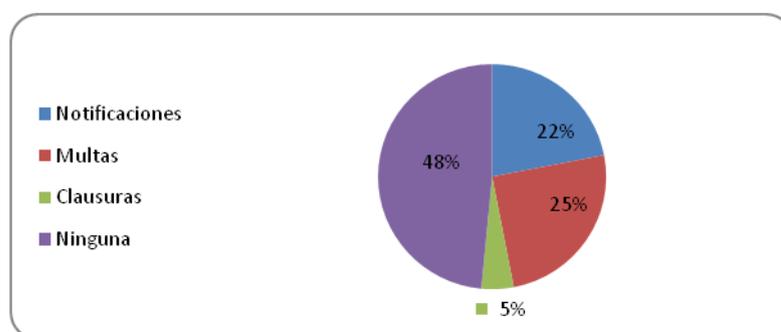
Pregunta 6: ¿Qué tipo de sanción ha recibido usted por parte de algún organismo de control sin considerar al SRI?

Tabla 18: Sanciones recibidas por Organismos de Control

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Notificaciones	43	22
Multas	49	25
Clausuras	9	5
Ninguna	95	48
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 17: Sanciones recibidas por Organismos de Control



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El 22% de las personas encuestadas mencionan que han recibido notificaciones por parte del GADBAS, Ministerio y/o Departamento de turismo, el 25% que han recibido multas, el 5% de los propietarios de locales de turismo han sido clausuradas y el 48% de los establecimientos no han recibido ningún tipo de sanción por incumplimiento.

Interpretación: Cuando los servidores turísticos incurren con algún motivo de incumplimiento, este es notificado hasta dos veces por lo que automáticamente el propietario a incurrido en multas. Según las encuestas el 22% han recibido notificaciones y el 25% multas. Mientras que el 5% de los locales turísticos han sido clausurados, en total el 52% según encuestas han sido amonestados por incumplimiento.

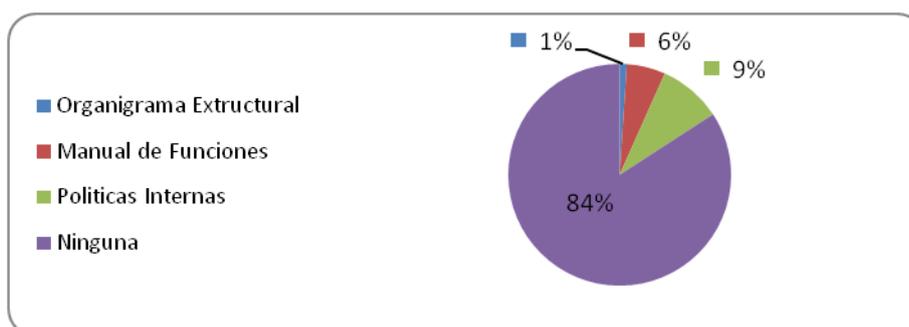
Pregunta 7: ¿Su establecimiento turístico cuenta con las siguientes herramientas de control?

Tabla 19: Su empresa cuenta con las siguientes herramientas de organización empresarial

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Organigrama Estructural	2	1
Manual de Funciones	11	6
Políticas Internas	18	9
Ninguna	165	84
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 18: Su empresa cuenta con las siguientes herramientas de organización empresarial



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El 1% de las empresas turísticas que laboran en Baños mencionan que si cuentan con organigrama estructural, el 6% poseen manual de funciones para una mejor organización de los establecimientos turísticos, el 9% tienen sus políticas internas mientras que el 84% no poseen ninguna herramienta de organización empresarial.

Interpretación: El 84% de las empresas no cuentan con herramientas de organización empresarial, toda entidad necesita una organización estructural solida para su desarrollo y mejoramiento de los servicios que se ofertan. Entonces en Baños existe crecimiento de establecimientos turísticos por la alta demanda, pero no Desarrollo Empresarial.

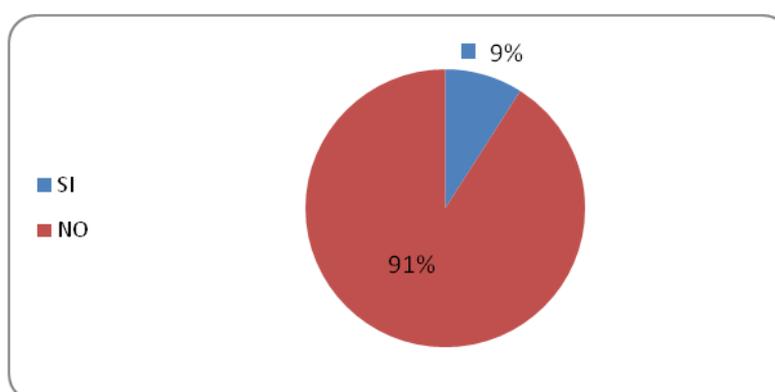
Pregunta 8: ¿Ha recibido alguna capacitación que le permita mejorar el desarrollo de su negocio?

Tabla 20: Capacitación para el desarrollo de su negocio

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	18	9
NO	178	91
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 19: Capacitación para el desarrollo de su negocio



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El resultado que se ha obtenido en esta pregunta tiene una diferencia bien marcada pues del total de los encuestados el 91% aseguran no han recibido ninguna capacitación que les permita un mejor desenvolvimiento y por ende un servicio de calidad a nuestros visitantes, por lo que tan solo el 9% mencionan han recibido capacitación que probablemente puede ser 1 vez al año.

Interpretación: Según la Ley de Turismo el Ministerio tiene como objetivo la realización de capacitaciones, talleres, seminarios que contribuyan al Desarrollo Empresarial Turístico del cantón, por lo que existe incumplimiento según los resultados de las encuestas, pues el 91% de los encuestados afirman no han recibido ninguna capacitación por lo cual se ve la necesidad de emprender este tipo de proyectos.

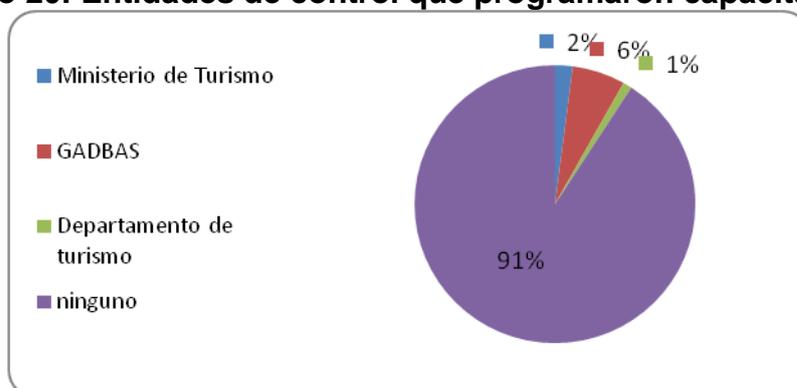
Pregunta 9: ¿Por parte de cuál de las siguientes entidades recibió usted la capacitación?

Tabla 21: Entidades de control que programaron capacitaciones

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Ministerio de Turismo	4	2
Municipio de Baños	12	6
Departamento de turismo	2	1
Ninguno	178	91
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 20: Entidades de control que programaron capacitaciones



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Del total de los encuestados se obtuvo como resultado que el 2% de la población dicen han recibido capacitación por parte del Ministerio de Turismo, el 6% por el Municipio de baños y el 1% por parte del Departamento de Turismo, mientras que el 91% afirman que ningún organismo de control se han manifestado con cursos de desarrollo.

Interpretación: El 91% afirman que no han recibido capacitación en ninguna área, esto es preocupante pues Baños actualmente es considerado como un importante destino turístico, por lo que las entidades públicas deben poner mayor énfasis para poder brindar al turista productos de calidad.

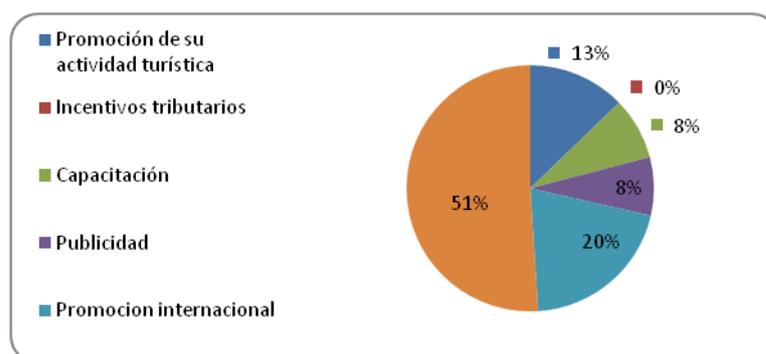
Pregunta 10: ¿Qué beneficios empresariales ha obtenido usted con la Ley de Turismo?

Tabla 22: Beneficios de la ley

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Promoción de su actividad turística	25	13
Incentivos tributarios	0	0
Capacitación	16	8
Publicidad	15	8
Promoción internacional	40	20
Ninguno	100	51
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 21: Beneficios de la Ley



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Un 13% de la población que se han beneficiado con incentivos para la promoción de su actividad turística, el 0% dijo que Incentivos tributarios, el 8% estimó que han recibido capacitación, el 8% publicidad y por último el 20% se han beneficiado por medio de promociones internacionales 51% de los encuestados manifestó que Ninguno.

Interpretación: El 51% de las empresas afirman que no han recibido beneficios de la Ley o reglamentos de Turismo por medio de los instituciones de control.

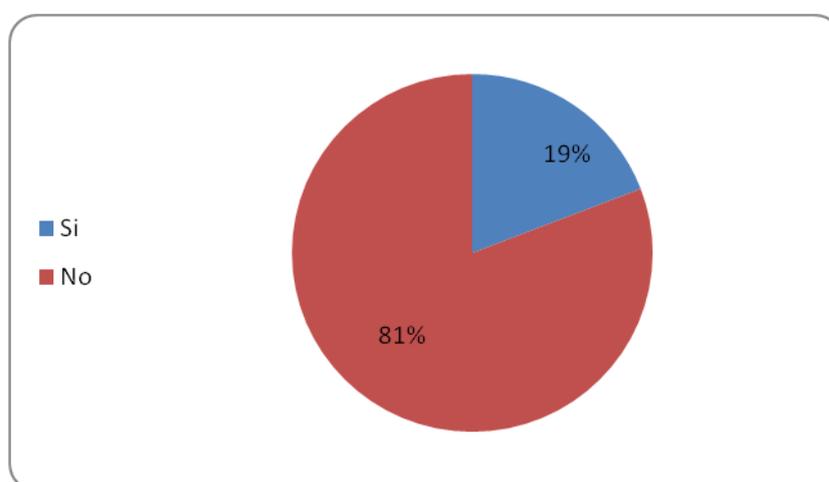
Pregunta 11: ¿El Ministerio de Turismo ha desarrollado programas para el mejoramiento y administración eficiente de los servicios turísticos?

Tabla 23: Programas de Mejoramiento y Administración Eficiente

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	40	20
No	156	80
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 22: Programas de Mejoramiento y Administración Eficiente



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El 80% manifiesta que el Ministerio de turismo no ha desarrollado programas de mejoramiento de servicios turísticos mientras que el 20% respondió que si han recibido capacitación para el desarrollo turístico de la empresa

Interpretación: Se determina que muy pocos son los beneficiados de los programas del Ministerio posiblemente por desconocimiento o porque no se los exige por ello ignoran su implementación y por ende el 80% no ha participado de las propuestas para mejorar las actividades turísticas.

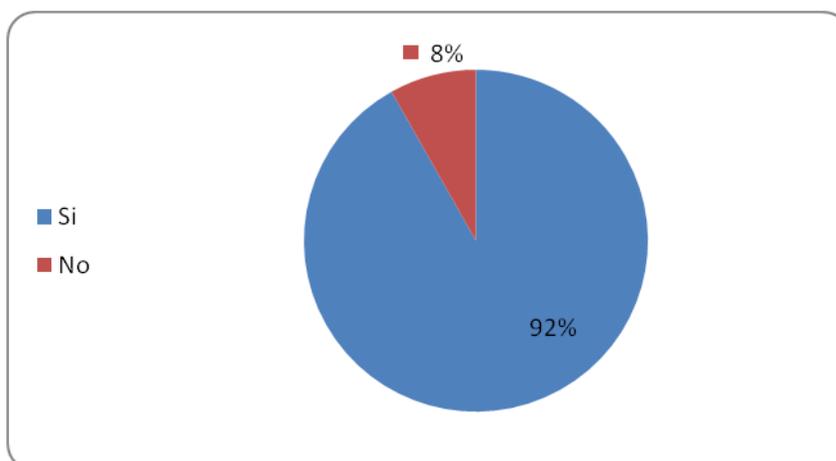
Pregunta 12: ¿Cree usted que es necesario elaborar un Plan estratégico de desarrollo empresarial turístico, para la aplicación eficiente de la ley de Turismo?

Tabla 24: Plan de desarrollo empresarial turístico

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	180	92
No	16	8
TOTAL	196	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 23: Plan de desarrollo empresarial turístico



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Sobre la necesidad de elaborar un plan de desarrollo empresarial turístico 92% contestó que Si es necesario, mientras que el 8% optó por la respuesta No.

Interpretación: Se considera necesario el desarrollo de un plan de desarrollo empresarial para la aplicación eficiente de la ley de Turismo pues ayudará a brindar conocimiento sobre las normas y reglamentos vinculados, para garantizar un servicio de excelencia.

4.2. Análisis de encuestas aplicadas a los colaboradores de establecimientos turísticos.

Se realizó las encuestas a los colaboradores de los diferentes establecimientos turísticos con la finalidad de conocer: Si tienen conocimiento de las leyes y reglamentos de turismo, si consideran necesario el aprendizaje de las mismas, en el tiempo que laboran han recibido capacitación que les permitan adquirir destrezas y habilidades que puedan aplicar en su labor.

DATOS INFORMATIVOS: En los datos informativos que se obtuvieron de esta segunda muestra en la que se encuestó a 120 empleados de los diferentes establecimientos turísticos se obtuvo los siguientes resultados:

Su nivel académico: El 48% de la población encuestada, no poseen ningún nivel de educación, el 33% tienen una educación primaria, mientras que el 14% corresponden a una educación secundaria y el 5% tienen una educación superior.

Interpretación: Como se aprecia la mayoría del personal que trabaja en la planta turística no tiene una educación adecuada, para poder desenvolverse eficientemente en su trabajo, por lo que es necesario que se implemente programas de capacitación para adquirir conocimientos respecto a las normas legales que regulan dicho sector y habilidades y destrezas para desenvolverse eficientemente en su trabajo.

Afiliado al Seguro Social IESS: Del 100% de las personas encuestadas el 44% aportan al seguro social por lo que el 56% trabajan informalmente.

Interpretación: Existen varios locales turísticos, que no cumplen con esta disposición obligatoria y es consecuencia de que en las empresas no existe una organización empresarial.

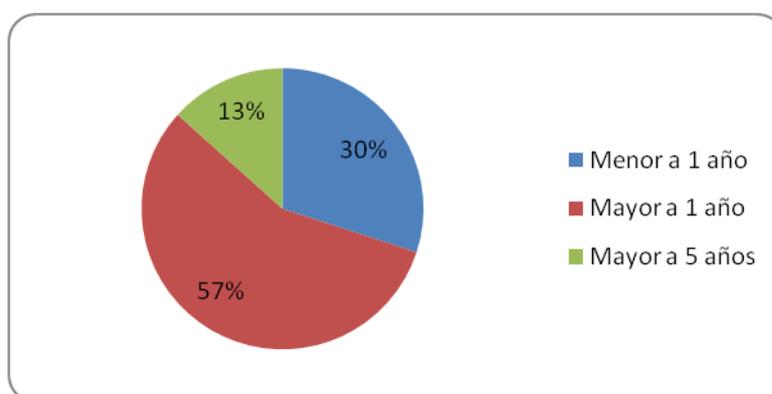
Pregunta 1: ¿Hace cuanto tiempo trabaja usted en este establecimiento turístico?

Tabla 25: Tiempo de Trabajo

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Menor a 1 año	36	30
Mayor a 1 año	68	57
Mayor a 5 años	16	13
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 24: Tiempo de Trabajo



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: De los colaboradores que han sido encuestados el 30% trabajan meses, mientras que el 57% mencionan que trabajan más de 1 año, el porcentaje restante 13% trabajan más de 5 años por lo que la información proporcionada por ellos serán de mucha consideración en nuestro tema de investigación.

Interpretación: De los empleados encuestados el 57% trabaja más de un año en la empresa, este porcentaje corresponde al de mayor cantidad por lo que se considera que se debe a la afiliación al seguro social lo que ha permitido que el personal se mantenga, mientras que el 13% de los empleados se ha mantenido con estabilidad laboral.

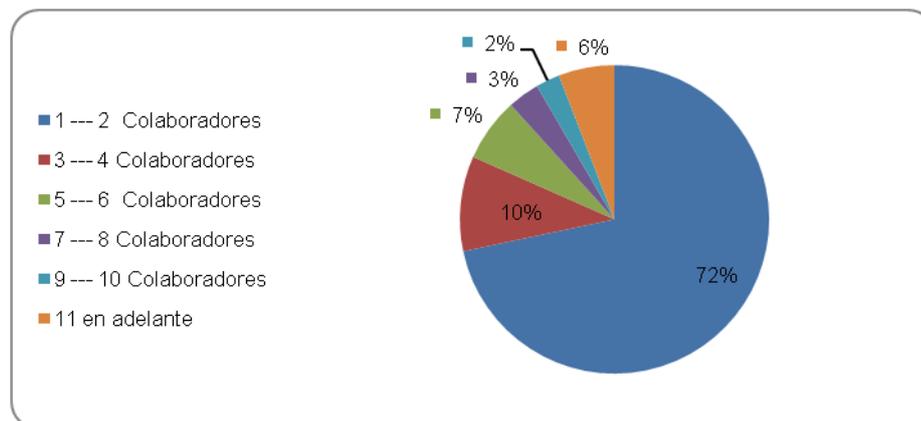
Pregunta 2: ¿Cuántas personas laboran en este establecimiento?

Tabla 26: Número de Colaboradores

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
1 --- 2 Colaboradores	86	72
3 --- 4 Colaboradores	12	10
5 --- 6 Colaboradores	8	7
7 --- 8 Colaboradores	4	3
9 --- 10 Colaboradores	3	3
11 en adelante	7	6
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 14: Número de Colaboradores



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Los establecimientos turísticos de Baños tienen un 72% de 1 a 2 colaboradores siendo este porcentaje el mayor; de 3 a 4 colaboradores el 10%; el 7% de 5 a 6 colaboradores; 7 a 8 colaboradores el 3%; el 2% de 9 a 10 y el 6% más de 11 colaboradores.

Interpretación: En el cantón Baños existe en mayor porcentaje 72% de microempresas que no requieren de más de 2 colaboradores, este es un problema pues los establecimientos turísticos en su mayoría son creados sin visión o hacen por imitación, por necesidad económica, sin ideas innovadoras que les permita desarrollarse como empresarios turísticos.

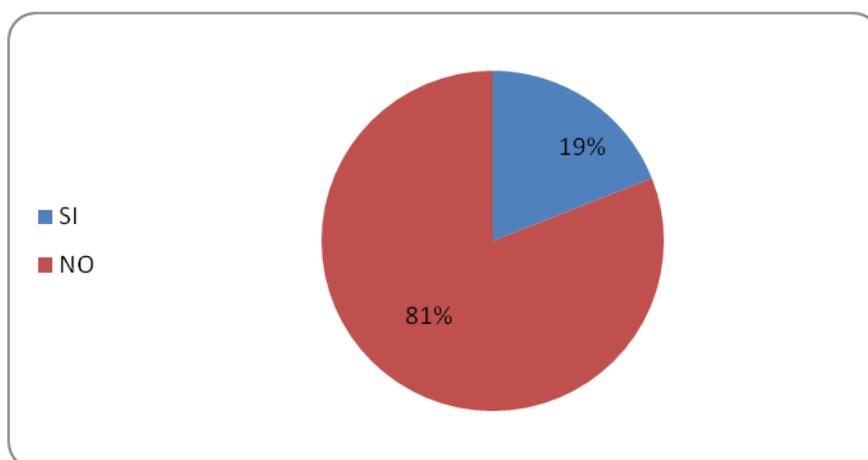
Pregunta 3: ¿Durante su permanencia en este establecimiento ha presenciado algún tipo de sanción por parte de los organismos de control a excepción de SRI?

Tabla 27: Ha presenciado algún tipo de sanción

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	23	19
NO	97	81
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 26: Ha presenciado algún tipo de sanción



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Los colaboradores que Si han presenciado en el transcurso de su permanencia alguna sanción es el 19% mientras que el 81% de los encuestados mencionan que no han presenciado que a la empresa donde prestan sus servicios haya sido sujetos de sanción

Interpretación: El 81% considera que la institución o entidad donde laboran no ha recibido algún tipo de sanción, recordemos que sanción también corresponde a recibir notificaciones y esto en la mayoría de los establecimientos no suele divulgarse al contrario se mantiene en reserva.

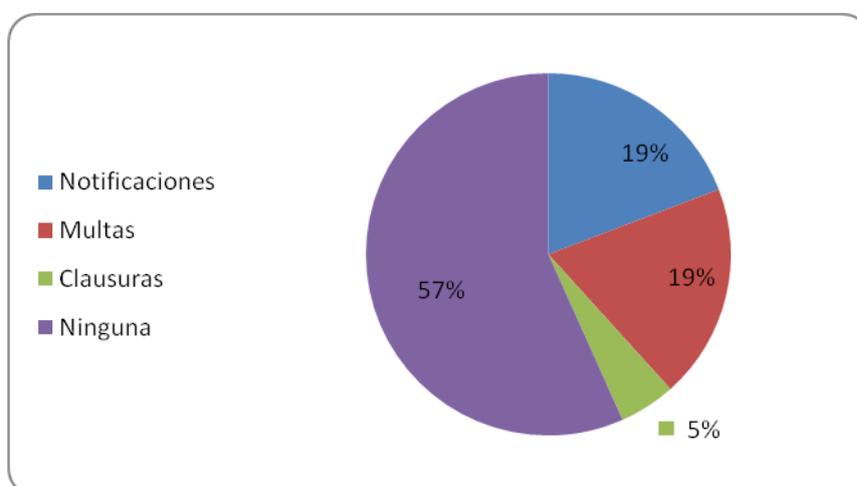
Pregunta 4: ¿Qué tipo de sanción?

Tabla 28: Sanciones más frecuentes

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Notificaciones	23	19
Multas	23	19
Clausuras	6	5
Ninguna	68	57
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 27: Sanciones más frecuentes



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los colaboradores de los establecimientos turísticos son: el 19% mencionan haber presenciado que en el local han recibido notificaciones y multas, tan solo el 5% han sido clausurados por los organismos de control por incumplimiento de la ley por lo que el 57% restante no han presenciado ningún tipo de sanción.

Interpretación: Las sanciones más comunes son: notificaciones y multas por alguna irregularidad cometida, pero solucionadas a través de lo estipulado en la Ley de Turismo y sus reglamentos.

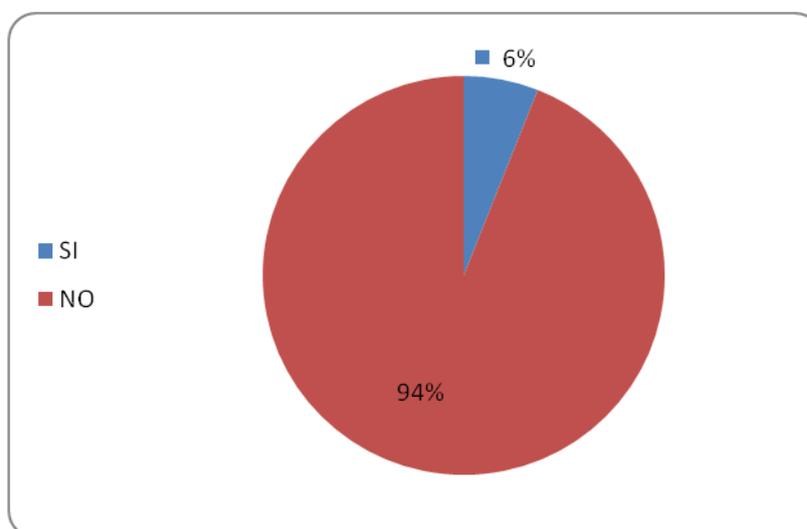
Pregunta 5: ¿Usted ha recibido capacitación en alguna área de desarrollo empresarial?

Tabla 29: Capacitación de Desarrollo Empresarial

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	7	6
NO	113	94
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico28: Capacitación de Desarrollo Empresarial



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Como se puede apreciar el mayor numero de individuos 94% afirman que no han recibido capacitación en ninguna área de desarrollo empresarial y tan solo el 6% afirman que Si han recibido capacitación.

Interpretación: El 94% manifiesta no haber recibido ninguna capacitación en el área empresarial, por lo cual una de las falencias de las instituciones es no brindar la oportunidad a sus empleados de instruirse permitiendo que la empresa mejore su productividad, pues consideran que el hacerlo es un gasto mas no una inversión.

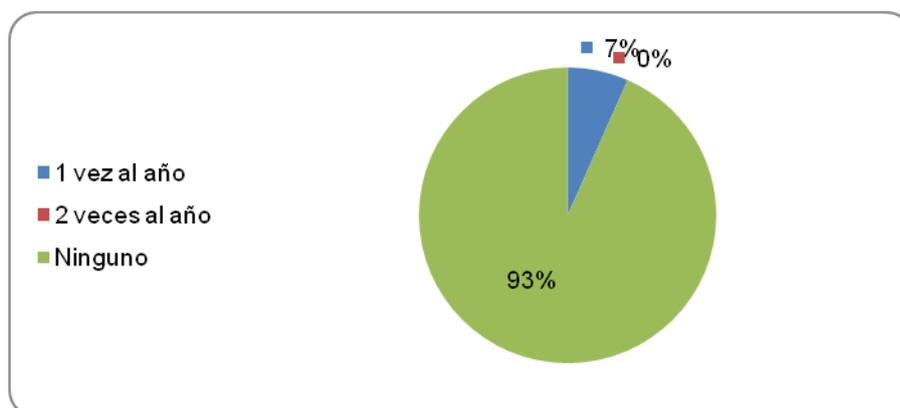
Pregunta 6: ¿Con que frecuencia ha recibido capacitación?

Tabla 30: Frecuencia de capacitación

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
1 vez al año	8	7
2 veces al año	0	0
Ninguno	113	93
TOTAL	121	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 29: Frecuencia de capacitación



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Análisis: De las personas encuestadas el 7% mencionan que han recibido una vez al año capacitación, mientras que el 93% afirman no haber recibido ningún tipo de capacitación en el área de desarrollo empresarial.

Interpretación: Se confirma entonces la falta de interés por parte de las empresas públicas y privadas en cuanto a realizar e incentivar al todo el personal dedicados a la industria del turismo que nuestro cantón a obtenido gracias a su encanto natural.

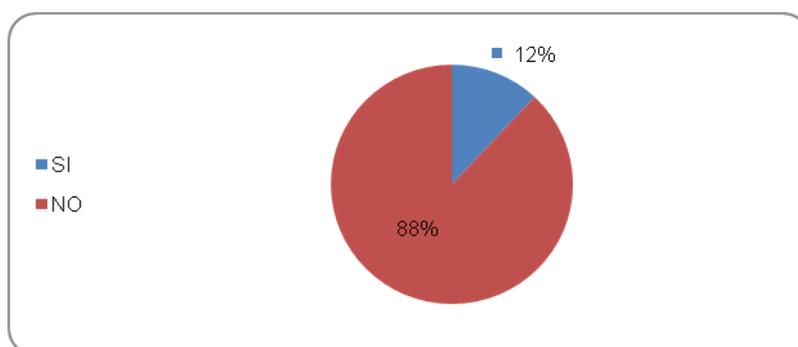
Pregunta 7: ¿Existen reuniones para informar novedades e innovaciones sobre el desarrollo empresarial de este local de servicio?

Tabla 31: Reuniones Internas

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	14	12
NO	106	88
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 30: Reuniones Internas



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: De todos los colaboradores de los diferentes establecimientos que se han encuestado, el 88% dicen no ser participes de reuniones internas y el 12% afirman que en su establecimiento de servicio turístico si se realizan reuniones para comunicar novedades e innovaciones que permitan a la empresa un mejor desenvolvimiento laboral.

Interpretación: El 88% de los colaboradores, un porcentaje muy representativo manifiestan que no se desarrollan reuniones entre personal y jefes, para comunicar estrategias de innovación o novedades relacionadas con la empresa, por lo que se considera que el empleado no está involucrado con las expectativas de productividad a corto y mediano plazo.

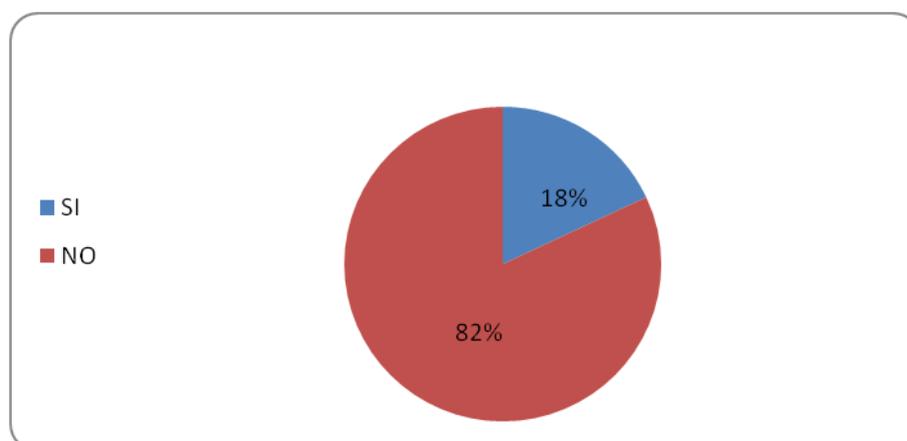
Pregunta 8: ¿Conoce usted el contenido de la ley de turismo, en lo referente a las obligaciones de los servidores turísticos?

Tabla 32: Obligaciones de los Servidores Turísticos

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	22	18
NO	98	82
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 31: Obligaciones de los Servidores Turísticos



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El 82% de los encuestados dicen simplemente no tener conocimiento de las obligaciones y derechos que tienen los propietarios de los locales que brindan servicio al turista mientras que el 18% dice conocer las leyes que obligan al servidor turístico.

Interpretación: El 82% de los colaboradores no conocen sobre la ley de turismo y sus reglamentos, aunque los propietarios estén capacitados, al final quienes brindan el servicio es el personal de las empresas de servicios turísticos, que al desconocer del tema pueden cometer muchos errores causando falencias en su estructura interna.

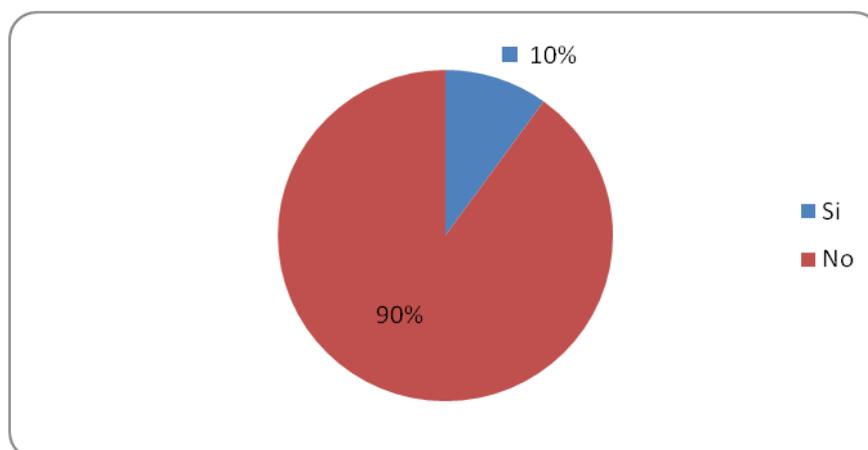
Pregunta 9: ¿El Ministerio de Turismo ha desarrollado programas para el mejoramiento y administración eficaz de los servicios turísticos?

Tabla 33: Programas para el mejoramiento y administración eficaz

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	12	10
No	108	90
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 32: Programas para el mejoramiento y administración eficaz



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Sobre el tema planteado en esta pregunta, sobre si se han desarrollado programas para el mejoramiento y administración eficiente el 90% manifiesta que No, solo el 10% respondió que Sí.

Interpretación: Los resultados reflejan que el 90% de la población indican que no han sido partícipes de programas de desarrollo empresarial por lo que los organismos de control, deben planificar programas de capacitación que brinde conocimientos de innovación, calidad en el servicio, planificación, liderazgo, computación, etc.

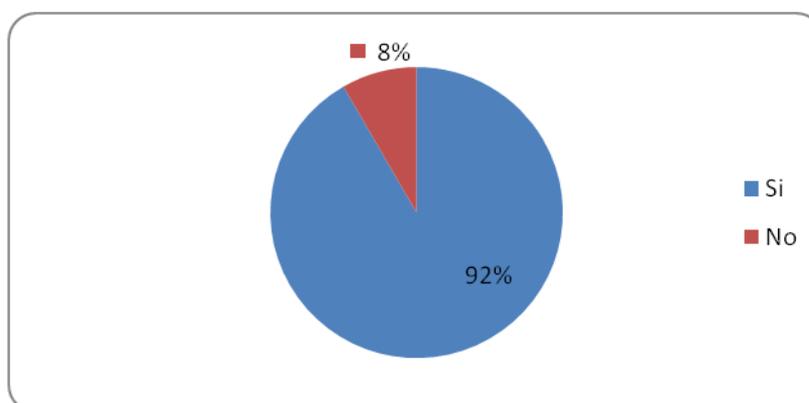
Pregunta 10: ¿Cree usted que es necesario un programa de capacitación y asesoría para la aplicación eficiente de la ley de Turismo?

Tabla 34: Programa de capacitación y desarrollo

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	110	92%
No	10	8%
TOTAL	120	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 33: Programa de capacitación y desarrollo



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: En esta pregunta se puso en consideración, a la población baneña la necesidad de implementar un programa de de capacitación y asesoría para la aplicación eficiente de la ley de Turismo y desarrollo empresarial, el 92% respondió que Si, apenas el 8% manifestó su negativa con la propuesta planteada

Interpretación: Existe aceptación para la implementación de un programa de capacitación, que permita el mejoramiento de conocimientos y gestión con información importante sobre la ley de turismo y sus reglamentos y que permita obtener conocimientos de emprendimiento e innovación empresarial.

4.3. Análisis de encuestas realizadas a clientes de los establecimientos turísticos.

Población N3 = CLIENTES

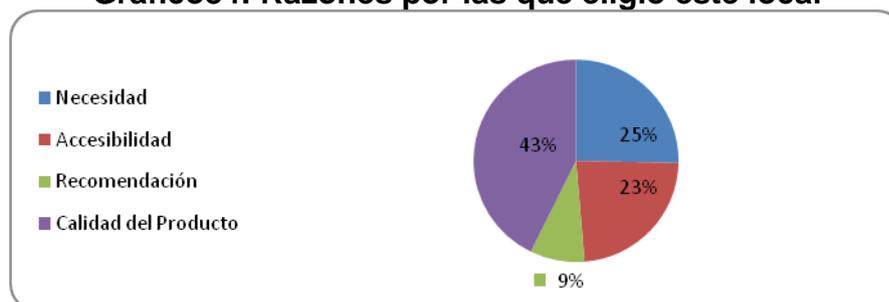
Pregunta 1: ¿Cómo conoció este establecimiento?

Tabla 35: Razones por las que eligió este local

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Necesidad	38	25
Accesibilidad	35	23
Recomendación	13	9
Calidad del Producto	64	43
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico34: Razones por las que eligió este local



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Análisis: El 25% de las personas encuestadas concuerdan que una de las razones por las que visita este local turístico es por la necesidad de consumir el producto, mientras que el 23% dice que el motivo es la accesibilidad que se tiene para llegar al producto, el 9% afirma que son clientes por recomendación de algún familiar o amigo, finalmente el 43% dicen ser clientes gracias a la calidad del producto que es satisfactorio.

Interpretación: Se establece que los clientes prefieren el servicio por su calidad, en menor porcentaje por necesidad, por ello es necesario que los servicios sean siempre de calidad en base a la implementación de políticas que permitan su mejoramiento.

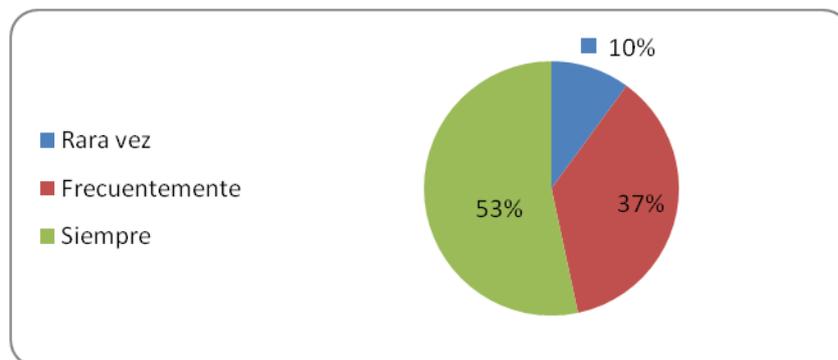
Pregunta 2: ¿Con que frecuencia usted visita este establecimiento turístico?

Tabla 36: Frecuencia de visita al local turístico

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Rara vez	15	10
Frecuentemente	55	37
Siempre	80	53
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico35: Frecuencia de visita al local turístico



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Se observa que de las personas encuestadas solo el 10% afirman que rara vez visita el establecimiento, mientras que el 37% visitan frecuentemente el local turístico y el 53% de los clientes mencionan que siempre que visitan Baños fielmente acuden a este establecimiento de servicio turístico.

Interpretación: Existe afluencia y alta preferencia de los servicios turísticos que oferta el cantón baños, muchos turistas nos visitan siempre, por ello es necesario dar un servicio personalizado para los clientes.

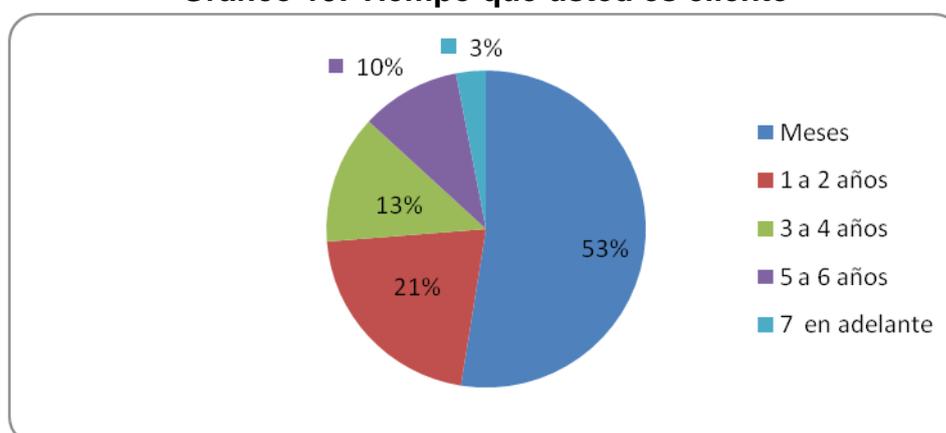
Pregunta 3: ¿Hace cuanto tiempo lo visita?

Tabla 37: Tiempo que usted es cliente

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Meses	78	52
1 a 2 años	32	21
3 a 4 años	20	13
5 a 6 años	15	10
7 en adelante	5	3
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 15: Tiempo que usted es cliente



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: De los clientes que han sido encuestados el 52% dicen que lo son hace meses, el 21% de los clientes afirman que son más o menos hace 1 y 2 años; en tanto que el 13% dicen serlo de 3 a 4 años, el 10% que visitan el negocio de 5 a 6 años; el 3% de la población encuestada dice ser cliente de 7 años en adelante.

Interpretación: Según los datos expuestos son clientes de los establecimientos turísticos en su mayoría el 52% , hace meses por lo que se debe trabajar en mantener la calidad del producto para que sean estos clientes fieles.

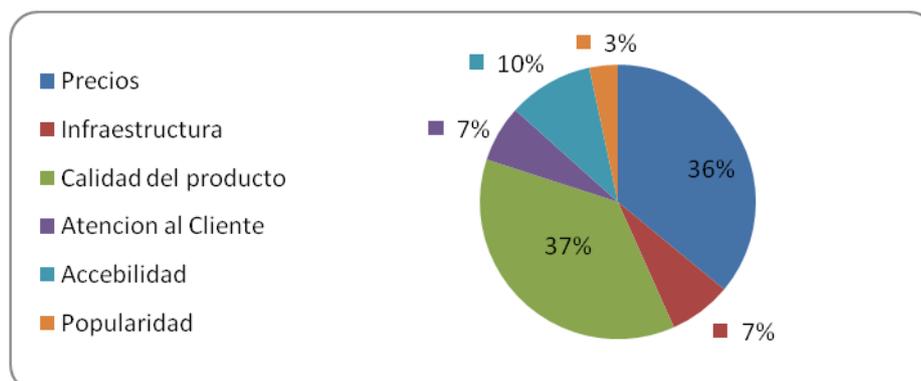
Pregunta 4: ¿Cuáles son las razones por las que Usted acude a este local comercial?

Tabla 38: Razones por lo que usted eligió este local

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precios	54	36
Infraestructura	11	7
Calidad del producto	55	37
Atención al Cliente	10	7
Accesibilidad	15	10
Popularidad	5	3
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 37: Razones por lo que usted eligió este local



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Se han dado una gran variedad de respuestas, pues el 36% de los clientes encuestados acuden principalmente por los precios; el 7% es por la infraestructura; el 37% es por la calidad del producto que ofertan; el 7% dicen que una de las razones es por la cordialidad y el buen trato al cliente; el 10% dicen es por la accesibilidad y finalmente el 3% por la popularidad que mantiene el establecimiento turístico.

Interpretación: Las personas acuden de manera tradicional al local es por la accesibilidad de los precios, puesto que buscan servicios que no sean costosos para su bolsillo, acompañados con la calidad del producto.

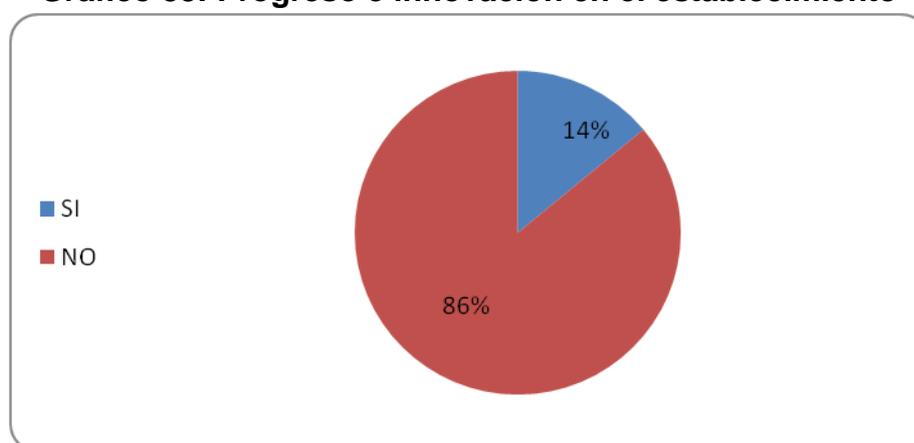
Pregunta 5: ¿Usted ha constatado algún progreso e innovación que le permitan desarrollarse empresarialmente a este establecimiento turístico?

Tabla 39: Progreso e innovación en el establecimiento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	21	14
NO	129	86
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 38: Progreso e innovación en el establecimiento



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: En Baños de Agua Santa, el 14% de los turistas encuestados considerados como clientes aseguran haber constatado desarrollo en el establecimiento que visitan, en tanto que el 86% restante afirma no haber visto ningún tipo de progreso e innovación en el establecimiento que frecuentan.

Interpretación: El cliente, en su mayoría no ha detectado el mejoramiento en los servicios de la empresa, lo cual convierte a las empresas en poco productivas, puesto que deben desarrollar estándares de calidad, que le den un valor agregado al servicio ofertado al cliente.

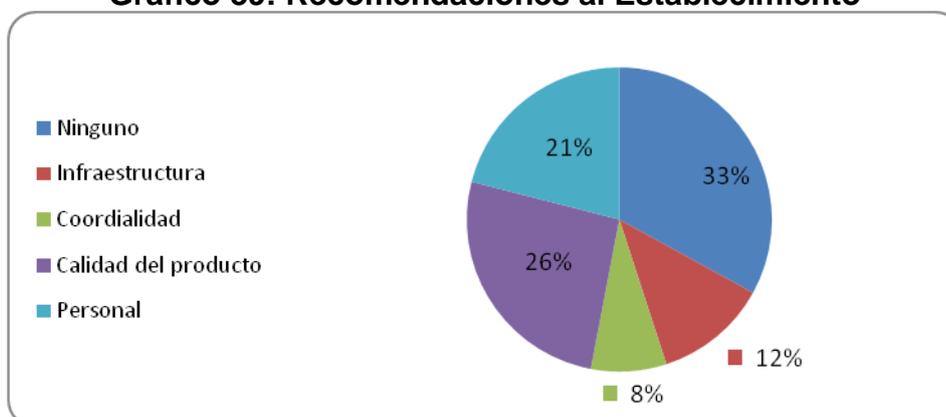
Pregunta 6: ¿Qué recomendaciones daría usted a este establecimiento turístico para su mejoramiento?

Tabla 39: Recomendaciones al Establecimiento

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Personal	32	21
Infraestructura	18	12
Cordialidad	12	8
Calidad del producto	39	26
Ninguno	49	33
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 39: Recomendaciones al Establecimiento



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: El 12% de los clientes de servicios turísticos consideran que tiene que cambiar la infraestructura; el 8% mencionan que tiene que acreditarse más cordialidad; el 26% la calidad del producto que ofertan en relación al precio tiene que considerarse especialmente en los días feriados; el 21% incrementar el personal para un mejor servicio al cliente y con un mayor porcentaje el 33% de los clientes felicitan los servicios y atención del establecimiento donde son clientes.

Interpretación: Los clientes están contentos con el servicio turístico brindado, aunque algunos manifiestan que es esencial mejorar la calidad.

Pregunta 7: ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a: ?

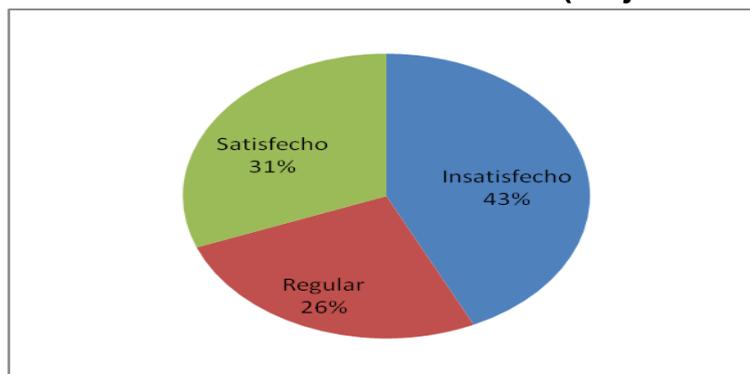
A. Servicio de Alojamiento

Tabla 41: Satisfacción del Cliente (Alojamiento)

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Insatisfecho	64	43
Regular	39	26
Satisfecho	46	31
Total	149	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

Gráfico 40: Satisfacción del Cliente (Alojamiento)



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012.)

Análisis: Con relación al grado de satisfacción del servicio de alojamiento: el 43% se encuentra insatisfecho, el 26% manifestó que regular, el 31% de los encuestados se encuentran satisfechos con los servicios prestados por las empresas de alojamiento.

Interpretación: Existe un número relevante de cliente insatisfechos 43%, es necesario crear políticas para mejorar los servicios dirigidos a los clientes, puesto que el mismo es la base para el crecimiento y productividad, con clientes felices, existirá mayores posibilidad de mejoramiento y satisfacción.

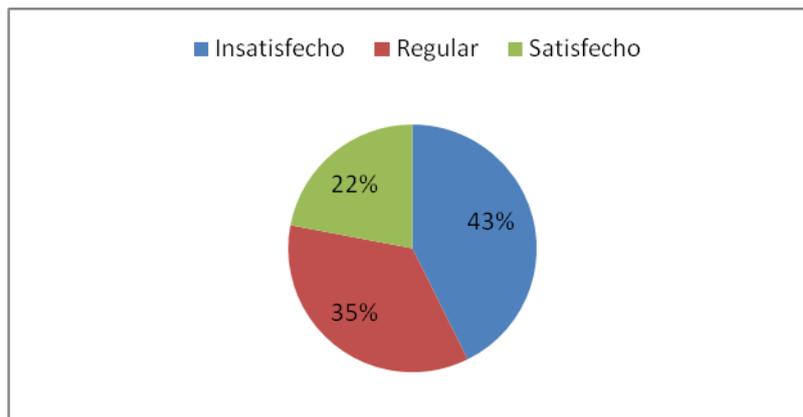
A. Operadoras Turísticas

Tabla 42: Satisfacción del Cliente (Operadoras de Turismo)

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Insatisfecho	64	43
Regular	53	35
Satisfecho	33	22
Total	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 41: Satisfacción del Cliente (Operadoras de Turismo)



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Con relación a la satisfacción vinculada al servicio de las operadoras turísticas, el 43% está insatisfecho, un 35% respondió Regular, el 22% se encuentra Satisfecho.

Interpretación: Se determina que los encuestados se encuentran Insatisfecho y Regular, con los servicios prestados por las operadoras turísticas, aunque si existen clientes satisfechos siendo necesario crear alternativas para mejorar los procesos de atención al cliente, brindando un valor agregado a los servicios de la empresa.

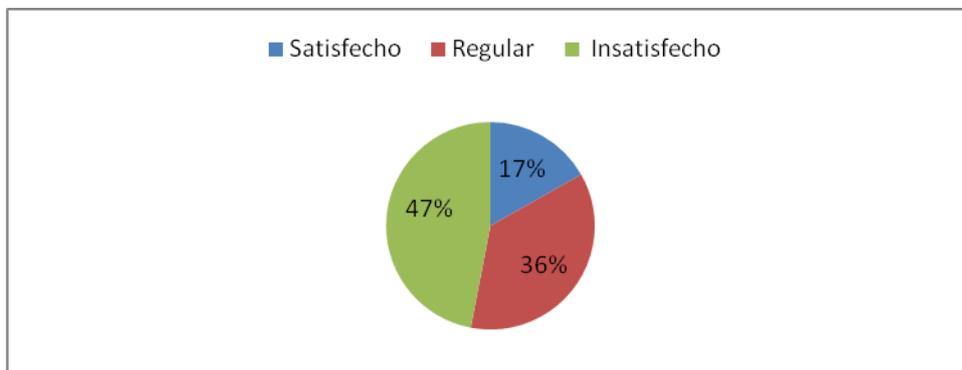
A. Servicio de alimentos y bebidas

Tabla 43: Satisfacción del Cliente (Alimentos y bebidas)

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Satisfecho	25	17
Regular	54	36
Insatisfecho	70	47
Total	149	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 42: Satisfacción del Cliente (Alimentos y bebidas)



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Con relación al índice de satisfacción de los Servicios de Alimentos y bebida: restaurantes, bares, discotecas y fuentes de soda, el 47% de los clientes respondió que insatisfecho, el 17% se encuentra con satisfacción y el 36% menciona que regular.

Interpretación: Según los resultados se aprecia que existe mayor índice de insatisfacción en los servicios de alimentos y bebidas, debido a la gran competencia que existe, por lo que obliga a los propietarios a dar sus productos a precios bajos y un producto de baja calidad, que causa malestar en sus visitantes.

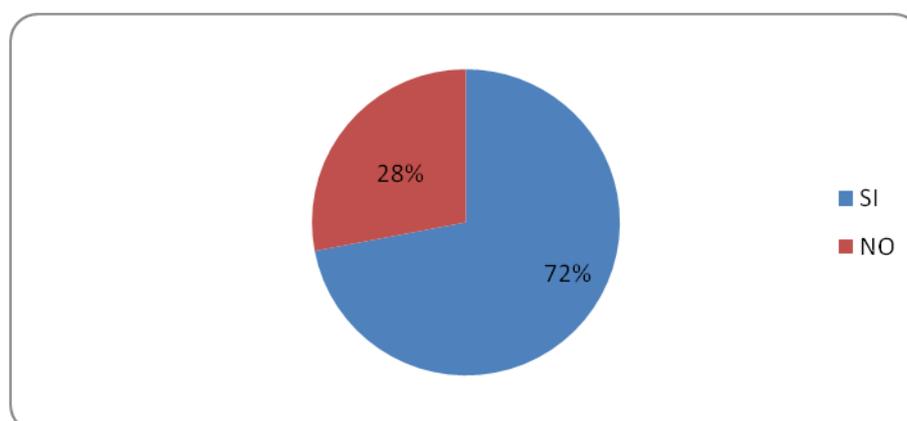
Pregunta 8: ¿En el hotel le han ofrecido a Usted paquetes turísticos, TOURS?

Tabla 44: Ofrecimiento de servicios extras

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
SI	108	72
NO	42	28
TOTAL	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 43: Ofrecimiento de servicios extras



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Como se aprecia en los resultados, los clientes mencionan que Si, a el 72% les han ofrecido paquetes turísticos en el lugar de alojamiento, mientras que el 28% aseguran que No.

Interpretación: Los clientes que se hospedan en el cantón Baños mencionan que con el mismo hotel realizan el servicio completo de TOURS, este porcentaje corresponde al 72% de las personas encuestadas, mientras que el 28%, dicen que No.

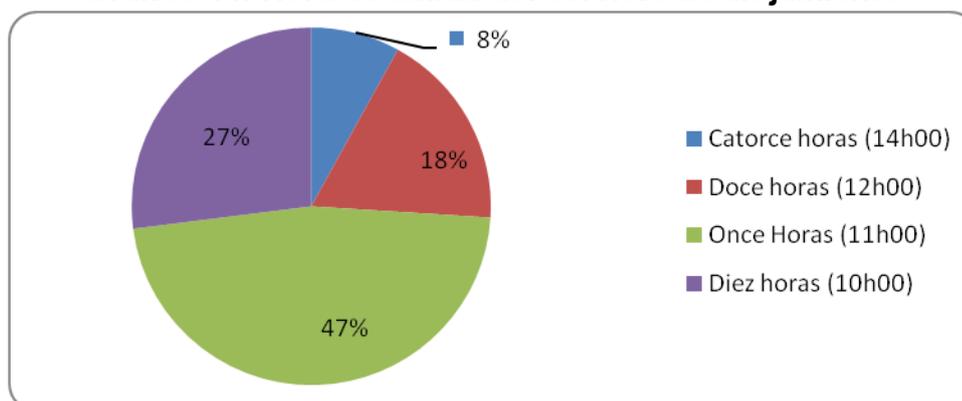
Pregunta 9: ¿Al ingresar a hospedarse, le indicaron a usted cual es la hora de salida o CHEK-UP? Indique la hora.

Tabla 45: Hora de salida del servicio de alojamiento

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Catorce horas (14h00)	12	8
Doce horas (12h00)	27	18
Once Horas (11h00)	71	47
Diez horas (10h00)	40	27
Total	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 44: Hora de salida del servicio de alojamiento



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Como resultado de esta pregunta se obtiene que el 8% de los hoteles tienen su hora de salida a las 14h00, el 18% salen a las 12h00, el 47% a las 11 a.m., finalmente el 27% a las 10h00.

Interpretación: Se interpreta que la hora de salida en la mayoría de los servicios de alojamiento es a las 11h00 como las 10h00, por políticas interna de las empresa, cuando la ley estipula que debe ser en horarios de la tarde, por ello se incumple con una normativa de la ley de turismo, que crea descontento, abuso a los clientes e insatisfacción por los servicios recibidos.

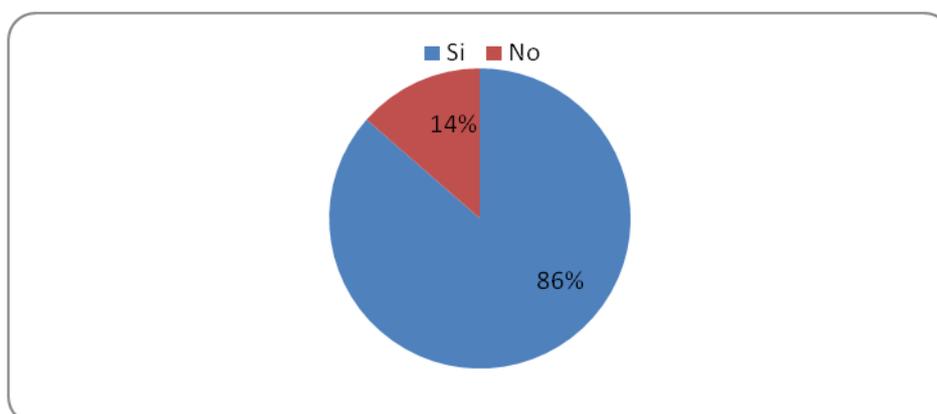
Pregunta 10: ¿Cree usted que las operadoras turísticas deberían trabajar con guías de turismo calificados?

Tabla 46: Guías de Turismo calificados

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	134	89
No	21	14
Total	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 45: Guías de Turismo calificados



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Con relación a las decima pregunta, que trata sobre si las operadoras turísticas deberían trabajar con guías de turismo calificados, el 86% considera que Si, el 14% de los encuestados respondió No.

Interpretación: Los clientes contestaron que Si es necesario que el personal que labora en las operadoras turísticas sean guías calificados, que se debería exigir, sobre todo en la realización de actividades de aventura de alto riesgo, por lo que se sentirían más confiados al existir seguridad.

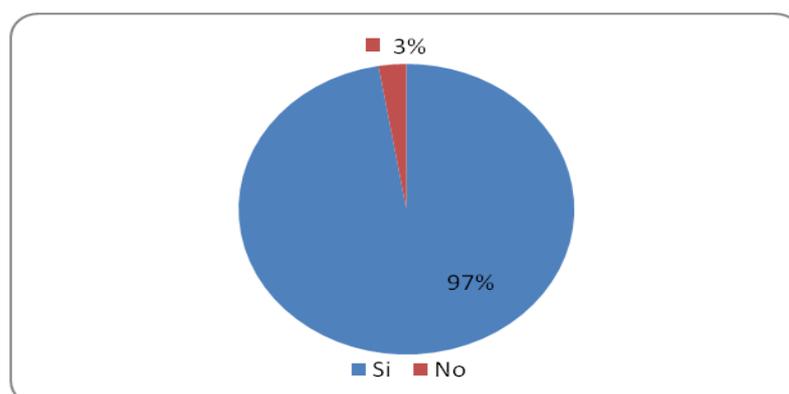
Pregunta 11: ¿Cree usted que es necesario implementar un plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón?

Tabla 47: Implementación de un plan estratégico

DETALLE	NUMERO	PORCENTAJE
Si	146	97
No	4	3
Total	150	100

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Gráfico 46: Implementación de un plan estratégico



Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Análisis: Con respecto a la última pregunta de la encuesta dirigida a los clientes que trata sobre la necesidad de un plan estratégico para el desarrollo del sector turístico, el 97% manifiesta que Si, el 3% respondió No.

Interpretación: Se determina que los clientes consideran necesario mejorar los procesos de capacitación y asesoría, para brindar una atención de calidad, un servicio con un valor agregado, que permita mejorar el nivel de satisfacción, para que los clientes sientan confianza con los servicios prestados por las empresas turísticas.

4.5. Análisis de la entrevista

Tabla 14: Entrevista

<p>N° 1 Entrevistador: Caicedo Reyes Jheimy Sabrina Entrevistado: Ing. Enrique Mayorga, Director del Departamento de Turismo del cantón Baños del Ilustre Municipalidad del cantón Baños. Fecha: 02 de abril del 2012 Lugar: Baños – Tungurahua</p>	
Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuál es la función principal del Dpto. de Turismo?	Es la de gestionar las actividades turísticas del cantón, Controlar, capacitar y promocionar el turismo.
2. ¿Qué porcentaje de la población del cantón Baños se dedica al Turismo?	Aproximadamente el 90% de la población baneña se dedica directa e indirectamente al turismo.
3. Qué cantidad de ingresos anuales, produce el turismo en Baños	Mediante un análisis se ha determinado que un turista de clase media baja, gasta más o menos un promedio de 25 a 30\$ diarios, esto multiplicado por el número de visitas al año.
4. ¿Los propietarios de los establecimientos turísticos cumplen con lo estipulado en la ley de Turismo?	Cualquier cambio que se realice siempre genera resistencia y este no es la excepción.
5. ¿Qué beneficios o ventajas tiene la ley de Turismo en el desarrollo empresarial de las empresas turísticas?	La ventaja a mi criterio es principalmente que realizamos promoción y publicidad a nivel internacional a parte de los incentivos que la misma Ley lo contempla.
6. ¿Se han creado programas para el mejoramiento y administración eficaz de los servicios turísticos?	Actualmente no se lo ha implementado pero es un aspecto que se lo debe considerar como urgente para mayor satisfacción de todos los servidores turísticos y sus demandantes.
7. La oferta turística en baños, se ha incrementado?	Notablemente, si hablamos que para este año existen aproximadamente 500 establecimientos de servicio turístico, entonces solo para el 2012 se ha incrementado un 25% mas o menos.
8. ¿Qué problemas se han presentado en la aplicación de la ley de Turismo?	Incumplimiento por lo que los propietarios son sancionados

<p>9. ¿ Existe incumplimiento de la normativa legal, por parte de los servidores turísticos?</p>	<p>Lamentablemente SI, existe informalismo, según análisis que hemos realizado como aporte al cantón, se estima que cerca de un 20% de establecimientos en relación al total que existe actualmente. Funcionan ilegalmente, pero los hemos identificado y para el 2012 se realizara la apertura o clausura de los mismos. Para que no afecte el mercado.</p>
<p>10. ¿El personal con el que cuenta las empresas de servicios turísticos son capacitados de manera regular por el Ministerio de Turismo?</p>	<p>Estamos en proyectos</p>
<p>11. ¿Cree usted que el personal del Departamento de Turismo de Baños abastece para el seguimiento, control, inspección de los establecimientos turísticos?</p>	<p>NO. El personal del Dpto. de Turismo de Baños es insuficiente, para la cantidad de establecimientos que hay en baños no abastece, por lo que falta personal técnico para un mejor control. Trabajamos 6 actualmente.</p>
<p>12. ¿Es necesario un programa de capacitación y asesoría para la aplicación eficiente de la ley de Turismo?</p>	<p>Si es muy necesario se va a tomar en cuenta y próximamente se lo va a ejecutar</p>
<p>13. ¿El Dpto. de turismo apoyaría su implementación, de que forma lo haría?</p>	<p>Somos quienes por ley somos los responsables de apoyar y/o ejecutar programas de capacitación relacionado al turismo y seria muy beneficioso para todos los bañeros, es por ello que prácticamente se tiene programado realizarlo a corto plazo.</p>
<p>14. ¿Cuál es el tipo de sanción más frecuente, por incumplimiento de leyes y reglamentos?</p>	<p>Los propietarios de los diferentes establecimientos turísticos son generalmente sancionados con notificaciones y esto les genera multas a los propietarios de establecimientos.</p>

Elaborado por: CAICEDO, Jheimy (2012)

Interpretación: Se determina en base a la entrevista que: la industria del turismo permite ingresos promedios anuales de 36'000.000\$, el 90% de la población de Baños trabajo en el área turística, la oferta turística se incremento para este año en un 25% en relación , el incumplimiento se da por desconocimiento de las leyes y reglamento de turismo, las sanciones más habituales son multas y notificaciones, , se tiene programado la realización de capacitación, no se han implementado programas para el mejoramiento de los servicios turísticos.

4.6. Comprobacion de hipotesis

4.6.1 Hipótesis de segundo grado

La hipótesis a comprobar es “El incumplimiento de la Ley de Turismo limita el Desarrollo Empresarial del Cantón Baños de Agua Santa”

Ho: El incumplimiento de la Ley de Turismo limita el Desarrollo Empresarial del Cantón Baños de Agua Santa.

H1: El incumplimiento de la Ley de Turismo **NO** limita el Desarrollo Empresarial del Cantón Baños de Agua Santa.

4.6.1.1 Estimador estadístico

Se dispone de información resultante de las encuestas aplicadas a la muestra conformada por propietarios, colaboradores y clientes de establecimientos de servicios turísticos. Para la prueba de hipótesis con frecuencias se utilizó la prueba del Chi-cuadrado, que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas se ajustan a un conjunto de frecuencias esperadas o teóricas si se aplica la fórmula:

$$x = \sum \frac{(ni - ni *)^2}{ni}$$

4.6.1.2 Nivel de significación y regla de decisión:

Se acepta la hipótesis nula si:

$$X^2c = \text{es menor al valor de } X^2 t = 7.82$$

Según la tabla de Distribución de J_i cuadrado, en donde:

A significa el área del extremo derecho para los valores X^2 que aparecen en la tabla

v significa el grado de números de libertad.

Para el presente caso:

Nivel de significación **A** = 0,05

Grados de libertad **v** = 3

$Gl = (Columnas - 1) * (Filas - 1)$

$Gl = (2 - 1) * (4 - 1)$

X tabular $X^2_t = 7.82$

4.6.1.3 Cálculo de “Chi-cuadrado” datos obtenidos:

Preguntas dirigidas a:

Tabla 15: Cálculo Del Chi-cuadrado

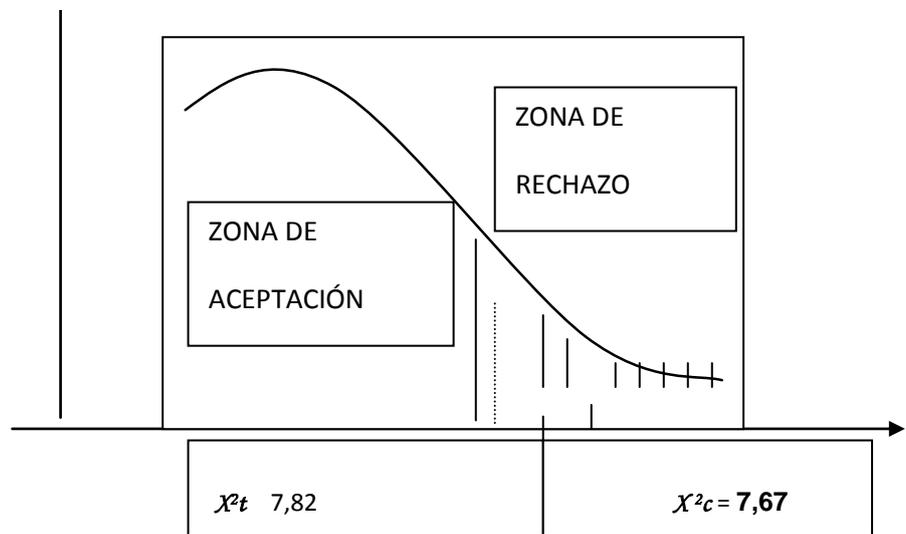
PREGUNTAS		SI	NO	TOTAL
Pregunta 3.	Propietarios.- Conoce usted lo que se exige en la Ley de Turismo?	21	148	169
Pregunta 5.	Colaboradores.- Ha recibido capacitación en alguna área de desarrollo empresarial?	7	113	120
Pregunta 8.	Clientes.- Progreso e innovación que le permitan desarrollarse empresarialmente a este establecimiento turístico?	21	129	150
Pregunta 4.	Colaboradores.- Un programa de capacitación y asesoría legal	10	110	120
		59	500	559

Nivel de significación	0,05	0,05
------------------------	------	------

Frecuencias observadas	Frecuencias esperadas	ni-ni*	(ni-ni*) ²	((ni-ni*)/ni)
ni	ni*			
21	17,8372	3,1627907	10,003245	0,476345
7	12,6655	5,66547406	32,0975963	4,585370905

21	15,8318	5,16815742	26,7098512	1,271897674
10	12,6655	2,66547406	7,10475197	0,710475197
148	151,1628	-3,1627907	10,003245	0,067589493
113	107,3345	5,66547406	32,0975963	0,284049525
129	134,1682	5,16815742	26,7098512	0,20705311
110	107,3345	2,66547406	7,10475197	0,064588654
			151,830889	7,667369558

Gráfico 47: Comprobación de Hipótesis De Segundo Grado



ELABORADO: CAICEDO Jheimy (2012)

Se acepta la hipótesis nula si:

$$\chi^2_c = 7,67 = \text{es menor al valor de } \chi^2_t = 7,82$$

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se verificó que el 88% de los servidores turísticos desconocen las leyes y reglamentos del turismo, lo que conlleva al resultado que el 91% de los mismos no han recibido ninguna clase de capacitación y asesoría para mejorar el cumplimiento de la ley antes mencionada y por ende la calidad del servicio.
- Se constato que el 77% de las empresas turísticas del cantón Baños no han logrado un desarrollo empresarial en los últimos años, dando como consecuencia que un 86% de los clientes no perciban la satisfacción anhelada en los servicios turísticos utilizados.
- Se identificó, que en el cantón Baños se encuentran operando 399 establecimientos turísticos, entre alojamiento, alimentación, bares y discotecas, operadoras turísticas, transporte turístico y centros de recreación.
- Se verificó, que el 90% de la población Baneña se dedica al turismo directa e indirectamente y esta gran industria genera ingresos aproximados de \$ 36'000.000 anualmente.

- Se demostró, que por medio de la capacitación continua los empresarios turísticos lograrán una dinámica de crecimiento conjunto entre el aspecto legal y empresarial.
- Se concluyó, que es necesario un “Plan estratégico de desarrollo turístico para el cantón Baños de Agua Santa”, que permita un adecuado desarrollo de la planta turística, eje fundamental de la economía local

5.2. Recomendaciones

- Es necesario ampliar la capacidad de los organismos públicos que ejercen control en el área turística del cantón Baños de Agua Santa, pues los actuales son insuficientes.
- Se recomienda un plan de capacitación como política de administración municipal para asegurar la continuidad del proyecto.
- Es importante realizar inspecciones permanentes por parte de los entes de control para verificar el cumplimiento legal del turismo.
- El Ministerio de Turismo debe incrementar su atención a las empresas de servicios turísticos para mejorar su imagen institucional.
- Las empresas deben desarrollar investigaciones de mercado para evaluar su posicionamiento, e implementar estrategias para mejorar sus procesos internos y organización estructural.
- Se debe mejorar el nivel de satisfacción del cliente mediante continuas reinversiones en la infraestructura turística para ofrecer un servicio de calidad.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

6.1.1. Título:

“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTON BAÑOS DE AGUA SANTA”

6.1.2. Institución:

Para la ejecución del presente proyecto, se contará con el apoyo Financiero del Departamento de Turismo del cantón Baños.

6.1.3. Beneficiarios:

- Propietarios de los establecimientos turísticos.
- Clientes de los establecimientos turísticos.
- Colaboradores de establecimientos turísticos.

6.1.4. Ubicación:

- Cantón Baños de Agua Santa.

6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución

- 12 meses

6.1.6. Equipo técnico

- Funcionarios de la Dirección y Ministerio de Turismo del cantón Baños.
- Autora.

6.1.7. Costo

- \$ 11.850.

6.2. Antecedentes de la propuesta

La propuesta se fundamenta mediante todos los datos obtenidos en las encuestas:

- El 88% de los servidores turísticos desconocen las leyes y reglamentos del turismo, lo que conlleva al resultado que el 91% de los mismos, no han recibido ninguna clase de capacitación y asesoría para mejorar el cumplimiento de la ley antes mencionada y por ende la calidad del servicio.
- El 77% de las empresas turísticas del cantón Baños no han logrado un desarrollo empresarial en los últimos años, dando como consecuencia que un 86% de los clientes no perciban la satisfacción anhelada en los servicios turísticos utilizados.

- El 90% de la población Baneña, se dedica al turismo directa e indirectamente y esta gran industria genera ingresos aproximados de \$ 36'000.000 anualmente.
- Por medio de la capacitación continua los empresarios turísticos lograrán una dinámica de crecimiento conjunto entre el aspecto legal y la responsabilidad empresarial.
- Se concluyó, que es necesario un “Plan estratégico de desarrollo turístico para el cantón Baños de Agua Santa”, que permita un adecuado desarrollo de la planta turística, eje fundamental de la economía local.

6.3. Justificación

La presente propuesta beneficiará al sector turístico, ya que mejorará los procesos organizacionales para el cumplimiento de la Ley de Turismo; además, se beneficiarán todos quienes trabajan de forma directa e indirecta en los servicios turísticos del cantón Baños.

Los beneficiarios de la propuesta son: colaboradores, propietarios y clientes de los establecimientos turísticos, quienes participaran activamente en la consecución del mejoramiento del desarrollo empresarial, en base a expectativas reales.

Esta herramienta servirá para lograr un conocimiento real, sobre los artículos de la ley y los reglamentos relacionados con su aplicación y ayudará a que los propietarios conozcan las normas que rigen las actividades turísticas.

Complementariamente, ayudará a desarrollar un servicio de calidad, con resultados en la competitividad, pues los servidores turísticos estarán en la capacidad de ofrecer un mejor producto turístico que tenga una mayor aceptación, en los diferentes segmentos turísticos.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

Diseñar un plan estratégico para la coordinación de acciones destinadas al cumplimiento de la Ley de Turismo que permitan el desarrollo empresarial del sector turístico del cantón Baños.

6.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del turismo en el cantón Baños de Agua Santa.
- Establecer objetivos estratégicos que permitan el desarrollo empresarial del sector turístico.
- Elaborar un plan de acción que determine las actividades a emprenderse.

6.5. Análisis de factibilidad

6.5.1. Socio cultural

Es factible porque se cuenta con la aceptación de los propietarios, clientes y colaboradores de establecimientos turísticos, permitiendo lograr acciones concretas en el cumplimiento de la Ley de Turismo y para el desarrollo turístico del cantón Baños de Agua Santa.

6.5.2. Económico-financiero

Es factible, porque la institución organizadora cuenta con rubros económicos, para la implementación de estrategias que permitan el mejoramiento de los procesos internos, la comunicación y la dirección estratégica de los servidores turísticos.

La Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa se encargará del financiamiento del plan estratégico para el desarrollo empresarial del sector turístico del cantón.

6.5.3. Legal

La presente propuesta no tiene impedimentos legales; por lo cual, la vuelve factible, se fundamenta en la Ley de Turismo sus reglamentos.

La Ley de Turismo promueve la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad. (Capítulo I, Generalidades, Art 4, literal e). Por lo tanto es posible su realización.

En el reglamento general de actividades turísticas se incluye la viabilidad; en el Título VIII: De la capacitación, formación y profesionalización turística, en el Art. 195. En el que se menciona que el Ministerio de Turismo, brindará asesoría profesional y técnica a las empresas turísticas, para lo cual fijará una tarifa que cobrará por sus servicios.

6.5.4. Organizacional

Es factible, porque se definirán: Objetivos, estrategias, responsables, tiempo y financiamiento, que se vincularan al mejoramiento del sector turístico.

6.6. Fundamentación Teórica

Estrategia

Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin. Proviene del griego ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ Stratos = Ejército y Agein = conductor, guía. Se aplica en distintos contextos:

Estrategia empresarial: se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento.

Estrategia como Plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

El plan

Diversos autores coinciden en definir al plan como una toma anticipada de decisiones destinada a reducir la incertidumbre y las sorpresas, y a guiar a la acción hacia una situación deseada, mediante una instrumentación reflexiva de medios.

El acto anticipatorio adelanta en el tiempo la imagen de los futuros y las respuestas posibles, lo compara con el porvenir deseado y encara la elaboración de previsión de situaciones y de acciones con visión a satisfacer una intencionalidad, una vocación de alcanzar determinadas situaciones que forman parte del deseo.

En el plan está presente siempre la idea de futuro y de construcción del porvenir mediante la acción, y se presenta a la reflexión como un conjunto de interrogantes y de conjeturas sobre el devenir posible, como incógnitas a develar sobre sucesos que pueden acontecer o como situaciones deseadas a mantener o alcanzar.

La noción de plan presupone un conjunto de connotaciones; tales como: previsión, organización, coordinación de esfuerzos y control de acciones y de resultados.

En consecuencia, la previsión como una visión anticipada de lo que “vendrá”, tiene propósito la diferenciación y la armonización de los diferentes roles a cumplir y recursos o medios a instrumentar en la acción; la coordinación de esfuerzos como una inducción de sinergia que unifique la diversidad de componentes hacia el cumplimiento de aspectos complementarios de la acción, el control de procesos y resultados como una revisión constante de la trayectoria de la acción hacia la situación deseada, para corregir los desvíos que se pudieran presentar.

Se asemeja, pues, a una guía, “carta de navegación” o mapa en donde se registran los caminos a recorrer, los obstáculos a superar, el destino al que se quiere arribar y los medios necesarios para instrumentar la acción, orientada hacia los propósitos que se pretenden alcanzar.

El concepto de plan, entonces, evoca a una acción reflexiva e intencional de ordenamiento y encuadre de acciones y de preparación de instrumentos conceptuales y materiales para alcanzar o producir un resultado deseado. (Ossorio Alfredo, 2003).

Las definiciones que se presentan a continuación, muestran desde diferentes perspectivas el significado del plan:

“La planeación implica actividades futuras y concierne a las decisiones que se proponen y el futuro resultado de las decisiones del presente (...)” (Guillermo Gómez Ceja, 1976).

“Planificar significa prefijar la sucesión temporal de los objetivos y de las medidas aptas para su consecución o sea, determinar prioridades, es tarea de estructuración de la acción, y como tal, a cargo de expertos llamados planificadores”. (Agustín Morello, 1966).

Planificación Estratégica

“La planeación estratégica es mucho más que un simple proceso de previsión, pues exige establecer metas y objetivos claros, los que deben ser logrados durante periodos específicos, con el fin de alcanzar una situación futura planeada. Por lo tanto, se deben desarrollar dentro del contexto de esa situación y deben alcanzar los objetivos, desarrollados en el proceso de planeación estratégica para ello se deben suministrar mediante la organización sus principales prioridades en casi todas las acciones”. (Goodstein Leonardo, 1998).

La planificación estratégica es una herramienta por excelencia de la gerencia estratégica, consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización y la formulación y puesta en marcha de estrategias permitiendo crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la misión y de sus objetivos, del medio ambiente y sus presiones y de los recursos disponibles.

El desarrollo de un plan estratégico produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la organización.

La planificación, es el proceso colectivo de construcción de la estrategia de una fase del proyecto y, se compone de los siguientes pasos:

- Visión y finalidad del proyecto
- Análisis de la situación (problemas, actores, recursos y potencialidades, obstáculos y riesgos)
- Objetivos
- Estrategias
- Coordinación
- Ejecución
- Evaluación

1. Definición de nuestra visión – finalidad

Construcción de la finalidad a partir de la visión: descripción de la situación que nuestra intervención pretende crear.

Construcción del objetivo: descripción de la situación a la que queremos llegar al final de la fase.

Construcción de una estrategia: imaginar varios caminos posibles para llegar al objetivo y escoger el mejor, el que nos da más garantías de éxito.

La estrategia se compone, en general, de varios ejes estratégicos que incluyen una sucesión de resultados (intermedios y finales), fruto de una o varias acciones, y que constituyen una serie de etapas a superar para alcanzar el objetivo.

2. Análisis de la situación

Este paso es clave en la planificación estratégica, porque nos va a permitir conocer cuáles son los principales problemas con los que nos enfrentamos y a partir de los cuales, deberemos buscar las soluciones específicas.

La identificación de fortalezas y debilidades o de oportunidades y amenazas en nuestro trabajo requiere de un análisis realista. En él, se basarán luego las estrategias con las que se intentará revertir la situación, para el logro de los objetivos propuestos. Así tenemos que:

El primer paso, es el análisis de las fortalezas y debilidades, se deberán tener en cuenta los recursos: humanos, tecnológicos, financieros, físicos y organizacionales. Será necesario analizar cada uno por separado para determinar en cuáles nos vamos a apoyar. La detección de las debilidades, servirá para elaborar las estrategias de planificación.

Se requerirá creatividad a la hora de evaluar los recursos y no agotar las posibilidades y oportunidades de mejora en el contexto más cercano. Este es, uno de los desafíos de la planificación.

El segundo paso, es el estudio de las oportunidades y las amenazas e implicará conocer muy bien qué cosas estarán jugando en contra de lo que queremos lograr. Estos obstáculos, pueden ser muchos y variados. En este aspecto, se necesita ser muy crítico, ya que las amenazas pueden encontrarse al interior de la organización. Lo cual significa que, hay que estar muy atento para descubrir las oportunidades.

3. Formular objetivos

Los objetivos pueden definirse como aquellas cosas que queremos alcanzar en un período de tiempo con determinados recursos. Tienen la función de ser orientadores en las acciones que se realizarán y, al final, se convertirán en un elemento útil para la evaluación.

4. Formulación de estrategia

Es necesario buscar una estrategia para cada debilidad y amenaza, teniendo en vista los objetivos planteados inicialmente. Habrá una estrategia para cada carencia, grande o pequeña y se tendrán tantas como sea necesario para lograr los objetivos propuestos.

5. Plantear actividades

Es el momento de realizar una lista de actividades para poner en marcha las estrategias y obtener los objetivos. Hay que tener en cuenta el orden cronológico ya que, como es obvio, algunas acciones dependen del resultado de las anteriores. También, se debe ser cuidadoso con la administración de los recursos.

6. Responsables

Una vez terminada la lista de actividades, es necesario nombrar a los responsables de llevar a cabo cada una de las actividades.

7. Tiempo

El tiempo es una variable fundamental, no sólo en una planificación sino en toda nuestra vida; por lo que, debemos aprender a controlarla y manejarla para obtener los mejores resultados en el menor tiempo.

A cada actividad se le deberá asignar un tiempo, un día, una fecha.

8. Recursos

Luego de fijada la actividad, se deberá pensar qué recursos serán necesarios para llevarla adelante. Como vimos, esos recursos podrán ser humanos, físicos, tecnológicos, etc. Será necesario, además, contar con ellos con anticipación para tener seguridad de que dicha actividad será una realidad.

9. Lugar

Es importante delimitar dónde se realizará cada actividad. Esto nos ayudará a tener claro dónde nos movemos y para qué específicamente planificamos esa actividad en ese lugar. Esto permitirá cambiar sobre la marcha cuando se ve que algo no anda bien.

10. Ejecutar actividades

Es llevar a la práctica todo lo programado. Esto le da sentido a todos los pasos que antes realizamos y asegura una buena puesta en práctica. Si se cumple con los requisitos de esta planificación, se comprobará que se logrará transformaciones en nuestro trabajo.

11. Evaluación

La evaluación es un proceso de medición que ayuda a contestar preguntas como ¿Qué se está haciendo?, ¿Qué se hizo? , ¿Qué se podrá hacer? Generalmente se cree que la evaluación es lo último, cuando lo hecho, hecho está. Pero no es así, o por lo menos no debería serlo. Debe ser un proceso constante que acompañe y que ayude a la reflexión.

6.7. Metodología. Modelo operativo

Tabla 16: Modelo operativo

ETAPA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHAS	PRESUPUESTO	LUGAR	EVALUACION
Sensibilización	Realizar alianzas entre entidades públicas y privadas.	Coordinar , para lograr un consenso de compromiso y participación.	Presentación del proyecto. Sociabilización de propuesta. Incentivos por participación.	Dpto. de Comunicación Social. Dpto. de Turismo y MINTUR.	1-15 Agosto 2012	1150 USD	Dpto. de Turismo.	Medir el grado de participación de los servidores Turísticos
Planificación	Implantar alternativas de solución	Diseñar un plan de capacitación y asesoría legal.	Elaboración del plan de Capacitación.	Dpto. de Turismo y MINTUR Ing. Jheimy Caicedo.	3-14 Sept. 2012	1000 USD	Salón de la Ciudad.	Conocer las perspectivas para la innovación del establecimiento
Implementación	Cumplir con la normativa legal	Implementar un programa de control .	Notificaciones personales . Operativos de Control. Tabulación de resultados.	MINTUR.	15-30 Nov. 2012	500 USD	Cantón Baños.	Tabulación de resultados Técnicos
Evaluación	Difundir la nueva imagen de Baños.	Elaborar un programa de promoción turística nacional e internacional.	Lanzamiento del programa. Difusión por los medios de Comunicación. Difusión por medio de embajadas	Cámara de turismo.	12 Marzo 2012	8000 USD	Termas de La Virgen.	Encuestas por medios virtuales

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

6.8. Estructura de la propuesta

1. Visión y finalidad del proyecto

Visión:

Mejorar el emprendimiento de las actividades turísticas por medio de estrategias logísticas y organizacionales, fomentando una cultura de calidad en los servicios ofrecidos al turista y promoviendo el desarrollo empresarial del cantón.

Finalidad:

Emprender procesos organizativos entre entidades públicas y privadas para motivar el cumplimiento de la Ley de Turismo y una ordenada expansión de los servicios turísticos.

A continuación, en el gráfico N#44, se describe los procesos secuenciales utilizados para la propuesta.

Gráfico 48: Propuesta de la estructura del plan estratégico para el desarrollo empresarial, del sector turístico de Baños de Agua Santa.



FUENTE: PRODAR (2008) y adaptado por: CAICEDO, Jheimy (2012).

2. Diagnóstico

Situación actual y análisis FODA

Datos referenciales recopilados por el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Tesorería del Municipio de Baños, en base a ingresos de turistas a los balnearios, a la ciudad de Baños de Agua Santa anualmente ingresan 1'200.000 turistas, de los cuales 856.200 son turistas nacionales y 343.800 son turistas extranjeros. Dicho esto, cada turista gasta un promedio de \$30 diarios; por lo que, se calcula que la industria del turismo , genera un ingreso aproximado de \$36'000.000 por año. **(Ver anexo 9).**

Según el Director de Turismo del cantón Baños Ing. Enrique Mayorga, aproximadamente el 90% de la población de Baños, se dedica al turismo directa (servicios turísticos), e indirectamente (Spa, melcochas y cañas).

El Departamento de Turismo cumple la función de gestionar las actividades turísticas a través del control, capacitación y promoción turística. En el año 2011, el Municipio de Baños destinó un porcentaje del 4.16% de su presupuesto para materia turística; es decir, \$500.000, aproximadamente.

El último catastro del Municipio de Baños señala que en el año 2011, existen operando 399 establecimientos de servicio turístico, clasificados en: alojamiento, alimentación, bares - discotecas, operadoras turísticas, transporte turístico. Mientras que para el 2012, se prevén alrededor de 500 establecimientos considerando , nuevos locales y aquellos que por seguimiento y control se han formalizado en otras palabras crecerá un 25%. Debido al crecimiento de empresas turísticas, el Departamento de Turismo, es técnicamente insuficiente para cubrir esta planta turística (territorio donde se realizan varias actividades turísticas), siendo una de las principales razones para que exista el incumplimiento e informalidad.

Tabla 17: Análisis FODA del sector turístico del cantón Baños de Agua Santa

DEBILIDADES (disminuir)	OPORTUNIDADES (Aprovechar)
1.- Escasa capacitación para el desarrollo empresarial. 2.- Desconocimiento de leyes y reglamentos de turismo. 3.- Informalidad turística. 4.- Competencia desleal. 5.- Poca organización entre entidades públicas y privadas. 6.- Autoridades poco comprometidas con el turismo. 7.- Exageración de precios en temporada alta. 8.- Poca profesionalismo.	1.- Destino turístico internacional. 2.- Entrada a la Región amazónica. 3.- Buena ubicación geográfica. 4.- Dolarización. 5.- Alianzas con empresas turísticas extranjeras.
FORTALEZAS (potenciar)	AMENAZAS (controlar)
1.- Atractivos naturales 2.- Diversidad de actividades turísticas 3.- Clima favorable 4.- Buena infraestructura 5.- Precios accesibles 6.- Seguridad 7.- Buenas vías de acceso 9.- Generador de empleos	1.- Surgimientos de nuevos destinos turísticos a nivel nacional. 2.- Crisis económica mundial 3.- Inflación 4.- Mayor experiencia del viajero
ESTRATEGIAS	
DISMINUIR DEBILIDADES	APROVECHAR OPORTUNIDADES
1.- Programa de capacitación y asesoría legal, para los servidores turísticos 2.- Crear alianzas estratégicas entre organismos de control y servidores turísticos. 3.- Implementar políticas de desarrollo empresarial, para todas las empresas turísticas. 4.- Incentivar un mayor comprometimiento y organización por parte del Municipio, y el MINTUR.	1.- Mejorar el nivel de calidad en el servicio. 2.- Explotar y promocionar nuevos atractivos turísticos 3.- Capacitación de turismo receptivo
POTENCIAR FORTALEZAS	CONTROLAR AMENAZAS
1.- Promocionar al Cantón con productos innovadores. 2.- Garantizar al cliente con calidad – precio. 3.- Publicitar los beneficios de escoger un atractivo "Baños".	1.- Aprovechar encantos naturales, no explotados 2.- Brindar al turista un servicio equilibrado entre producto de calidad y precio. 3. Mentalidad innovadora para el servidor turístico

Elaborado: CAICEDO, Jheimy. (2012).

3. Plan de Acción

Objetivos y estrategias

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">• 3.1. Establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado, para la planificación y coordinación de actividades para el desarrollo turístico.	<ul style="list-style-type: none">• 4.1. Coordinar entre los entes gubernamentales y empresarios turísticos, para lograr un consenso de compromiso y participación.
<ul style="list-style-type: none">• 3.2. Implantar alternativas de solución ante el desconocimiento e incumplimiento de la normativa legal y la baja calidad del servicio turístico.	<ul style="list-style-type: none">• 4.2. Diseñar un plan de capacitación y asesoría legal, para la correcta aplicación de la ley de turismo y fortalecimiento de la calidad del servicio turístico.
<ul style="list-style-type: none">• 3.3. Verificar la observancia de las leyes y reglamentos de turismo y el incremento de la calidad en el servicio, por parte de los servidores turísticos.	<ul style="list-style-type: none">• 4.3. Implementar un programa de control, para verificar el cumplimiento de las leyes y reglamentos turísticos.
<ul style="list-style-type: none">• 3.4. Desarrollar una estrategia que permita dar a conocer el desarrollo empresarial alcanzado en el cantón Baños de Agua Santa.	<ul style="list-style-type: none">• 4.4. Elaborar un programa de promoción turística, a nivel nacional e internacional, para mostrar la nueva imagen del cantón.

4. Planificación

En esta etapa se planifican, los programas o actividades específicas de las estrategias propuestas:

Primera Estrategia

4.1 Coordinar entre los entes gubernamentales y empresarios turísticos, para lograr un consenso de compromiso y participación.

Actividades

4.1.1 Difusión del proyecto a través de la radio "La voz del santuario y Red televisora de Baños (RTB).

4.1.2 Sociabilización del proyecto mediante reuniones con los involucrados en cada actividad turística: alojamiento, alimentación, bares y discotecas, operadoras turísticas.

4.1.3 Estimular la participación en el proyecto, ofreciendo entregar "sellos identificativos" al finalizar las capacitaciones, para resaltar a los establecimientos como lugares de calidad turística.

4.1.1.- Difusión del proyecto a través de la radio "La voz del santuario" y Red Televisora de Baños (RTB).

El presente programa tiene la finalidad de dar a conocer a la población, la realización del proyecto y sus beneficios, se efectuarán las siguientes transmisiones:

- Dos cuñas radiales por día, durante 10 días, suman en total 20 cuñas valoradas en 15 USD c/u. por lo que se requiere de 300

USD. Además se ofrecerán dos entrevistas en los noticieros del medio día.

- Tres spots publicitarios en la programación de Red Televisora de Baños “RTB” en el transcurso de 5 días, son 15 spots consideradas por 20 usd c/u. por lo que se requiere de 300 USD para la ejecución de esta actividad.

a.- Responsables

La difusión del programa mencionado, estará coordinado por el Departamento de Comunicación Social del GADBAS, y en representación del Departamento de Turismo el Ingeniero Enrique Mayorga.

b.- Fechas y lugar

Se ejecutará del 1 al 15 de agosto del 2012, como campaña de publicidad masiva, pretendiendo llegar a la mayoría de la población. A través de las estaciones de radio “La voz del santuario y Red televisora de Baños “RTB”.

c.- Presupuesto

Se destinará un presupuesto de 600 dólares para efectos de publicidad los mismos que serán financiados por el GADBAS.

4.1.2- Sociabilización del proyecto mediante reuniones con los involucrados, en cada actividad turística: alojamiento, alimentación, operadoras turísticas, transporte de turismo, bares y discotecas

Este programa tiene como objeto, exponer a detalle y de una manera personalizada hacia los actores de cada una de las actividades turísticas, la estructura del proyecto, los alcances y la relación que existe entre la

calidad – responsabilidad - beneficio, cumpliendo las leyes y reglamentos del turismo.

a.- Responsables

Estará como responsable de la organización, el Departamento y el Ministerio de Turismo de Baños.

b.- Fechas y lugar

El programa se realizara durante los días 16 al 31 de agosto del año en curso, para el efecto se destinara el salón de la ciudad, en los siguientes horarios:

Servicios de alimentación: Jueves, 16 de agosto horario: 15:00 a 17:00

Servicios de alojamiento: Martes, 21 de agosto horario 15:00 a 17:00

Servicio de bares-discotecas: Viernes, 24 de agosto horario 15:00 a 17:00

Operadoras Turísticas: Miércoles, 29 de agosto horario 15:00 a 17h00

c.- Presupuesto

Para la ejecución se asignará un presupuesto de 150 dólares, los mismos que serán otorgados por el Departamento de Turismo.

4.3.- Estimular la participación en el proyecto, ofreciendo entregar “sellos identificativos” al finalizar las capacitaciones, para resaltar a los establecimientos como lugares de calidad turística

Este programa tiene como objetivo incentivar la participación de los servidores turísticos en el proyecto, por lo que se entregara a cada empresario turístico un “sello identificativo”, que demostrara su ejemplar participación y compromiso en brindar un turismo de calidad.

a. Responsables

Estará coordinado por el Ministerio de Turismo.

b.- Fechas y lugar

Este programa se llevara a cabo desde el 15 de Octubre de 2012 y se lo realizara en la oficina del Departamento de Turismo de Baños de Agua Santa.

c.- Presupuesto

Para la ejecución se asignará un presupuesto de 500 dólares, los mismos que serán otorgados por el Departamento de Turismo en presupuesto compartido.

Evaluación de la primera estrategia

- Medir el grado de participación por parte de los servidores turísticos.
- Identificar el grado de comprometimiento de los empresarios turísticos a través de sus representantes.

Estrategia

4.2. Diseñar un plan de capacitación y asesoría legal, para la correcta aplicación de la ley de turismo y fortalecimiento de la calidad del servicio turístico.

Actividades

4.2.1. Delimitación de los temas a tratarse según la actividad turística.

4.2.2. Ejecución de las capacitaciones, con los siguientes temas:

- Leyes y reglamentos de turismo.
- Relaciones Humanas y Atención al cliente.
- Calidad de las habitaciones del hotel y servicio de excelencia
- Seguridad Alimentaria.
- Coctelería.
- Guías Naturalistas II y III.

4.2.3 – Resultados Obtenidos

4.2.1.- Delimitación de los temas a tratarse según la actividad turística.

El presente programa tiene como propósito proponer los temas a ser dictados en las capacitaciones, a través de un análisis entre los técnicos y organizadores del proyecto, en el mismo que se perseguirá la erradicación del incumplimiento de la Ley de Turismo y la falta de desarrollo empresarial.

a.-Responsables

El programa estará coordinado por la proponente Ing. Jheimy Caicedo R. y los técnicos delegados del Ministerio de Turismo y Departamento de Turismo.

b.- Fechas y lugar

La fecha programada será del 3 al 14 de septiembre del 2012. Las reuniones se llevaran a cabo en la oficina principal del Dpto. de turismo.

c.- Presupuesto

Para el efecto, no se requiere de ningún valor, pues la actividad es realizada por autoridades pertenecientes al Departamento de Turismo, Ministerio de Turismo y la autora quien presta sus servicios como un aporte a la población del cantón Baños.

4.2.2- Ejecución de las capacitaciones

El Plan de Capacitación, constituye un factor de éxito de gran importancia, pues determina las principales necesidades y prioridades de capacitación para los propietarios y colaboradores de las empresas dedicadas al turismo.

Dicha capacitación permitirá que los propietarios y colaboradores brinden el mejor de sus aportes, en el puesto de trabajo asignado ya que es un proceso constante, que busca lograr con eficiencia y rentabilidad los objetivos empresariales como: Elevar el rendimiento, la moral y el ingenio del colaborador.

a.- Responsables

El plan de capacitación será dictado por exponentes especializados en cada tema, los mismos que laboran en el Ministerio de Turismo y coordinado por la misma institución.

b.- Fechas y lugar

Cada una de las actividades tendrá su participación en diferentes fechas con la finalidad de otorgar una capacitación personalizada, el horario del evento esta seleccionado estratégicamente con el objetivo de facilitar la presencia de los servidores turísticos, las capacitaciones serán dictadas en el salón de la ciudad.

Para los empresarios turísticos dedicados a la actividad de alojamiento, se iniciará el 17 hasta el 21 de Septiembre del 2012, en horario de 4 a 6 p.m.; y, tendrá una duración total de 10 horas.

En lo que respecta a alimentación las capacitaciones se darán inicio el 24 al 28 de Septiembre del año en curso, en horario de 4 a 6 p.m. su duración será de 10 horas.

Bares y bebidas para esta actividad se ha programado su inicio el 1 a 5 octubre del 2012 en horario de 4 a 6 p.m., sumando un total de 10 horas. Los servicios de operadoras turísticas se iniciara el 8 a 12 de octubre del 2012, en horario de 4 a 6 p.m., su duración total por 5 días será de 10 horas.

c. Presupuesto

A pesar de que los capacitadores son técnicos facilitados por el MINTUR se detalla el valor por honorarios, es decir \$15 hora-clase. Además se necesitara un presupuesto para materiales y refrigerios, destinando para este requerimiento un valor total de \$1000 el mismo que será financiado por el Departamento de Turismo.

A continuación la tabla N# 44, consiste en un plan de capacitación para empresarios turísticos definidos los: temas, contenido, metodología, facilitador y número de horas.

Tabla: 44 Plan de Capacitación para los Servidores Turísticos

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EMPRESARIOS TURÍSTICOS							
Sector	Tema	Contenido	Metodología	Facilitador	Horas	Lugar	Materiales
Alojamiento	Leyes y reglamentos del turismo	- Derechos y obligaciones del servidor turístico - Ley del consumidor - Reglamentos especiales	Presentación en diapositivas y videos Informativos Talleres de dramatización	Abg. Cristian Rodríguez	10	Salón de la ciudad	Computador Proyector Folieto para cada participante Copias de la Ley de Turismo y otros reglamentos 2 Cd 1 en video y otro de datos Hoja de registro de asistencia
	Relaciones Humanas y Atención al cliente	- Amabilidad sinónimo de confianza - Importancia del Factor Relación-Atención - La satisfacción del cliente		Magister Jaime Pulgar	10		
	Calidad de las habitaciones del hotel y servicio de excelencia	- Calidad y servicio la gran formula - La habitación como producto innovador - La excelencia en el servicio		Lic. José Urquiza	10		
Alimentación	Leyes y reglamentos del turismo	- Derechos y obligaciones del servidor turístico - Ley del consumidor - Reglamentos especiales		Abg. Cristian Rodríguez	10		
	Relaciones Humanas y Atención al cliente	- Amabilidad sinónimo de confianza - Importancia del Factor Relación-Atención - La satisfacción del cliente			10		
	Seguridad alimentaria	- Manipulación de alimentos - Métodos de almacenamiento			10		
Bares y bebidas	Leyes y reglamentos del turismo	- Derechos y obligaciones del servidor turístico - Ley del consumidor - Reglamentos especiales		Abg. Cristian Rodríguez	10		
	Relaciones Humanas y Atención al cliente	- Amabilidad sinónimo de confianza - Importancia del Factor Relación-Atención - La satisfacción del cliente		Magister Jaime Pulgar	10		
	Cocelería	- Tipos de licores - Decoración		Lic. José Urquiza	10		
Operadoras turísticas	Leyes y reglamentos del turismo	- Derechos y obligaciones del servidor turístico - Ley del consumidor - Reglamentos especiales	Abg. Cristian Rodríguez	10			
	Relaciones Humanas y Atención al cliente	- Amabilidad sinónimo de confianza - Importancia del Factor Relación-Atención - La satisfacción del cliente	Magister Jaime Pulgar	10			
	Guías naturalistas I y II	- Técnicas de Guía - Turismo sostenible - Salud y seguridad - Practicas de Deportes de alto riesgo	Lic. José Urquiza	10			
Transporte Turístico	Leyes y reglamentos del turismo	- Derechos y obligaciones del servidor turístico - Ley de tránsito - Reglamentos especiales	Abg. Cristian Rodríguez	10			
	Relaciones Humanas y Atención al cliente	- Amabilidad sinónimo de confianza - Importancia del Factor Relación-Atención - La satisfacción del cliente	Magister Jaime Pulgar	10			
	Geografía Turística	- Rutas turísticas -Primeros auxilios	Lic. José Urquiza	10			

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

4.2.3.- Resultados obtenidos

Esta fase permite conocer en qué medida se ha logrado cumplir los objetivos establecidos para satisfacer las necesidades determinadas en el planeamiento. Esto puede utilizarse para evaluar si se ha conseguido mejorar el conocimiento, las habilidades y si se ha satisfecho las necesidades de los propietarios y colaboradores de los servicios turísticos. Por lo que, utilizaremos un test de evaluación final, luego de haber culminado el curso. **(Ver anexo 10).**

a. Responsables

El programa estará coordinado por los capacitadores Abg. Cristian Rodríguez, Magister Jaime Pulgar, Lic. José Urquizo, técnicos delegados del Ministerio de Turismo y Departamento de Turismo.

b. Fechas y lugar

La fecha programada para la evaluación, será al finalizar cada curso es decir en las fechas 21 y 28 de Septiembre y el 5 y 12 de Octubre del 2012. Las mismas que se llevarán a cabo en el mismo lugar de las capacitaciones.

c. Presupuesto

Para esta etapa no se requerirá un presupuesto adicional pues forma parte de los honorarios destinados para las capacitaciones.

Evaluación de la segunda estrategia

- Determinar si los participantes están listos para poder aplicar las leyes y reglamentos del turismo.

- Conocer las perspectivas trazadas por los participantes para la innovación de su negocio y por ende su desarrollo empresarial.

Estrategia

4.3. Implementar un programa de control, para verificar el cumplimiento de las leyes y reglamentos turísticos

Actividades

4.3.1.- Notificación a través de comunicados, para el necesario cumplimiento de las leyes y reglamentos de turismo.

4.3.2.- Operativos de control.

4.3.3- Tabulación de resultados técnicos.

4.3.1.- Notificación a través de comunicados, para el necesario cumplimiento de las leyes y reglamentos de turismo

Se entregará notificaciones a cada empresa turística, para señalar la obligación de cumplir con lo que estipula la ley y reglamentos de turismo.

a. Responsables

Las notificaciones serán entregadas en cada uno de los establecimientos turísticos, por un representante del Departamento de Turismo local.

b. Fechas y lugar

Esta estrategia se llevará a cabo del 15 de Noviembre al 14 de diciembre del 2012 en todo el cantón Baños.

c. Presupuesto

Se destinará un presupuesto de 100 dólares, solo para casos emergentes pues la coordinación de esta estrategia estará a cargo de inspectores de turismo pertenecientes al Departamento de Turismo.

4.3.2.- Operativos de control

Esta acción se realiza con el objetivo de: regularizar, controlar y verificar las obligaciones legales del empresario turístico.

a. Responsables

Los operativos de control, estarán a cargo de autoridades e inspectores del Ministerio y Departamento de Turismo local.

b. Fechas y lugar

Las inspecciones de control de los servicios turísticos de Baños, se realizarán del 15 de marzo al 15 de mayo del 2013, en el cantón Baños.

c. Presupuesto

Para la realización no se destinaran recursos, por considerar que es una función propia del Ministerio y Departamento de Turismo de Baños de Agua Santa.

4.3.3.- Tabulación de resultados técnicos

Con la información proporcionada en los operativos de control, se procederá a tabular los resultados para tener una estadística exacta, que nos permita entender los avances alcanzados con la capacitación y los

operativos de control, para así tener seguridad de dar el siguiente paso hacia la cuarta estrategia, que será un programa de promoción turística a nivel nacional e internacional.

a. Responsable

Para la obtención de los resultados técnicos, se designara como responsables a los técnicos del MINTUR, quienes se encargaran de tabular las estadísticas.

b. Fechas y lugar

Las tabulaciones se realizarán durante las fechas del 20 al 31 de Mayo del 2013 en el Ministerio de Turismo.

c. Presupuesto

Formará parte del presupuesto destinado para casos emergentes durante toda esta actividad.

Evaluación de la tercera estrategia

- Constatar que los servidores turísticos del cantón, están cumpliendo con lo establecido en las leyes y reglamentos de turismo, por medio de operativos imprevistos de control.
- Establecer la situación actual y futura, a través de las tabulaciones para conocer si el cantón, se encuentra listo para una nueva imagen turística.

Estrategia

4.4. Elaborar un programa de promoción turística a nivel nacional e internacional, para mostrar la nueva imagen del cantón Baños.

Actividades

4.4.1.- Lanzamiento del programa la nueva imagen del “PEDACITO DE CIELO”

4.4.2.- Difusión por los medios de comunicación nacionales, conjuntamente con entrevistas en noticieros.

4.4.3.- Difusión a través de las embajadas y páginas Web oficial del cantón Baños.

4.4.1.- Lanzamiento del programa la nueva imagen del “Pedacito de Cielo”

Este programa nos permitirá presentar el resultado logrado, con el plan operativo, para así dar inicio a una nueva etapa del cantón Baños.

Esta iniciativa, se logrará con la participación mancomunada de la autoridades y servidores turísticos, los mismos que serán voceros para transmitir por medio de sus clientes la nueva imagen deseada. Como parte de este evento se programara una serie de eventos culturales y artísticos los mismos que darán el realce necesario.

a.- Responsables

Se tendrá como responsables de esta acción al Ministerio de Turismo, Departamento de Comunicación Social y Departamento de Turismo del “GADBAS”.

b. Fechas y lugar

Las fechas para la realización de esta acción será del 20 de mayo al 15 de junio del 2013, para la realización del evento será en las Termas de la Virgen de Agua Santa.

c. Presupuesto

El programa será financiado por el GADBAS por medio del Departamento de Turismo, y se destinara un valor de 1500 dólares para efectos de coordinación del evento denominado “La nueva imagen del pedacito de cielo”.

4.4.2.- Difusión por los medios de comunicación nacional, conjuntamente con entrevistas en noticieros

Este programa pretende promocionar la nueva imagen del cantón Baños de Agua Santa a nivel nacional, por medio de campañas masivas de publicidad, en canales de renombre como Telemazonas, Ecuavisa y Red Televisora (RTS), donde se contratarán spots publicitarios durante un mes previo al inicio de la temporada alta de turistas nacionales y extranjeros.

Además se complementara la difusión por medio de entrevistas en los noticieros de diferentes medios de comunicación, así poder llegar a la mayor cantidad de potenciales turistas que visitarán el cantón.

a.- Responsables

Estará a cargo del Departamento de Comunicación Social y Departamento de Turismo del “GADBAS”.

b.- Fechas y lugar

Se pronostica realizarse del 24 de Junio al 15 de Julio del 2013, en los medios de comunicación nacional.

c.- Presupuesto

Para la realización de este programa, se destinará \$6000 de presupuesto.

4.4.3.- Difusión a través de las embajadas y páginas web oficial del cantón Baños

Esta difusión se enfocará a la promoción a nivel internacional; por lo que, se entregará material promocional como flyers, trípticos, afiches entre otros, a las embajadas de diferentes naciones para que sean entregados en la matriz de cada embajada.

a. Responsables

Por la experiencia obtenida a nivel internacional se destinara la coordinación al Ministerio de Turismo.

b. Fechas y lugar

Esta difusión se coordinará los primeros cinco días del mes de Julio para luego continuar con la difusión hasta el 31 de Julio del 2013, a través de las embajadas internacionales y el internet.

c. Presupuesto

Se destinará un presupuesto de \$2000 para este programa.

Evaluación de la cuarta estrategia

- Analizar el nivel de aceptación, por parte de los turistas que visitarán el cantón ante la nueva imagen.
- Considerar si las promociones realizadas están siendo efectivas, a través de encuestas por medios virtuales

Tabla 45: Plan de Acción

OBJETIVO: Establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado, para la planificación y coordinación de actividades para el desarrollo turístico

Nº	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHAS	PRESUPUESTO	LUGAR	EVALUACION
1	Coordinar entre entes públicos y privados, para lograr un consenso de compromiso y participación.	Difusión a través de la radio "La voz del santuario y Red televisora de Baños "RTV"	Dpto. De comunicación Social y MINTUR	1-15 agosto- 2012	600 USD	Establecimientos televisiva y radial	Medir grado de Participación Identificar el grado de comprometimie.
		Sociabilización del proyecto mediante reuniones con los involucrados en cada actividad turística: alojamiento, alimentación, bares y discotecas, operadoras	MINTUR y Dpto. De Turismo Local.	16-31 agosto-2012	150 USD	Salón de la ciudad	
		Estimular la participación en el proyecto a través de "sellos identificativos", para resaltar los establecimientos como lugares de calidad turística.	Ministerio de Turismo	15 octubre - 2012	500 USD	Departamento de Turismo Local	
OBJETIVO: Implantar alternativas de solución ante el desconocimiento e incumplimiento de la normativa legal, y la baja calidad del servicio turístico							
2	Diseñar un plan de capacitación y asesoría legal, para la correcta aplicación de la ley de turismo y fortalecimiento de la calidad del servicio turístico	Delimitación de los temas a tratarse según la actividad turística	MINTUR, Dto. Turismo Ing. Jheimy Caicedo	3-14 Sept. 2012	1 000 USD	Salón de la ciudad	Determinar SI los participantes . Conocer las Perspectivas trazadas por los Participantes.
		Ejecución de las capacitaciones: Ley de Turismo y reglamentos RR. HH. Y Atención al cliente. Seguridad Alimentaria Guías Naturalistas	Capacitadores MINTUR	4-6 p.m. 10 horas 17-21 Sept. 2012 24-28 Sept. 2012 1 - 5 Octu. 2012 8 -12 Octu. 2012			
		Resultados Obtenidos	Capacitadores MINTUR	21 y 28 Sep. 2012 5 y 12 Sept. 2012			

OBJETIVO: Verificar la observancia de las leyes - reglamentos de turismo y el incremento de la calidad del servicio, por parte de los servidores turísticos.							
Nº	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHAS	PRESUPUESTO	LUGAR	EVALUACION
3	Implementar un programa de control, para verificar el cumplimiento de las leyes y reglamentos turísticos.	Notificación a los empresarios turísticos para el necesario cumplimiento de las leyes y reglamentos de turismo	Dpto. turismo	15 nov -14 dic. 2012	100 USD	Establecimientos turísticos	Constatar el cumplimiento de la normativa legal.
		Operativos de control	Dpto. turismo y MINTUR	15 mar-15 may 2013			Tabulación de
		Tabulación de resultados técnicos	MINTUR	20 - 31 mayo 2013			Resultados
OBJETIVO: Desarrollar una estrategia que permita dar a conocer el desarrollo empresarial alcanzado en el cantón Baños de Agua Santa.							
4	Elaborar un programa de promoción turística a nivel nacional e internacional, para mostrar la nueva imagen del cantón Baños	Lanzamiento del programa. "La nueva imagen del PEDACITO DE CIELO"	Dpto. de Comunicación Social y Turismo del GADBAS y MINTUR	20 mayo-15 junio 2013	1 500 USD	Termas de la Virgen	Analizar el nivel de aceptación.
		Difusión por los medios de comunicación nacionales, conjuntamente con entrevista en noticieros.	Dpto. de Comunicación Social y Turismo del GADBAS y MINTUR	24 Junio - 15 Julio 2013	6 000 USD	MINTUR	Encuestas por medios virtuales
		Difusión a través de los embajadores y paginas web oficial del cantón Baños.	MINTUR	1 – 31 de Julio 2013	2 000USD		

Fuente: PRODAR (2008).

Elaborado : CAICEDO, Jheimy (2012).

5. Ejecución

Tabla 46: Cronograma de actividades

		2012												2013																																	
		SEMANAS																																													
		Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio	
ESTRATEGIAS	ACCIONES	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV		
1. Coordinar en entes publicos y privados	1. Difusion	■																																													
	2.Sociabilizaci.			■	■																																										
	3.Incentivos											■	■																																		
2. Diseñar un plan de capacitacion y asesoria legal, para la correcta aplicación de la ley de turismo y fortalecimiento	1. Delimitacion						■	■																																							
	2.Ejecucion :						■	■	■																																						
	Alojamiento						■	■																																							
	Alimentacion							■	■																																						
Bares-discot.								■																																							
Operadoras								■																																							
3. Evaluacion																																															
3. Implementar programa de control.	1. Notificacion.															■	■																														
	2. Operativos																																														
	3.- Tabulacion																																														
4. Elaborar un programa de promoción turística	1.Lanzamiento																																														
	2. Difusión																																														
	3. Difusion																																														

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012)

BIBLIOGRAFÍA

1. APONTE, V. Leticia. (2011). "El Clima Organizacional en el Desempeño Laboral en la empresa "Serviposible S.A" de la ciudad de Baños. Ambato-Ecuador. Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato.
2. ARAUJO, Susana., BARRENO, Gonzalo., y GUZMAN Ivàn. (2009). "Ley de Turismo", Turismo Rural, FOES Reto Rural, Quito-Ecuador. 90p.
3. CABANILLA, Enrique V., BLANCO, Saül S., WOO, Victoria Ch. (2008). "Programa del Turismo Sostenible", Rainforest Alliance, Guatemala. 116p.
4. CASTRO Cristina A., DAVILA Miguel C., & GONZALEZ Carlos T. (2011) "El Ecuador", Travel Planner 2, Imprenta Mariscal, Quito – Ecuador. 85p.
5. CASTELLANO, M. (2005). "Gestión Administrativa". Introducción a la organización y gestión de empresas. España. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. 92p.
6. CHICA, Ana A., FRUBONE, Fabricio A. (2005). "Plan de marketing para el desarrollo turístico de la ruta baños-tena ecuador". Tesis de pregrado. Universidad Estatal de Guayaquil. Guayaquil-Ecuador. 225p.
7. GARCÍA Marco A. (2011). "Estrategias de marketing y su efecto en el crecimiento sostenido en la hostel margaritas en la ciudad de baños" Universidad Técnica de Ambato. Ambato – Ecuador .251p.

8. GOODSTEIN, Leonard D., NOLAN, Timothy M., PFEIFFER, Willian J (1998). "La planificación estratégica aplicada". Mc Graw Hill, Interamericana S.A. Santa Fe de Bogotá – Colombia. 435p.
9. HERRERA, Luis E., MEDINA, Arnaldo F., & NARANJO, Galo L. (2002). "El Muestreo Regulado", Guía para elaborar en forma amena el trabajo de Graduación, Diemerino Editores, Quito – Ecuador, 255p.
10. JARAMILLO, Alexandra P. (2009) "El desarrollo del sector turístico interno receptivo de la provincia de Tungurahua". Tesis de Posgrado Universidad Técnica de Ambato.103p.
11. JARRIN, Pedro P., (1996). "La Población y Muestra", Guía práctica de investigación científica, Edición Cuarta, Editorial Internacional Standard Book, quito-Ecuador .115p.
12. LAGARES, B. Paula. (2002). "Técnicas de Muestreo", Primera Edición, Editorial Internacional Management Mathematics, Europa. 19p.
13. MALDONADO Carlos A., y CABANILLA Enrique P. (2006). "Turismo para Todos", Manual del Emprendedor Turístico, Imprenta Obreval Impresores, Quito-Ecuador. 27pp.
14. MINISTERIO DE TURISMO. (2008). "Estadísticas de Turismo en Ecuador". Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". 110p.
15. NARANJO, L. Galo., HERRERA, E Luis., MEDINA F. Arnaldo. (2008). "Tutoria de la investigación científica". Guia para elaborar en forma

amena el trabajo de graduación. Diemerino Editores, Quito- Ecuador. 251p.

16. MORENO, A. Manuel . (2007) “Gestión Administrativa”, Gestión de la calidad y Diseño de las Organizaciones. España. Editorial Prentice Hall. 100p.
17. ORTIZ, Orlando G., (2001), “Sistema de gestión administrativa y su incidencia en la calidad en el servicio”. Tesis de Pre grado. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato- Ecuador . 139p.
18. PAZOS, B. Julio. (1982), “Historia de Baños”. El salvador de la memoria . Baños – Ecuador. 58p.
19. RIVERA, Marcos. J. (2008). “Turismo sostenible”. Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible. 120p.
20. ROBBINS, S. Berman, COULTER, M. Patrick. (2005). ” Gestión Administrativa”. Administración. Octava edición. Pearson Educación. México. 95p.
21. SANDOVAL Carlos. C., (2002) “Investigación cualitativa”, Métodos y técnicas de investigación social, Módulo cuatro Editores e Impresores Ltda. Bogotá – Colombia. 285p.
22. STEPHEN, Robbins P., DECENZO, David A. (2006). “Desarrollo”, Fundamento de la Organización, tercera edición. Pearson Educación, México. 103p.

LEYES Y REGLAMENTOS

- Ley de Turismo. Ley No. 97. Publicado en el Registro Oficial 733 del 27 de Diciembre del 2002.
- Reglamento General a la Ley de Turismo. Decreto Ejecutivo 1186, Publicado en el Registro Oficial 244 del 5 de Enero de 2004.
- Reglamento General de Actividades Turísticas. Decreto Ejecutivo 3200, Publicado en el Registro Oficial 726 del 17 de Diciembre de 2002.

Linkografía

- Según el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Empresarial (2012: Internet), disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Consejo_Empresarial_Mundial_para_el_De_sarrollo_Sostenible.
- Organización Mundial del Turismo (2012: Internet), disponible en: <http://americas.unwto.org/es>
- Página de internet del MINTUR, estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración. (2011), disponible en: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2859%3Amintur-publica-boletin-de-estadisticas-turisticas-2005-2009&catid=296%3Anoticias-2011&Itemid=154.
- Plan estratégico (2012: Internet) disponible en: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>.
- Desarrollo Empresarial (2012: Internet) disponible en: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/empresarios/sde/sdeprint>.
- La corporación de conservación y desarrollo. (2012: Internet), disponible en: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6.html>.

- Según Trosch Silvia 2002 (2012: Internet), disponible en: www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/planificacion_estrategica.doc)
- Blanco M. 2008. (2012: Internet), “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio”. Documento producido en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR) disponible en : <http://www.territorioscentroamericanos.org/instituciones/Herramientas%20de%20trabajo/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>.
- Destreza en la estrategias (2012: Internet), disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml>.
- Guillermo Gómez Ceja 1976 , (2012: Internet), disponible en: <http://www.worldcat.org/title/planeacion-y-organizacion-de-empresas/oclc/.html>.
- Morello Agustin. La Planeación 1966 (2012: Internet) disponible en: <http://www.oocities.org/es/annadugarte/Planificacion/planificacion3.htm>

ANEXOS

Anexo 01

LEY DE TURISMO

El presente anexo corresponde a la Ley de Turismo, el mismo que se ha considerado únicamente los capítulo y artículos de mayor relevancia para el trabajo de investigación.

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

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

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

CAPITULO I

GENERALIDADES

OBJETO DE LA LEY DE TURISMO

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

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

Art. 3.- Principios de la actividad turística:

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

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico;

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

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

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

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

b) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística

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

d) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

- e) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado;
- f) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo;
- d. Operación, operadoras de turismo.

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

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

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.

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

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

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

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;

8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

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

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

CAPITULO V

DE LAS CATEGORIAS

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

CAPITULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

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

1. Exoneración total de los derechos de impuestos, incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas por el Ministerio de Turismo.
2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y de alcabalas.
3. Acceso a créditos en instituciones financieras, para proyectos turísticos calificadas por el Ministerio del ramo.

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

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada

factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

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

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

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

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

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

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

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

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

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

a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;

b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,

c. **MULTAS**, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

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

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

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

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

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

Anexo 02

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS

El Reglamento General de Actividades Turísticas que se presenta a continuación, es un extracto de los artículos más relevantes que se relacionan con el tema de investigación.

Norma: Decreto Ejecutivo 3400

STATUS: Vigente.

PUBLICADO: Registro Oficial 726

FECHA: Diciembre 2002.

Al momento están vigentes varios decretos ejecutivos, y acuerdos ministeriales relacionados con la actividad turística, que es necesario concordar y sistematizar en un mismo cuerpo normativo; por lo que, se ha recomendado la expedición del siguiente decreto:

TITULO I DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

Capítulo I DE LOS ALOJAMIENTOS

Sección I

Disposiciones Generales

Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será

fijada por el Ministerio de Turismo correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguiente grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales.

Subgrupo 2.2. Campamentos.

Subgrupo 2.3. Apartamentos.

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

Art. 5.- Placas distintivas.- Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento.

El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le corresponda por su grupo y subgrupo, ni otra categoría asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos.- Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

Hoteles

Art. 8.- Hotel.- Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo.
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas.
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Hostales y Pensiones

Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento - alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones

Art. 18.- Pensión.-Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante Un precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas

Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

Art. 24.- Refugio.- Es refugio todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

Art. 25.- Motel.- Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día.

En los moteles, los precios por concepto de alojamiento serán facturados por día y persona, según la capacidad en plazas de cada departamento, y serán abonados en el momento de la admisión de los huéspedes, salvo convenio con el cliente.

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y

alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Complejos Vacacionales

Art. 31.- Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones Ley Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Las inspecciones se realizarán, necesariamente, con la concurrencia del administrador del alojamiento, o la persona que haga sus veces.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que, los clientes antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art. 68.- Avisos y listas de precios.- En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la Conserjería, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento.

Todo los avisos, listas de precios y demás información que usted tenga para los huéspedes deberán estar redactados al menos en inglés y español.

Las listas de precios y los avisos a los que se refieren los dos primeros incisos, serán sellados por el Ministerio de Turismo.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.

Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas.

Art. 71.- Habitaciones para uso individual.- Los alojamientos deberán disponer de un diez por ciento del total de habitaciones para uso individual.

En ningún caso, podrá cobrarse a un cliente que ocupa una habitación doble una cantidad superior a la de la habitación individual de no existir habitaciones sencillas disponibles.

Art. 74.- Jornada hotelera.- La jornada hotelera terminará a las catorce horas de cada día.

Art. 76.- Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones, y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Comunicar a la autoridad competente o a sus agentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o sospecha sobre la identidad de los clientes.

Capítulo II

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Art. 77.- Definición.- Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

Art. 82.- Agencias de viajes operadoras.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Art. 83.- Exigencias para los locales.- Los locales que se destinen al de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad

económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

Capítulo IV

DE LOS GUIAS PROFESIONALES DE TURISMO

Art. 118.- Guías profesionales de turismo.- Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y, procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado.

Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades, deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

Art. 119.- Clasificación.- Los guías profesionales de turismo se clasifican en:

a) Guía nacional: Es el profesional guía de turismo, debidamente autorizado para conducir, a turistas nacionales y extranjeros dentro de todo el territorio.

b) Guía especializado: Es el profesional guía de turismo, que demuestre poseer los suficientes conocimientos académicos, experiencias y prácticas especializadas que le habiliten para conducir grupos de turistas en sitios o zonas geográficas específicas, tales como: parques nacionales, montañas, selva, cuevas y cavernas, museos, y en actividades especiales como canotaje, ascencionismo, buceo y otras que el Ministerio de Turismo determine en el futuro. Se considera también como guías especializados a los guías naturalistas autorizados por el Ministerio del Ambiente; esta autorización será notificada al Ministerio de

Turismo. Ninguna persona podrá tener la categoría de guía especializado si, previamente, no ha obtenido su licencia como guía nacional; y,

c) Guía nativo: Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, que posea conocimientos sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su hábitat y que, luego de calificada su experiencia, sea habilitado por el Ministerio de Turismo para conducir grupos de turistas nacionales e internacionales dentro de las áreas geográficas que correspondan al territorio del grupo étnico del cual proviene.

Art. 120.- Obligación de agencias, operadores y, prestadores de servicios.- Las agencias de viajes, los operadores, y los prestadores de servicios turísticos, contratarán, para desempeñar la actividad de guías profesionales, únicamente a quienes cuenten con la licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

Art. 121.- Obligación de contratar guías profesionales de turismo.- Para la atención de grupos organizados de turismo, las agencias de viajes operadoras están obligadas a contratar el servicio de una guía profesional de turismo por cada quince pasajeros o fracción de ellos.

Art. 125.- Obligaciones de los guías.- Serán obligaciones de los guías profesionales de turismo:

a) Para con los turistas:

1.- Prestar sus servicios profesionales bajo normas de comportamiento ético, morales y profesionales.

2.- Prestar sus servicios con puntualidad y guardar normas de respeto y consideración con los turistas.

3.- Desarrollar su actividad profesional dando información turística objetiva y con sentido patriótico sobre nuestras instituciones, tradiciones y costumbres; y,

b) Para con el Ministerio de Turismo:

- 1.- Dar aviso al Ministerio de Turismo, por escrito, cuando tuvieren conocimiento de algún hecho que pueda constituir infracción a la Ley Especial de Desarrollo Turístico y suministrar oportunamente cualquier información que éste le solicitare.
- 2.- Reportar inmediatamente al Ministerio de Turismo las deficiencias o infracciones que adviertan en la prestación de los servicios turísticos en los que ha participado.
- 3.- Informar al Ministerio de Turismo sobre cualquier incidente o accidente que afectare a los turistas sin perjuicio de las atribuciones de las autoridades correspondientes.
- 4.- Ejercer sus funciones solamente durante la vigencia de su licencia y dar aviso cuando ésta les hubiere sido sustraída o la hubiesen perdido.
- 5.- Informar y actualizar sus datos personales.

Art. 126.- Prohibiciones a los guías.- Prohíbese a los guías profesionales de turismo:

- a) Ejercer sus funciones o pretender ejercerlas bajo el influjo de bebidas alcohólicas, drogas, estupefacientes y otros similares;
- b) Asumir actitudes reñidas con la ley, la moral, las buenas costumbres y el orden público, o inducir al turista a hacerlo; además, emitir conceptos en detrimento del país, sus habitantes o sus instituciones;
- c) Variar arbitrariamente la programación de las excursiones, sin previa autorización de los turistas y de las agencias operadoras;
- d) Operar u organizar circuitos independientes por cuenta propia, o cobrar valores adicionales a los establecidos por la agencia, la transgresión de este literal podrá acarrear la suspensión temporal o el retiro definitivo de la licencia profesional; y,
- e) Actuar directamente como operadores de turismo, salvo en el caso de que se constituyan como agencias operadoras.

Art. 127.- Licencia de ejercicio profesional.- Para obtener la Licencia de Ejercicio Profesional de guía de turismo otorgada por el Ministerio de Turismo.

TITULO IV

DE LA OBLIGACION DE REGISTRO Y DE LA OBTENCION DE LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art. 151.- Facultad de realizar inspecciones.- El Ministerio de Turismo tiene plena facultad para en cualquier día y hora realizar, sin notificación previa, inspecciones a las empresas y establecimientos turísticos, para constatar si cumplen con todas y cada una de las condiciones y obligaciones estipuladas en la clasificación que se le otorgó. En la inspección se comprobará la información que requiere el Ministerio de Turismo y que constará en los formularios y documentos que se elaboren.

El acto de inspección se lo ejecutará con la sola presentación del documento que acredite que la persona es funcionario o empleado de la institución y con la orden que al respecto dicte el Ministro de Turismo.

El funcionario o empleado en el acto de inspección guardará el respeto al derecho de la persona y propiedad ajena y será responsable de la veracidad de los datos que consigne en su informe.

La inspección deberá realizarse con la presencia del propietario o Administrador de la empresa inspeccionada.

TITULO VII DE LA PROMOCION TURISTICA

Art. 182.- Campañas promocionales.- El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente.

Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se ofrezcan.

El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística.

Art. 183.- Medios para la promoción.- Las campañas de promoción informando a nivel nacional e internacional se las realizará entre otras a través de la participación directa en ferias internacionales, ferias nacionales, fiestas cívicas nacionales y provinciales, edición de material promocional como afiches, publicaciones, mapas, planos, audiovisuales, representaciones folclóricas y cualquier tipo de material destinado para

este fin, para lo cual previamente se prepararán estudios de comercialización y difusión en todos los mercados.

Las actividades nacionales e internacionales de promoción del producto turístico del país pueden realizarse a través de la consideración de regímenes de cooperación, mediante celebración de acuerdos y convenios entre el sector público incluidos los gobiernos seccionales y el sector privado.

Art. 184.- Papel del sector privado.- Corresponde al sector privado, previa la aprobación del Ministerio de Turismo, realizar la promoción comercial de la oferta turística.

Art. 185.- Asesoramiento técnico.- El Ministerio de Turismo colaborará y brindará a la empresa privada, el asesoramiento técnico necesario respecto a la información turística en general y de proyectos de promoción y ejecución de los mismos e investigación de mercados, de conformidad con las disposiciones que para el efecto, se formulen en este reglamento o en otras disposiciones.

Art. 186.- Colaboración del Ministerio de Turismo.- El Ministerio de Turismo podrá colaborar en la organización, supervisión, coordinación y calificación de espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos para atracción turística que se celebren en el país, sin perjuicio de sus facultades legales.

Art. 187.- Colaboración interinstitucional.- Las instituciones del Estado deberán cooperar estrechamente con el Ministerio de Turismo, con el fin de crear y promover la imagen turística del Ecuador y de sus regiones.

Art. 188.- Campañas oficiales.- El Ministerio de Turismo efectuará campañas oficiales de publicidad tendiente a fomentar el turismo en el país, así como actividades de relaciones públicas nacionales e internacionales para el cumplimiento de sus fines.

TITULO XI

DE LAS POLITICAS DE ESTADO

Art. 205.- Política prioritaria del Estado.- Se declara como política prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; acción que se cumplirá mediante la ejecución de los postulados que se detallan en este título.

Art. 206.- Mantenimiento del Ministerio de Turismo.- El Gobierno Nacional mantendrá dentro de su estructura organizativa ministerial al Ministerio de Turismo, como entidad que promueva, facilite y norme la actividad turística a nivel nacional.

Art. 207.- Propósitos del Gobierno Nacional.- A efectos del fomento y desarrollo turístico, son propósitos del Gobierno Nacional:

- a) Convertir al sector del turismo, dentro de todos los planes y programas del Gobierno Nacional, en factor importante para la actividad de obra pública estatal y municipal, para que estas actividades coadyuven a favorecer la actividad turística;
- b) Convertir al sector del turismo en el "ente visible" del Estado Ecuatoriano en el exterior, y otorgarle la capacidad de liderar la imagen externa del país;
- c) Facilitar a los diversos componentes del sector, el acceso a los recursos y mecanismos nacionales e internacionales de planeación, de capacitación y al apoyo técnico y financiero del exterior;
- d) Apoyar la ejecución y seguimiento del Plan Nacional de Competitividad

Turística, el mismo que deberá involucrar a todos los actores públicos y privados;

e) Establecer políticas de comportamiento y lineamientos de funcionamiento del sector estatal, que necesariamente formen parte del Plan de Competitividad y que involucren los siguientes aspectos mínimos:

- i. Coordinación interinstitucional;
- ii. Descentralización;
- iii. Ordenamiento del espacio geográfico;
- iv. Financiamiento y crédito; y,
- v. Otorgamiento de incentivos.

Art. 215.- Día del Turismo.- El 27 de septiembre de cada año se considerará como Día del Turismo.

El Ministerio de Turismo adoptará cada año, como tema oficial de este día, el designado a nivel mundial por la Organización Mundial del Turismo.

Para conmemorar el día del turismo, se organizarán diferentes eventos bajo la coordinación del Ministerio de Turismo y un grupo de trabajo interdisciplinario y participativo, conformado para el efecto por el Ministro de Turismo.

Anexo 03

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

En el presente reglamento se destaca los artículos que se relacionan directamente con la investigación.

TITULO PRELIMINAR

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

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

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

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

TITULO PRIMERO DEL REGIMEN INSTITUCIONAL

CAPITULO I

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- le corresponde al Ministerio de Turismo:

1. Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible.
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.
3. Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución.
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones

públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

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

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

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

a) La concesión del registro de turismo;

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

c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;

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

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

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

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

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

Art. 8.- Del control.- A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos. El control será de carácter preventivo y sancionador de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Turismo.

Art. 9.- Ejercicio de la potestad de control.- La potestad de control podrá ser descentralizada, desconcentrada o se podrá contratar con la iniciativa privada para tal efecto. La potestad de juzgamiento administrativo y sancionadora será siempre a través del Ministerio de Turismo sea por sí mismo, descentralizada o sea desconcentradamente. No se descentralizará ni el control ni el otorgamiento de los permisos temporales de funcionamiento que son privativos del Ministerio de Turismo.

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

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

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

CAPITULO III

DE LA DESCENTRALIZACION DE ATRIBUCIONES EN MATERIA TURISTICA

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

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

TITULO SEGUNDO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS

CAPITULO I

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

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

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

CAPITULO II

DEL REGISTRO

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

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

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

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

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

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

CAPITULO IV

DE LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

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

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

Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que

necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción.

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

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

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

Art. 62.- Inspecciones.- Unicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales no se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó. La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos

en la Ley de Modernización, su reglamento y este reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Si de la inspección se comprobare el incumplimiento de las normas que le son aplicables en razón de su clasificación, se notificará a la persona natural o al representante de la persona jurídica, para que de manera inmediata efectúen los correctivos del caso. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Art. 63.- Uso de denominación.- Ningún establecimiento podrá usar denominación, razón social o nombre comercial y clasificación o categoría distintas a las que constan en el registro. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

TITULO CUARTO

EL FONDO DE PROMOCION TURISTICA

Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de

periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

Art. 78.- Las recaudaciones de contribuciones para el patrimonio autónomo.- Los procedimientos de recaudación de algunos de los recursos señalados en la ley serán los siguientes:

1. La contribución del 1 por mil sobre activos fijos, determinada en el literal a) del artículo 40 de la Ley de Turismo, pagarán todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos. Para el cálculo de dicha contribución se exigirá lo siguiente:

a. Personas jurídicas: Los balances presentados a la Superintendencia de Compañías, debidamente aprobados, correspondientes al año inmediato anterior. Requisito que se exigirá a los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio, previo a la renovación de la licencia anual de funcionamiento;

b. Personas naturales: Al momento de obtener el registro, deberán hacer una declaración juramentada, en el formulario preparado por el Ministerio de Turismo para tal efecto, sobre el monto de los activos fijos que posee el establecimiento; y,

c. Para establecimientos registrados y de propiedad de personas naturales: Igualmente declararán bajo juramento sus activos fijos, como al momento de la renovación de la licencia única anual de funcionamiento.

El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de julio de cada año. Vencido este plazo, el contribuyente pagará un interés calculado de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 20 del Código Tributario.

Previa la obtención del registro de turismo las personas naturales o jurídicas deberán pagar los valores correspondientes que se establecen en el presente reglamento.

Anexo 04

CONVENIOS INTERINSTITUCIONALES

LOS MINISTERIOS DE TURISMO Y SALUD PÚBLICA

Considerando:

Que, la Constitución de la República del Ecuador en su Art. 154, numeral 1 faculta a los señores ministros de Estado a expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión;

Que, de conformidad con lo establecido en el Art. 15 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana y como tal le compete la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control de turismo;

Que, la actividad turística constituye una actividad económica prioritaria para el Ecuador y que ha sido declarada política de Estado, cuyo desarrollo aporta a la generación de empleo y a la distribución de la riqueza;

Que, es necesario normar la prestación de los servicios higiénicos y baterías sanitarias en todos los establecimientos turísticos dentro del territorio nacional a fin de que cumplan con los requerimientos sanitarios

Acuerdan:

Art. 1.- Expedir el presente Reglamento para el Control del Funcionamiento de los Servicios Higiénicos y Baterías Sanitarias en los establecimientos turísticos.

Art. 2.- Los ministerios de Turismo y Salud Pública coordinarán acciones a fin de ejercer el control en los establecimientos turísticos del funcionamiento de servicios higiénicos y baterías sanitarias.

Art. 4.- El área de los servicios higiénicos o baterías sanitarias estará ubicada en un lugar del establecimiento, que mantenga independencia de las otras áreas, las cuales deberán contar, según su categoría y capacidad, con al menos un servicio higiénico general o un servicio higiénico diferenciado por género, según la tabla contemplada en el Art. 13.

Art. 5.- En los establecimientos turísticos, las baterías sanitarias y los servicios higiénicos deberán encontrarse en un área distinta a las áreas de preparación de alimentos y servicios de alimentación.

Art. 6.- Todos los establecimientos turísticos, según su categoría, deberán contar con al menos un servicio higiénico para personas con discapacidad física en silla de ruedas, personas con movilidad reducida, con equipamiento y accesorios adecuados.

Art. 7.- Todos los establecimientos que constan en el artículo 3 de este reglamento deberán cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- Área física higiénica.
- Área física funcional.

- Disponer de agua potable.
- Disponer de luz eléctrica.
- Instalaciones eléctricas protegidas.
- Ventilación adecuada.
- Aguas servidas vertidas al alcantarillado.
- Disposición adecuada de desechos.

Art. 8.- Todos los servicios higiénicos o baterías sanitarias deben estar dotados del equipamiento y accesorios adecuados, los mismos que deben ser cambiados y repuestos en forma periódica; además, en la zona interna o externa de estos, deberá instalarse unidades dosificadoras de soluciones desinfectantes y que sean de uso humano.

Estas instalaciones sanitarias deberán contener:

- Inodoro con asiento y tapa.
- Urinario.
- Lavabo.
- Espejo sobre el lavamanos. 5. Jabón líquido.
- Dispensador de jabón líquido.
- Implementos para secado de manos (equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables).
- Papel higiénico.
- Dispensador de papel higiénico.
- Basurero con tapa.
- Dispensador de toallas desechables (si aplica).

- Dispensador de desinfectante, opcional dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
- Iluminación central controlada junto a la puerta de acceso o sistemas de iluminación similar.

Art. 9.- Todos los servicios higiénicos y baterías sanitarias de los establecimientos turísticos, deberán cumplir con las siguientes condiciones de infraestructura:

Los pisos se construirán con materiales impermeables, no absorbentes, lavables y antideslizantes, no deben tener grietas a fin de facilitar la desinfección. Según sea el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia los sumideros;

Las paredes deben ser de material impermeable, no absorbente, lavable; deben ser lisas, sin grietas de forma que faciliten su limpieza y desinfección;

Las ventanas y otras aberturas (tragaluces), deben construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad y deberán estar provistas de protección contra insectos u otros animales, deben ser desmontables para facilitar su limpieza;

Las puertas deben ser de superficie lisa, no absorbente que facilite su limpieza y desinfección con cerraduras en buen estado;

Las puertas, ventanas y otras aberturas deberán ser confeccionadas asegurando la privacidad total de sus ocupantes, sin orificios;

Los sistemas utilizados en sanitarios, lavabos y urinarios deben tener ahorradores de agua; y,

Art. 10.- Todos los establecimientos turísticos sujetos a vigilancia y control sanitario, deberán contar con rotulación que identifique la ubicación de los

servicios higiénicos o baterías sanitarias y en cada puerta la identificación por género. Además se deben colocar avisos que promuevan el lavado de manos.

Art. 12.- Los servicios higiénicos o baterías sanitarias contarán con ventilación suficiente para eliminar el aire contaminado por medios naturales (tragaluces) o medios artificiales con inductores o extractores de olor para evitar el arrastre del aire contaminado hacia las áreas sociales o de producción (otras áreas).

Art. 13.- El número de baños o baterías sanitarias se determinará de acuerdo al número de clientes que visiten simultáneamente el establecimiento turístico sujeto a vigilancia y control sanitario, acorde al siguiente cuadro:

Establecimientos con capacidad para:	Número de servicios higiénicos requeridos (por cada género)	Número de baterías sanitarias requeridas (por cada género)
Hasta 20 personas	1 (General)	n/a
21 - 40 personas	2	n/a
41 - 80 personas	n/a	1
81 - 100 personas	n/a	2
101 en adelante	n/a	3

Se entenderá como servicio higiénico el lugar que cuente con el siguiente equipamiento principal: 1 inodoro, 1 lavabo y 1 urinario.

Se entenderá como batería sanitaria al lugar que cuente como mínimo con el siguiente equipamiento principal: 2 inodoros, 2 urinarios, 2 lavabos.

Anexo 05

Propietarios de Establecimientos Turísticos

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

MAESTRIA EN TRIBUTACION Y DERECHO EMPRESARIAL

OBJETIVO: Recolectar información sobre el cumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa.

PRESENTACION: La presente investigación se realiza con fines académicos y es parte del trabajo para el programa de Maestría en Tributación y Derecho Empresarial. Por lo cual se solicita contestar con la mayor veracidad.

INSTRUCTIVO: Marque con una X en el paréntesis la alternativa que usted eligió.

NIVEL: Propietarios de Establecimientos Turísticos

Fecha:

No.

DATOS INFORMATIVOS:

Señale el tipo de establecimiento Turístico:

Alojamiento ()	Operadoras de Turismo ()	Deportes
Extremos ()		
Alimentación ()	Centros Recreacionales ()	Transporte de
Turismo ()		
Bebidas ()		

Años de servicio:

1 -- 2 años ()	5 --- 6 años ()	9 --- 10 años
()		
3 -- 4 años ()	7 --- 8 años ()	11 o más
()		

Tipo de empresa:

Persona natural ()	Persona jurídica ()	
Empresa Familiar ()	Primera Generación ()	Segunda
Generación ()		

Su nivel académico:

Primaria ()	Secundaria ()	Superior ()
--------------	----------------	--------------

Numero de Colabores:

1 --- 2 Colaboradores ()	4 --- 5 Colaboradores ()	8 --- 9 Colaboradores ()
---------------------------	---------------------------	---------------------------

2 --- 3 Colaboradores () 6 --- 7 Colaboradores () 10 en adelante ()

1.- ¿Cuenta su establecimiento con los siguientes requisitos?

- Ruc ()
- Registro único de turismo ()
- Patente municipal ()
- Licencia anual de funcionamiento ()
- Permiso de sanidad ()
- Permiso de bomberos ()

2. ¿Ha sido sujeto de inspección por parte de algún organismo de control?

SI () Cual.....

NO ()

3. ¿En lo que respecta a su establecimiento conoce Ud. Lo que se exige en la Ley y reglamentos de Turismo?

SI () Si eligió SI pase a la pregunta 5 NO () Si eligió NO pase a la pregunta 6

4. ¿Cree usted que cumple con lo que se estipula en la ley de turismo?

SI () NO ()

5. ¿Considera usted que el trabajo que realiza el Ministerio de Turismo es?

Bueno () Malo () Excelente ()

6. ¿Que tipo de sanción ha recibido usted por parte de algún organismo de control sin considerar al SRI?

Notificaciones () Multas () Clausuras () Ninguno ()

7. ¿Su establecimiento turístico cuenta con algunas de las siguientes herramientas de control?

Organigrama Estructural ()
Manual de Funciones ()
Políticas Internas ()
Ninguno ()
Otras.....

8. ¿Ha recibido alguna capacitación que le permita mejorar el desarrollo de su negocio?

SI () Si eligió SI pase a la pregunta 12 NO ()

9. ¿Por parte de cuál de las siguientes entidades recibió usted la capacitación?

Ministerio de Turismo ()
Municipio del Cantón ()
Departamento de turismo ()
Ninguno ()

10: ¿ Que beneficios empresariales ha obtenido usted con la Ley de Turismo?.

Promoción de su actividad turística ()
Promoción Internacional ()
Incentivos tributarios ()
Capacitación ()
Publicidad ()
Ninguno ()

11: ¿ El ministerio o Dpto. de turismo ha desarrollado programas para el mejoramiento y administración eficiente de los servicios turísticos?

SI _____
NO _____

Comentarios:

¡Agradecemos cordialmente su colaboración!

Anexo 06

Colaboradores de los Establecimientos Turísticos

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

MAESTRIA EN TRIBUTACION Y DERECHO EMPRESARIAL

OBJETIVO: Recolectar información sobre el cumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa.

PRESENTACION: La presente investigación se realiza con fines académicos y es parte del trabajo para el programa de Maestría en Tributación y Derecho Empresarial . Por lo cual se solicita contestar con la mayor veracidad.

INSTRUCTIVO: Marque con una X en el paréntesis la alternativa que usted eligió.

NIVEL: Colaboradores de los Establecimientos Turísticos

Fecha:

No.

DATOS INFORMATIVOS:

Su nivel académico?

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

Afiliado al Seguro Social IESS?

SI ()

NO ()

1. ¿Hace cuanto tiempo trabaja en este establecimiento turístico?

Menor a 1 año ()

Mayor a 1 año ()

Mayor a 5 años ()

2. ¿Cuántas personas laboran en este establecimiento?

1 --- 2 Colaboradores () 5 --- 6 Colaboradores () 9 --- 10 Colaboradores ()

3 --- 4 Colaboradores () 7 --- 8 Colaboradores () 11 en adelante ()

3. ¿Durante su permanencia en este establecimiento ha presenciado algún tipo de sanción por parte de los organismos de control a excepción del SRI?

SI ()

NO ()

4. ¿Qué tipo de sanción?

Notificación ----- Multas ----- Clausuras ----- Ninguna --

5. ¿Usted ha recibido capacitación en alguna área de desarrollo empresarial?

SI () Si eligió si pase a la pregunta 6 **NO ()** Si eligió no pase a la pregunta 8

6. ¿Con que frecuencia ha recibido capacitación?

Cuantas veces al mes -----

Cuantas veces al año -----

Ninguno -----

7. ¿Existen reuniones para informar novedades e innovaciones sobre el desarrollo empresarial de este local de servicio turístico?

SI ()

NO ()

8. ¿Conoce usted el contenido de la ley de turismo, en lo referente a las obligaciones y derechos de los servidores turísticos?

SI ()

NO ()

9. ¿ El ministerio de turismo ha desarrollado programas para el mejoramiento y administración eficaz de los servicios turísticos?

SI ()

NO ()

10. ¿ Cree usted que es necesario un programa de capacitación y asesoría para la aplicación eficiente de la Ley de Turismo?

SI ()

NO ()

COMENTARIOS

¡Agradecemos cordialmente su colaboración!

Anexo 07

Clientes de Establecimientos Turísticos

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

MAESTRIA EN TRIBUTACION Y DERECHO EMPRESARIAL

OBJETIVO: Recolectar información sobre el cumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial del cantón Baños de Agua Santa.

INSTRUCTIVO: Marque con una X en el paréntesis la alternativa que usted eligió.

NIVEL: Clientes de Establecimientos Turísticos

Fecha:

No.

1. ¿Cómo conoció este establecimiento?

Necesidad ()

Accesibilidad ()

Recomendación ()

Calidad del Producto ()

2. ¿Con que frecuencia usted visita este establecimiento turístico?

Rara vez () Frecuentemente () Siempre ()

3. ¿Hace cuanto tiempo lo visita?

Meses ()

1 -- 2 años () 5 --- 6 años ()

3 -- 4 años () 7 en adelante

4. ¿Cuáles son las razones por lo que usted acude a este local comercial?

Precios () Calidad del Producto () Accesibilidad ()

Infraestructura () Atención al Cliente () Popularidad ()

Otras razones.....

5. ¿Usted a constatado algún progreso e innovación que le permitan desarrollarse empresarialmente a este establecimiento turístico?

SI () NO ()
Cual.....

6. ¿Qué recomendaciones daría usted a este establecimiento turístico para su mejoramiento?.....

7.- Cual es su grado con respecto a:

A. Servicio de Alojamiento

Insatisfecho ()

Regular ()

Satisfecho ()

B. Operadoras Turísticas

C. Servicio de alimentos y bebidas.

Insatisfecho ()

Regular ()

Satisfecho ()

8. ¿ En el hotel donde Usted se alojado , le han ofrecido paquetes turísticos, TOURS?

SI ()

NO ()

9.- ¿ Al ingresar a hospedarse, le indicaron a usted cual es la hora de salida o CHEK-UP?. Indique la hora.

.....

10.- Cree usted que las operadoras turísticas deberían trabajar con guías de turismo calificados?

SI ()

NO ()

11. Cree usted que es necesario implementar un plan estratégico de asesoría legal y capacitación, para el desarrollo turístico del cantón Baños?

SI ()

NO ()

Porque

¡Agradecemos cordialmente su colaboración!

Anexo 08

Formulario de Entrevista

N° 1 Entrevistador: Entrevistado: Fecha: Lugar:	
Preguntas	Respuestas
15. ¿Cuál es la función principal del Dpto. de Turismo?	
16. ¿Qué porcentaje de la población del cantón Baños se dedica al Turismo?	
17. Qué cantidad de ingresos anuales, produce el turismo en Baños	
18. ¿Los propietarios de los establecimientos turísticos cumplen con lo estipulado en la ley de Turismo?	
19. ¿Qué beneficios o ventajas tiene la ley de Turismo en el desarrollo empresarial de las empresas turísticas?	
20. ¿Se han creado programas para el mejoramiento y administración eficaz de los servicios turísticos?	
21. La oferta turística en baños, se ha incrementado?	
22. ¿Qué problemas se han presentado en la aplicación de la ley de Turismo?	

<p>23. ¿El personal con el que cuenta las empresas de servicios turísticos son capacitados de manera regular por el Ministerio de Turismo?</p>	
<p>24. ¿Cree usted que el personal del Departamento de Turismo de Baños abastece para el seguimiento, control, inspección de los establecimientos turísticos?</p>	
<p>25. ¿Es necesario un programa de capacitación y asesoría para la aplicación eficiente de la ley de Turismo?</p>	
<p>26. ¿El Dpto. de turismo apoyaría su implementación, de que forma lo haría?</p>	
<p>27. ¿Cuál es el tipo de sanción más frecuente, por incumplimiento de leyes y reglamentos?</p>	

Elaborado: CAICEDO, Jheimy (2012).

Anexo 09
DATOS ESTADISTICOS 2012

Anexo 10

Test de evaluación para participantes en capacitaciones

- 1.- Cite tres derechos de un servidor turístico basado en los reglamentos de turismo.
- 2.- Cite tres obligaciones de un servidor turístico basado en los reglamentos de turismo.
- 3.- Que aspectos ampara protege la ley del consumidor
- 4.- Describa la importancia de las Relaciones Humanas en el turismo.
- 5.- Que estrategia implementaría usted en su negocio para mejorar las relaciones humanas con el cliente.
- 6.- Que es para usted la atención al cliente de calidad.
- 7.- Defina que tipos de clientes existen en el mercado.
- 8.- Que implementaría en su negocio para mejorar el producto que ofrece al turista.
- 9.- Considera usted que la capacitación permanente contribuye al progreso de la ciudad.
- 10.- Considera importante que el conocimiento sobre la normativa legal de turismo contribuye al desarrollo empresarial.

Glosario de Términos

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la ciencia, cultura y educación.

MINTUR: Ministerio de Turismo.

PLANDETUR: Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador.

FMPT: Fondo mundial para el turismo.

INEC: Instituto nacional de estadísticas y censo.

WWF: WORLD WILD FUN Fondo mundial para la naturaleza.

ONG: Organización no gubernamental

MIPYMES: Micro pequeñas y medianas.

RUC: Registro único de contribuyentes.

GADBAS: Gobierno autónomo descentralizado de Baños de Agua Santa.

PRODAR: Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural

RTB: Red Televisora de Baños