



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## RESUMEN

La evolución de las nuevas tecnologías informáticas y de comunicaciones, como el internet y el comercio electrónico, han desarrollando la actividad comercial en el sector turístico, pues se ha podido mejorar la gestión empresarial, al encontrar en los medios sociales herramientas más efectivas para comercializar y distribuir los productos y servicios turísticos.

Por lo que se ha visto la necesidad de analizar el desarrollo del comercio electrónico a nivel mundial, especialmente en los países de mayor desarrollo turístico como España y Estados Unidos, el crecimiento en los países de América Latina, y sin duda la apertura que Ecuador le ha dado a las nuevas tecnologías.

Así como la relación que existe entre el Comercio Electrónico y la actividad turística, donde se explica las ventajas y desventajas que el E-Commerce a producido tanto en las empresas que brindan servicios turísticos como a sus potenciales clientes, y en especial a las empresas que prestan el servicio de transporte terrestre turístico en la Ciudad de Cuenca.

**Palabras claves:** Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), Comercio Electrónico o E-Commerce, Actividad turística.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## ABSTRACT

The evolution of new information and communications technologies, such as the Internet and electronic commerce have developed the business in the tourism sector, as it has been able to improve corporate governance, finding social media tools to market and more effective distribution of tourism products and services. As has been the need to analyze the development of electronic commerce worldwide, especially in more developed countries such as Spain and tour the United States, growth in Latin American countries, and certainly the opening that Ecuador will has led to new technologies.

Just as the relationship between electronic commerce and tourism, which explains the advantages and disadvantages of the E-Commerce has produced both companies that provide travel services and their potential clients, especially companies that provide ground transportation service resort in the city of Cuenca.

**Keywords:** Information Technologies and Communication Technologies (ICTs), Electronic Commerce or E-Commerce, tourist activity.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## ÍNDICE

RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
DEDICATORIA .....	8
AGRADECIMIENTO .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
DISEÑO DEL ENSAYO .....	12
<b>JUSTIFICACIÓN DEL ENSAYO</b> .....	12
<b>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b> .....	12
<b>OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL ENSAYO.</b> .....	13
<b>TÉCNICAS DE TRABAJO DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL ENSAYO.</b> .....	14
<b>PUNTOS DE VISTA, ANÁLISIS CRÍTICO, ARGUMENTOS DEL CONTEXTO Y REFLEXIONES DENTRO DEL ENSAYO.</b> .....	14
SECCIÓN I: Análisis de la situación actual del Comercio Electrónico a nivel mundial, latinoamericano y nacional.....	15
<b>Comercio Electrónico a Nivel Mundial</b> .....	15
<b>Comercio Electrónico en América Latina</b> .....	16
<b>Comercio Electrónico en Ecuador</b> .....	18
SECCIÓN II: El Comercio Electrónico en la Actividad Turística.....	20
SECCIÓN III: Análisis situacional con enfoque a la mejora o aprovechamiento de la información del ensayo. ....	23
SECCIÓN IV: Enfoque a su punto de vista, análisis crítico, argumentos de contexto y reflexiones dentro del ensayo.....	25



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

CONCLUSIONES .....	26
RECOMENDACIONES .....	27
BIBLIOGRAFÍA .....	28
GLOSARIO .....	30



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## AUTORÍA

Yo, María José Albarracín Granda, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera en Turismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

María José Albarracín Granda

010413354 -1



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

Yo, María José Albarracín Granda, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'María J. Albarracín Granda', is written over a horizontal line.

María José Albarracín Granda.

10413354-1



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Fundada en 1867



**UNIVERSIDAD DE CUENCA.**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD.**

**CARRERA DE TURISMO.**

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL  
TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE CUENCA.**

**ENSAYO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO.**

**AUTORA:**

**MARÍA JOSÉ ALBARRACÍN GRANDA**

**CUENCA – ECUADOR**

**2012**



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

## DEDICATORIA

Sin duda este trabajo va dedicado para Dios quien me dio la vida y la mejor de las familias.

A mis papis Julio y Azucena que son el motor de nuestra familia, quienes han sabido guiarme por el camino del bien, siendo el pilar fundamental en cada una de las etapas de mi vida, y en especial en esta, ya que sin su apoyo, comprensión y paciencia no hubiera podido lograr una de mis grandes metas para mi desarrollo profesional. A mis hermanas Gabriela y Karina, abuelitos, tíos y primos por su apoyo en los buenos y malos momentos.

María José





**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

## **AGRADECIMIENTO**

A los profesores de la Facultad Ciencias de la Hospitalidad, por su aporte valioso al mejoramiento del talento humano, por su paciencia y dedicación al momento de instruirnos sus conocimientos.

María José



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## INTRODUCCIÓN

“El comercio electrónico es una nueva manera de realizar negocios utilizando el internet, lo cual se esta convirtiendo cada vez mas en un estilo de vida de la era tecnológica actual. Básicamente se aprovecha que las actividades se realizan en línea, es decir se procesan las transacciones inmediatamente, las 24 horas del día durante los 7 días de la semana”.<sup>1</sup> Pero debemos tomar en cuenta que el término E-Commerce como también se lo conoce no solo se refiere a la compra y venta de bienes o servicios, sino también a la producción, publicidad y distribución de bienes y servicios a través de las redes de telecomunicaciones que puede ser utilizado en cada uno de los departamentos que forman una empresa como son en el de Marketing, Recursos Humanos, Finanzas, Compras, etc.

Existen diferentes tipos de comercio electrónico:

- **Comercio electrónico entre empresas (B2B):** negocios de comercio entre empresas.
- **Comercio electrónico entre empresa y consumidor (B2C):** negocios de comercio entre empresas y consumidores finales.
- **Comercio electrónico entre consumidores (C2C):** negocios de comercio entre los propios consumidores.
- **Comercio electrónico entre consumidores o empresas y administración pública (C2A y B2A):** negocios de comercio que se da entre empresas o consumidores y cualquier tipo de administración pública.

---

<sup>1</sup> Cueva Vera, Wilson. “Una Visión del Comercio Electrónico en el Ecuador”. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cuenca (Cuenca), 21 octubre 2003: 204-219.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

El turismo es una de las actividades pioneras en la utilización de la estrategia del comercio electrónico, lo que ha permitido que esta logre un gran desarrollo, convirtiéndose en la actualidad en unos de los pilares fundamentales en la economía de varios países.

El transporte terrestre turístico es uno de los servicios imprescindibles dentro de la actividad turística, pues es el que se encarga del traslado de los turistas desde los centros de soporte como aeropuertos, hoteles, hacia los diferentes atractivos naturales y culturales que tienen como principal medio el transporte terrestre, y en la actualidad una de las estrategias de las empresas relacionadas a la actividad turística es estar relacionados con los avances tecnológicos, que permiten implementar cambios en la forma de realizar negocios, lo que permitirá alcanzar una mayor competitividad en el mercado, y a la vez satisfacer los requerimientos de turistas nacionales y extranjeros.



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

## DISEÑO DEL ENSAYO

### JUSTIFICACIÓN DEL ENSAYO

Con el siguiente ensayo se procura realizar un análisis de la aplicación del comercio electrónico en las empresas de transporte terrestre turístico en la ciudad de Cuenca, donde podremos conocer que empresas cuentan con página web y que resultados le ha traído esto, o cuales son los inconvenientes para no poder aplicar las nuevas tecnologías. Donde se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos en el Módulo de TICS Aplicadas al Turismo y así obtener el título profesional.

### REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

“Generalmente, se tiene la idea de una persona frente a una computadora, visitando sitios y realizando compras, pero esta imagen es muy vaga, ya que el comercio electrónico abarca muchas técnicas, ya sean de marketing, de software, de hardware y muchos otros componentes relacionados, los cuales permiten hacer de esta nueva tecnología, una de las más innovadoras y con un futuro prometedor.

El comercio electrónico consiste en la utilización de la Informática y las telecomunicaciones para canalizar los flujos de información y transacciones de negocio existentes entre una empresa y sus interlocutores de negocio habituales (clientes, proveedores, entidades financieras, transportistas, etc.”(Del Comercio Electrónico y otros Bichos Extraños. Internet. [www.webtaller.com](http://www.webtaller.com). Acceso: 12 julio 2012.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

“Se considera como “Transporte Terrestre Turístico”, a la movilización de personas que tengan la condición de turistas de conformidad con la denominación otorgada por Organización Mundial de Turismo, en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las parte, que contemplará el arriendo del vehículo, con chofer y la prestación del servicio.” (*Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Internet.[www.blog.espol.edu.ec](http://www.blog.espol.edu.ec). Acceso: 12 julio 2012.)

## **OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS DEL ENSAYO.**

### **❖ OBJETIVO GENERAL:**

Analizar la aplicación del comercio electrónico en las empresas que brindan el servicio de transporte terrestre turístico en la Ciudad de Cuenca.

### **❖ OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar las empresas que prestan el servicio de transporte terrestre turístico que se encuentran legalmente constituidas en la Ciudad de Cuenca.
- Determinar cuales de las empresas de transporte terrestre turístico de la ciudad de Cuenca cuentan con página web y realizan comercio electrónico a través de esta.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

- Identificar las ventajas y desventajas que ocasiona el Comercio Electrónico en las empresas que prestan servicios turísticos.

## ❖ DIFUSIÓN DE RESULTADOS

Luego de finalizado el tema de análisis, se tomará un extracto del mismo el cual será publicado en la página web de la facultad, así como también lo podremos encontrar todo el ensayo en forma digital en la biblioteca Juan Bautista Vásquez.

#

## **TÉCNICAS DE TRABAJO DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL ENSAYO.**

Al desarrollar el ensayo de análisis de la aplicación del comercio electrónico en el transporte terrestre turístico de la Ciudad de Cuenca la metodología de investigación que se utilizará es la de fuentes primarias, con la revisión bibliográfica de libros, tesis, revistas, internet, etc.

## **PUNTOS DE VISTA, ANÁLISIS CRÍTICO, ARGUMENTOS DEL CONTEXTO Y REFLEXIONES DENTRO DEL ENSAYO.**

Para conocer si los propietarios y empleados de las empresas de transporte terrestre turístico en la ciudad de Cuenca conocen a cerca de las nuevas tecnologías que se pueden implementar en sus empresas, como nuevas formas de negociación.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## **SECCIÓN I: Análisis de la situación actual del Comercio Electrónico a nivel mundial, latinoamericano y nacional.**

### **Comercio Electrónico a Nivel Mundial**

A pesar de la dura crisis que el continente europeo tiene que afrontar desde el año 2011, hay sectores que no han sufrido las secuelas de la crisis y uno de estos es el comercio electrónico, especialmente en España, ya que según datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones las ventas por comercio electrónico en este país batieron records, pues “en el segundo trimestre de 2011, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 2.322,1 millones de euros, lo que supone un 26,5% más que en el mismo trimestre de 2010; con un total de 31,3 millones de operaciones y el montante económico generado en el segundo trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: el transporte aéreo (14,1%), las agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%), el marketing directo (6,2%), el transporte terrestre de viajeros (6,0%), los juegos de azar y apuestas (4,3%), las prendas de vestir (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,3%), la publicidad (3,1%), la Administración Pública, Impuestos y Seguridad Social (2,5%), y, por último, los ordenadores y programas informáticos (2,5%)”.<sup>2</sup>

Sin duda estos datos reflejan el cambio en las nuevas tendencias de consumo, como consecuencia de la adaptación de los consumidores a los nuevos cambios tecnológicos, a pesar de los riesgos a los que se enfrentan al realizar este tipo de negociaciones.

---

<sup>2</sup> Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. “Informe sobre el Comercio Electrónico en España a través de Entidades de Medios de Pago”. Internet: [www.cmt.es](http://www.cmt.es). Acceso: 15 julio 2012.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

A pesar que Estados Unidos es una de las grandes potencias mundiales, también se ha visto afectado por la crisis, pero a igual que España la compra y venta a través de internet no se ha visto afectada, por lo contrario ha tenido un aumento del 14 % en el segundo trimestre del año 2011, representado un ingreso de 37.501 millones de dólares.

Y según un informe realizado por Com Score, señala que el 70% de los estadounidenses internautas hicieron al menos una compra online entre los meses de abril y junio del año 2011 y que los principales productos adquiridos son de electrónica, equipos informáticos, software y entradas para diferentes eventos. Com Score también resalta que las pequeñas y medianas empresas son las que mayor beneficio están logrando a través del comercio electrónico.

## **#Comercio Electrónico en América Latina.**

Según el diario Universia de Chile informa que el comercio electrónico en América Latina ha tenido un gran crecimiento desde hace tres años, pues pasó de 22.000 millones de dólares de ingresos en el 2009 a 43.000 millones de dólares en el 2011, originando un crecimiento del e-commerce del 98,5% en tan solo dos años. La noticia también indica que uno de los factores que más ha impulsado el desarrollo del comercio electrónico en la región es la mayor confianza y seguridad que existe en los consumidores al realizar sus compras en sitios on-line, al saber que cuentan con medios de pago electrónico y con reformas gubernamentales que los protegen.

América Economía Intelligence, realizó un Estudio de Comercio Electrónico en América Latina 2012, obteniendo como resultado que los países con mayor porcentaje de ingresos por comercio electrónico son Brasil con el 59,1%, seguido de México con el 14,2%, el Caribe con el





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

6,4%, Argentina con 6,2%, Chile con el 3,5%, Venezuela con 3,3%, Centroamérica con 2,4%, Colombia con 2% y Perú con 1,4%.

El informe también indica que el e-commerce en América Latina y el Caribe, seguirá en pleno auge, ya que se tiene previsto un crecimiento del 26% para el 2012, y un aumento del 28,5% para el próximo año, esto gracias a la evolución de las redes sociales como un nuevo canal para realizar transacciones y la perspicacia en el mercado de dispositivos móviles como los 'smartphones' y 'tablets', permitiendo a los usuarios siempre estar conectados a la web y realizar sus compras en el momento que deseen, otro punto muy importante es la aceptación de tarjetas de crédito, permitiendo a todas las personas que las posee adquirir bienes o servicios a través del internet.

El estudio también señala que “la adopción de tecnología móvil, las redes sociales y el aumento de compras de bienes digitales está cambiando la manera de comunicarnos y las conductas de consumo, tanto online como en tiendas físicas”<sup>3</sup> provocando uno de los fenómenos que alcanzará fuerza en el año 2015, como es la utilización de billeteras digitales, permitiendo a los usuarios realizar sus compras de forma más rápida y sin tener que introducir información en cada transacción, por medio de sus smartphones, tablets y PCs.

Y según cifras recopiladas por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico “revelan que 190 millones de personas son usuarias de internet

---

<sup>3</sup> América Economía. “*Estudio de E-Commerce en América Latina 2012*”. Internet. [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com). Acceso: 14 julio 2012.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

y de ellas al menos el 30% ha realizado una compra por ese medio, ... mientras el 50% solo ha efectuado consultas”<sup>4</sup>.

## Comercio Electrónico en Ecuador

Ecuador fue uno de los países pioneros en acceder al servicio de internet en el año 1989, pero a cabo de una década esto cambio, ya que terminó ocupando uno de los últimos lugares en América Latina que tenía acceso a este servicio, debido a la falta de infraestructura básica, pues en varios zonas del Ecuador especialmente en las rurales y urbanas marginales no existía servicio básicos tales como luz eléctrica, telefonía fija, telefonía móvil y mucho menos servicio de internet.

Pero en la actualidad este problema se está superado, ya que se han implementado diferentes planes y programas por parte del gobierno, tales como el de Desarrollo de las Telecomunicaciones del Ecuador, acceso al servicio telefónico tanto fijo y móvil, Telecentros Comunitarios y el de Internet Para Todos, dotando de infraestructura básica para el desarrollo de las telecomunicaciones.

Por lo que datos del años 2011, según el INEC el 24, 7% de los hogares ecuatorianos tienen computadoras de escritorio y el 9,8% portátiles. Y el 39,9% de los hogares poseen telefonía fija y el 78,8 % telefonía fija inteligente, es decir celulares que tienen apertura al servicio de internet por medio de wireless, estas estadísticas también nos indican que el 31,4% dela población ha utilizado el internet en los últimos 12 meses

---

<sup>4</sup> “208 millones por año mueve Ecuador a través de internet”. Editorial. El Universo (18 junio 2011).  
Internet: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com). Acceso: 17 julio 2012.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Otros de los problemas que el comercio electrónico enfrenta en el Ecuador es la falta de familiarización de los ecuatorianos a utilizar las telecomunicaciones para la negociación de bienes y servicios, ya que se rehúsan a dejar de lado la forma tradicional de negociación, tanto por desconocer el uso correcto de estas herramientas, como la existencia de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos que fue creada por el Honorable Congreso Nacional en abril del 2002, el cual impulsa a la población ecuatoriana a que acceda a procesos electrónicos, como es el comercio electrónico y puede adquirir productos y servicios de diferente índole.

Pero según Marcos Pueyrredon, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, Ecuador ha logrado “comercializar al menos 208 millones de dólares a través de ventas por internet”<sup>5</sup>, lo que permite que nuestro país participe en el E-Commerce Day, que son conferencias organizadas por ILCE donde se exponen los aportes del comercio electrónico en la región.

---

<sup>5</sup> “208 millones por año mueve Ecuador a través de internet”. Editorial. El Universo (18 junio 2011).  
Internet: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com). Acceso: 17 julio 2012.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## SECCIÓN II: El Comercio Electrónico en la Actividad Turística.

Para la OMT el turismo es uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de los países en vías de desarrollo, convirtiéndose en un pilar fundamental para el desarrollo de la economía a nivel mundial.

La actividad turística es uno de los sectores más influenciados con la aparición de las Tecnologías de la Información y Comunicación como el internet y el comercio electrónico, convirtiéndose en herramientas fundamentales para el desarrollo de la actividad turística, pues se han creado nuevos modelos de negocio que intervienen en la estructura tradicional de los canales de distribución del turismo, pues son los principales afectados con la utilización de estas nuevas tecnologías, ya que las negociaciones se realizarán directamente entre las empresas que ofrecen los productos y servicios con los consumidores.

APLICACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA GESTIÓN DE OPERACIONES DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.		
Área funcional	Aplicación o contribución del comercio electrónico	Herramientas y sistemas del comercio electrónico.
<b>Marketing</b> .....	Promoción del producto. Nuevos canales de venta. Servicio al cliente. Reducción del tiempo de ciclo.	B2B, B2C, Pedidos por internet. Website de la empresa.
<b>Compras</b> .....	Pedidos. Transferencia de fondos. Selección de proveedores.	EDI. Compra por internet. EFT.
<b>Diseño del producto o servicio</b> ...	Investigación de mercado. Diseño del producto o servicio.	Internet para intercambio de datos e información.
<b>Producción</b> .....	Planificación y control. Gestión de inventarios. Control de calidad.	B2B, ERP.
<b>Ventas y distribución</b> .....	Ventas por internet. Selección de canales de distribución. Operadores logísticos.	Transferencia electrónica de fondos. Punto de venta on line. Sistema de código de barras. ERP.
<b>Gestión de Recursos Humanos</b> ...	Formación por Internet/ Extranet. Selección de personal por internet.	Suministros por internet de productos. E-mail. Web interactivos. Aplicaciones multimedia en servidores web.
<b>Desarrollo de proveedores</b> .....	Asociación, cooperación y desarrollo de proveedores.	Selección de proveedores asistida por internet. Comunicación electrónica.

**FUENTE: Buhailis, 1988.**



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

### **Ventajas del comercio electrónico en la oferta turística.**

- Las empresas pueden acceder fácilmente a mercados mundiales a bajos costos.
- Reducir o eliminar a los intermediarios y tener un contacto directo con los clientes, ofreciéndoles precios más competitivos.
- Que la empresa ofrezca mayor competitividad, al contar con un sistema de comunicación más efectivo tanto dentro como fuera de la empresa.
- Herramienta fundamental en el plan de marketing, al poder contar con la página web, formar parte en las redes sociales, etc.
- Contar con una base de datos, que le permita conocer las exigencias de los consumidores y de la competencia.

### **Ventajas del comercio electrónico en la demanda turística.**

- Los potenciales consumidores podrán elegir de una gran variedad de productos y servicios.
- Contar con una información clara y precisa sobre los productos y servicios.
- Permite comparar una gran cantidad de oferta turística.
- Encontrar precios más bajos en comparación con los que ofrecen las intermediadoras.
- El poder realizar la compra desde el hogar, sin tener que desplazarse hacia las intermediadoras.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## **Desventajas del comercio electrónico en la actividad turística.**

- Rechazo a la adquisición de productos por medio de los nuevos procesos, por la falta de conocimiento de la utilización de estas herramientas.
- Dificultad a la hora de tomar una decisión por parte de los clientes.
- Desconfianza en los consumidores en las transacciones y en las formas de pago.
- Resistencia al abandono de la comercialización tradicional, por no poder evaluar la fiabilidad del vendedor y de los productos y servicios que ofrecen.
- No contar con un marco legal que respalde las transacciones.
- Saturación en los sistemas de comunicación, ocasionando lentitud al momento de abrir alguna página.
- Altos costos para adquirir equipos informáticos, medios de seguridad y una conexión efectiva.
- La diferencia a nivel tecnológico y de la mentalidad en cada país, lo que permitirá que algunos países evolucionen más rápido que otros.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

### **SECCIÓN III: Análisis situacional con enfoque a la mejora o aprovechamiento de la información del ensayo.**

La Ley de turismo nos señala que el Transporte Terrestre “constituye una actividad turística según lo determina el Art. 5....., y consiste en prestar servicio de transporte de personas o arrendar medios de transporte, de modo habitual y mediante tarifa o precio, con o sin otros servicios de carácter complementarios..”<sup>6</sup>

Según los datos brindados por el Ministerio de Turismo, en la ciudad de Cuenca se encuentran establecidas las siguientes empresas de Transporte Terrestre Turístico, que son las que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento.

- ❖ Aventura Tour Vans S.A.
- ❖ Cotratudossa
- ❖ Extremventura Tours
- ❖ Line Tours
- ❖ Operazuaytur Cia. Ltda.
- ❖ Transporte Turístico Carpio Molina Cía. Ltda.
- ❖ Ecuatours Fernandtours Cía. Ltda.
- ❖ Contratufaviz
- ❖ Van Service Cía. Ltda.
- ❖ Elite Tours
- ❖ Jacis Travel

---

<sup>6</sup> Corporación de Estudios y Publicaciones. “*Ley de Turismo*”. Quito, Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, 2005.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

- ❖ Atenas
- ❖ Fasaytursa S.A.
- ❖ Tinamu
- ❖ Bal Rentcar
- ❖ Luexceltrans Cía. Ltda.
- ❖ Cofatosa S.A.
- ❖ Transporte Turístico Carpio Molina
- ❖ Ecuatours
- ❖ Fernand tours.

De estas diferentes empresas de transporte turístico la única que cuenta con una página web es Van Service Internacional, sin embargo al realizar la investigación encontré que en la folletería como en las tarjetas de presentación de algunas de las otras empresas muestran su dirección de página web, pero al momento de querer ingresar a estas páginas me da como resultados el nombre de estas empresas en la guía telefónica de Cuenca.

Otro problema que también encontré es que en los últimos años se han creado varias empresa, que se encuentran legalmente constituidas que constan como empresas de transporte turístico, que cuentan con el certificado del Ministerio de Turismo, pero que en realidad se encuentran prestando el servicio de traslado de personas de una ciudad a otra que no precisamente se trasladan por turismo

Y Van Service Internacional que sí cuenta con una página de web, tampoco realiza comercio electrónico en lo que se refiere a vender su servicio por medio del internet, sin embargo utiliza su página como una estrategia de marketing, ya que en la misma podemos encontrar publicado la flota de vehículos con los que cuenta, y un punto muy importante es la galería de fotos, con tours a grupos en donde las personas pueden dejar sus opiniones a cerca de la experiencia de





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

haber viajado en van service. Por lo que se puede decir que es la única empresa de transporte turístico de la ciudad de Cuenca que está implementando en algo el desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

### **SECCIÓN IV: Enfoque a su punto de vista, análisis crítico, argumentos de contexto y reflexiones dentro del ensayo.**

- ❖ Que sin duda la fusión de estos dos grandes sectores como son el turismo y el comercio electrónico, son el boom del desarrollo de la actividad turística, permitiendo el incremento de ingresos por el aumento de personas que viajan utilizando las nuevas tecnologías.
- ❖ Pues debemos tener muy en claro el perfil de los turistas en la actualidad, ya que ellos antes de realizar sus viajes, investigan a profundidad cada uno de los lugares que visitaran, así como los productos y servicios que pueden o deben adquirir.
- ❖ Que nuestro país esta comenzando con este desarrollando, esperando que en pocos años sea todo un boom en el Ecuador, tanto para personas que adquieren servicios en nuestro país, como para los ecuatorianos al adquirir productos o servicios con esta nueva forma de hacer negocios, con toda la seguridad, al saber que cuentan con el respaldo de una ley que los protege.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## CONCLUSIONES

Que la aplicación de las Nuevas Tecnologías en la actividad turística en especial el E-Commerce ha traído el avance del sector turístico, permitiendo que este pueda aumentar el ingreso económico en muchos países, y nuestro país no se ha quedado atrás al implementar esta herramienta, pero al realizar este ensayo me pude dar cuenta la brecha digital que existe entre las grandes empresas y las medianas y pequeñas empresas, ya que las pymes por el algo costo que les genera el implementar estas herramientas, tienen que verse alejadas del mundo de las compras y ventas online.

Y en el caso de las empresas de transporte terrestre turístico en la ciudad de Cuenca, pues en ninguna de ellas se realiza transacciones comerciales vía online, pues la única que cuenta con página web es Van Service, la misma que es utilizada como parte del plan de marketing de la empresa, ya que es utilizada como medio de promoción del servicio que ofertan. Por lo que me pude dar cuenta que el camino está largo para que en nuestra ciudad y en especial en este tipo de empresas se utilicen estas nuevas herramientas como estrategia de comercialización, pero es cuestión de poner empeño por bien de todos.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## RECOMENDACIONES

- ❖ Que El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI, debe trabajar más en la promoción y difusión del uso del comercio electrónico como nueva forma de negociación.
- ❖ Capacitar a los dueños y personal que trabajan en estas empresas, sobre los beneficios que las nuevas tecnologías traen a la empresa, ya que permite optimizar recursos y tiempo.
- ❖ Que la implementación del comercio electrónico debe experimentar un cambio en la filosofía de las empresas turísticas, ya que el cambio debe estar involucrado en todos los ciclos administrativos de la empresa, como son la planificación, organización, dirección y control.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## BIBLIOGRAFÍA

- “Reglamento de Transporte Terrestre Turístico”. Internet. [www.blog.espol.edu.ec](http://www.blog.espol.edu.ec). Acceso: 03 julio 2012.
- “Iniciativa de la UNCTAD sobre el Turismo Electrónico”. Internet. [www.unctad.org](http://www.unctad.org). Acceso: 02 julio 2012.
- Cueva Vera, Wilson. “Una Visión del Comercio Electrónico en el Ecuador”. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cuenca (Cuenca), 21 octubre 2003: 204-219.
- Milio Balanzá, Isabel. “Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales: Nuevas formas de distribución: El Turismo Electrónico”. España, Thomson Editores Spain, 2004.
- Dr. Carrillo Buenaño, Luz Mercedes. “El Comercio Electrónico en el Ecuador”. Tesis. Universidad de Cuenca, 2008.
- “Del Comercio Electrónico y otros Bichos extraños”. Internet. [www.webtaller.com](http://www.webtaller.com). Acceso: 12 julio 2012.
- Corporación de Estudios y Publicaciones. “Ley Especial de Telecomunicaciones. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos”. Quito, Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, 2005.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. “Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para empresas de Transporte Terrestre Turístico”. Internet. [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe). Acceso: 13 julio 2012.
- González Santamaría, Pedro. “Las TIC y el Sector Turístico. Nuevos Procesos de Intermediación”. Internet. [www.welton.es](http://www.welton.es). Acceso: 13 julio 2012.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

- Flickr, Daniela. *“El Comercio Electrónico en la región se duplicó en dos años”*. Editorial. Universia (20 mayo 2012). Internet. [www.universia.cl](http://www.universia.cl). Acceso: 14 julio 2012.
- América Economía. *“Estudio de Comercio Electrónico en América Latina 2012”*. Internet. [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com). Acceso: 14 de julio 2012.
- *“208 millones por año mueve Ecuador a través de internet”*. Editorial. El Universo (18 junio 2011). Internet: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com). Acceso: 17 julio 2012.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

## GLOSARIO

**TICs:** Tecnologías de la Información y Comunicación.

**Internet:** Una red global que conecta otras redes y computadoras.

**E-Commerce:** Comercio Electrónico.

**Online:** Red en línea, se está en red cuando se efectúa la conexión entre dos ordenadores en tiempo real, sin embargo la expresión hace referencia a cuando estos ordenadores se conectan vía internet. Se esta también online a través de los mensajes que se reciben entre teléfonos móviles y entre un móvil e internet y a la inversa.

**ILCE:** Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico.

**Wireless:** inalámbrico o sin cables, es un término usado para describir las telecomunicaciones en las cuales las ondas electromagnéticas (en vez de cables) llevan la señal sobre parte o toda la trayectoria de la comunicación.

**COMEXI:** Consejo de Comercio Exterior e Inversiones