



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**COLEGIO DE ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**MODELO DE NEGOCIOS PARA EL TURISMO GASTRONÓMICO  
EN EL ECUADOR**

**DANIELA VASCONEZ VELA**

**GIOVANNI ROSANIA, Ma.,** Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito

Para la obtención del título de Licenciada en Administración

Quito, mayo de 2015

**Universidad San Francisco de Quito**  
**Colegio de Administración para el Desarrollo**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**MODELO DE NEGOCIO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN EL  
ECUADOR**

**Daniela Margarita Vásconez Vela**

Giovanni Rosana, M.A.,

Director de Tesis

.....

Thomas Gura, Ph.D.,

Decano del Colegio de Administración

para el Desarrollo

.....

Quito, mayo de 2015

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

-----

Nombre: Daniela Margarita Vásquez Vela

C. I.: 1719115840

Fecha: Quito, mayo de 2015

## RESUMEN

El Ecuador es un lugar único que está privilegiado por su ubicación geográfica. Se ha destacado y ha sido apreciado por tener una variedad de regiones biodiversas como la Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos. El país tiene una gastronomía muy peculiar, tiene comida variada, única y muy distinta al del resto de países latinoamericanos. Usa ingredientes, sabores y técnicas muy propios en cada una de sus cuatro regiones. Actualmente hay un auge del turismo en el Ecuador, cada año está incrementado la llegada de extranjeros para conocer el maravilloso país. No obstante, todavía no se empieza a explotar y desarrollar el área gastronómica como modelo de negocio para los turistas.

Esta tesis trata de encontrar un modelo de negocio ideal para implementarlo en el país, para esto se realizó un estudio de mercado con 150 encuestas. Estas fueron tabuladas y analizadas dando a conocer resultados muy interesantes para mejorar y comenzar con el modelo. Los resultados muestran que este modelo debe incluir experiencias únicas donde los turistas no solo puedan conocer las distintas regiones de este asombroso país sino puedan descubrir una gastronomía interesante, histórica y deliciosa. Donde la comunidad ecuatoriana sea parte del modelo de negocio y pueda desarrollarse conjuntamente y ofrecer una experiencia de viaje y gastronómica. Al final se muestra un ejemplo de lo que debería ser y hacer este modelo.

## **ABSTRACT**

Ecuador is a unique place that is privileged by its geographical location. It has been appreciated and valued for its different regions like the Coast, Highlands, Jungle and Galápagos. The country has a very peculiar gastronomy, has exotic food that is very different from other countries of Latin America. It uses its very own ingredients, flavors and techniques for each of its four regions. There is currently a boom in tourism in Ecuador. Each year the arrival of foreigners is increasing. However, it hasn't started a business model to develop the culinary tourism.

This thesis tries to find a perfect model of gastronomic tourism in Ecuador. It was done a market research with 150 surveys. These were tabulated and analyzed revealing interesting results to improve and start the model. The results show that this model must include unique experiences where visitors can not only learn about the different regions of this amazing country but also discover an interesting, historic and delicious cuisine. Where the Ecuadorian community is part of the business model and can develop and offer a travel and gastronomic experience. At the end there is an example of what this model should be.

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
El turismo.....	13
El turista.....	13
El guía turístico.....	14
Operadora y Agencia Turística.....	14
Hotel y Hostal.....	14
Medio Ambiente Turístico.....	15
Importancia Económica.....	16
Beneficios del Turismo y Costos.....	17
Tipos de Turismo a Nivel Mundial.....	17
Turismo Gastronómico.....	18
<b>MODELO DE NEGOCIO DEL TURISMO</b>	
El modelo de negocio del turismo.....	20
Formas y categorías del turismo.....	21
Estructura del turismo en Ecuador.....	21
Aspectos para la aparición del turismo.....	21
<b>TURISMO EN ECUADOR</b>	
Turismo en el Ecuador.....	24
Turismo interno.....	25

Campañas para promover el turismo en Ecuador.....	25
Tipos de turismo en Ecuador.....	27
Gastronomía Ecuatoriana.....	29

## **ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivo General.....	35
Objetivos Específicos.....	35
Estudio de mercado.....	36
Resultados del estudio de mercado.....	37
Conclusiones del estudio de mercado.....	44

## **FINANZAS**

Finanzas.....	47
Proforma optimista.....	47
Proforma Media.....	49
Proforma pesimista.....	51

## **MARCO LEGAL**

Marco Legal.....	53
Requisito y Formalidades para el registro de una empresa.....	53
Exoneración y devolución de gastos. ....	54

Las Comisiones.....	54
Resarcimiento de daños y perjuicios.....	54
Multas.....	55
<b>DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA EL TURISMO</b>	
<b>GASTRONÓMICO</b>	
Desarrollo de un modelo de negocio sustentable y comercio justo .....	56
Modelo Canvas.....	56
Ejemplo de Circuitos y tours.....	61
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>68</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>70</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>72</b>

## Tablas

Tabla 1: Captación de turistas.....	37
Tabla 2: Presupuesto Maestro.....	47
Tabla 3: Costos por tour Sierra y Costa.....	48
Tabla 4: Costos e ingresos mensuales.....	48
Tabla 5: Proforma Financiera.....	49
Tabla 6: VAN y TIR.....	49
Tabla 7: Proforma financiera propuesta media.....	51
Tabla 8: VAN y TIR propuesta media.....	51
Tabla 9: Proforma financiera propuesta pesimista.....	52
Tabla 10: VAN y TIR propuesta pesimista.....	52

## Figuras

Figura1: Modelo de Negocio del turismo.....	18
Figura 2: Nacionalidad de los entrevistados.....	37
Figura 3: Género de los entrevistados.....	37
Figura 4: Ingreso Anual en dólares de los entrevistados.....	38
Figura 5: Edad de los entrevistados.....	38
Figura 6: Porcentajes de la encuesta.....	39
Figura 7: Porcentajes de la encuesta.....	39
Figura 8: Porcentajes de la encuesta.....	40
Figura 9: Porcentajes de la encuesta.....	40
Figura 10: Porcentajes de la encuesta.....	41
Figura 11: Porcentajes de la encuesta.....	41
Figura 12: Porcentajes de la encuesta.....	42
Figura 13: Porcentajes de la encuesta.....	43
Figura 13: Canvas.....	56

## Introducción

El turismo es una de las industrias más grandes en el mundo que vive con crecimientos dinámicos, nuevas actividades, destinos, tecnología, mercados y rápidos cambios. En este momento un sin número de turistas están viajando por el planeta interesados por atractivos paquetes turísticos, cruceros, experiencias de aventura e itinerarios independientes. El Ecuador ha puesto mucho interés desde hace varios años en promover esta actividad, sobre todo porque la matriz productiva del país ha sido una limitación para el desarrollo del mismo y por eso desde el 2012 el gobierno se ha enfocado en cambiarla para contar con una nueva redistribución de riquezas y estabilizar la economía, y así es como una de las industrias identificadas para esto es el turismo. En los últimos años, se invirtió altas cantidades de dinero para en campañas promoviéndolo y año a año se han visto resultados positivos. No obstante, se ha dejado de poner atención a un tipo de turismo que está empezando a tener mucho auge a nivel mundial, el turismo gastronómico o turismo culinario. Según el Reporte Global del Turismo de Comida se indica que los turistas gastan en alimentos un 3% del total de sus gastos, esto hace que esta área sea cada vez más atractiva y cada vez más países quieran invertir en el turismo de comida. Así esta área poco explotada sea el océano azul del turismo en Ecuador, es decir, ya que no se ha explotado este tipo de turismo es una oportunidad al ser un mercado sin competencia, que puede generar y captar nueva demanda con el propósito de ser sostenible a largo plazo.

## MARCO TEÓRICO

### **El turismo**

Se cree que el turismo es tan solo el viajar a un lugar particular para descansar, ver paisajes, visitar familia o amigos, conocer museos y tener momentos agradables. El turismo también se refiere a las personas que viajan por trabajo, para convenciones, conferencias, actividades profesionales, por estudios turísticos con guías expertos, o haciendo algún tipo de investigación científica (Goeldner & Ritchie, 2011). En definitiva, el turismo “es un proceso y actividad que tiene como resultado la relación e interacción entre turistas, proveedores de turismo, gobiernos anfitriones, comunidades y el medio ambiente que rodea y atrae a los visitantes e involucran actividades, servicios e industrias que entregan experiencias de viaje” (Goeldner & Ritchie, 2011, p.4) como son el transporte, hospedaje, alimentación y bebidas, tiendas, entretenimiento y servicios de hospitalidad. El turismo es toda la industria mundial de viajes, hoteles, transporte y promoción que busca las necesidades de los viajeros (Goeldner & Ritchie, 2011).

Todos estos turistas generan actividades que cambian las comunidades locales de cada país ya que hay un impacto económico y social que simplemente no puede ser ignorado y en muchos casos el turismo es tan importante que las sociedades ponen mucha más atención a sus problemas culturales, medio ambientales, económicos y hasta como crear nuevos paisajes atractivos para atraer el turismo (Goeldner & Ritchie, 2011).

### **El turista**

Para que un lugar de experiencias de alta calidad es necesario que tanto los administradores turísticos como municipios y ministerios sean capaces de entender al

turista. Desde que es lo que piensan, con que expectativas llegan, cuál es el motivo de viaje, cuáles son los factores que influyen la selección de su destino, su modo de viaje y que actividades buscan. Solo cuando se llega a entender al turista se puede proceder a desarrollar facilidades, eventos, actividades y programas que sean únicos y se distingan de cualquier otro destino (Goeldner & Ritchie, 2011).

### **El Guía turístico**

Es la persona que guía a los visitantes en la lengua de los clientes e interpreta el patrimonio cultural y natural de un lugar específico. Esta persona normalmente tiene un título que respalda sus conocimientos y experiencia en el área (World Federation of Tourists Guide Associations, 2003).

### **Operadora y agencia turística**

Mucha gente tiende a confundir la diferencia entre operadora y agencia. La operadora es la responsable proporcionar de contratar y reservar diferentes componentes como hotel, vuelo, transporte, alimento, guías, excursiones entre otros. Por otro lado, la agencia turística se encarga de vender los paquetes turísticos que ofrecen las distintas operadoras, basándose en lo que los clientes están buscando como destino, presupuesto y distintos intereses que pueden tener los turistas. Las agencias trabajan con las operadoras para perfeccionar las peticiones y proporcionar el mejor servicio turístico para los clientes (Katie, 2011).

### **Hotel y Hostal**

Hay una diferencia notoria entre hostel y hotel. El hostel es un establecimiento de una categoría inferior al hotel, donde se puede encontrar habitaciones y baños compartidos, asimismo se puede encontrar habitaciones privadas con un costo poco mayor.

Generalmente abarcan un número de personas limitadas y suelen tener espacios comunales para la integración de los clientes. Por otro lado, el hotel es igualmente un establecimiento planificado para el alojamiento de clientes. El tamaño de este es de mínimo 6 habitaciones donde tres de estas deben tener baño privado y pueden proporcionar restaurantes, piscinas, bares guarderías, espacios para conferencias entre otros. Estos se califican y clasifican por su servicio e infraestructura comúnmente con estrellas de 0 a 5, también con letras A a E, diamantes y por organizaciones como World Tourism (Torre, 2009).

### **Medio ambiente turístico**

Existen 5 dimensiones del turismo que no se han puesto mucho énfasis pero son esenciales para el desarrollo y éxito del mismo. La primera es la cultura de los residentes y la región, ya que la cultura de las personas refleja su desarrollo y forma de vida. Segundo, la infraestructura, el tener carreteras, agua potable, redes de comunicación, tiendas minoristas y supermercados son tan importantes para los residentes de un destino particular como para los visitantes. Además de infraestructura construida para el turista como hoteles, restaurantes, locales para rentar carros, centros de convenciones y atracciones ayuda al desarrollo del país. Tercero, la tecnología, una de las dimensiones más nuevas e influyentes de la construcción del medio ambiente turístico. Esta ha crecido notablemente en las últimas décadas y se ha convertido en una poderosa característica para el turismo e incluye telecomunicación, tecnología en computadoras, transporte entre otras. Cuarto, la información se ha vuelto clave, la interpretación y el uso de la información efectiva muchas

veces determina el éxito de un destino. Finalmente, el gobierno, ya que sus regulaciones, leyes y sistemas fiscales tienen un profundo impacto en poder competir en mercados internacionales (Goeldner & Ritchie, 2011).

### **Importancia económica**

El turismo y los viajes son una importante actividad económica en la mayoría de países alrededor del mundo. Desde 1991 el WTTC (World Travel and Tourism Council) se dedica a medir el impacto económico de viajes y turismo en el mundo. Esta entidad indicó que el turismo es una de las industrias más grandes que ofrecen trabajos de calidad. El WTTC nos muestra que en el 2013 el total de contribución directa de viajes y turismo al PIB mundial fue de \$2,155.4bn, es decir el 2.9% del PIB total y se estima que para el 2024 este suba a 4.2%. En cuanto al empleo la contribución directa fue de 100,894,000 millones de empleos en el 2013, es decir el 3.4% del total de empleos y se cree que va a aumentar a 126,257, 000 millones de trabajos para el 2024 o sea el 3,7 % del total de empleos, es decir 1 de cada 11 empleos a nivel mundial tienen que ver con turismo y viajes.

Según la organización UNWTO (United Nations World Tourism Organization) en 1950 habían 25 millones de turistas internacionales anualmente y para el 2013 se tuvo 1087 millones y se genera 1.4 trillones de dólares en exportaciones de esta industria o el 6% de las exportaciones del mundo.

La UNWT también reporta los países con mayor cantidad de turismo al año. Francia tiene el puesto número uno con 83 millones de turistas y 56.1 billones de dólares anuales, seguido de Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, Alemania, Reino Unido, Rusia y Tailandia.

## **Beneficios del turismo y costos**

El turismo aporta con beneficios económicos y no económicos, los económicos se los revisó en la sección anterior. Los no económicos se refieren a los beneficios del turista, como la satisfacción al viajar, relajación, beneficios educacionales, entender otras personas, culturas y el estado físico y psicológico del viajero. Otros beneficios y aspectos positivos del turismo son el “crear nuevos puestos de trabajo, aumento de los ingresos del país, aumento del producto interno bruto, desarrollo de infraestructura, diversificación de la economía, mejora de calidad de vida, fuerza a la preservación del patrimonio y tradición, justificación con la conservación del medio ambiente”(Goeldner & Ritchie, 2011, p.24), entre otros. No obstante, se encuentra algunos problemas que el turismo puede causar como “exceso de demanda por recursos, causa inflación, problemas sociales, economías poco equilibradas, degrada el medio ambiente natural, aumenta la contaminación, aumenta el crimen y prostitución, contribuye a enfermedades y problemas de transporte” (Goeldner & Ritchie, 2011, p.25).

## **Tipos de Turismo a nivel mundial**

Existen muchos tipos de turismo y cada uno se desarrolla dependiendo de la demanda y localidad de cada país. Existe el turismo por placer para descansar y relajarse, el turismo de negocios, el turismo de naturaleza, turismo cultural para ver rituales y festivales, turismo social para ver a amigos y familia, turismo recreacional para escapar de las rutinas, turismo de aventura y deportes extremos, turismo religioso como la peregrinación de Santiago de Compostela en España, turismo médico para realizarse exámenes, chequeos y operaciones, ecoturismo, turismo comunitario para relacionarse y conocer la cultura local

de las zonas y muchos otros como el arqueológico, idiomático, de convenciones y congresos, científico, cinegético y por último uno que se va a tratar con mayor detalle es el gastronómico. (Académica, 2013)

### **Turismo gastronómico**

Para muchos de los billones de turistas alrededor del mundo, regresar a un lugar específico para disfrutar de platos ya conocidos y probados o viajar a otras zonas para descubrir nuevas cocinas se ha convertido en una parte muy importante de la experiencia del turismo.

Al turismo culinario se le ha tomado mucha atención en los últimos años y se ha convertido en uno de los segmentos del turismo más dinámicos y creativos. Tanto compañías de turismo como los distintos países del mundo se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía para estimular el desarrollo de las economías nacionales, regionales, locales y para diversificar el turismo. Por ende, muchos turistas están atraídos por los productos locales y varios destinos están centrando su publicidad y estrategias de marketing desarrollando una cocina única apetecida por los turistas que quieren conocer ciertos lugares a través de sus sabores (Global Report on Food Tourism, 2012).

El turismo gastronómico, turismo de comida o turismo culinario se refiere a destinos donde la comida y las bebidas locales son la principal motivación para el viaje. Según la Asociación Internacional de Turismo Gastronómico (2012) el turismo gastronómico es definido como “La búsqueda de experiencias únicas y memorables en las comidas y bebidas”. Este tipo de turismo enseña que comidas locales de cada región muestran su cultura, rasgos geográficos, agrícolas y el papel que ocupan los alimentos en

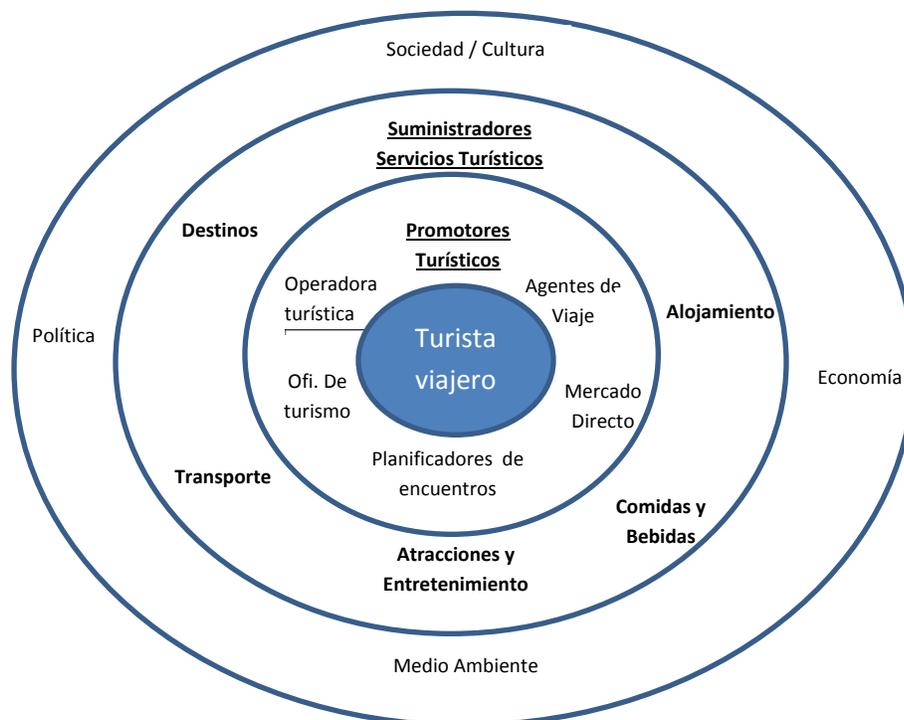
las familias y comunidades. La forma de como los alimentos son cultivados, producidos y llevados a la cocina para el consumo demuestran y hablan mucho sobre las sociedades. Así es como la comida típica de un lugar en particular se vuelve un atractivo por su autenticidad (Gisolf, 2011)

Según el Reporte global del turismo de comida publicado en el 2012, se indica que los turistas gastan en alimentos un 3% del total de sus gastos. Por lo tanto, la cocina es un factor muy importante para el turismo y hay que aprovechar al máximo de esta demanda para dar una mejor experiencia de calidad con la gastronomía.

A nivel mundial la gastronomía sin ser el primer factor para viajar está ocupando un rol fundamental para los turistas. En “Estados Unidos comer en restaurantes es la segunda actividad favorita para los turistas y es la primera para los estadounidenses cuando visitan otros países” (Global Report on Food Tourism, 2012, p.6).

En el caso del Ecuador, el país tiene mucho potencial para promocionar su gastronomía, tiene comida variada única y muy distinta al del resto de países latinoamericano. Usa ingredientes, sabores y técnicas muy propios en cada una de sus regiones (Cepeda, Mauricio). En los siguientes capítulos se propondrá un modelo de negocio para explotar el turismo gastronómico en el Ecuador.

## EL MODELO DE NEGOCIO DEL TURISMO



(Figura1: Modelo de Negocio del Turismo (Funiber, 2013, p. 44)

La figura número 1 muestra el modelo de turismo que incorpora todos los agentes que participan en la industria del turismo. Este modelo es abierto a interactuar entre cada uno de los segmentos.

El primer segmento constituyen los turistas (segmento del centro), normalmente ellos confiaban y utilizaban solo a los promotores turísticos. No obstante la nueva tendencia es que ellos pueden tratar con cualquiera de los suministros de servicios turísticos como los promotores turísticos como la operadora turística, agencias de viajes, oficinas de turismo, mercado directo y planificadores de encuentros. Esto ha cambiado por la tecnología, el comercio electrónico y redes sociales (Funiber, 2013)

Por otro lado, a nivel general en el mercado internacional global, las empresas turísticas contactan directamente con los clientes ofreciéndoles sus servicios. En ciertas ocasiones los proveedores de servicios trabajan en conjunto entregando paquetes atractivos con promociones para capturar la atención de los turistas y en otras se trabaja por separado compitiendo por los clientes (Funiber, 2013).

### **Formas y categorías del turismo**

Existen tres formas de turismo dependiendo de cada región. Estas son el turismo interno, receptor y emisor. El primero se refiere a residentes de una zona específica que solo viajan dentro de este mismo lugar. El segundo, son los no residentes que viajan en su zona. El tercero son los residentes que viajan en zonas distintas a la suya. También existe el turismo interior que consta del turismo interno y receptor, el turismo nacional que comprende el interno y emisor y el turismo internacional que es el receptor y emisor (Fundamentos del turismo, 2013).

### **Estructura del turismo en Ecuador**

No existe un método ni una ecuación exacta para estructurar el turismo de todo el mundo. Cada destino elige como organizar su industria turística dependiendo de “factores locales, recursos naturales, nivel de importancia de la industria para la economía local, actitud del gobierno y liderazgo de la industria” (Tourism Structure, 2014). No obstante, a nivel general se estructura de la siguiente manera:

Siendo la industria del turismo una de las más grandes y significativas del mundo también es una de las más fragmentadas y tiene muchas partes muy importantes involucradas. Entre estas está la acomodación (hoteles, departamentos, hostales, cabañas,

lugares para acampar), operaciones turísticas, distribuidores de turismo, agencias turísticas, organizadores de conferencias y exhibiciones, agentes reguladores, sector público y otros miembros de la industria (The Structure of travel and tourism industry, 2004).

Esta industria se relaciona y depende mucho de la industria del transporte y está dividida en los distribuidores, cuerpos reguladores, organizaciones del sector público, transporte y otros miembros de la industria. Los distribuidores son personas, grupos o firmas que entregan productos y servicios para los turistas, estos incluyen agencias de viaje, operadores de viaje (venden directamente a los consumidores), empresas o agencias de viaje en línea y servicios telefónicos o “call centers”. (The Structure of travel and tourism industry, 2004).

El distribuidor más grande en Ecuador es Metropolitan Touring. Los cuerpos reguladores son organizaciones que están a cargo de supervisar la industria del turismo. Las organizaciones del sector público son departamentos gubernamentales que son responsables de la industria como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Transporte y Obras Públicas, Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación entre otros. El transporte, en este caso es la entrega de productos y servicios por medio del aire, tierra, riel y mar. Se tiene empresas como Explotours, Marcotours, Geo Tours, Transporte turístico Ecuador entre otros. Otras industrias se refieren a empresas de alquiler de autos y aseguradoras (The Structure of travel and tourism industry, 2004).

### **Aspectos para la aparición del turismo**

Existen ciertas zonas y lugares que siempre van a ser más aptos para la aparición del turismo que otros. De igual forma, hay que poner atención y considerar las actitudes de los

individuos que estarían dispuestos a pasar sus vacaciones en esos lugares, es decir a los futuros turistas. A partir de estas dos condiciones se puede analizar cuales lugares son ideales para que tipo de segmento de turista (Martin, p.50). Como se vio anteriormente hay muchos tipos de turistas pero a nivel general el motivo principal para hacer turismo es salir de la cotidianidad por el aumento de tiempo de ocio que se existe desde la segunda mitad del siglo XX (Martin, p.51).

Asimismo, hay que tomar en cuenta que para despertar y desarrollar este sector se debe pensar en las situaciones y condiciones “políticas, económicas, sociales, demográficas, culturales, sanitarias, idiomáticas y gastronómicas” (Martin, 51). De acuerdo a esto, se puede elegir que lugares son más apropiados para el turismo por su clima, seguridad, recursos naturales atractivos, gente hospitalaria entre otros. Por otro lado, hay una inclinación a que el turismo se desenvuelva en lugares poco desarrollados ya que hay mano de obra barata, la inversión inicial es baja. Además, las nuevas tendencias incitan a visitar nuevos destinos turísticos con precios asequibles. (Martin, 51).

## TURISMO EN EL ECUADOR

El Ecuador es un país pequeño de 283.561 km<sup>2</sup> que siempre se ha destacado y ha sido apreciado por tener una variedad de regiones biodiversas como la Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos (Geoportal, 2013). Cada una de estas zonas se caracteriza por sus playas, montañas, flora y fauna y exuberantes paisajes. Además el país está ubicado en la línea ecuatorial donde el clima beneficia al país y tiene tan solo dos estaciones al año, invierno de lluvias y verano vientos cálidos y cielos azules favoreciéndolo para que sea un país turístico el año completo. Actualmente cuenta con más de 2771 de atractivos turísticos que se dividen entre islas, parques nacionales, lagos, ríos, montañas y playas (Ministerio del turismo). Además, es un país pluricultural donde habitan “13” distintas nacionalidades indígenas que tiene distintas lenguas, hábitos, costumbres, gastronomía que influyen en nuestra cultura y arte que habitan en las tres regiones del país (Ministerio de Coordinación y Desarrollo). Por todo esto, el turismo está empezando a convertirse en una fuente de ingresos importante para nuestro país ya que en el 2013 se generó “casi 1500 millones siendo la cuarta fuente de generación de divisas del país” (El Telégrafo, 2012) que representan 1087 millones de llegadas internacionales, lo que significa un 5% más que en el 2012 según el Ministerio de turismo.

“Las cinco ciudades más visitadas por los extranjeros son Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos y Baños” (El Comercio). Los mercados que visitan con más regularidad al país son Colombia, Perú, Estados Unidos, España y Alemania con 323.230, 224.662 y 198.265, 64.726, y 28.292 cantidad de personas respectivamente. Del total de turistas el 53,5% son hombres y el 46,5% mujeres. El grupo de edad que registra mayor porcentaje de visitas es entre 40 a 49 años, seguido por los de 50 -59 años con el 13,3%. El ingreso al país

de turistas el 63,8% lo hacen por vía aérea mientras que por terrestre 35,5% y 0,7% vía marítima (Ecuador en cifras).

### **Turismo interno**

Datos del ministerio de turismo del 2013 afirman que anualmente el 40% de ecuatorianos es decir 6 millones de personas viajan a distintos destinos dentro del país. Se estima que realizan 1.7 viajes generando aproximadamente 5000 millones de dólares.

Las provincias más visitadas son Guayas, Esmeraldas, Tungurahua, Santa Elena y Manabí donde el 42% de personas se va de vacaciones para descansar y un 26% para conocer nuevos lugares, el 31% viaje entre tres personas y un 24% viaja con su pareja. Finalmente, en un viaje el 46% de gastos es comida seguido de un 26% que se gasta en hospedaje. (El Comercio). Y se gasta alrededor de 70,63 dólares (El ciudadano).

Sin embargo, aunque el turismo interno este aumentando hay una tasa alta de ecuatorianos que viajan año a año fuera del país en vez de conocer nuevos destinos nacionales. “Anualmente 1,3 millones de extranjeros visitan el país pero 1.5 millones viajan al exterior” (Ecuador Inmediato).

Es por eso que el ministerio de turismo creo la campaña “Viaja primero en Ecuador” donde se han instalado seis islas en dos centros comerciales tanto en Quito, Guayaquil, Manta y Cuenca para dar a conocer nuevos lugares turísticos con paquetes cómodos para viajar en el país como El Oro, Cañar, Azogues y los lugares tradicionales como Quito, Guayaquil, la ruta del sol y Galápagos.

## **Campañas para promover el turismo en Ecuador**

El ministerio de turismo en Ecuador ha invertido para que el país se convierta en potencia turística desde hace algunos años con estas campañas: Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014, Viaja Primero en Ecuador y la campaña internacional “All you need is Ecuador” que quiere posicionar al Ecuador país líder de turismo internacionalmente.

La primera campaña se creó para mejorar la calidad de los destinos y servicios turísticos, mejorar los recursos humanos, crear oportunidades de inversiones y generar información turística relevante. En el 2012 se hizo una intervención para dar a conocer los lugares con potencial turístico, destinos de prioridad y áreas protegidas. Se realizaron concursos como el de “Playa limpia, turista feliz”, donde 43 playas participaron y fueron reguladas por 18 días en cinco meses, también se generó un plan estratégico anual del turismo culinario y se elaboró el libro “Ecuador Culinario: Saberes y Sabores” (Ministerio del turismo, Planes estratégicos 2012). La segunda campaña, trata de incrementar el número de turistas, encontrar nuevos nichos de mercado y mejorar el turismo interno. Se lanzó una campaña publicitaria llamada “Yo descubrí” que se pautó en las mejores revistas del mundo, también se lanzó el programa de televisión “Ecuador Ama la Vida” entre otros (Ministerio del turismo, Planes estratégicos). La tercera campaña para estimular el turismo interno es “Viaja primero Ecuador”, esta se lanzó en el 2014 con su principal objetivo de motivar a los ecuatorianos a conocer nuevos lugares de las 4 regiones del Ecuador (Ministerio del turismo, Campaña “Viaja primero Ecuador”). Finalmente, la última campaña de “All you need is Ecuador” se activó el año pasado en 19 ciudades del mundo por 10 días en los países de Alemania, Argentina, Brasil, Estados Unidos, España, Ecuador

Colombia, Chile, Francia, Holanda, Inglaterra y México. El estado ecuatoriano invirtió 600 millones en seguridad, destinos, calidad, productos, conectividad y la promoción de esta campaña. (El Telégrafo).

### **Tipos de turismo en Ecuador**

Por las distintas motivaciones de los turistas y las cualidades de los atractivos turísticos se originan los tipos de turismo que satisfacen las necesidades de los clientes. Según el Ministerio de Turismo, el Ecuador se destaca por 6 productos turísticos que son el turismo comunitario, turismo de naturaleza y ecológico, turismo de deportes y aventura, turismo cultural, turismo de reuniones y eventos y por último turismo culinario (Ministerio del turismo).

El primero son los viajes organizados para tener una relación intercultural con las comunidades, respetando las costumbre, medio ambiente y patrimonio (CCODEM) como las visitas al área de desarrollo territorial Chinchasuyo, las comunidades de Guaranda como Piedra Blanca, Huagrahurco y Chazo Juan (Feptse).

El turismo de naturaleza y ecoturismo es el viaje responsable hacia las áreas en conserva este trata de construir un medio ambiente de consciencia y respeto, conseguir financiamiento para mantener las reservas, construir facilidades de bajo impacto hacia la naturaleza y mejoran el bienestar de las comunidades locales (The International Ecotourism Society). Entre los atractivos turísticos están el conteo de aves en Mindo y Consanga, viajar al florecimiento de los Guayacanes en Mangahurco, conocer el bosque protector de Guayllabamba (Ecuador Ama la Vida TV) entre otros.

El 74 % de extranjeros visita el país por el turismo cultural (El Comercio). Este turismo se basa en conocer las distintas festividades religiosas ecuatorianas por ejemplo el Arrastre de Caudas, año nuevo andino Mushuc Nina, el XVIII festival de música sacra, procesiones de Semana Santa, conocer las iglesias, monumentos y más (Ecuador Ama la Vida TV).

El turismo de deportes y aventura es uno de los productos claves del Ecuador que ha venido tomando fuerza desde hace pocos años, muchos turistas están dispuestos a tener unas vacaciones inusuales explorando áreas remotas con riesgo y mucha adrenalina (De Ecuador al Mundo). Entre estos está el rafting, kayaking, bungee jumping, puenting, canyoning, paracaidismo, escalar, tubing, rutas de bicicleta entre otros.

El turismo de reuniones y eventos, según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones es una de las aristas que tiene más crecimiento en los últimos años de acuerdo y se está convirtiendo en uno de los mayores atractivos para el negocio del turismo, mucho más que el de placer y ocio. De acuerdo con Quito Turismo, los turistas que vienen por negocios gastan alrededor de \$898 dólares en tan solo tres días de congreso. Asimismo, el 40 % de turistas que una vez que ingresaron al país por negocio vuelven por placer (Ministerio del turismo). Este turismo incluye Eventos Internacionales, Ferias, Eventos Corporativos, Congresos, Certámenes de Belleza, Reuniones y más. Las tres ciudades óptimas para este tipo de turismo son Quito, Guayaquil y Cuenca por sus facilidades e infraestructuras (Ministerio del turismo).

Turismo culinario en Ecuador es considerado como uno de los nuevos modelos de negocio y productos de oportunidad para el país. Es un sector que todavía no está tan

desarrollado como los otros pero Carlos Gallardo director de gastronomía de la Universidad de las Américas dice que tiene alto potencial. “Hay muchísima gastronomía local sumamente importante para ponerla a la luz pública” (Ecuador Inmediato) y con la ayuda de los escenarios atractivos turísticos se puede complementar el turismo con una variedad culinaria. También revela que en alrededor de 15 años el 30% de la economía del país va a ser por turismo y de este el 50% de turismo culinario (Metroecuador). Y es así como en el 2013 Ecuador fue nominado como mejor destino gastronómico por el World Travel Awards junto con otros países latinoamericanos (Ministerio de turismo). Por otro lado, hay chefs profesionales como Michael Ruiz que proyectan que el turismo de comida debe empezar a crecer con las exportaciones para así dar a conocer los exóticos productos que tiene el Ecuador (Metro Ecuador).

Por el momento el Ecuador está promoviendo este sector sacado varios libros como Ecuador Culinario, Saberes y Sabores, De la Chacra al Fogón , Por el Sendero de los Sabores y Sabores, Nuestras Huecas (Ministerio del Turismo)

### **Gastronomía Ecuatoriana**

El Ecuador es un país muy diverso que dependiendo de zona geográfica y región tiene distintas características que componen una gastronomía diferente. Son las cuatro regiones que tienen sus propias tradiciones que hacen a la cocina ecuatoriana sea muy variada y única. Ésta está fuertemente influida por los incas, españoles y africanos durante la época de la conquista, e influencias extranjeras de países vecinos. Así es como la mezcla entre naciones de orígenes distintos creó un mestizaje cultural y biológico que a su vez creó un nuevo patrimonio alimenticio al Ecuador (Del Chacra al Fogón, 2014) “llamada la

cocina criolla ecuatoriana durante la segunda mitad del siglo XVI es decir de 1501 a1600” (Del Chacra al Fogón, 2014, p.25).

El turismo gastronómico es muy importante para las comunidades rurales ya que muchas han tenido problemas con la rápida urbanización de las ciudades y el abandono de los sectores económicos tradicionales. Sin embargo, ya que estas trabajan cerca del sector agrícola y todavía viven de sus tradiciones son las que tienen mayor ventaja en este tipo de turismo y puede generar oportunidades de empleo e ingresos (UNWTC).

Las costumbres cambiaron de comer manatís, insectos e iguanas a alimentarse de vacas, gansos, conejo, chivo, cerdos, ovejas, pavos, gallinas” (Del Chacra al Fogón, 204, p.26). De vegetales, cereales, especies y frutas el “arroz, col, ajo, perejil, culantro, hierba luisa, arrayán lechuga, arveja, lenteja, trigo, cebada, habas, caña de azúcar, limón, naranja, durazno, higo, plátano, plátano verde, mango, mora, manzana, pimienta” entre otros (Del Chacra al Fogón, 2014, p.27). A continuación se detallarán las cuatro regiones ecuatorianas.

### Región Sierra

La región interandina del Ecuador o más conocida como Sierra, se extiende de norte a sur del medio del país recorriendo los andes. Está conformada por diez provincias que son; Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. Esta región se caracteriza por sus volcanes, montañas y nevados como es el Cotopaxi y el Chimborazo, también por sus páramos andinos, valles, lagos con hermosos paisajes y su gastronomía (In Quito). Por estar a un altura de 2800 m2 hasta 4.500m2 sobre el nivel del mar su agricultura se basa en variedad de papas, maíz, yuca, cereales como

quínoa y arroz de cebada, en cuanto a carnes se consume mucho cerdo, res, cuy, cordero y pollo. Hay variedad de frutas como la mandarina, naranjilla, taxo, limón, toronja, tomate de árbol, mora, frutillas, granadilla, higo, babáco, guayaba, chirimoya, capulí, uvilla y guaba (Southern).

Los platos típicos de esta zona son en el Carchi la papa, el hornado pastuso, y el tardón mireño. En Imbabura el maíz, el helado de paila y la chicha del Yamor. En Pichincha el mortiño, el locro y el rosero. En el Cotopaxi la quinua, la cebada, las chugchucaras y el chaguarmishqui. En Tungurahua el guaytambo, llapingacho con chorizo y huevo y vino de uva de Patate. En Bolívar, quesos, chocolates, chiguilles y pájaro azul. En Chimborazo el choco, bonitísimas y chicha huevona. En Cañar mellocos, cascaritas y chicha de Jora. En Azuay el mote, mote pillo y el drake. En Loja el café, cecina y horchata. (Ecuador Culinario, Sabores y Saberes, 2013).

## Región Costa

La región Litoral del Ecuador o más conocida como la Costa tiene más de 2000 km y se sitúa entre la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico. Está conformada por siete provincias que son Esmeraldas, Manabí, Sto. Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Santa Elena, Guayas y El Oro que presentan un clima cálido con temperaturas que varían de 16 a 35 grados. Esta región contiene la ciudad más grande del país, Guayaquil. De la región, 5 provincias contienen playas y balnearios y la red fluvial más importante del país (De Ecuador al Mundo) Por el territorio litoral pasan ríos y está formado por bosques tropicales al norte de la región y al sur por llanuras desérticas acompañado de pequeñas colinas que favorecen a su paisaje, también tiene bosques, manglares, alrededor de 48 hermosas

playas, villas de pescadores, parques nacionales y reservas ecológicas (VisitaEcuador, 2001)

La gastronomía costeña es muy variada y se basa en el consumo de pescados de río y de mar, no obstante, también se consume camarón, concha, pulpo, langostas, langostino. Los platos típicos de cada provincia son: En Esmeraldas la concha prieta, el encocado y la chucula. En Manabí el atún, la cazuela y el rompo de caña manabita. En Sto. Domingo de los Tsáchilas la res, la bandera y la chicha de chonta y maduro. En Los Rios, el cacao fino de aroma, el tapao de pescado en caña guadua y la chicha de chontilla. Santa Elena, la ciruela, el seco de chivo y el jugo de ciruela. En Guayas, el cangrejo rojo, el encebollado y la resbaladera. Finalmente, en El Oro los langostinos, el tigrillo y el batido de chocolate (Ecuador Culinario, Sabores y Saberes, 2013).

### Región Amazónica

La región Amazónica del Ecuador tiene una superficie total de 138.000 km<sup>2</sup>, el 46% del territorio ecuatoriano y tiene fronteras con la zona andina del sur de Colombia y con la Amazonía Peruana. Comprende de seis provincias que son Sucumbíos, Napo, Orellana, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe (De Ecuador al Mundo). Su extensión contiene bosques húmedos y tropicales con mucha riqueza de vegetación. Esta contiene el 18% de especies de pájaros del mundo, cantidad de especies de orquídeas que existen desde hace 65 millones de años (Ministerio del turismo) y es el lugar donde más especies se pueden encontrar por metro cuadrado a nivel mundial. (Amazanga.org), “se pueden encontrar ocho mil especies de plantas medicinales, 500 especies de peces de agua dulce, 47 especies de reptiles y anfibios, 80 tipo de especies de mamíferos en peligro de extinción

y es el lugar donde vive el 70% de las 25 mil especies de plantas vasculares que existen en el planeta” (Visita Ecuador). Adicionalmente, está ocupada por aproximadamente 10 grupos de etnias con distintas culturas y tradiciones (Visita Ecuador).

A diferencia del resto de regiones la gastronomía amazónica es bastante exótica poco conocida por los turistas. Contiene especies, animales y frutas como el arazá, borojó, chonta, cocona entre otros. Se puede consumir guanta, mono, chontaduro (gusano de chonta), tortuga, serpientes, hormigas culonas que se consumen con yuca y plátano (Quito Adventure). También se consume pez de río como la tilapia. No obstante, los platos típicos de estas zonas son en Sucumbíos, el casabe y las sinchicaras. En Napo, cacao amazónico, pincho de patas muyo o cacao blanco y la chicha de chontaduro y yuca. En Orellana la chonta y los mayones, maito de charachama y té amazónico. En Pastaza la papa china, el volquetero y el sánduche (bebida de caña). En Morona Santiago la yuca, el caldo de novios y el huesito (té de guayusa). En Zamora Chinchipe el pez corroncho, el ayampaco y el jugo de naranjilla (Ecuador Culinario, Sabores y Saberes).

### Región Galápagos

Por último, la región insular o Galápagos, está ubicada a 1000 km de las costas ecuatorianas en el Océano Pacífico. Tiene 14 islas principales e islotes y rocas que juntos conforman 1900 km<sup>2</sup> (Islas Galápagos) Tiene varios volcanes activos y una superficie irregular. Su clima es variado y parecido al de la Sierra ecuatoriana. Tiene varias atracciones turísticas como es conocer las distintas islas con sus sorprendentes playas con arena blanca y aguas claras, tiene cantidad de animales como la tortuga gigante, iguanas marinas y terrestres, piqueros de patas azules, lobos marinos, morsas, pingüinos, lagartos de

lava, salamanquesas, serpientes, murciélagos, pinzones de Darwin, cangrejos, tiburones, delfines entre otros. La cantidad de plantas también es sorprendente ya que tiene orquídeas, bromelias, ferns, y distintos cactus y variedad de especies endémicas. También se produce algodón, tomate, pimienta y guayaba. (Ecuador Regiones Naturales).

Pese a sus pocos años de colonización Galápagos tiene una interesante gastronomía que sigue desarrollándose. Sus principales platos típicos son el ceviche de canchalagua, la langosta y el café orgánico de Galápagos.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

Como se ha visto en los anteriores capítulos, el turismo trae muchas ventajas al Ecuador como el aprovechamiento de los recursos naturales, seguridad, conservación de lugares, generación de empleo, mejora de la infraestructura (Negrete, 2009) y una ventaja muy importante es que mientras el turismo va creciendo se generan nuevos destinos para las distintas exigencias y gustos, es por eso que al ver la oportunidad y océano azul del turismo gastronómico como un nuevo modelo de negocio se realizó un estudio de mercado que sustente y ayude a encontrar el nicho ideal de turistas que estarían dispuestos a realizar un turismo como este.

### **Objetivo General**

Diseñar un modelo de negocio escalable, sustentable y sostenible en el tiempo basándose en el desarrollo del país, donde el modelo incluya a las comunidades locales ofreciendo a los turistas una experiencia única en el Ecuador, donde no solo se pueda visitar lugares nunca antes vistos sino conocer, disfrutar y experimentar lo mejor de la gastronomía ecuatoriana. Así tanto el país, las operadoras agencias, comunidades locales y turistas ganan.

### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar un modelo de negocio pionero en explotar el turismo gastronómico de experiencia en el país, por medio del desarrollo sustentable y “fair trade” o comercio justo.

- Encontrar circuitos turísticos ideales para los turistas internacionales de clase socioeconómicamente media alta y alta de Estados Unidos y Europa.
- Incentivar al país a ofrecer mejores servicios gastronómicos y turísticos con limpieza y calidad con el fin de atraer al turismo internacional de estatus socioeconómicos medio altos y altos.
- Dar a conocer la experiencia de gastronomía ecuatoriana internacionalmente para atraer al turismo.
- Dar una nueva experiencia única al turista donde su principal interés no solo sea visitar Ecuador sino también conocer sobre su comida.
- Crear un nuevo tipo de turismo en Ecuador que este enfocado en experiencias gastronómicas donde los turistas puedan conocer desde cómo se cultiva y siembran los productos ecuatorianos hasta como se los preparan y cocinan para llevarlos al plato.
- Encontrar un nuevo segmento de mercado interesado en un turismo gastronómico de experiencia.

### **Estudio de mercado**

Se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas sobre las preferencias gastronómicas de turistas que visitaron el país y su opinión sobre su previa experiencia. Se realizaron a turistas adultos que estén más de 5 días en el país y estén por regresar a sus países. Esto fue posible por medio de la Operadora Turística Sapai que hizo las encuestas en sus tours y en su crucero en Galápagos y por medio del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

En un comienzo las encuestas se realizaron en Cotacachi a estadounidenses adultos de más de la tercera edad que están jubilados y viven en esta ciudad. No obstante, se encontró que la mayoría no estaba muy interesada en conocer mucho sobre la gastronomía ecuatoriana por lo que la encuesta cambió y dio un enfoque más abierto a edades menores a 70 años y a no residentes.

### Captación de turistas:

Captación Turismo Extranjero	
Ingreso Extranjeros 2014	1,5 millones
Total Nicho (50 años o más 13,5%)	140.955
Cifras según estudio de mercado	

Tabla 1: Captación de turistas

### Resultados de la encuesta

Figura 2: Nacionalidad de los entrevistados

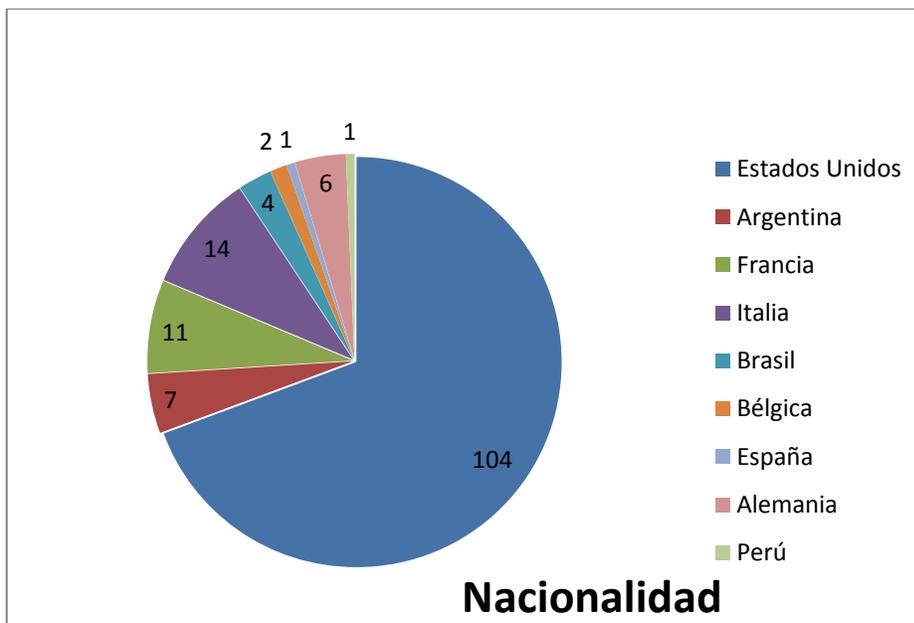


Figura 3: Género de los entrevistados

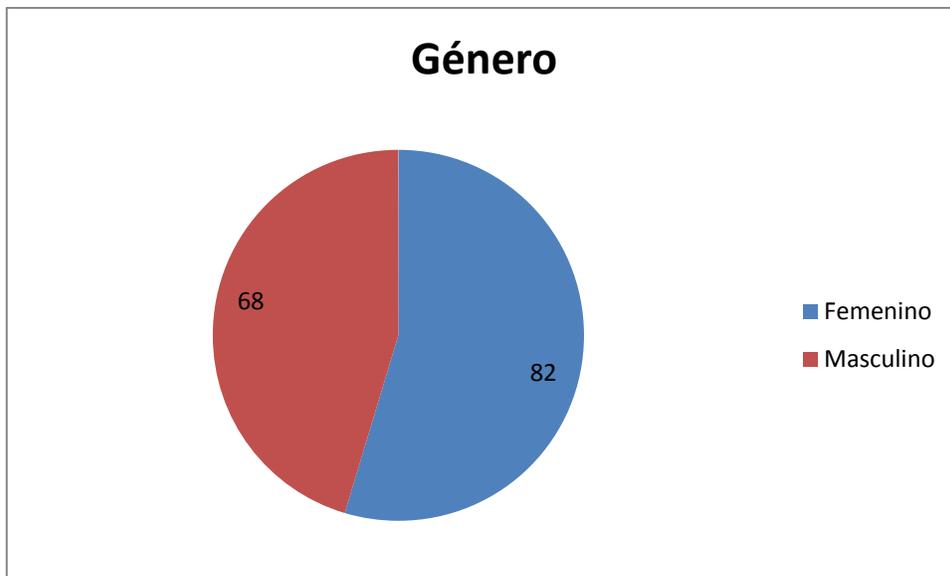


Figura 4: Ingreso Anual en dólares de los entrevistados

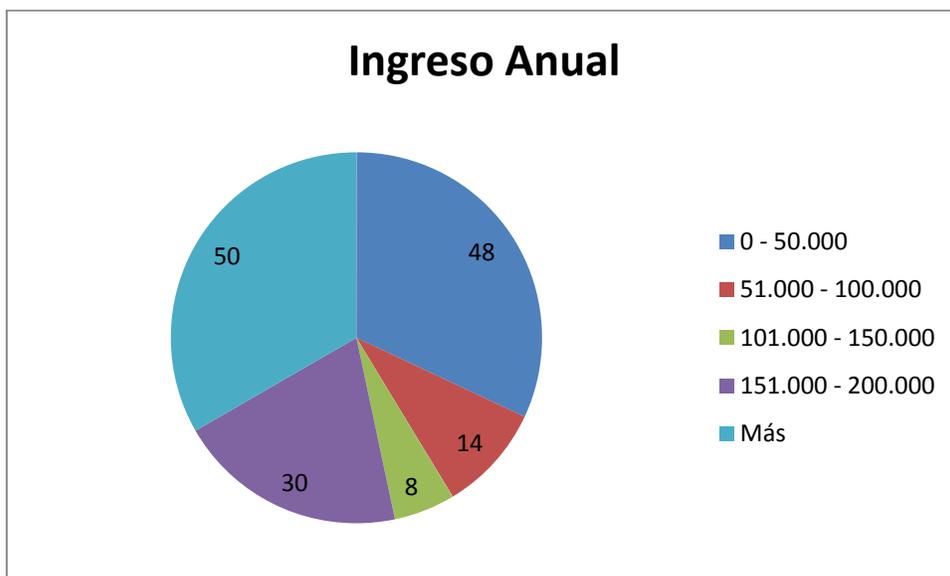


Figura 5: Edad de los entrevistados

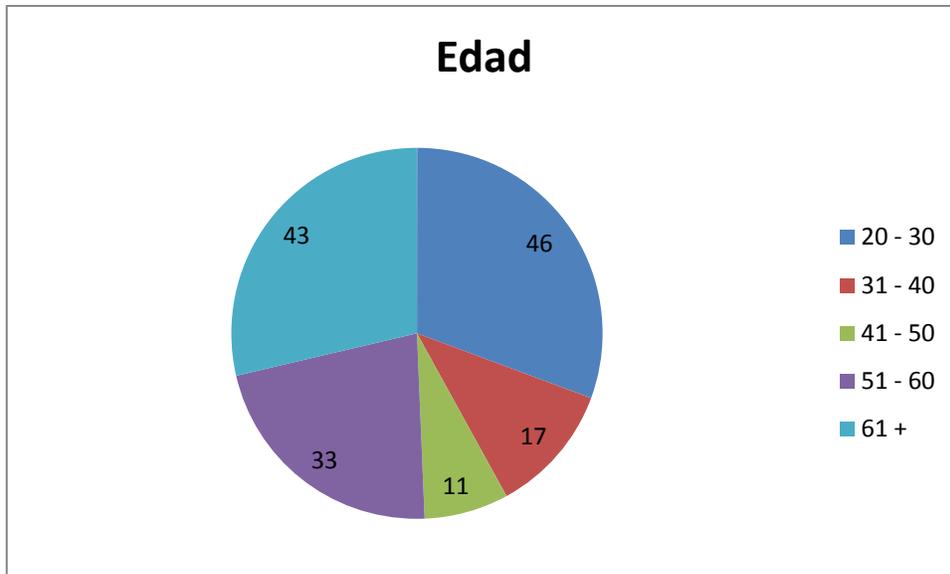


Figura 6: Porcentajes de la pregunta, ¿Qué piensa de la comida Ecuatoriana?

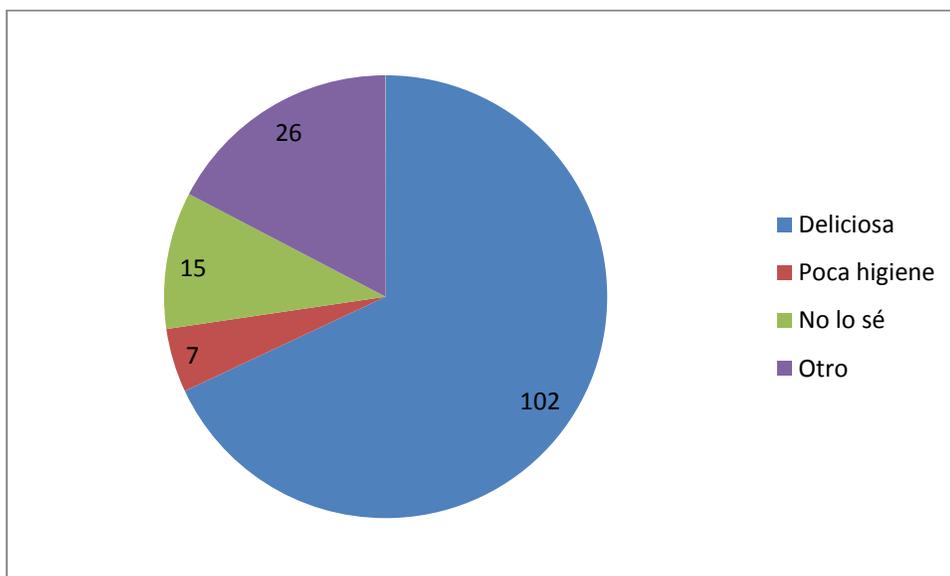


Figura 7: Porcentajes de la pregunta, ¿Cuál es su plato favorito ecuatoriano?

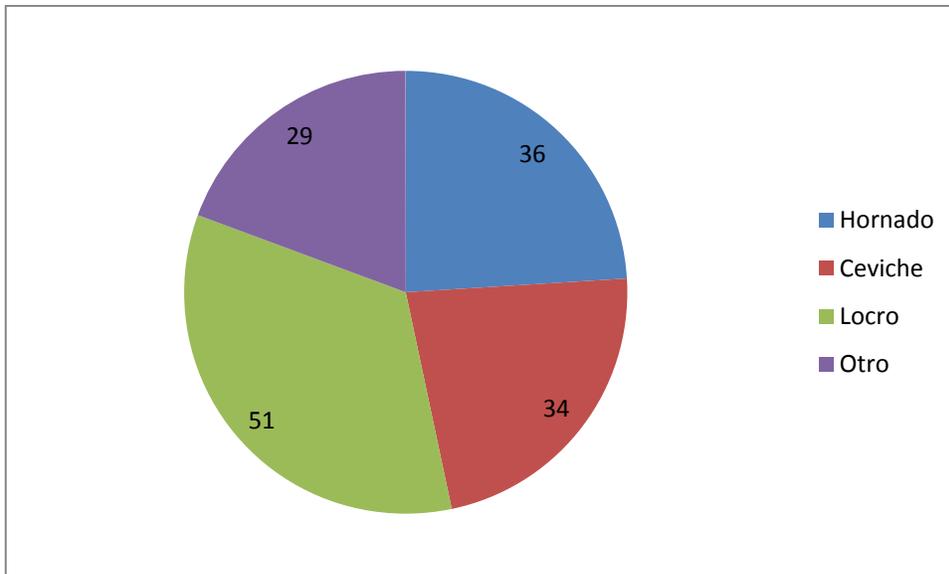


Figura 8: Porcentajes de la pregunta, ¿Consideraría la comida como un factor para hacer turismo?

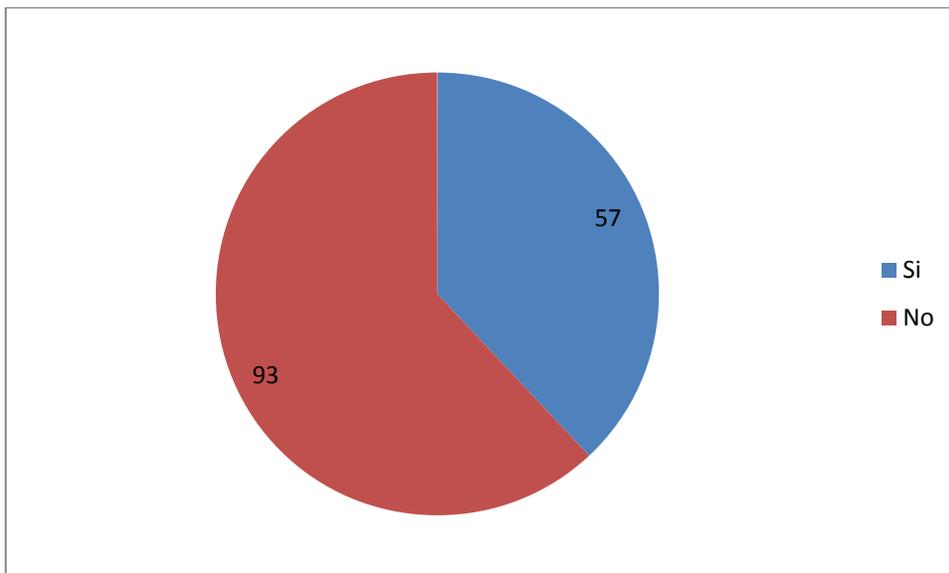


Figura 9: Porcentajes de la pregunta, ¿Estaría interesado/a en un tour que ofrezca buenas experiencias de viaje y turismo culinario?

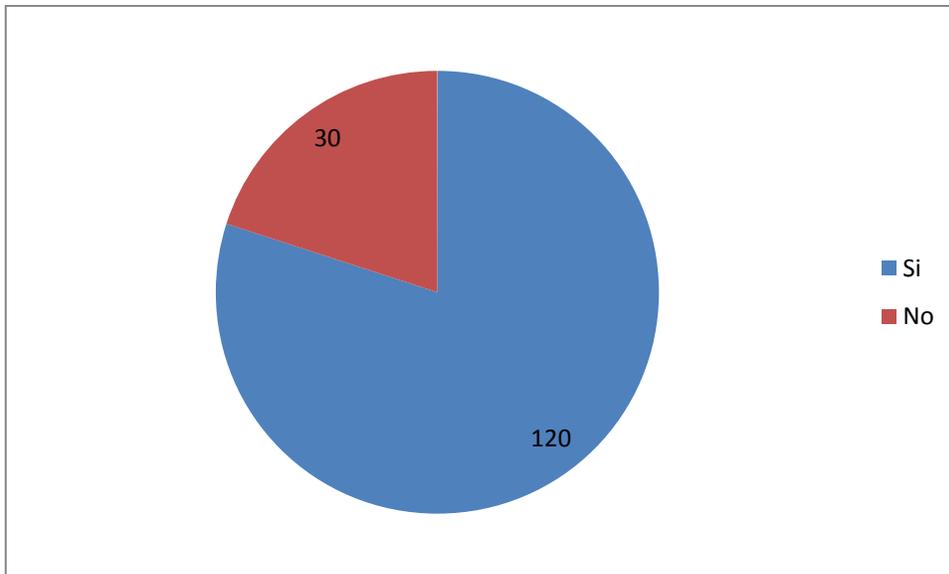


Figura 10: Porcentaje de la pregunta, ¿Le gustaría que su tour incluya excelente comida ecuatoriana?

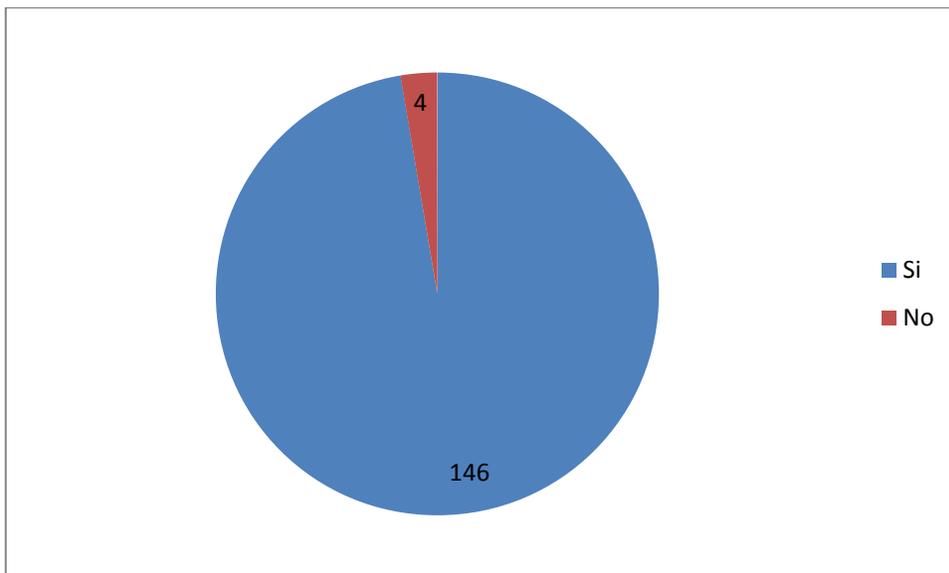


Figura 11: Porcentajes de la pregunta, ¿Al visitar un país que tan importante es: (en escala del 1 al 5 donde 5 es bueno y 1 malo) :

- Comer comida tradicional del país

- Buscar por productos locales hechos por gente local
- Buscar franquicias conocidas como Mc Donalds, Starbucks, Burger King etc.
- Probar comida experimental como cuy, hormigas de limón etc.
- Comer comida que me gusta, que estoy acostumbrada y siempre como

	1	2	3	4	5	Total
Comer comida tradicional del país	8	3	27	43	69	150
Buscar productos locales hechos por gente local	9	17	25	49	50	150
Buscar franquicias conocidas	113	27	6	3	1	150
Probar comida experimental como cuy, frutas exóticas etc.	11	15	39	52	33	150
Comer comida que estoy acostumbrado y siempre como	44	45	42	16	3	150

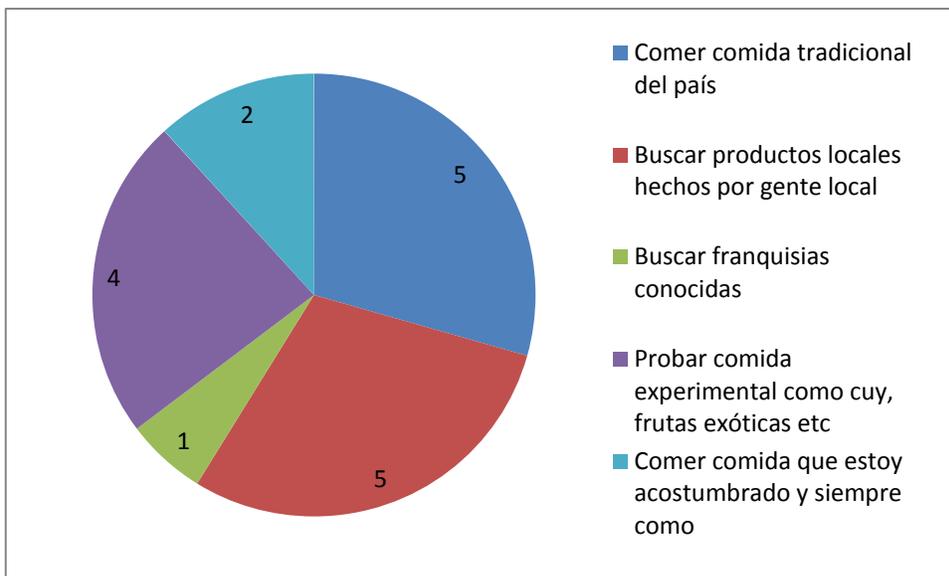


Figura 12: Porcentajes de la pregunta, ¿Qué región ecuatoriana crees o has escuchado que es la más interesante o atractiva?

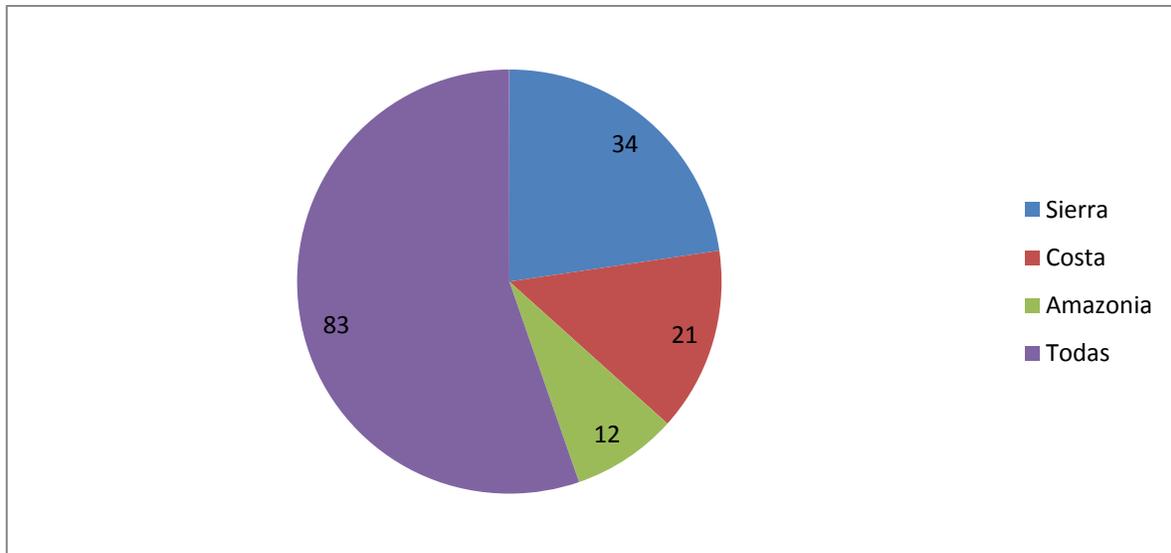


Figura 13: Porcentajes de la pregunta, ¿Qué esperarías de un tour culinario en Ecuador? (20 respuestas más interesantes)

#### ¿Qué esperarías de un tour culinario en Ecuador?

- 1 Probar diferentes comidas en mercados y comer en restaurantes locales.
- 2 También me gustaría Interactuar con la gente que preparó la comida. En USA el elemento de las personas es escaso.
- 3 Clases de cocina.
- 4 Extender el horario de la cama ya que para los turistas es muy temprano.
- 5 Variedad.
- 6 Que todo esté planeado y sin interrupciones mayores.
- 7 Conexiones organizadas / Viajar y probar distintas comidas locales.
- 8 Variedad de comida de todas las regiones y sobre clases de cocina.
- 9 Platos tradicionales & típica decoración famosa en a restaurantes.
- 10 Comida tradicional sin sorpresas.  
Me gustaría escuchar historias de los chefs sobre cómo y porque la comida es preparada de cierta forma.
- 11 Probar la mayor comida local y aprender como cocinarla.
- 12 Contar un poco sobre la comida y las personas.  
Deliciosa comida que represente las distintas culturas del Ecuador con opciones vegetarianas.
- 13 Variedad incluyendo delicatessen pero también comida muy local y exótica
- 14 Sería bueno tener Buenos restaurants pero el país tiene que mejorar la calidad de la comida y crear platos más interesantes y ahí si un tour culinario sería interesante. Pero actualmente no esperarías mucho de uno.
- 15 Aprender a cocinar y de donde vienen las tradiciones.
- 16 Restaurants manejados por familias y con comida tradicional.

19 Restaurantes ecuatorianos populares.

20 Demostración de cómo se cocina la comida y no solo el producto final.

### **Conclusiones de las encuestas**

- La mayor parte de los turistas entrevistados fueron de procedencia estadounidense, 104 en total, seguido de Italia y Francia. Esto al igual que las estadísticas del Ministerio de Turismo nos dice que Estados Unidos es uno de los países que más visita al Ecuador.
- Se entrevistó a 82 mujeres y 68 hombres. Estas encuestas fueron realizadas casualmente por lo que no hay como concluir que el turismo culinario es preferido por el género femenino.
- Más del 50% de encuestados tiene sobre los 51 años de edad. Lo que es satisfactorio ya que los posibles consumidores o clientes están finalizando sus últimos años de trabajo por lo tanto tienen un poder económico más alto para poder entrar al turismo culinario.
- Las personas encuestadas son parte de un nivel socio económico alto. Este es un factor determinante ya que las actividades turísticas de experiencia y turismo culinario tienen un costo elevado y este nicho es correcto para estas. Se puede ver que el 53% gana más de \$151.000 dólares anuales y el 33% más de \$200.000.
- El 68% de los encuestados piensan que la comida Ecuatoriana es deliciosa, lo que es una gran ventaja ya que se puede observar que hay potencial en poder explotar el turismo gastronómico en el Ecuador. Así mismo tan solo el 4% de los encuestados piensa que hay poco higiene en la comida del país, esto muy positivo ya que hasta

hace pocos años una de las mayores quejas de los turistas era la salubridad de la comida.

- El plato favorito de los extranjeros es Locro, no obstante, el resto de platos (hornado y ceviche) compiten entre sí por el resto de los puestos, lo que indica que estos platos no deben faltar y son los más reconocidos por los extranjeros.
- Poco más de la mitad de los turistas entrevistados (62%) no consideraría a la comida como uno de los factores más importantes para hacer turismo.
- El 80% de los encuestados estaría interesado en tours que ofrezcan buenas experiencias de viaje y turismo culinario.
- Al 97% de los encuestados les gustaría incluir en sus tours buena comida local Ecuatoriana, esto nos dice que se puede mejorar mucho la comida de los tours para dar una mejor y única experiencia de viaje a los turistas.
- A un gran porcentaje de los entrevistados es decir al 76%, les gusta y considera importante al viajar comer comida tradicional del país (los número 4 y 5). Así mismo ven importante el buscar productos locales hechos por gente local.
- Al 75% de los entrevistados no les interesa buscar franquicias como Mc Donalds al viajar al extranjero. Esto es una ventaja ya que podemos explotar nuestros productos locales ayudando a la comunidad Ecuatoriana con el desarrollo.
- El experimentar con comida exótica como el Cuy, ancas de rana o frutas locales es importante para el 36 % de los turistas, es un porcentaje bajo por lo que hay que tomar en cuenta que no todos los turistas están de acuerdo a probar cosas muy distintas a las que conocen. Sin embargo, un turismo gastronómico que incluya variedad entre alimentos más “normales” y exóticos funcionaría.

- Un gran porcentaje de turistas se inclina más a tener un menú equilibrado donde tenga tanto comida internacional que ellos estén acostumbrados y otro se inclina a experimentar con comida local. Esto nos indica nuevamente que un menú balanceado con comida local y extranjera funcionaría.
- El 55% de los encuestados les gusta todas las regiones del Ecuador. No obstante, la Sierra tiene gran acogida con siguiente 22%, seguido de la Costa con un 14% y finalmente la Amazonía.
- De todas las respuestas que se dieron en la pregunta abierta, las más importantes son que al ofrecer turismo culinario se debe mezclar con la experiencia de viaje, el interactuar con comunidades, saber de la historia de los productos, desde donde vienen, como se cultivan, cortan y cocinan hasta cuando están listos para comer. Así mismo dar clases de cocina y libros con las recetas al final de los tours, salubridad y variedad son más de las recomendaciones hechas por turistas.

## FINANZAS

Se hizo una proforma financiera para poder calcular que tan rentable es el modelo de negocio del turismo gastronómico de experiencia en el Ecuador. Se realizará una proforma para un modelo de dos tours uno de la Costa y otro en la Sierra, que en base a las encuestas y se determinó que el 60% prefiere ir a la Sierra y un 40% a la Costa. Para esto se arrendará una Van para 29 personas de las cuales 26 son turistas.

En una previa proforma financiera se estudió si se podría comprar 2 Vans Hyundai H1 para empezar con el modelo, no obstante, los resultados salieron negativos sin un flujo de caja rentable. Al realizar la proforma arrendando una Van el doble de grande para abarcar más pasajeros, los datos fueron positivos. A continuación el resultado de estos:

Presupuesto maestro:

Presupuesto Maestro		
Detalles	Valor/mes	Valor/año
Arriendo	200	2400
Luz	6	72
Agua	3	36
Teléfono/Internet	12	144
Marketing	250	3000
Gerente Finanzas	500	6000
Gerente General	500	6000
<b>Total</b>	<b>1471</b>	<b>17652</b>

Tabla 2: Presupuesto Maestro

### Propuesta Optimista

Costos por tour

Total de costos por todo el tour Sierra	Valor unitario	No	Valor total
Total Costos Fijos	\$1.723,00		\$1.723,00
Total Costos Variables	\$947,20	26	\$24.627,20
<b>Total</b>			<b>\$26.350,20</b>

Total de ingresos por todo el tour	Valor unitario	No	Valor total
Precio	\$1.700,00	26	<b>\$44.200,00</b>

Total de costos por todo el tour costa	Valor unitario	No	Valor total
Total Costos Fijos	\$1.368,00		\$1.368,00
Total Costos Variables	\$566,50	26	\$14.729,00
<b>Total</b>			<b>\$16.097,00</b>
Total de ingresos por todo el tour	Valor unitario	No	Valor total
Precio	\$1.000,00	26	<b>\$26.000,00</b>

Tabla 3: Costos por tour Sierra y Costa.

Costos e ingresos por tours mensual

	No de tours al mes		Ingresos por tours		Costos por tours	
	Sierra	Costa	Sierra	Costa	Sierra	Costa
Enero	6	3	\$265.200	\$78.000	\$158.101	\$48.291
Febrero	2	0	\$88.400	\$0	\$52.700	\$0
Marzo	6	4	\$265.200	\$104.000	\$158.101	\$64.388
Abril	2	0	\$88.400	\$0	\$52.700	\$0
Mayo	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Junio	8	6	\$353.600	\$156.000	\$210.802	\$96.582
Julio	8	6	\$353.600	\$156.000	\$210.802	\$96.582
Agosto	8	6	\$353.600	\$156.000	\$210.802	\$96.582
Septiembre	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Octubre	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Noviembre	2	0	\$88.400	\$0	\$52.700	\$0
Diciembre	7	5	\$309.400	\$130.000	\$184.451	\$80.485
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>\$2.563.600</b>	<b>\$858.000</b>	<b>\$1.528.312</b>	<b>\$531.201</b>

Tabla 4: Costos e ingresos mensuales

	Precio	Costos	Utilidad bruta
<b>Sierra</b>	\$44.200,00	\$26.350,20	\$17.849,80
<b>Costa</b>	\$26.000,00	\$16.097,00	\$9.903,00

### Proforma Financiera

Pérdidas y Ganancias	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$3.421.600	\$3.763.760	\$4.140.136	\$4.554.150	\$5.009.565
Costos de ventas		\$2.059.513	\$2.265.464	\$2.492.010	\$2.741.211	\$3.015.332

Utilidad bruta		\$1.362.087	\$1.498.296	\$1.648.126	\$1.812.938	\$1.994.232
Ingresos operativos (comisiones)		\$213.429	\$234.772	\$258.249	\$284.074	\$312.481
Gastos operativos (sueldos, marketing, gastos generales)		\$17.652	\$19.417	\$21.359	\$23.495	\$25.844
Utilidad antes de participación a los trabajadores		\$1.557.864	\$1.713.651	\$1.885.016	\$2.073.517	\$2.280.869
Participación de trabajadores		\$233.680	\$257.048	\$282.752	\$311.028	\$342.130
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$1.324.185	\$1.456.603	\$1.602.263	\$1.762.490	\$1.938.739
Impuesto a la renta		\$291.321	\$320.453	\$352.498	\$387.748	\$426.522
Utilidad neta		\$1.032.864	\$1.136.150	\$1.249.765	\$1.374.742	\$1.512.216

<b>Flujo de caja</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión	-60.000					
EBT		\$1.557.864	\$1.713.651	\$1.885.016	\$2.073.517	\$2.280.869
Variación de capital de trabajo		-\$100.000	-\$110.000	-\$121.000	-\$133.100	-\$146.410
-Impuestos y participación a los trabajadores		-\$525.000	-\$577.500	-\$635.250	-\$698.775	-\$768.653
<b>Flujo anual</b>	<b>-\$60.000</b>	<b>\$932.864</b>	<b>\$1.026.150</b>	<b>\$1.128.765</b>	<b>\$1.241.642</b>	<b>\$1.365.806</b>

Tabla 5: Proforma Financiera

**VAN y TIR**

Inversión inicial: -60.000

Tasa de interés: 16

Número de años: 5

Crecimiento anual: 10%

Flujo anual	-\$60.000	\$932.864	\$1.026.150	\$1.128.765	\$1.241.642	\$1.365.806
Valor presente	-\$60.000	\$801.445	\$757.393	\$715.763	\$676.421	\$639.242
Valor actual neto	\$3.530.264					

<b>TIR</b>	1565%
------------	-------

Tabla 6: VAN y TIR

**Propuesta Media**

Contemplando los mismos costos variables y fijos se realizará una proforma financiera en la que se estime que los ingresos y demanda por los tours del año no serán ni buenos ni malos, es decir se hará una propuesta media de un consecutivo estable.

#### Costos e ingresos por tours mensual

	No de tours al mes		Ingresos por tours		Costos por tours	
	Sierra	Costa	Sierra	Costa	Sierra	Costa
Enero	3	0	\$132.600	\$0	\$79.051	\$0
Febrero	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Marzo	4	2	\$176.800	\$52.000	\$105.401	\$32.194
Abril	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Mayo	4	1	\$176.800	\$26.000	\$105.401	\$16.097
Junio	7	3	\$309.400	\$78.000	\$184.451	\$48.291
Julio	7	3	\$309.400	\$78.000	\$184.451	\$48.291
Agosto	7	3	\$309.400	\$78.000	\$184.451	\$48.291
Septiembre	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Octubre	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Noviembre	0	2	\$0	\$52.000	\$0	\$32.194
Diciembre	4	3	\$176.800	\$78.000	\$105.401	\$48.291
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>17</b>	<b>\$1.768.000</b>	<b>\$442.000</b>	<b>\$1.054.008</b>	<b>\$273.649</b>

#### Proforma Financiera

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Pérdidas y Ganancias						
Ingresos		\$2.210.000	\$2.320.500	\$2.436.525	\$2.558.351	\$2.686.269
Costos de ventas		\$1.327.657	\$1.394.040	\$1.463.742	\$1.536.929	\$1.613.775
Utilidad bruta		\$882.343	\$926.460	\$972.783	\$1.021.422	\$1.072.493
Ingresos operativos (comisiones)		\$141.263	\$148.326	\$155.743	\$163.530	\$171.706
Gastos operativos (sueldos, marketing, gastos generales)		\$17.652	\$18.535	\$19.461	\$20.434	\$21.456
Utilidad antes de participación a los trabajadores		\$1.005.954	\$1.056.252	\$1.109.065	\$1.164.518	\$1.222.744
Participación de trabajadores		\$150.893	\$158.438	\$166.360	\$174.678	\$183.412
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$855.061	\$897.814	\$942.705	\$989.840	\$1.039.332
Impuesto a la renta		\$188.113	\$197.519	\$207.395	\$217.765	\$228.653
Utilidad neta		\$666.948	\$700.295	\$735.310	\$772.075	\$810.679
Flujo de caja						
Inversión		-60.000				
EBT		\$1.005.954	\$1.056.252	\$1.109.065	\$1.164.518	\$1.222.744

Variación de capital de trabajo -Impuestos y participación a los trabajadores		-\$80.000	-\$84.000	-\$88.200	-\$92.610	-\$97.241
		-\$339.007	-\$355.957	-\$373.755	-\$392.442	-\$412.065
<b>Flujo anual</b>	<b>-\$60.000</b>	<b>\$586.948</b>	<b>\$616.295</b>	<b>\$647.110</b>	<b>\$679.465</b>	<b>\$713.439</b>

Tabla 7: Proforma financiera propuesta media

**VAN y TIR**

Inversión inicial: -60.000

Tasa de interés: 16,40

Número de años: 5

Crecimiento anual: 5%

<b>Flujo anual</b>	<b>-\$60.000</b>	<b>\$586.948</b>	<b>\$616.295</b>	<b>\$647.110</b>	<b>\$679.465</b>	<b>\$713.439</b>
<b>Valor presente</b>	<b>-\$60.000</b>	<b>\$504.260</b>	<b>\$454.882</b>	<b>\$410.340</b>	<b>\$370.159</b>	<b>\$333.913</b>
<b>Valor actual neto</b>	<b>\$2.013.554</b>					
<b>TIR</b>	<b>983%</b>					

Tabla 8: VAN y TIR propuesta media

**Propuesta Pesimista**

	No de tours al mes		Ingresos por tours		Costos por tours	
	Sierra	Costa	Sierra	Costa	Sierra	Costa
Enero	3	0	\$132.600	\$0	\$79.051	\$0
Febrero	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Marzo	2	2	\$88.400	\$52.000	\$52.700	\$32.194
Abril	0	0	\$0	\$0	\$0	\$0
Mayo	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Junio	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Julio	3	1	\$132.600	\$26.000	\$79.051	\$16.097
Agosto	3	2	\$132.600	\$52.000	\$79.051	\$32.194
Septiembre	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Octubre	1	0	\$44.200	\$0	\$26.350	\$0
Noviembre	0	0	\$0	\$0	\$0	\$0
Diciembre	2	2	\$88.400	\$52.000	\$52.700	\$32.194
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>\$972.400</b>	<b>\$234.000</b>	<b>\$579.704</b>	<b>\$144.873</b>

**Proforma Financiera**

Pérdidas y Ganancias	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$1.206.400	\$1.242.592	\$1.279.870	\$1.318.266	\$1.357.814
Costos de ventas		\$724.577	\$746.315	\$768.704	\$791.765	\$815.518
Utilidad bruta		\$481.823	\$496.277	\$511.166	\$526.501	\$542.296
Ingresos operativos (comisiones)		\$77.334	\$79.654	\$82.044	\$84.505	\$87.041
Gastos operativos (sueldos, marketing, gastos generales)		\$17.652	\$18.182	\$18.727	\$19.289	\$19.867
Utilidad antes de participación a los trabajadores		\$541.505	\$557.750	\$574.483	\$591.717	\$609.469
Participación de trabajadores		\$81.226	\$83.663	\$86.172	\$88.758	\$91.420
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$460.279	\$474.088	\$488.310	\$502.960	\$518.048
Impuesto a la renta		\$101.261	\$104.299	\$107.428	\$110.651	\$113.971
Utilidad neta		\$359.018	\$369.788	\$380.882	\$392.308	\$404.078

Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Inversión	-60.000					
EBT		\$541.505	\$557.750	\$574.483	\$591.717	\$609.469
Variación de capital de trabajo		-\$60.000	-\$61.800	-\$63.654	-\$65.564	-\$67.531
-Impuestos y participación a los trabajadores		-\$182.487	-\$187.962	-\$193.601	-\$199.409	-\$205.391
		-				
Flujo anual	\$60.000	\$299.018	\$307.988	\$317.228	\$326.745	\$336.547

Tabla 9: Proforma financiera propuesta pesimista

**VAN y TIR**

Inversión inicial: -60.000

Tasa de interés: 16,40

Número de años: 5

Crecimiento anual: 3%

Valor presente	-\$60.000	\$256.893	\$227.324	\$201.158	\$178.004	\$157.515
Valor actual neto	\$960.894					
TIR	501%					

Tabla10: VAN y TIR propuesta pesimista

## MARCO LEGAL

Para realizar el modelo de turismo impuesto en esta tesis es necesario cumplir con ciertos estándares y requisitos que la Ley del Turismo nos presenta para proteger el medio ambiente, los turistas, el patrimonio, las comunidades entre otros, también desde el 2008 están vigentes algunas leyes que promueven la actividad e industria exonerando de aranceles e impuestos que más adelante de detallarán.

La Ley de Turismo es bastante amplia y contempla varios temas, por lo que se van a nombrar algunos de los más relevantes para la creación de este nuevo modelo de negocio en Ecuador:

### **Requisitos y Formalidades para el registro de una empresa**

Para realizar actividades turísticas en este caso la agencia operadora 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” (Ley de Turismo, 2008, p.2) además de la creación de la empresa que tiene como requisitos::

1. *Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía.*
2. *Copia del nombramiento y hoja de vida del representante legal.*
3. *Copia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas del año en curso*
4. *Copia de cédula y papeleta de votación.*
5. *Copia del resultado de búsqueda emitido por el IEPI*
6. *Nómina del personal administrativo de la empresa.*

7. *Original y dos copias del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (Quito Turismo, Registro Turístico).*

### **Exoneración y devolución de gastos.**

Según el artículo 26 de la ley del turismo las personas que presenten proyectos turísticos que sean aprobados por el Ministerio de Turismo gozarán de la exoneración total de los derechos de impuestos. Para esto se debe presentar la Licencia Única de Funcionamiento.

Así mismo los gastos que se generen en el exterior por publicidad, decoración de stands, afiliaciones en seminarios, ferias que promocionen el turismo receptivo “serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente” (Ley de turismo, 2008, p.6). Se debe presentar comprobantes de venta o facturas de las empresas internacionales con una declaración de que el beneficio no ha sido obtenido en otro país más solo en el Ecuador. (Ley de turismo, 2008).

### **Las Comisiones**

Según la Ley del Regimen Tributario Interno, las comisiones no pueden exceder sobre el 8% del monto de las ventas. (Ley de turismo, 2008)

### **Resarcimiento de daños y perjuicios**

- Se multará a las empresas que comuniquen por medios colectivos servicios de turismo de calidad superior a la que se ofrece en la realidad.
- A discriminación de turistas menos a reserva de derecho de admisión.

- Vender servicios prefijados y no informar al turista (Ley de turismo, 2008).

### **Multas**

El Ministerio de Turismo multará de \$100 a \$200 a las empresas quienes no muestran la información solicitada por el Ministerio ni la lista de precios. Se multará de \$1000 a \$5000 por incumplir las normas de calidad, contratos turísticos o infrinjan la ley. En el caso de reincidencia de la multa se Clausurará la empresa (Ley de Turismo, 2008).

Además, para este año la ley del turismo beneficiará mucho al futuro del turismo gastronómico, ya que se incorporarán multas a las malas instalaciones e infraestructuras dedicadas al turismo. Así mismo, se premiarán a los restaurantes, hoteles y hostales con mejores infraestructuras. Esto ayudará a que los turistas tengan mejor tengan mejores recuerdos y experiencias en nuestro país (Cepeda, Mauricio).



actualmente hay más flujo de turistas año a año. En el 2013 se tuvo “1.364.057” (Principales indicadores del turismo, 2014) y para el 2014 hubo un incremento a “1,5 millones” (El Universo, 2014). Esto es muy importante ya que mientras aumenta el turismo se generan nuevos destinos para las distintas exigencias y gustos. Así cada vez más turistas buscan distintos tipos de turismo en el país. Uno de los tipos de turismo que no ha sido explotado aún es el turismo gastronómico, este turismo está entrando en auge en el mundo ya que por estadísticas del Reporte Global del Turismo de Comida, se indica que los turistas gastan en alimentos un 3% del total de sus gastos. Esto hace que esta industria sea una oportunidad para el país ya que es un mercado sin competencia que puede generar y captar nueva demanda con el propósito de ser sostenible en el tiempo.

El qué valor que se crea para que los clientes elijan el modelo de negocio del turismo gastronómico empieza por ser un negocio que no solo oferta un paquete culinario sino una mezcla de experiencias en la que los turistas podrán conocer los lugares más hermosos del país pero al mismo tiempo podrán comer la mejor comida de cada región hecha por gente local. También podrán tener la oportunidad de convivir con comunidades que les enseñarán a cocinar y contarán la historia de la comida ecuatoriana con sus costumbres y tradiciones. Este tipo de turismo no solo ayudará al desarrollo del modelo de negocio sino tendrá como fin ser un modelo de desarrollo sostenible que ayude a las comunidades, gente local, gobierno y medio ambiente ya que se aprovechará de los recursos naturales, conservación de lugares, generación de empleo de personas ecuatorianas de cada región y apoyo a la mejora de la infraestructura de comunidades siendo un modelo sostenible y sustentable y escalable

**Segmento de clientes:**

Hay que tomar en cuenta para quien se va a crear valor. En este caso, al Ecuador llegaron en el 2014 1,5 millones de extranjeros de los cuales el 13,5% tiene edades superiores a 50 años y un poder adquisitivo alto. El modelo se va a enfocar en este nicho ya que está interesado en un turismo de alta calidad y muchas veces en algo diferente que no hayan experimentado antes. El segmento prioritario son los estadounidenses ya que son el tercer país que más visita Ecuador y primero con mayor poder adquisitivo, al país llegan 198.265 turistas norteamericanos anuales

**Canales:** Para que este servicio llegue al cliente se usarán los canales más esenciales para comunicar los valores que tiene este modelo como son las redes sociales, página web de internet, se usará Google Adwords y Analytics para llegar a más personas mediante el internet. Las comunidades, los hoteles nacionales y agencias internacionales también podrán ayudar para promocionar el servicio de este modelo.

**Relación con los clientes:** Al ser un modelo de servicios para personas internacionales, para conseguir nuevos clientes, mantenerlos, aumentarlos y construir una relación se utilizará mucho las fuentes de internet para relacionarse con el turista. Se va a dar un servicio de ventas en línea por medio de la página web, también habrá un chat en vivo durante el día para poder hacer preguntas sobre los paquetes turísticos. Las redes sociales serán uno de los fuertes ya que se publicarán fotografías de los tours pasados y se intentará tener una red para interactuar con todos los turistas que compraron el tour. Esto también servirá como promoción para que futuros turistas conozcan del modelo Ecuatoriano. Por otro lado, con la ayuda de agencias internacionales se podrá dar un servicio más personalizado en el exterior.

Durante el tour se dará el mejor servicio al cliente y al final se entregará un libro de recetas ecuatorianas tanto en inglés como español. También después del tour se les mandará una carta con un pequeño chocolate ecuatoriano agradeciendo por elegir a Ecuador como destino turístico.

**Flujo de ingresos:** Una vez que se sabe quiénes son los clientes para esta industria se podrá tener un flujo de ingresos al incrementar un monto al coste total de los circuitos o tours que se harán. Estos dependerán de la oferta y demanda del mercado. Un tour de alta calidad de 5 días cuesta alrededor de \$1500-1600, los de este modelo costarán alrededor de 1700 por ser exclusivo y de distintas experiencias. Además se tendrá un flujo de ingresos por las comisiones de los hoteles que generalmente es del 10%. Todo esto dependerá de cuantos días durará el tour y que ciudades y hoteles se visitarán. El sistema de pago se realizará mediante tarjetas de crédito, Paypal o transferencias bancarias.

**Recursos clave:** los recursos claves y activos que el negocio necesita para seguir adelante y ser exitoso son: el capital para iniciar el negocio, es decir las aportaciones de los socios, tener un local con personal profesional en el área de administración, marketing y finanzas del negocio, estos deben sacar estrategias nuevas para el desarrollo del negocio, así mismo se necesita una web con dominio, hosting y wifi. Por otro lado, tener buenos convenios con los proveedores que tercerizen servicios como buen transporte y hoteles, se debe asegurar que den un servicio de calidad, con buenos cuartos, comida y los choferes deben tener licencias especializadas y conocer las vías. Por otro lado, se necesita guías turísticos capacitados, estos deben tener los conocimientos necesarios sobre las regiones que se visitarán, deben ser carismáticos y dar buen trato a los clientes. Los chefs y profesores de clases de cocina también deben ser capaces de dar un excelente servicio.

**Actividades clave:** Ser una operadora agencia que vende paquetes turísticos a clientes extranjeros mayores de 50 años con un poder adquisitivo alto. Este modelo contacta turistas que estén interesados en un turismo culinario de experiencia mediante agencias e internet y los lleva por los distintos circuitos turísticos que se ofrezca.

Otras actividades claves que hay que realizar y desarrollar en el modelo de negocio son dar un servicio de turismo distinto al resto, donde los clientes puedan conocer al país de una forma diferente a otros tours, es decir poder convivir con la gente local, conocer sus costumbres y tradiciones más hospedarse en los mejores hoteles y comer la mejor comida en los restaurantes más caros. Un contraste de experiencias entre cómodas y nuevas e inesperadas será parte de la experiencia del tour gastronómico. También dar el mejor servicio al cliente, complaciéndolo en lo que necesita durante el tour completará el servicio.

**Socios Clave:** Los principales socios, suministradores y proveedores que se necesitan para que el modelo de negocio funcione son las empresas de renta de carros y transporte, ellos proveerán tanto de Vans o Buses y choferes, estos deben ser muy bien capacitados y el servicio debe incluir seguro de auto que cubra terceros. Otros socios son los hoteles y restaurantes, que den buenos precios y excelente servicio, las personas locales que darán clases de cocina, los guías capacitados, las comunidades, el gobierno que actualmente ayuda mucho a promover el turismo con ayudas financieras y reducción de impuestos y agencias de viaje u operadoras internacionales que promuevan estos paquetes turísticos.

**Estructura de costes:** Los costos más importantes y necesarios para poder arrancar con este modelo son la creación de la empresa, la página web, renta de carros, contrato de

guías, choferes y pago de sus viáticos, y contrato de personal encargado de finanzas, marketing, administración y sus impuestos.

### **Ejemplo de Circuitos y tours**

Con la ayuda del estudio de mercado hecho previamente se realizó paquetes turísticos que combinen los destinos más atractivos del Ecuador con la mejor de la gastronomía local, donde se pueda conocer cómo se cultiva, produce, cocina y sirve con la ayuda del turismo comunitario para desarrollar distintas áreas y brindar un servicio único para turistas extranjeros de poder adquisitivo alto.

Este modelo de negocio consta de un circuito y un tour para los diferentes gustos de los turistas. El primero comienza en la Sierra pasa por la Amazonía Ecuatoriana y regresa a la Sierra, mientras el segundo se centra en la costa pasado por las distintas playas del país.

#### Montañas y Amazonía

El primer circuito tiene una duración de cinco días y empieza en la capital Quito pasando por Papallacta, Tena, Puyo, Baños, Ambato, Latacunga y regreso a Quito.

#### Incluye:

- Hospedaje
- Alimentación
- Guías bilingües
- Transporte
- Entradas a áreas naturales

#### No incluye

- Gastos personales
- Propinas

#### Día 1

Llegada en la noche, transporte del Aeropuerto Mariscal Sucre al hotel Gangotena, cinco estrellas ubicado en el Centro Histórico. Al siguiente día los clientes desayunarán en el hotel. Durante el día empezando a las 9 am comienza el tour por el Centro Histórico con un guía especializado. Se conocerá el Monasterio de San Agustín, la Plaza de Independencia, el Palacio Presidencial, la iglesia La Compañía y el Panecillo. Al terminar de recorrer el lugar, el guía los llevará al mercado San Diego donde estará una indígena de la zona Quiteña esperándoles para darles una vuelta y explicarles sobre los productos ecuatorianos, como se los cultivan y preparan, así mismo los turistas podrán ver un poco de la cultura local en uno de los principales mercados. Seguido de esto los turistas regresarán al hotel y tendrán la opción de tener una clase de cocina ecuatoriana con el chef del hotel, él les enseñará a preparar Locro de Papas con los productos que vieron previamente en el mercado y al finalizar la clase podrán disfrutar de este delicioso plato acompañado de bebida y postre de dulce de higos.

En la tarde se les llevará por un recorrido del norte de la ciudad hasta llegar a la mitad del mundo. Después de conocer el monumento los turistas disfrutarán de las deliciosas empanadas de queso, morocho y verde acompañadas del café ecuatoriano o chocolate en el restaurante Yarabí.

Finalmente se regresará y rodeará al Centro Histórico para ver las luces de las catedrales, se hará una parada en el restaurante Patio Andaluz donde podrán disfrutar de una fritada, plato

típico de la ciudad, con canelazo, una bebida alcohólica hecha con jugo de naranjilla.

Finalmente se retornará al hotel.

Día dos

Temprano en la mañana después del desayuno se partirá de Quito hacia la Cordillera Oriental, se pasará cerca del majestuoso Volcán Antisana, su páramo y el bosque nublado. Se hará una parada en Papallacta donde se aprenderá a cocinar el hornado con agrio, llapingachos, mote y ensalada en el La Quiteñita, un restaurante humilde de gente local del pueblo, este lugar es reconocido por tener la mejor comida del sector. Finalizado el almuerzo se continuará para la ciudad del Tena.

A media tarde se llegará a la ciudad del Tena específicamente a Capirona, en la Parroquia de Misahuallí a 394 metros sobre el nivel del mar, hay una comunidad Kichwas de alrededor de 40-50 familias. Los turistas llegarán a la comunidad Pionera del turismo comunitario del Ecuador. Caipirona consta con cabañas, comedores, senderos y toda facilidad para el turismo. Tienen actividades únicas harán de esto una experiencia única. A su llegada los turistas podrán descansar y temprano en la noche habrá una clase de preparación del chocolate, desde la mazorca de cacao hasta la elaboración del mismo. Durante la noche los turistas cenarán con la comunidad una parrillada de Maito de Tilapia y Carachama (peces envueltos en hoja que se amarran y asan), ahí mismo se servirá este plato con Chicha de Chonta y Yuca preparado previamente por los indígenas y si los turistas gustan podrán degustar del gusano asado "Chonta Curo", de la planta Chonta, acompañado de yuca. Ahí mismo la comunidad les contará sobre su cultura, como viven, que hacen y que comen con un traductor respectivo.

### Día tres

Al siguiente día los turistas desayunarán buffet. Después 8:30 am se partirá a un tour de rafting o tubing suave por el río Napo. Se regresará a la comunidad y a las 1pm se tendrá una clase de cómo preparar estofado de guanta y se almorzará. Durante la tarde habrá la posibilidad de ver como la comunidad saca oro del rio y ver la preparación de la chicha o caminar por los senderos para ver plantas medicinales, flora, fauna y animales. Finalmente se regresará a descansar y comer pescado de rio.

### Día cuatro

Después de desayunar se encaminará hacia Baños, haciendo un parada corta en el Puyo donde se visitará la fábrica de balsas, un tipo de madera muy ligera. A medio día se llegará al Luna Runtun Adventure Spa. Se almorzará uno de los platos más sabrosos de la comida ecuatoriana, el Churrasco con “carne arroz, papas fritas, plátano maduro frito, aguacate, curtido de cebolla, lechugas y ají” (Pujol, 2009). Durante la tarde los turistas podrán escoger entre caminatas, rafting, canyoning, parapente, swing jumping, escalada de montaña, puenting u observación de aves por su cuenta también tendrán la posibilidad de pasear por la ciudad. Durante noche se les llevará a observar el paisaje del volcán Tungurahua donde podrán disfrutar café caliente y humitas de la zona. Al bajar a la ciudad se les llevará a un restaurante muy peculiar llamado El Guayabal donde podrán degustar el famoso Yahuarlocro. Finalmente se regresará al hotel.

### Día cinco

Temprano en la mañana después de desayunar se realizará la última caminata en el Pailón del Diablo. Después de esto se retornará al hotel para empacar las maletas y encaminarse a Quito. Se hará una parada en el Cantón Ficoa para almorzar Cuy o hornado depende de la elección del viajero en uno de los cuatro asaderos más conocidos, aquí se explicará la historia de la alimentación del cuy que tiene más de 5000 años. Seguido se pasará por Latacunga para disfrutar de los helados La Avelina y los helados de Salcedo. Llegada la noche se entrará en la ciudad nuevamente y se dejará a los turistas en el hotel de su elección.

### **Ruta del Sol**

El segundo tour durará cinco días y recorrerá la ciudad de Manta, seguido por Puerto López, y terminará en Guayaquil.

Día uno

Los turistas se hospedarán en el Hotel Oro Verde de Manta. Durante la mañana visitarán el bosque tropical húmedo Pacoche. Aquí podrán realizar una caminata por el sendero escuchando a los monos aulladores, pericos, gavilanes, la rana de Machalilla, higuerones, paja toquilla y demás flora y fauna (San Playa). Luego se llegará a la playa San Lorenzo, se podrá ascender a un mirador turístico para apreciar un hermoso paisaje de la costa Ecuatoriana y al descenso se podrá disfrutar del sol, agua y arena. A su regreso se hará una parada en la playa Murciélago al frente del hotel Oro Verde donde los turistas podrán tener una clase magistral de cocina básica costeña con un grupo de manabitas locales y un traductor. Aprenderán un poco de historia de la gastronomía y a preparar el Encocado de Pescado. Ahí mismo en uno de los restaurantes de los locales disfrutarán del mismo.

Durante la tarde se recorrerá Montecristi para conocer sobre la fabricación de los famosos sombreros de Panamá que son legítimos de Ecuador. De regreso se parará en uno de los mejores restaurantes de Manta, el Martinica, donde los turistas podrán disfrutar de langosta al grill. Al final el chef del lugar saldrá para contestar las preguntas del plato a los turistas.

Día dos

Se partirá de Manta temprano en la mañana después del desayuno. A medio día se llegará a Puerto López al hotel Mantaraya y se almorzará camarones al ajillo. El resto del día se disfrutará de la playa Los Frailes a 5 minutos de Puerto López, donde podrán hacer caminatas, snorkel, cayac, caminatas por los senderos entre otros deportes. En la noche podrán pasear por el pueblo y comer ceviche en el mismo hotel.

Día tres

Temprano en la madrugada los turistas que deseen podrán ir a pescar con los pescadores de la ciudad. Al retornar podrán llevar el pescado al mercado para aprender a limpiar los peces por dentro. Una vez que regresen al hotel se desayunará y partirá a la Isla de la Plata, este tour durará toda la mañana y los turistas podrán ver piqueros de patas azules, fragatas y un sin número de animales, se dice que es el pequeño Galápagos continental. Al su regreso se esperará a los turistas con una parrillada de mariscos en la playa a la orilla del mar con la ayuda de gente local que estará preparando la comida. En la tarde se visitará el mirador de Olon y en la noche la pesca de la mañana podrá empezar a cocinarse, los turistas que deseen podrán cocinar con los chefs locales del hotel un encebollado de pescado, una sopa muy tradicional y deliciosa que finalizado el proceso podrán beberla.

Día cuatro

Temprano en la mañana se partirá a Guayaquil. A medio día se arribará a la ciudad y se dejará a los turistas en el hotel Howard Johnson. Para el almuerzo tendrán cangrejos en un excelente restaurante de Guayaquil, Marrecife Marisquería. Durante la tarde tendrán un paseo por toda la ciudad y en la noche se irá a un lugar muy guayaquileño donde la gente local se suele reunir a comer delicias de la costa, este es el restaurante Los Arbolitos. Aquí los turistas degustarán cazuela con camarón.

## Conclusiones

Luego de haber encontrado un modelo de negocio con alto grado de oportunidad, donde nadie se ha atrevido a empezar a explotar esta área con mucho potencial de ser rentable gracias al incremento de turismo a nivel mundial y nacional por mejores ingresos y nuevas tendencias a viajar y vacacionar, y la inversión que ha hecho el gobierno ecuatoriano para dejar de depender de recursos naturales y empezar a generar dinero a través de nuevas matrices productivas como es el turismo, se estudió la industria del turismo en Ecuador, se realizó un estudio de mercado, un ejemplo de lo que sería un modelo de negocio para el Ecuador enfocado en experiencias y gastronomía se concluyó:

- El principal mercado al que se debe enfocar un modelo de este tipo es a los turistas estadounidense ya que en base al Reporte Global de Comida del 2012, la primera actividad favorita de los estadounidenses cuando visitan otros países es comer, así mismo por datos del Ministerio del Turismo, Estados Unidos es el tercer país que más visitar el Ecuador con 198.265 personas anuales y con mejores ingresos.
- Este modelo debe ser enfocarse a turistas de nivel socio económico alto ya que los precios por tour son muy altos (\$1000 y \$1700). En el estudio se observó que más del 86% gana sobre los \$151.000
- Según el estudio de mercado, el 97% de los turistas estarían interesados en un tour con buena comida local ecuatoriana. Esto nos dice que el tour no solo debe ser gastronómico sino incluir actividades experienciales y buena comida. Pero para poder diferenciarse del mercado se debe combinar el intercambio cultural al interactuar y vivir con comunidades locales, aprender sobre sus tradiciones, historia, y gastronomía, conocer mercados y mezclarse entre la gente, más conocer

lugares atractivos e interesantes para el turista y contrastar al hospedarse en los mejores hoteles y también probar los mejores restaurantes de comida ecuatoriana.

Así este modelo va a ser innovador y diferente al resto del mercado de turismo del país.

- Esta mezcla de turismo hace que el modelo gastronómico ecuatoriano llegue a ser un negocio sustentable que desarrolla y mejora los ingresos de las comunidades locales, el país y al mismo negocio.
- Creando empresas escalables, sostenibles a futuro, amigables con el medio ambiente ecológico y comunitario. Es un modelo que no solo se enfoca en el negocio sino en el medio ambiente que lo rodea, este será un paso para poder mejorar el turismo en el país ya que si las comunidades mejoran podrán brindar mejores servicios, productos e infraestructura a futuro.
- En base al estudio, no se debe entregar comida muy “exótica” a los turistas, ya que tan solo un 36% está dispuesta a experimentar con nuevos alimentos como el Cuy, por lo que se debe variar de comidas en los menús donde un 90% incluya comida local más “normal” y haya la opción a probar productos diferentes.

Este es el modelo de negocio que actualmente serviría ya que la gastronomía ecuatoriana no es conocida a nivel mundial por lo que esta sería la forma de entrar a explotar esta industria ecuatoriana.

## Recomendaciones

- Seguir buscando la manera para contribuir al desarrollo del país como fomentar el turismo mediante dar la mejor calidad de servicio a los turistas, desde entrenar y capacitar al chofer que sin embargo su trabajo no tiene mucha interacción con los turistas, este debe saber cómo tratar y ser cordial siempre con los turistas y ayudarlos cuando necesitan.
- Capacitar al guía turístico que aunque estos ya están capacitados en su labor debe tener clases extras de trato a turistas, expresión, comunicación y entretenimiento, aparte de las clases de conocimiento e historia de los lugares que se recorrerán.
- Capacitar a las comunidades en cómo mejorar su trato y los servicios con turistas y cuáles son los beneficios y consecuencias detrás de esto. Esto se realizará para que las comunidades tengan el conocimiento de que si dan mejores servicios más turistas llegarán y podrán ganar mejor.
- A un futuro mientras más crece el modelo se debe conseguir mejores convenios con comisiones más altas por el incremento de flujo de turistas.
- Realizar un estudio dirigido a otros mercados meta, donde se pueda encontrar otras opciones de nichos que estén interesados en este modelo. En las encuestas del estudio de mercado se encontró un número interesante de jóvenes que también estaban dispuestos a realizar un tour como el de este modelo por lo que enfocarse en otros nichos podría ser rentable.
- Con forme va pasando el tiempo comprar los autobuses County para 29 personas, esto ayudaría a abaratar los costos de \$219 diarios que cobra la Van.
- J

- En base al estudio, este modelo se debe enfocar un 60% más en la Sierra y un 40% en la Costa ya que a los turistas les gusta más la Sierra.
- Se recomienda que para mayor satisfacción al turista se debe entregar libros de cocina con las recetas de los lugares que se conocieron y de la comida que se aprendió a cocinar. También dar una comida variada que puede incluir no solo la comida de la zona sino de otras ciudades según los datos de la investigación.

## Referencias bibliográficas:

- Ama la Vida TV. (s.f) *Productos Turísticos*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de :  
<http://www.amalavida.tv/clases-de-turismo/turismo-de-aventura>
- Amazanga. (s.f). *La Amazonia ecuatoriana: La naturaleza soberana...pero en peligro*.  
 Obtenido el 3 de abril del 2015 de: <http://www.amazanga.org/amaz.html>
- Andes. (1 de octubre de 2014). *Las visitas de turistas extranjeros a Ecuador aumentó en 7,42% durante el 2013*. Obtenido el 2 de mayo del 2015 de:  
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-extranjeros-ecuador-aumento-742-durante-2013.html>
- Bized. (safe). *Travel & Tourism Industry Structures*. Obtenido el 5 de abril del 2015 de:  
[www.bized.co.uk/sites/bized/files/.../structure1.ppt](http://www.bized.co.uk/sites/bized/files/.../structure1.ppt)
- Business Dictionary (s.f). *Hotel*. Obtenido el 12 de abril del 2015 de:  
<http://www.businessdictionary.com/definition/hotel.html>
- Cepeda, M. Comunicación personal, Marzo 23, 2015
- CCODEM. (s.f). *¿Qué es el turismo comunitario?* Obtenido el 4 de abril del 2015 de:  
<http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>
- Cochabamba. (s.f). *Menú*. Obtenido el 23 de abril del 2015 de:  
<http://restaurantcochabamba.com/frames/elMENU.html>
- De Ecuador al Mundo. (s.f). *Turismo de aventura Ecuador*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://decuadoralmundo.com/turismo-aventura-ecuador.html>
- Ecuador en Cifras.(26 de septiembre de 2014). *En el 2013 ingresaron 1'061.516 turistas extranjeros*. Obtenido el 28 de marzo, 2015 de:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-2013-ingresaron-1%20B4061-561-turistas-extranjeros/>
- Ecuador. (s.f). *La región insular o Galápagos* .Obtenido el 3 de abril del 2015 de:  
<https://blogecuadorregionesnaturales.wordpress.com/2013/03/11/la-region-insular-o-galapagos/>
- Ecuador Inmediato. (20 de agosto, 2014). *LA HORA (QUITO) Mejora el turismo interno en el último año*. Obtenido el 30 de marzo de 2015 de:  
[http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818768339&umt=la\\_hora\\_quito\\_mejora\\_turismo\\_interno\\_en\\_ultimo\\_ano](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818768339&umt=la_hora_quito_mejora_turismo_interno_en_ultimo_ano)
- Ecuador Inmediato. (15 de diciembre del 2012). *Ecuador Culinario es un nuevo destino gastronómico de nuestro país, afirma director de Turismo de la UDLA*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de:  
[http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=187511&umt=ecuador\\_culinario\\_es\\_un\\_nuevo\\_destino\\_turismo\\_gastronomico\\_nuestro\\_pais\\_afirma\\_director\\_turismo\\_udla\\_audio](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=187511&umt=ecuador_culinario_es_un_nuevo_destino_turismo_gastronomico_nuestro_pais_afirma_director_turismo_udla_audio)

- El Ciudadano. (7 de enero del 2015). *Turismo interno tuvo un incremento del 56,63%*. Obtenido el 30 de marzo del 2015 de: <http://www.elciudadano.gob.ec/turismo-interno-tuvo-un-incremento-del-5663/>
- El Comercio. (15 de octubre del 2014). *El último feriado nacional dinamizó la economía y el turismo interno*. Obtenido el 30 de marzo de 2015 de: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/feriado-ecuador-dinamizo-economia-turismo.html>
- El Comercio. (2 de junio del 2014). *El turismo cultural es un imán para el extranjero*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/turismo-cultural-ecuador-atractivo-extranjero.html>
- El Comercio. (4 de noviembre, 2014). *Ecuador recibe un 14,4 % más de turistas en 2014 tras aumentar la inversión*. Obtenido el 2 de mayo de 2015 de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-recibe-14-turistas-2014.html>
- El Telégrafo. (24 de marzo, 2014). *Turismo generó \$1500 millones y crece al 18%*. Obtenido el 3 de abril, 2015 de: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/turismo-genero-1-500-millones-y-crece-al-18.html>
- FEPCE. (s.f) .*Caracterización turística de las áreas de desarrollo*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://www.feptce.org/images/stories/contenido/proyectos/area-de-desarrollo-turistico>
- Goeldner, Charles, Ritchie Brent. (2012). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: Hoboken.
- Gisolf, Marinus. (5 de septiembre, 2011). *Food and Tourism*. Obtenido el 14 de abril, 2015 de: <http://www.tourismtheories.org/?p=1503>
- Hjalanger, Anne Mette. (27 de agosto, 2003). *Tourism & Gastronomy*. Obtenido el 16 de marzo del 2015 de: <https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=mwSCAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=gastronomic+tourism&ots=q3f3jVhjWT&sig=iPk0Hzl9lXB511OmfZZB92CNW7Q#v=onepage&q=gastronomic%20tourism&f=false>
- In Quito. (s.f). *Ecuador, Sierra*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/sierra.htm>
- Islas Galápagos. (1 de noviembre del 2010). *Ubicación geográfica de las Islas Galápagos*. Obtenido el 13 de abril del 2015 de: <http://islasgalapagos.org/galapagos/map/ubicacion-geografica-de-las-islas-galapagos/>
- ISSUU. (s.f). *Ecuador Culinario: Saberes y Sabores*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de : <http://issuu.com/direcdigital/docs/gastronimiaii?e=6994270/1138961>

- Klein Tours. (s.f). *Andes Sur: Cuenca Loja y sus alrededores*. Obtenido el 21 de abril del 2015 de: <http://www.kleintours.com/es/ecuador-tours-trips-vacations/ecuador-continental/andes-sur.html>
- Lanotti, C. Comunicación personal, febrero 22, 2015
- UCuenca. (2009). *Los inventarios de atractivos turísticos en la costa ecuatoriana*. Obtenido el 30 de marzo del 2015 de: <file:///C:/Users/Daniela/Downloads/83-291-1-PB.pdf>
- Metroecuador. (Enero 29, 2015). *Ecuador ya oferta turismo culinario, expertos asumen la misión de exportarlos al mundo*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://www.metroecuador.com.ec/75906-ecuador-ya-oferta-turismo-culinario-expertos-asumen-la-mision-de-exportarlos-al-mundo.html>
- Ministerio del turismo. (s.f). *Campaña Viaja primero Ecuador*. Obtenido el 03 de abril del 2015 de: <http://www.turismo.gob.ec/campana-viaja-primero-ecuador/>
- Ministerio del Turismo. (s.f). *Ecuador, el primer país de las orquídeas del mundo*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-primer-pais-de-las-orquideas-del-mundo/>
- Ministerio del turismo. (s.f). *Turismo interno en el Ecuador genera al año alrededor USD 5.000 millones*. Obtenido el 30 de marzo de 2015 de: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-en-el-ecuador-genera-al-ano-alrededor-usd-5-000-millones/>
- Ministerio del turismo. (s.f). *Resumen Ejecutivo Planes Estratégicos*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>
- Ministerio del turismo. (s.f). *Ecuador es potencia turística para convenciones, congresos y eventos*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de : <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-potencia-turistica-para-convenciones-congresos-y-eventos/>
- Ministerio del turismo. (20 de junio del 2013). *Ecuador nominado a mejor destino gastronómico en los World Travel Awards*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/>
- Quito Adventure. (s.f). *Comida de la Amazonía Ecuatoriana*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de: <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/comida-ecuador/comida-ecuador-amazonia.html>
- Ramia, D. Comunicación personal, 13 de marzo, 2015.
- Siise. (s.f). *Listado de nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador*. Obtenido el 3 abril del 2015 de: [http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/RES/glosario/figlo\\_napuin.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/RES/glosario/figlo_napuin.htm)

- Southern Paradise Tours. (s.f). *Gastronomía de la Sierra Ecuatoriana*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de : <http://www.southernparadisetours.com/andes/gastronomia.html>
- TenonTours. (Octubre 7, 2011). *The difference between Tour Operators and Travel Agents*. Obtenido el 12 de abril, 2015 de: <http://www.tenontours.com/travel-tips/difference-between-tour-operators-and-travel-agents/>
- The International Ecotourism Society. (s.f). *What is ecotourism?*. Obtenido el 4 de abril del 2015 de: <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>
- Tourism Excellence. (s.f). *Tourism Structures*. Obtenido el 5 de abril del 2015 de: <http://www.tourismexcellence.com.au/growing-destinations/tourism-structure.html>
- Tourism Theories. (7 de septiembre, 2011). *La comida en el turismo*. Obtenido el 31 de marzo del 2015 de: <http://www.tourismtheories.org/?p=1530&lang=es>
- United Nations World Tourism Organization. (s.f). *Global report on food tourism, Am Reports: Volume four*. Obtenido el 31 de marzo del 2015 de: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global\\_report\\_on\\_food\\_tourism.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf)
- United Nations World Tourism Organization. (s.f). *Tourism Highlights 2014 Edition*. Obtenido el 3 de abril del 2015 de: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)
- Viajandox. (s.f). *Tour Quito Centro Histórico*. Obtenido el 23 de abril, 2015 de: <http://www.viajandox.com/tours/tour-quito-centro-historico-ronda-panecillo-1d.htm>
- WordPress. (Junio 21, 2010). *Destination Marketing and the Food Element: A Market Overview*. Obtenido el 18 de abril, 2014 de: <https://abouttourism.wordpress.com/tag/culinary-tourism/>
- World Travel and Tourism Council. (s.f). *Travel & Tourism Economic Impact 2014*. Obtenido el 31 de marzo del 2015 de: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%20reports/world2014.pdf>

