



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Turismo

“Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecoturística en la comunidad de Llurimagua, en la zona de intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”

Jácome Morales, Fabián Rolando

AUTOR

Rueda Ubidia, Jorge Eloy, Dr.

TUTOR

Proyecto de grado presentada como requisito
para la obtención del título de Ingeniero en Gestión y Dirección de empresas
turísticas

Otavalo, marzo de 2015



UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE GESTIÓN Y DIRECCION DE EMPRESAS TURÍSTICAS
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 23 de marzo de 2015

Se aprueba el empastado de los tres ejemplares más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

“Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecoturística en la comunidad de Llurimagua, en la zona de intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”

Correspondiente al estudiante:

Jácome Morales, Fabián Rolando

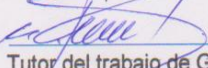
C.I: 100295006-9

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:


Presidente de Tribunal de Grado

Fernández Fernández, Yasmani, Msc.

C.I: 1544261


Tutor del trabajo de Grado

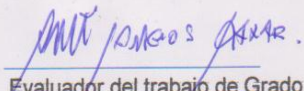
Rueda Ubidia, Jorge Eloy, Dr.

C.I: 1001355088


Evaluador del trabajo de Grado

Herrera Jiménez, Marilyn Gabriela, Msc.

C.I: 0401318290


Evaluador del trabajo de Grado

Vallejos Cazar, Alex Francisco, Ing.

C.I: 100277053-3

DEDICATORIA

A Dios por darme toda la fortaleza para seguir adelante con mis metas, a mi familia y amigos que me motivaron en todo momento durante la elaboración del proyecto de grado.

A mis pequeños hijos Kaleft y Gaelf por ser una luz que dan alegría a mi vida y en especial a mis padres que han sido los que me han inculcado la importancia del estudio durante toda mi vida.

Fabián Rolando Jácome Morales

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme hacer realidad uno de mis grandes sueños convertirme en un profesional.

A mi familia que siempre me brindó todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentan durante la vida universitaria.

A mi padre y a mi madre por enseñarme que la mejor herencia que me pueden dejar es haberme dado la oportunidad de convertirme en un excelente profesional.

Al Dr. Rueda por ayudarme con todo lo correspondiente al trabajo de grado y por todas sus enseñanzas durante mi carrera.

Fabián Rolando Jácome Morales

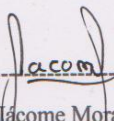
© DERECHOS DE AUTOR

Yo, Jácome Morales Fabián Rolando, portador de la cédula de ciudadanía N° 1002950069, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Por medio del presente documento certifico que he leído lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por el Reglamento y por la normativa Institucional vigente de la Universidad de Otavalo 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 los mismos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Otavalo 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: Jácome Morales Fabián Rolando

C. I.: 1002950069

Fecha: marzo de 2015

ÍNDICE GENERAL

Contenidos

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
AUTORÍA.....	iv
ÍNDICE.....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
CAPITULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS	
1.1 Introducción.....	1
1.2 Conceptualización del Turismo.....	3
1.3 El Sistema Turístico.....	3
1.3.1. Superestructura del Turismo.....	3
1.3.2. La Demanda Turística.....	4
1.3.2.1 Clasificación de la Demanda.....	4
1.3.3. Oferta Turística.....	5
1.3.4. Comercialización turística.....	5
1.3.5. El mercado turístico.....	6
1.3.6. Atractivos turísticos.....	7
1.3.6.1 Clasificación de los atractivos turísticos.....	7
1.3.7. Infraestructura Turística.....	8
1.3.8. Planta turística.....	9
1.3.9. Patrimonio turístico.....	9
1.3.9.1. Tipos de Patrimonio.....	10

1.4.	Importancia del turismo.....	11
1.4.1.	Importancia económica del turismo.....	12
1.4.2.	Importancia cultural del turismo.....	13
1.4.3.	Importancia del medio ambiente en el turismo.....	14
1.5.	Tendencias actuales del turismo.....	14
1.6.	Tipos de turismo.....	15
1.6.1.	Turismo interno.....	16
1.6.2.	Turismo receptivo.....	16
1.6.3.	Turismo emisor.....	17
1.7.	Modalidades del turismo.....	20
1.7.1.	Turismo alternativo.....	21
1.7.1.1	Ecoturismo.....	21
1.7.1.2.	Turismo de aventura.....	22
1.7.1.3.	Turismo rural.....	23
1.8.	Hostería.....	25
1.9.	Turismo sostenible.....	25
1.9.1.	El turismo sostenible en el Ecuador.....	26
1.10.	Calidad de servicios turísticos.....	26
1.11.	Corporación financiera nacional.....	27

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO

2.1.	Antecedentes.....	28
2.2.	Objetivos del diagnóstico.....	29
2.2.1.	Objetivo general.....	29
2.2.2.	Objetivos Específicos.....	29
2.3.	Variables del diagnóstico.....	29
2.4.	Indicadores.....	29

2.5.	Matriz de relación diagnóstica.....	31
2.6	Mecánica operativa.....	33
2.6.1	Población o universo.....	33
2.6.2	Identificación de la muestra.....	33
2.7	Metodología.....	34
2.7.1.	Métodos.....	34
2.7.1.1	Analítico – Sintético.....	34
2.7.1.2.	Inductivo – Deductivo.....	34
2.7.1.3	Histórico – Lógico.....	35
2.7.2.	Técnicas.....	35
2.7.2.1.	Encuesta.....	35
2.7.2.2.	Entrevistas	35
2.7.2.3.	Observación.....	36
2.7.3.	Instrumentos.....	36
2.7.3.1.	Cuestionario de Encuestas.....	36
2.7.3.2	Cuestionario de entrevistas.....	36
2.8	Procesamiento de la información.....	37
2.8.1.	Entrevistas.....	54
2.9.	Análisis FODA.....	56
2.10.	Determinación del problema diagnóstico.....	60
2.11.	Conclusiones del diagnóstico.....	61
CAPITULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO DESARROLLADO		
3.1	Nombre del proyecto.....	63
3.1.2	Macro localización.....	63
3.1.3	Micro localización.....	64
3.2.	Justificación.....	64
3.3.	Objetivos.....	65

3.3.1.	Objetivo general.....	65
3.3.2.	Objetivos específicos.....	65
3.4.	Propuesta.....	66
3.4.1	Logotipo.....	66
3.4.2	Misión.....	66
3.4.3.	Visión.....	66
3.4.4.	Políticas.....	67
3.4.5.	Organigrama estructural.....	68
3.4.6.	Manual de funciones.....	68
3.4.7.	Nombre del cargo.....	73
3.5.	Productos y servicios.....	73
3.5.1	Servicios.....	73
3.5.2	Servicio de alojamiento (recepción).....	74
3.5.3.	Servicio de alimentación y recepciones.....	75
3.5.4.	Servicio de recreación.....	76
3.5.4.1.	Área de piscina.....	76
3.5.4.2.	Áreas verdes.....	76
3.5.4.3.	Área deportiva.....	77
3.5.4.4.	Área de camping.....	78
3.5.4.5.	Deportes de aventura.....	78
3.5.4.6	Turismo rural.....	79
3.6.	Ecoturismo.....	82
3.6.1.	Paquetes Turístico.....	82
3.7.	Manejo ambiental.....	86
3.8.	Precios.....	87
3.8.1.	Cabañas.....	88
3.8.2.	Restaurant: Comidas típicas de la zona.....	88
3.9.	Perfil del consumidor.....	88

3.9.1.	Segmentación de Clientes.....	89
3.10.	Infraestructura y equipamiento.....	89
3.10.1.	Tamaño óptimo del proyecto.....	89
3.10.2.	Área de hospedaje.....	90
3.10.3	Área de restaurante.....	90
3.10.4	Área de recreación.....	91
3.10.5	Equipamiento.....	91
3.10.5.1	Requerimiento Maquinaria y Equipos.....	91
3.10.5.2.	Requerimiento Muebles y Enseres.....	92
3.10.5.3.	Requerimiento Equipos de Oficina.....	92
3.10.5.4.	Requerimiento Equipos de Computación.....	93
3.10.5.5	Requerimientos de Menaje.....	93
3.11.	Remuneraciones del personal.....	95
3.12.	Distribución de áreas.....	95
3.12.1	Localización del Proyecto.....	95
3.12.2.	Levantamiento Planimétrico Áreas y Linderos.....	96
3.12.3.	Implantación general del anteproyecto.....	97
3.12.4.	Perspectiva del Anteproyecto.....	98
3.12.5.	Implantación del área de Hospedaje.....	99
3.12.6.	Implantación del área de Restaurant.....	99
3.12.7.	Implantación del Área Recreativa.....	100
3.12.8.	Implantación del Área de Recepción.....	100
3.13	Propuesta legal.....	101
3.13.1	Ley de Turismo.....	101
3.13.2.	Del registro único de turismo.....	102
3.13.3	De la licencia única anual de funcionamiento.....	103
3.13.4.	Reglamento general de actividades turísticas.....	103
3.14.	Propuesta publicitaria.....	103

3.14.1.	Publicidad.....	104
3.14.2.	Reportajes televisivos.....	105
3.14.3.	Comercialización.....	106
3.14.3.1	Tarjetas de Presentación y Afiches.....	106
3.14.3.2.	Trípticos.....	107
3.14.4.	Relaciones Públicas.....	108
3.14.5.	Seguimiento del cliente.....	108
3.15	Propuesta económica / financiera.....	108
3.15.1	Inversión Inicial.....	109
3.15.2.	Personal para el proyecto.....	111
3.15.3.	Capital de trabajo.....	111
3.15.4.	Detalle de préstamo.....	112
3.15.5.	Resumen de inversiones a realizarse.....	112
3.15.6.	Cálculo de depreciaciones.....	113
3.15.7.	Estado de resultados proyectado primer año.....	114
3.15.8.	Estado de resultados proyectado para cinco años.....	117
3.15.9.	Flujo de caja.....	120
3.15.10.	Evaluación económica del proyecto.....	121
3.15.10.1.	Tasa de descuento con financiamiento.....	121
3.15.10.2.	Calculo VAN y TIR.....	121
3.15.11.	Periodo de recuperación de la inversión.....	122

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS

4.	Análisis de impactos.....	123
4.1	Impacto social.....	125
4.2	Impacto cultural.....	126
4.3	Impacto económico.....	127
4.4	Impacto ambiental.....	128

4.5 Impacto global.....	130
CONCLUSIONES.....	131
RECOMENDACIONES.....	132
BIBLIOGRAFÍA.....	133
GLOSARIO DE TERMINOS.....	136
ANEXOS.....	137

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #	Título	Pág.
Gráfico 1	El sistema turístico	3
Gráfico 2	Clasificación de la demanda	5
Gráfico 3	Tipos de patrimonio	10
Gráfico 4	Importancia del turismo	11
Gráfico 5	Entrada de extranjeros al Ecuador	17
Gráfico 6	Salida de ecuatorianos al exterior	19
Gráfico 7	Ecoturismo	22
Gráfico 8	Turismo de aventura	23
Gráfico 9	Turismo rural	24
Gráfico 10	Formula muestra	33
Gráfico 11	% de visita por primera vez	37
Gráfico 12	Número de visitas	38
Gráfico 13	Días de permanencia	39
Gráfico 14	Alojamiento preferencial	40
Gráfico 15	Expectativas del servicio	41
Gráfico 16	Frecuencia de visita	42
Gráfico 17	Transporte utilizado	43
Gráfico 18	visita acompañado de	44
Gráfico 19	Motivación de visita	45

Gráfico 20	Visitaría	46
Gráfico 21	Actividad preferida	47
Gráfico 22	Turistas de acuerdo	48
Gráfico 23	Preferencia alimenticia	49
Gráfico 24	Consideración de calidad	50
Gráfico 25	Consideración de precio	51
Gráfico 26	Medio publicitario	52
Gráfico 27	Su visita fue	53
Gráfico 28	Mapa del Ecuador	63
Gráfico 29	Mapa de Cotacachi	64
Gráfico 30	Logotipo	66
Gráfico 31	Organigrama estructural	68
Gráfico 32	Levantamiento Planimétrico	96
Gráfico 33	Implantación general	97
Gráfico 34	Anteproyecto	98
Gráfico 35	Página web	105

INDICE DE TABLAS

Tabla #	Título	Pág.
Tabla 1	Entrada de extranjeros al Ecuador	18
Tabla 2	Salida de ecuatorianos al exterior	20
Tabla 3	Matriz de relación diagnóstica	32
Tabla 4	Visita a intag por primera vez	37
Tabla 5	Número de visitas.	38
Tabla 6	Días de permanencia	39
Tabla 7	Alojamiento Preferencial	40
Tabla 8	Expectativas del servicio	41
Tabla 9	Frecuencia de visita	42

Tabla 10	Transporte utilizado	43
Tabla 11	Visita acompañado de	44
Tabla 12	Motivación de visita	45
Tabla 13	Visitaría	46
Tabla 14	Actividad preferida	47
Tabla 15	Turistas de acuerdo	48
Tabla 16	Preferencia alimentaria	49
Tabla 17	Consideración de calidad	50
Tabla 18	Consideración del precio	51
Tabla 19	Medio publicitaria	52
Tabla 20	Su visita fue	53
Tabla 21	FODA	57
Tabla 22	Cruce de estrategias	58
Tabla 23	Manual de funciones	69
Tabla 24	Paquetes turísticos	83
Tabla 25	Áreas de la hostería	89
Tabla 26	Área de hospedaje	90
Tabla 27	Área de restaurante	90
Tabla 28	Área de recreación	91
Tabla 29	Maquinaria y equipos	91
Tabla 30	Requerimiento equipo de oficina	92
Tabla 31	Requerimiento equipo de computación	93
Tabla 32	Requerimiento menaje	93
Tabla 33	Remuneración del personal	95
Tabla 34	Inversión inicial	109
Tabla 35	Capital de trabajo	111
Tabla 36	Detalle de préstamo	112
Tabla 37	Resumen de inversión	112

Tabla 38	Depreciaciones	113
Tabla 39	Estado de resultados	115
Tabla 40	Estado de resultados proyectado a cinco años	117
Tabla 41	Flujo de caja	120
Tabla 42	Tasa de financiamiento	121
Tabla 43	VAN / TIR	121
Tabla 44	Recuperación de la inversión	122
Tabla 45	Impacto social	125
Tabla 46	Impacto cultural	126
Tabla 47	Impacto económico	127
Tabla 48	Impacto ambiental	128
Tabla 49	Impacto global	130

INDICE DE ANEXOS

Anexo #	Título	Pág.
Anexo 1	Plan de trabajo de grado	137
Anexo 2	Modelo de encuesta	158
Anexo 3	Modelo de entrevista	162
Anexo 4	Inflación y tasas de interés	163
Anexo 5	Fotografías	164

RESUMEN EJECUTIVO

La provincia de Imbabura presenta escenarios perfectos para impulsar el eco turismo en climas tropicales, este es el caso de la zona de intag.

El proyecto se ubica en la comunidad de Llurimagua, parroquia García moreno y consiste en la creación de una hostería eco turística que oferte servicios de alimentación, restauración y recreación de calidad, básicamente orientada a generar el turismo sostenible e impulsar el turismo alternativo como eje diferenciador del proyecto. Una de las ventajas competitivas es la cercanía a diferentes atractivos naturales y culturales que aún no han sido explotados para satisfacer las diferentes motivaciones del turista.

Como fuentes de ingresos es la venta de paquetes turísticos con servicios de valor añadido y venta de servicios independientes, es importante considerar la idea de negocio puesto que los indicadores financieros muestran una favorable rentabilidad, se necesita inversores externos que financien la totalidad del proyecto así como para disponer de suficientes fondos para el capital de trabajo durante los tres primeros meses.

Una campaña publicitaria y promocional, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto como: ubicación, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de ecoturismo, descuentos y promociones con el motivo principal de fidelizar y captar clientes. El proyecto generará una calidad de vida digna en actores involucrados, una cultura de vida más sana mediante los diferentes aspectos a desenvolverse, pero sobre todo tendrá como resultado principal el acercamiento y la conservación de la naturaleza reflejando un impacto medio positivo en general.

Palabras claves: TURISMO; ESTUDIO FACTIBILIDAD; CREACIÓN EMPRESA; COMUNIDAD LLURIMAGUA; COTACACHI

SUMMARY

The province of Imbabura presents perfect scenarios to promote eco-tourism in tropical climates, this is the case of the intag zone.

The project is located in the community of Llurimagua, parish García moreno and consists of the creation of a tourist eco lodge that offers of food, restoration and recreation of quality, basically oriented to generate sustainable tourism and promote alternative tourism as differentiating point for the project. One of competitive advantages is the proximity to different natural and cultural attractions that have not been exploited to satisfy the different motivations of tourists.

As sources of income is the sale of tourist packages with value-added services and independent services, it is important to consider the idea of business since financial indicators show a favourable profitability, need external investors that financed the entire project as well as to provide sufficient funds for working capital during the first three months.

An advertising and promotional campaign aimed at communicating the competitive advantages of the project such as: location, quality of services, diversity of recreation and ecotourism, discounts and promotions with the reason of retain and attract customers. The project will generate a decent life quality in actors involved, a culture of healthy lifestyle through the different aspects to develop, but mostly will main result the approach and the conservation of nature reflecting a medium positive impact in general.

Key words: TOURISM; FEASIBILITY STUDY; CREATION COMPANY;
COMMUNITY LLURIMAGUA; COTACACHI

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta un resumen en el que se sintetiza los datos y hallazgos más relevantes de la presente investigación.

El informe final comienza con una investigación documental denominada **Marco Teórico** en el que se determina elementos relevantes como: la importancia del turismo, sus modalidades y clasificación del turista, el ecoturismo como una alternativa nueva e innovadora, su importancia en el desarrollo sostenible además se consideró necesario abordar en cuanto al agroturismo y sus diferentes modalidades.

En el segundo bloque se realizó un **Diagnóstico** mediante una investigación de campo en la que el universo investigado fue de 12.847 turistas que llegaron a la Zona de Intag para optimizar tiempo y recursos se trabajó con una muestra de 200 unidades.

Las variables investigadas fueron: actores involucrados, desarrollo turístico, ecológico, sectores de interés, mercado potencial, servicios y estrategias de comercialización.

Además de indicadores que se detallan en el segundo capítulo, se captó información relevante con ayuda de técnicas como encuestas, entrevistas, observación para realizar un análisis FODA.

Con ello se llegó a concluir que uno de los principales problemas es la deficiente oferta turística en la zona de Intag, que brinde calidad y satisfacción en cuanto al servicio, además la falta de modalidades de turismo para mantener al turista activo.

En el tercer capítulo se realizó una **Descripción del proceso investigativo desarrollado** en el que se impulsó un diseño creativo. Se planteó básicamente la propuesta administrativa que aborda temas como la misión, visión, se realizó un organigrama de recursos humanos y su manual de funciones, la propuesta operativa consta de todos los servicios y paquetes turísticos con los que constará el establecimiento, además de la planta arquitectónica que se necesitara para poner en marcha el proyecto. La propuesta promocional en el que se detallan las estrategias que serán utilizadas para dar difusión a la hostería.

En cuanto al **Análisis Financiero** se calcula y analiza los aspectos económicos de la empresa como la inversión que se necesita, el personal para el proyecto, el capital de trabajo, las depreciaciones, el estado de resultados proyectado para cinco años, el flujo de caja y los principales indicadores financieros como el VAN y el TIR.

En el **Análisis de Impactos** se consideró el impacto socio-cultural, económico, ambiental y global; en los que se establecieron una serie de indicadores a los que se asignó un determinado nivel de impacto, los cuales sumados y promediados en el análisis general arrojaron un impacto medio positivo.

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Introducción al turismo.

El turismo es una actividad cuyo protagonista principal es el hombre; desde hace mucho tiempo atrás esta actividad ha venido evolucionando hasta tal punto que ha llegado a convertirse en un fenómeno cotidiano para millones de individuos.

Para Aguirre (2002):

Esta actividad comprende todos los desplazamientos libres de las personas fuera de sus domicilios y lugares de trabajo, así como el conjunto de servicios creados para atender las necesidades relacionadas con esos desplazamientos. Por consiguiente el turismo puede convertirse en un eficaz instrumento de crecimiento para los países en vías de desarrollo debido a que genera un importante desarrollo económico, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al progreso social de los países, pues favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos y de la cultura, entre otras. (p.5)

Como se puede apreciar el turismo sin duda es una fuente muy grande de desarrollo se debe aprovechar al máximo todas las actividades que comprende el mismo es el caso del eco turismo.

Según Sancho (2008):

En la actualidad el Turismo procura la máxima participación de la población local entonces se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones radica además, en la relación directa con la biodiversidad debido a que existen muchas maneras con las cuales los seres humanos únicos poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo. (p.8)

Se debe tomar en cuenta que al momento de generar una plaza de trabajo se interviene de alguna manera en el desarrollo de la localidad, pues es muy importante mantener relaciones amenas con pobladores en favor del progreso de la comunidad o región.

1.2. Conceptualización del turismo

A continuación se pone de manifiesto algunas definiciones que se han venido dando en la evolución del turismo, las cuales con el tiempo han ido alimentando el concepto de turismo hasta llegar a definiciones más completas.

Viloria (2012), cita a (Hunziker y Krapf, 1942): “el turismo es la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada.” (p.17)

Como se puede apreciar esta definición es demasiado amplia y poco esclarecedora no interviene la remuneración.

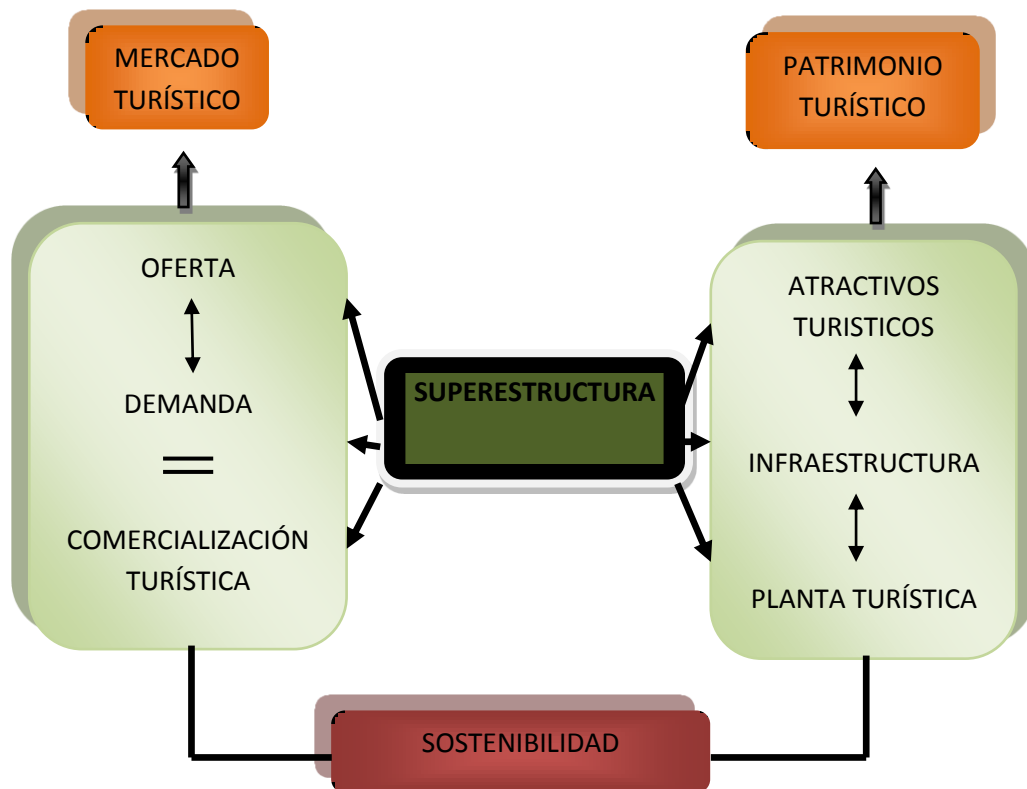
Según OMT, (1994) establece: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (p.11)

El turismo es una actividad donde se pone de manifiesto los desplazamientos voluntarios de las personas hacia sitios de interés, estos pueden ser por diversas necesidades en la cual se genera interrelaciones sociales, culturales y económicas.

1.3. El sistema turístico

Gráfico Nro.: 1

El sistema turístico



Autor: Rolando Jácome

Se distinguen elementos muy importantes en la actividad turística.

1.3.1. Superestructura del turismo

Según Guerrero (2013): “la Superestructura comprende las instituciones tanto públicas como privadas relacionadas con el desarrollo de la actividad turística, estas se encargan de planificar, dirigir, organizar y controlar todo el sistema turístico”.

La responsabilidad organizacional del turismo descansa tanto en las dependencias de la administración pública, como en las organizaciones y asociaciones privadas.

1.3.2. La demanda turística

Para Gómez y López (2002):

Es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas) y se ve afectada por factores internos como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc. y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (p.16)

La demanda turística es el eje fundamental de la industria turística y sobretodo es necesaria para originar la comercialización turística, sin demanda es decir sin visitantes o turistas prácticamente no existiría el turismo.

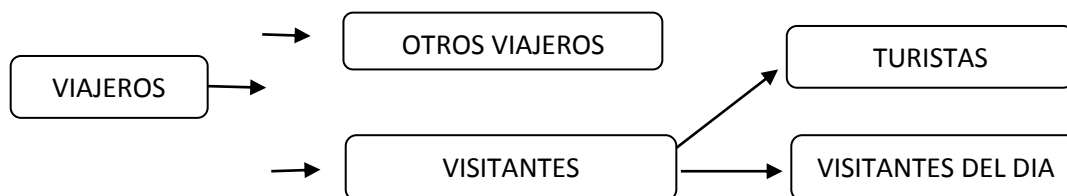
1.3.2.1. Clasificación de la demanda

Según OMT, (2002):

Por otra parte se debe distinguir entre dos conceptos todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se describen como visitantes. Por tanto, el término visitante representa el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas y se subdivide en otras dos categorías: turista y visitantes del día.

Grafico N.: 2

Clasificación de la demanda



Autor: Rolando Jácome

1.3.3. Oferta turística

Según Quesada (2007): “define la oferta turística como el conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones”. (p.125)

Imbabura, ubicada en la zona norte de la región Sierra, sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las provincias turísticas del Ecuador.

1.3.4. Comercialización turística

Una de las principales condiciones para el desarrollo de la actividad turística, es sin duda la comercialización; que es una relación directa entre la oferta y la demanda.

Plan integral de marketing turístico del Ecuador, PIMTE (2009) afirma:

Uno de los parámetros fundamentales en la comercialización son las relaciones existentes entre las empresas, organismos y clientes basadas especialmente en establecer y mantener una comunicación y comprensión duradera, una de las estrategias más utilizadas son las participaciones en ferias importantes del mundo como por ejemplo se puede citar: ITB en Berlín, FITUR en Madrid, SMV en París y WTV en Londres. La publicidad es otro de los aspectos relevantes en la comercialización de productos y servicios puesto que es un conjunto de técnicas de comunicación importantes que

intentan crear en el consumidor el deseo de viajar y de adquirir un producto o servicio turístico determinado de una empresa. (p.45)

La evolución de la tecnología ha marcado una pauta muy interesante en la comercialización turística debido a que los nuevos aparatos electrónicos, las agencias virtuales, los GDS, los pagos por vía *on line* han permitido que se mejore el comercio turístico y crezca de una forma muy considerable, facilitando tanto el trabajo de las empresas como el acceso de los clientes a la información.

1.3.5. El mercado turístico

Para PIMTE (2009):

Es el sector económico que engloba a todas las empresas que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener relación con el ocio, pero también con los viajes de negocios, estudios y otros motivos. En la actualidad el mercado turístico es una de las principales industrias a nivel mundial. Su realidad incluye al **turismo de masas** con grupos de personas movilizadas por un operador turístico y al **turismo individual** los turistas que organizan sus itinerarios y actividades sin la intervención de un operador. (p.46)

Como se va exponiendo, la actividad turística total está compuesta por una combinación de productos y servicios ofertados para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística.

1.3.6. Atractivos turísticos

Para Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible hacia el año 2020, PLANDETUR (2007): “son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.” (P.45)

Los atractivos turísticos son el punto central sobre el cual gravita la actividad del turismo constituyen la motivación que empuja a los turistas a desplazarse hacia lugares ajenos a su domicilio habitual. Se basan en los recursos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

1.3.6.1 CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Según Manual legal del turismo (2002):

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos

En la categoría de Sitios Naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos, Espeleológicas, Fenómenos Geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística, dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

1.3.7. Infraestructura Turística

Otra de las principales condiciones para el desarrollo de la actividad turística, es sin duda la dotación y mejoramiento de la infraestructura de acceso y la de servicios que incidan en el incremento del flujo de personas hacia las áreas con atractivos turísticos con el mayor confort posible.

Para Bermúdez (2002):

Infraestructura es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano. (p.45)

El desarrollo de un país depende de la infraestructura física, en este caso el Ecuador necesita mejorar su infraestructura debido a que es un país que cuenta con un potencial turístico alto.

1.3.8. Planta turística

Según OMT (2002): “está conformada por el conjunto de servicios que se les ofrece a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades”. (p.18)

La provincia de Imbabura comúnmente llamada la provincia de los lagos que recibe gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros cuenta con una planta turística variada tanto en calidad como en cantidad, de acorde con los presupuestos y preferencias de los turistas. Debido al progreso y desarrollo de la actividad turística en la provincia tanto las organizaciones públicas y privadas se han visto en la obligación de mejorar y supervisar la planta turística existente, para brindar una mejor atención y confort al cliente.

1.3.9. Patrimonio turístico

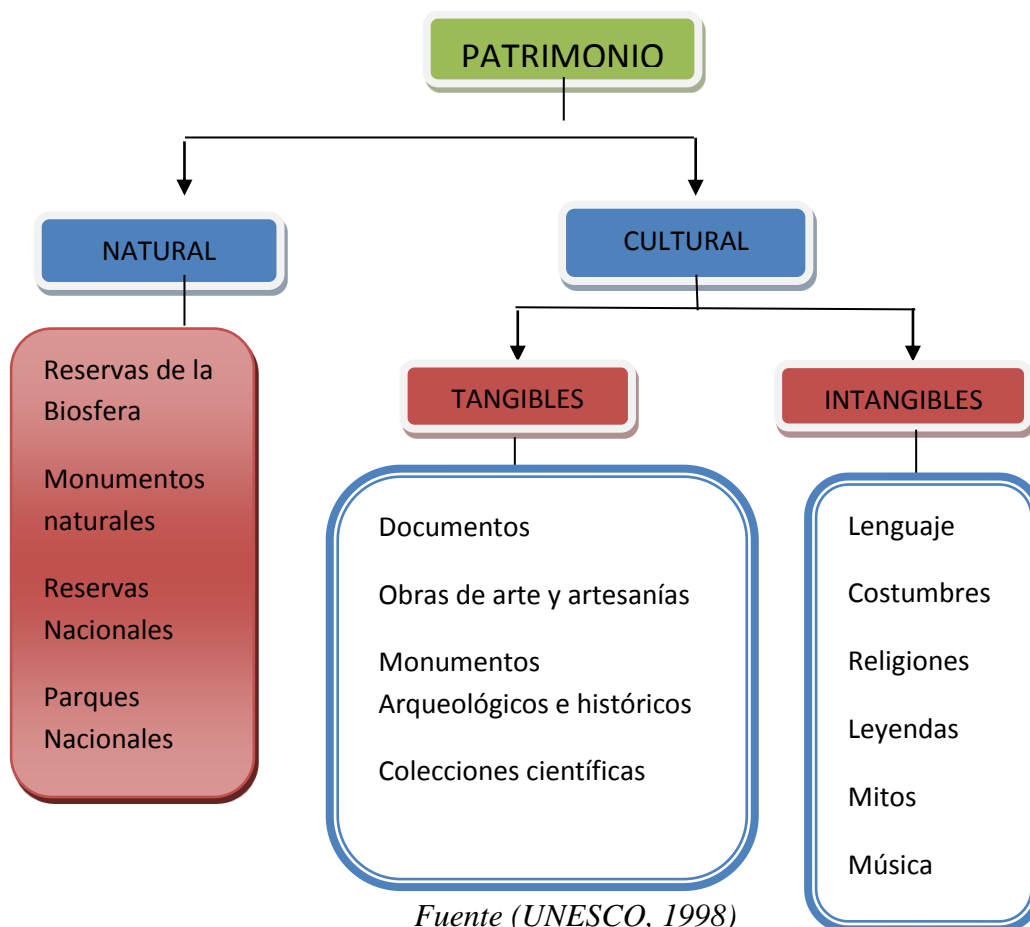
Según OMT (2002): “es el conjunto de elementos turísticos con que cuenta un país en un momento determinado”. (p.19).

Es decir, el patrimonio es un conjunto de elementos que incluye entornos naturales y culturales; abarca paisajes, sitios históricos, entornos construidos, tradiciones pasadas y presentes; conocimientos y experiencias vitales.

La necesidad de reencontrarse con uno mismo han hecho que el disfrute de lo natural se vaya convirtiendo en un bien de primera necesidad. Para conseguir valorizarlo es preciso una visión actual de la realidad patrimonial y sus recursos, como son el turismo responsable y la sostenibilidad

1.3.9.1. Tipos de Patrimonio

Gráfico Nro.: 3
Tipos de patrimonio



Fuente (UNESCO, 1998)

Autor: Rolando Jácome

Patrimonio Natural

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio.

UNESCO (1998) afirma: “*aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental*”

El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.

Patrimonio Cultural

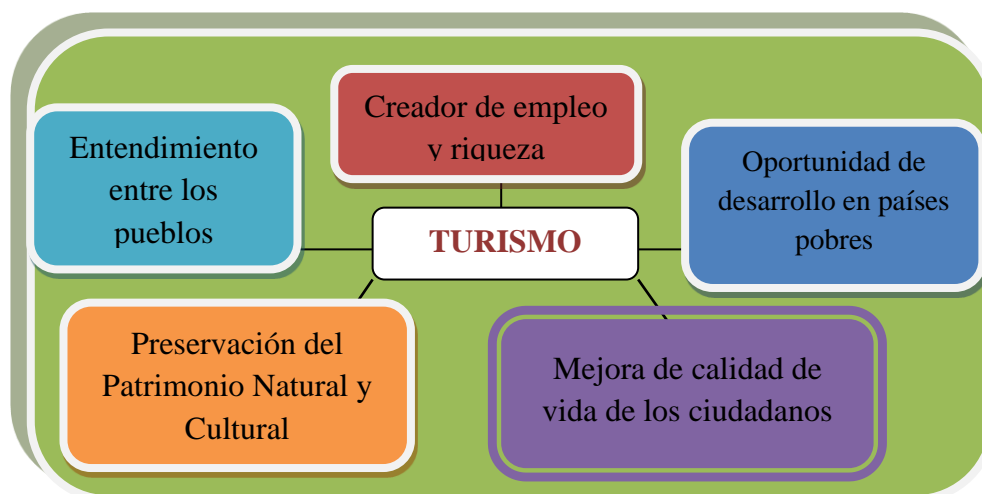
Para OMT (2002): “el patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética”. (p.1)

Es la herencia recibida de los antepasados y que viene a ser el testimonio de su existencia de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

1.4. Importancia del turismo

Gráfico Nro.: 4

Importancia del turismo



Autor: Rolando Jácome

Según SANCHO (2008):

La importancia del sector turístico se ha generalizado en el ámbito mundial y obedece a los cambios estructurales que se han venido dando: la reducción del sector manufacturero y el crecimiento del sector servicios. La corriente o flujo de divisas hacia

el área que produce el turismo no solo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas vinculadas directamente con la actividad turística sino que beneficia también al resto de sectores de la economía a través del denominado efecto multiplicador. (p.16)

Para conocer con profundidad la importancia del turismo es fundamental realizar una segmentación para facilitar el conocimiento.

1.4.1. Importancia económica del turismo

Según Sancho (2008): “importante al sector turístico desde el punto de vista económico debido a que el turismo es una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo nacional especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre el nivel de empleo, sobre el PIB y sobre las economías regionales” (p.16).

El turismo presenta algunas características y beneficios importantes dentro del área económica del País que le han hecho merecedora de la atención de las autoridades.

Es importante puesto que favorece la creación de empleos por la alta capacidad de mano de obra que esta actividad demanda, aportando así a la reducción del desempleo y de la pobreza de la población. Mediante la oferta de nuevos productos turísticos, promueve la equidad a través de la incorporación a esta actividad económica de comunidades y poblaciones tradicionalmente rezagadas como son las pertenecientes a muchas zonas rurales.

1.4.2. Importancia cultural del turismo

Kravets y De Camargo (2008), cita a Iriarte (2004):

El turismo cultural se da cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una traducción culinaria,

una tradición o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia, una danza única en su género, allí tendremos turismo cultural. (p.5)

Pero también es turismo cultural la convivencia con comunidades indígenas y otras.

Es una definición amplia y toma en cuenta varios aspectos a considerar el turismo cultural juega un papel muy importante en el Ecuador debido a que es un país que cuenta con gran potencial para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural.

Para SECTUR Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo (2008): “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. (p.35)

El turismo cultural constituye hoy en día un segmento en creciente expansión convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de algunas ciudades siendo un producto turístico en el que los consumidores buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura de la zona de interés.

Es menester señalar que la meta de hacer que el ocio turístico sea accesible para todos, necesariamente significa involucrarse en la lucha contra la desigualdad y la exclusión de las diferentes culturas, de aquellos con medios limitados o de aquellos que viven en países en desarrollo.

1.4.3. Importancia del medio ambiente en el turismo

Para RAINFOREST ALLIANCE, Buenas prácticas para el turismo sostenible (2008):

La calidad del ambiente tanto natural como artificial es esencial para el turismo. Sin embargo, la relación del turismo con el ambiente es compleja e implica cuantiosas actividades que pueden tener efectos ambientales adversos. Muchos de estos impactos están ligados a la construcción de infraestructura como son: los caminos y aeropuertos, las instalaciones turísticas, hoteles, restaurantes, tiendas, etc. Por otra parte, el turismo tiene el potencial para crear efectos beneficiosos sobre el medio ambiente al contribuir con su protección y conservación. De esta manera se crea una consciencia a favor de los valores ambientales que puede servir como herramienta para financiar la protección de áreas naturales y para aumentar su importancia económica. (p.63)

Educación y concientización es otro de los fundamentos importantes dentro la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental debido a que las personas cada vez son más conscientes del respeto que se debe tener con la naturaleza en especial con los atractivos turísticos que se esté visitando.

1.5. Tendencias actuales del turismo

Las tendencias de la economía mundial y los cambios acelerados que se están verificando en todos los ámbitos, afectará de manera significativa al desarrollo de la actividad turística.

Sancho (2008) afirma:

La tendencia es al cambio: Por un lado **turistas más informados y exigentes** con mayor disponibilidad para viajar, por otro lado el **mercado provee nuevos destinos** aumentando la diversificación de productos turísticos ofertados y destinos emergentes. Otro de los factores es el aumento del tiempo libre en los países desarrollados da como resultado viajes de placer más frecuentes, sobre todo de corta duración, realizados durante todo el año. Se considera importante el aumento de la

población madura y de edad avanzada (34 y 65 años de edad) como parte fundamental del cambio ya que están dotados de mayores ingresos disponibles para gastar a discreción. La tecnología juega un rol muy importante en el turismo ya que con su continua innovación facilita el ejercicio turístico. Las búsquedas por móvil relacionadas con viajes han tenido crecimientos exponenciales en el último año. La tecnología de geo localización y las múltiples aplicaciones móviles están suponiendo una revolución en la manera de comunicar permitiendo a los usuarios un papel mucho más activo. No sólo se usa la tecnología para romper los canales de distribución tradicionales en cuanto a búsqueda de información y adquisición de billetes y reservas, sino que la experiencia continúa en destino y después del viaje a través de las redes sociales. (p.385, 387)

Actualmente uno de los factores primordiales que contribuyen al cambio del turismo son las nuevas prioridades, individualidad que tienen los turistas son más conscientes del entorno que les rodea y de los problemas de conservación, medioambientales y culturales buscan nuevas experiencias y actividades durante sus viajes, exigen mayor atención personal y mejor calidad en los servicios. Todo esto es debido a la experiencia que tienen como demanda turística, toleran menos las limitaciones impuestas por los paquetes turísticos estandarizados y esperan mayor posibilidades de elección y flexibilidad en los itinerarios.

1.6. Tipos de turismo

El Ecuador posee una posición única en el mundo las cuatro regiones naturales: costa, sierra, oriente y región insular, todo este conjunto de aspectos relevantes le garantizan la perspectiva de enfocarse en potenciar el sistema turístico.

1.6.1. TURISMO INTERNO

Para OMT (2002): “el turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno”.

Es el que realizan los habitantes de un país sin salir de su propio territorio.

Este tipo de turismo origina notables beneficios dentro de un país, en Ecuador es accesible, variado y satisfactorio. Se considera que la capital del país es la ciudad que frecuentemente ha sido visitada por turistas debido a que cuenta con el centro histórico (patrimonio cultural de la Humanidad) y sus majestuosas iglesias

1.6.2. TURISMO RECEPTIVO

Para OMT (2002): “es el que se produce en un país, cuando llegan a él, visitantes que residen en otras naciones, con la intención de permanecer un tiempo determinado en el mismo”.

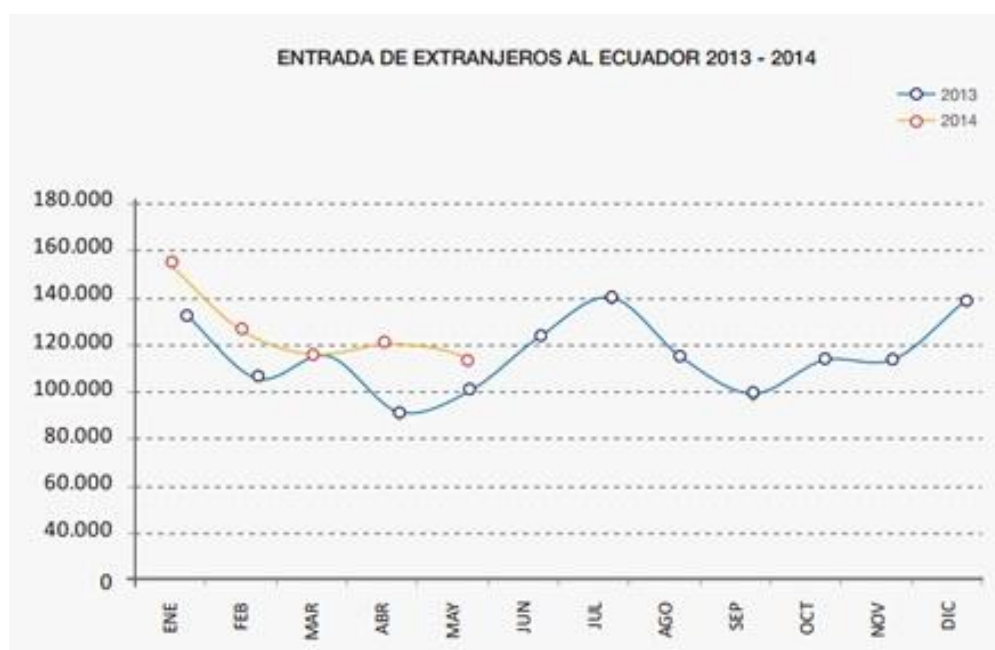
El turismo receptivo se realiza de manera muy masiva cada año alrededor del mundo entero. Por lo general los países suelen verse beneficiados por parte del viaje de muchos turistas provenientes de naciones vecinas, el turismo receptivo en la mayoría de casos es el causante de los más altos ingresos puesto que los visitantes extranjeros suelen ser más propensos a realizar gastos amplios con tal de mantener una experiencia de viaje satisfactoria, así mismo suelen adquirir *souvenirs* del lugar visitado.

Según OPTUR Asociación nacional de operadoras de turismo del Ecuador, (2015): el turismo receptivo en el Ecuador en el mes de mayo del 2014 mantiene un sostenido crecimiento en la llegada de extranjeros, reflejado en el 13% de incremento en relación a mayo del 2013

Entrada de extranjeros al Ecuador.

Grafico N.: 5

Entrada de Extranjeros al Ecuador



Fuente: OPTUR, (2015)

Autor: Rolando Jácome

Tabla Nro. 1
Entrada de extranjeros al Ecuador

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
MAR	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990	97.372	13,24
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519	12,48
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674	112.061	12,43
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790	136.799	11,41
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.366.269	7,42

Fuente: (MINTUR 2014)

Autor: Rolando Jácome

1.6.3. Turismo emisor

Para OMT (2002): “forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.”

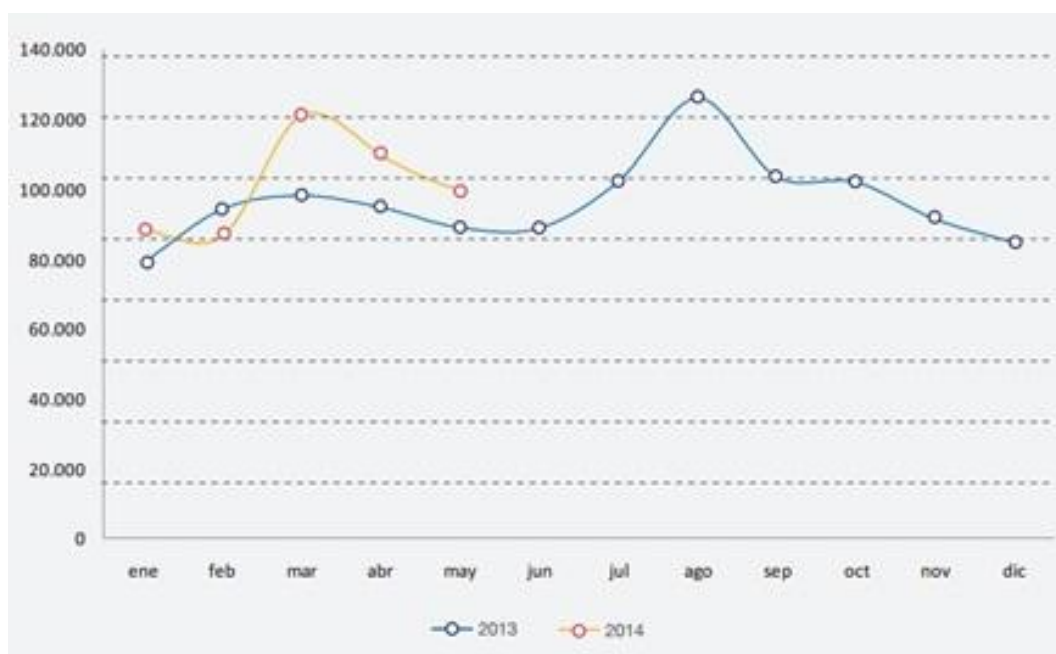
La mayoría de personas viajan con la finalidad de conocer y disfrutar de atractivos turísticos en otro país, se sobreentiende que el turismo emisor también es fuente generador de interrelaciones sociales al momento de visitar.

Según OPTUR, (2015):

Durante el mes de mayo de 2014 se registran 98.416 ecuatorianos que salen al exterior, con lo cual se obtiene un crecimiento del 10% respecto a las salidas realizadas en mayo de 2013, y durante el período enero-mayo de 2014 existe un considerable crecimiento de salidas de ecuatorianos al exterior cercano al 11% respecto al mismo período del año anterior.

Grafico N.: 6

Salida de ecuatorianos al exterior



Fuente: OPTUR, (2015)

Autor: Rolando Jácome

Tabla Nro. 2
Salida de ecuatorianos al exterior

MESES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	67.521	71.172	69.601	77.532	79.108	2,03
FEB	72.591	74.436	68.524	90.608	94.464	4,26
MAR	75.150	81.686	89.613	91.453	98.292	7,48
ABR	64.992	72.231	80.856	80.966	94.894	17,20
MAY	57.869	70.330	79.986	81.047	89.092	9,93
JUN	55.297	61.070	70.876	66.422	88.962	33,93
JUL	71.234	80.855	99.145	94.567	102.343	8,22
AGO	81.338	96.675	117.569	113.567	126.286	11,20
SEP	74.494	78.575	95.658	88.803	103.598	16,66
OCT	70.641	79.108	90.301	84.368	102.160	21,09
NOV	63.713	70.227	91.092	83.399	91.549	9,77
DIC	58.797	62.520	69.230	69.473	84.814	22,08
TOTAL	813.637	898.885	1.022.451	1.022.205	1.155.562	13,05

Fuente: (MINTUR 2014)

Autor: Rolando Jácome

1.7. Modalidades del turismo.

Para SECTUR, (2004):

Sin duda, el viajar representa un sinónimo de placer y calidad de vida, también es una de las formas más expresivas de establecer y desarrollar valores físicos, intelectuales, morales y emocionales, por ello, el turismo no puede estar estático, el turismo como actividad económica y social debe responder a los movimientos, cambios y exigencias que solicita el ser humano a través de sus necesidades de aprovechamiento de su tiempo libre, este tiempo, que compromete espacios geográficos involucrando recursos naturales y culturales que satisfagan las expectativas imaginadas por un turista que está en busca de nuevas experiencias, es el compromiso de un anfitrión de hacer sentir bien a

quien lo visita mediante la interpretación y reflexión de las diferentes formas de vida y del vivir. (p.22)

Las modalidades de turismo tienen relación directa con la sostenibilidad puesto que son formas de turismo que no son agresivas con el medio, se puede citar el turismo alternativo que engloba tres grandes grupos de actividades.

1.7.1. Turismo alternativo

Para SECTUR, (2004):

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (p.22)

EL Turismo Alternativo representa una oportunidad de participar y fomentar en los viajeros, la necesidad de salvaguardar los recursos naturales y culturales, se divide en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural.

1.7.1.1 Ecoturismo

Según OMT, (2002):

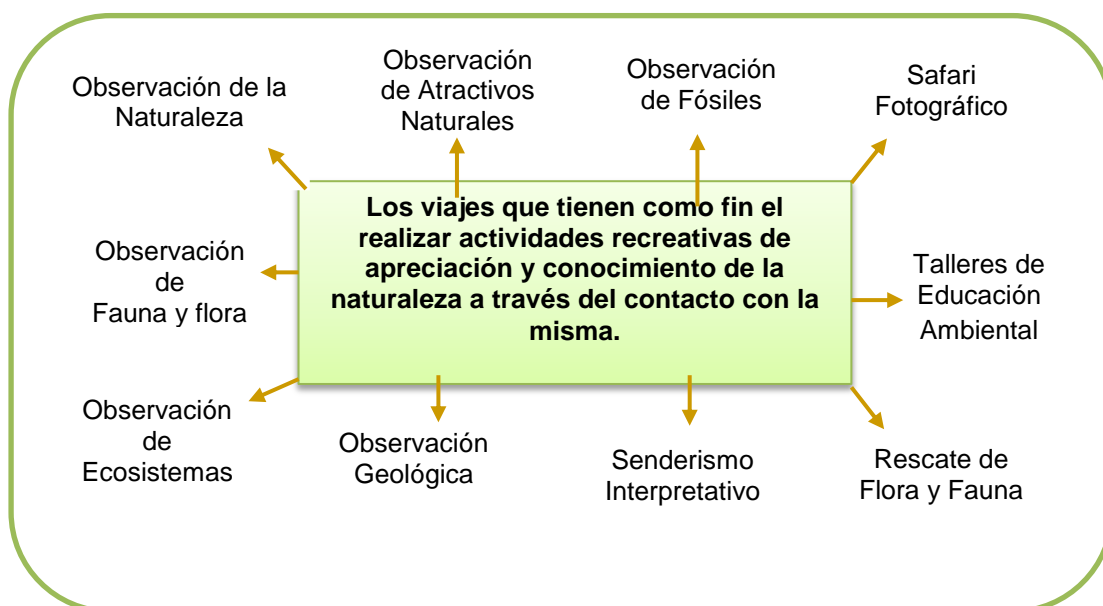
Todas las formas de turismo en las que la principal motivación del turista es la observación y la apreciación de la naturaleza y que contribuyen a la conservación del entorno natural y del Patrimonio cultural con el menor impacto negativo posible.

Como se expone en la actualidad el eco turismo es una actividad aceptada y que está creciendo significativamente, razón por la cual establecimientos turísticos lo mantiene como eje fundamental de su negocio.

Entre las actividades más reconocidas y practicadas en esta modalidad son:

Gráfico Nro.: 7

Ecoturismo



Fuente: (SECTUR, 2004)

Autor: Rolando Jácome

1.7.1.2. Turismo de aventura

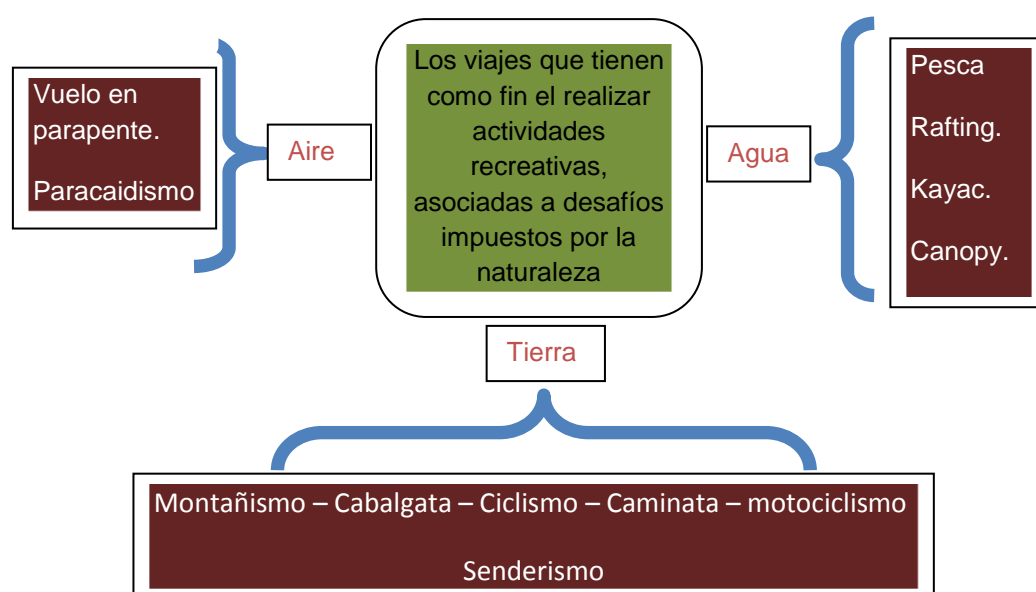
Según OMT (1996): "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". (p.85)

En esta modalidad el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de logro al superar un reto impuesto por la naturaleza, esta modalidad está compuesta por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire, en el caso de Ecuador son las que se están desarrollando por las características geográficas y climatológicas del país.

Gráfico Nro.: 8

Turismo de aventura

TURISMO DE AVENTURA



Fuente: (MINTUR, 2008)

Autor: Rolando Jácome

1.7.1.3. Turismo rural

Según OMT (1999):

Supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares.

Esta modalidad tiene como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

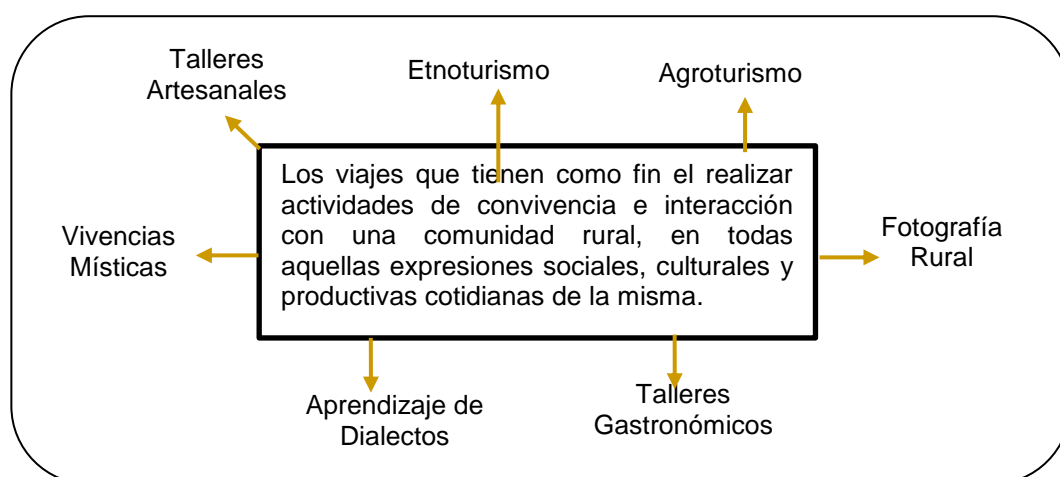
Según Aguirre (2002):

En el turismo rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas. (p.102)

Es una de las modalidades más importantes debido al conocimiento de la cultura y a la interrelación social como se expone el visitante forma parte activa de la comunidad en todas las actividades a realizarse o a conocer, en el país se ha determinado algunas entre ellas:

Gráfico Nro.: 9

Turismo Rural



Fuente: (MINTUR, 2008)

Autor: Rolando Jácome

1.8. Hostería

Nomenclatura (HT)

Ley de turismo (2008) establece:

Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (p.25)

Desde un punto de vista laboral una hostería es un establecimiento que cuenta con todos los servicios y equipamientos para ofrecer confort a los turistas y puede generar impactos positivos alrededor de la misma, genera trabajo, efecto multiplicador, etc. Y puede desarrollar una rentabilidad deseada.

1.9. Turismo sostenible

Aragón (2005) cita a (OMT, 1993):

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

El incremento de la preocupación por el medio ambiente y su conservación ha llevado al sector hostelero a ofrecer innovadores lugares donde poder pasar las vacaciones. Desde casas rurales en mitad de parajes naturales de alto interés biológico, hasta hoteles que alimentan la calefacción con paneles solares, todo vale si el fin último es el medio ambiente. En muchos casos se combina el factor rural con el diseño interior, la arquitectura y la protección del medio ambiente, son los conocidos como hoteles ecológicos y

sostenibles. Este tipo de alojamientos tienen dos objetivos claros: por un lado colaborar con la medio manteniendo y fomentando la biodiversidad de la zona donde están ubicados y por otro que los huéspedes se sientan cómodos. Algunas características del turismo sostenible son:

1.9.1. El turismo sostenible en el Ecuador

El PLANDETUR 2020 (2007) plantea:

El reto de orientar la política sectorial con horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta han reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el país buscando potenciar en los próximos trece años un desarrollo integral con visión sectorial para lograr un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida. (p.10)

Ecuador promueve el turismo sostenible como una actividad económica que planificada e implementada de manera cuidadosa tiene la capacidad de contribuir a la conservación de los ecosistemas y al mantenimiento de los servicios ambientales que estos generan y al mismo tiempo, puede aportar al bienestar de las poblaciones locales.

1.10. Calidad de servicios turísticos

Según De la Torre, (2011):

La calidad en los servicios es determinada por cada cliente o usuario, y está basada totalmente en su percepción de la realidad, por lo que es resultado de la evaluación personal sobre el nivel de servicio que entiende ha recibido, comparado contra sus expectativas, pudiendo tener como resultado la satisfacción o insatisfacción. (p.18)

Convertirse en una organización de servicios de calidad, hoy en día no es tarea fácil, ante la globalización de mercados y la cada vez creciente competencia, la presión por ofrecer un buen desempeño de alta calidad es cada vez más grande. Los clientes no tienen una sino

varias opciones donde satisfacer sus expectativas y lo hacen buscando en los competidores más cercanos.

Una empresa responsable que busca mejorar la calidad de los servicios deberá ajustar periódicamente los criterios para concordarlos en función a nuevas características de los servicios demandados por los clientes. Por ello es menester desarrollar una cultura de control interna, esta permite asegurar la calidad del servicio y para ello se requiere de un sistema de monitoreo que permita la verificación y fiel cumplimiento de sus responsabilidades, procurando mantener los estándares de calidad alcanzados y de las mejoras esperadas.

1.11. Corporación financiera nacional.

DEL FINANCIAMIENTO

Art. 37.-Los créditos se otorgarán en base a un perfil, proyecto o emprendimiento productivo, cuya viabilidad técnica y económica, financiera y ambiental haya sido analizada y aprobada previamente por la Instancia de Aprobación de Crédito respectiva. El Banco proporcionará los términos de referencia para la elaboración de proyectos, cuando éstos sean necesarios.

Art. 38.-El financiamiento depende de la viabilidad del perfil, proyecto o emprendimiento productivo, del monto y del destino de la operación. El monto a concederse a una persona natural o jurídica será de hasta el 80% del valor de la inversión, salvo excepciones autorizadas por el Directorio o la Gerencia General, de conformidad a la Normativa vigente y este Reglamento.

Art. 39.-Los préstamos que otorgue el Banco, deberán satisfacer las necesidades reales de financiamiento del respectivo perfil, proyecto o emprendimiento productivo. El crédito constituirá el complemento justo de financiamiento de una actividad económica, mas no será sustitutivo de los recursos que disponga el solicitante para dicha actividad.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes

Debido a la ausencia de establecimientos turísticos en la comunidad Llurimagua en la Parroquia de García Moreno se conoce que existe una minúscula afluencia de turistas en este sector, es por este motivo que nace la idea de crear un nuevo ambiente relacionado directamente con el ecoturismo, uno de los lugares apropiados para hacer visible esta actividad se encuentran en la comunidad de Llurimagua, a tan solo 89 km. de Otavalo y a 96.4 km. de Cotacachi.

El conocimiento que tiene el investigador, donde se llevará a cabo el estudio permitirá contribuir en el diseño y la realización del mismo puesto que por poseer una finca en esta zona, conoce personalmente los atractivos turísticos que aún no han sido explotados y las posibles rutas y actividades recreativas que podrían ser llevadas a cabo aprovechando los recursos naturales y culturales que presenta.

El trabajo investigativo de campo se realizó con métodos efectivos de investigación, técnicas e instrumentos que ayudaron a desarrollar y hacer un buen trabajo, el presente se ejecutó las dos primeras semanas del mes de abril del 2014. Es menester mencionar que los instrumentos fueron aplicados a los visitantes que llegan a la zona de Intag, como también a personajes importantes Presidentes de la Comunidad y Junta Parroquial que nos facilitaron con entrevistas, también contamos con la ayuda de personas expertos en el tema para tener más información y conocimiento acerca del estudio.

La ayuda requerida fue aceptada por la mayor parte de los turistas, sin embargo se puede considerar que al principio hubo resistencia que se pudo resolver por medio de un diálogo y una explicación detallada. Podemos decir que no existieron mayores dificultades para conseguir la información.

2.2. Objetivos del diagnóstico

2.2.1. Objetivo general

- ✚ Analizar la situación actual del turismo en la zona de intag para estar al tanto con el objeto de estudio.

2.2.2. Objetivos Específicos

- ✚ Conocer la aceptación del turismo alternativo como nuevo método de satisfacción en la zona de intag.
- ✚ Evaluar el grado de satisfacción de los turistas cuando hacen uso de instalaciones turísticas en la zona.
- ✚ Delimitar la demanda potencial en la comunidad de Llurimagua.
- ✚ Determinar medios preferidos por los turistas para la publicidad y marketing del establecimiento.
- ✚ Considerar la frecuencia de visita y días de hospedaje de turistas para ofrecer paquetes turísticos acordes a su permanencia.

2.3. Variables del diagnóstico

Una vez planteados los objetivos es necesario diferenciar las variables respectivas para cada uno de los objetivos propuestos:

- ✚ Variable Nro. 1 Situación actual.

-
- ✚ Variable Nro. 2 Aceptación del turismo alternativo.
 - ✚ Variable Nro. 3 Grado de satisfacción.
 - ✚ Variable Nro. 4 Demanda potencial.
 - ✚ Variable Nro. 5 Medios de comunicación.
 - ✚ Variable Nro. 6 Frecuencia de visita y hospedaje.

2.4.Indicadores

Los sub aspectos que tributan información para cada una de las variables se los denomina indicadores, por tal razón, con la finalidad de desarrollar una investigación de campo trascendente e importante, ha sido necesario determinar técnicamente algunos indicadores para cada variable siendo estos los siguientes:

Variable Nro. 1 Situación actual.

Indicadores:

- Desarrollo turístico.
- Desarrollo ecológico.
- Infraestructura.
- Accesibilidad

Variable Nro. 2 Aceptación del turismo alternativo.

Indicadores:

- Modalidades de turismo
- Turismo de aventura
- Ecoturismo
- Turismo rural

Variable Nro. 3 Grado de satisfacción.

Indicadores:

- Planta turística

-
- Calidad
 - Facilidad
 - Actividades recreativas

Variable Nro. 4 Demanda potencial.**Indicadores**

- Turismo interno.
- Turismo receptivo.
- Turismo grupal.
- Tour operadores.

Variable Nro. 5 Medios de comunicación.**Indicadores**

- Página web.
- Redes Sociales.
- Medios Impresos.
- Métodos publicitarios.

Variable Nro. 6 Frecuencia de visita y hospedaje.**Indicadores:**

- Feriados.
- Vacaciones.
- Alojamiento.
- Tour operadores

2.5.Matriz de relación diagnóstica

Es necesario a más de objetivos diagnósticos, variables e indicadores determinar técnicas de investigación para cada situación, para lo cual la Matriz de Relación ayuda con la lógica del diseño para cada función.

Tabla Nro.: 3
Matriz de relación diagnóstica.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
1.- Analizar la situación actual del turismo en la zona de intag para estar al tanto con el objeto de estudio.	Situación actual.	Desarrollo turístico. Desarrollo ecológico. Infraestructura. Accesibilidad	Observación Entrevista Encuesta	Junta parroquial. Población del sector. Campo.
2.- Conocer la aceptación del turismo alternativo como nuevo método de satisfacción en la zona de intag.	Aceptación del turismo alternativo.	Modalidades de turismo Turismo de aventura Ecoturismo Turismo rural	Observación Encuestas	Visitantes. Miembros de la zona. Turistas
3.- Evaluar el grado de satisfacción de los turistas cuando hacen uso de instalaciones turísticas en la zona.	Grado de satisfacción.	Planta turística Calidad Facilidad Actividades recreativas	Observación Encuesta	Visitantes. Miembros de la zona. Turistas
4.- Delimitar la demanda potencial en la comunidad de Llurimagua.	Demanda potencial.	Turismo interno. Turismo receptivo. Turismo grupal. Tour operadores.	Observación Encuesta	Turistas Miembros de la comunidad
5.- Determinar medios preferidos por los turistas para la publicidad y marketing del establecimiento.	Medios de comunicación	Página web. Redes Sociales. Medios Impresos. Métodos	Observación Encuesta	Análisis del mercado, planes de turismo de la zona. Turistas.

6.- Considerar la frecuencia de visita y días de hospedaje de turistas para ofrecer paquetes turísticos acordes a su permanencia.	Frecuencia de visita y hospedaje.	Feridos. Vacaciones. Alojamiento. Tour operadores	Encuesta Observación	Visitantes. Turistas. Competencia. Departamento de turismo
---	-----------------------------------	--	-------------------------	---

Autor: Rolando Jácome

2.6 Mecánica operativa

2.6.1 Población o universo.- determinar la población o universo constituye un factor determinante para hacer la investigación, pues así es importante tomar en cuenta los objetivos diagnósticos para mantener la relación. El presente indica la población o universo a tomar en cuenta.

Población: los turistas que llegan a la zona de Intag, para ello se han tomado en cuenta los sectores que pertenecen a la Parroquia García Moreno y su principal atractivo turístico de la zona de Intag “Termas De Nangulví” como también fuentes de información del Departamento de turismo del Cantón Cotacachi.

El número de visitantes que llegan por año a la zona de Intag según investigaciones anteriores son de 12.847 visitantes. (*PRODECI, 2008*)

2.6.2 Identificación de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula, con un margen de error admisible del 7%.

Gráfico N.:10
Formula muestral

$$n = \frac{N}{E}$$

n = Tamaño de la muestra

N= Población.

E = Error de muestreo.

$$n = \frac{12847}{E}$$

n = 200

Autor: Rolando Jácome

2.7 Metodología.

Uno de los problemas más agudos y complejos que debe enfrentar en la actualidad cualquier individuo que quiera investigar es la gran cantidad de métodos, técnicas e instrumentos que existen como opciones para realizar una investigación científica.

2.7.1. Métodos.

2.7.1.1 Analítico – Sintético.

Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual y luego de forma integral.

MÉTODO ANALÍTICO.- consiste en la desmembración de un todo, para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

MÉTODO SINTÉTICO.- Implica la síntesis esto es, unión de elementos para formar un todo, este método nos lleva, por ende, de las causas a los efectos y de los principios a las conclusiones.

2.7.1.2. Inductivo – Deductivo.

MÉTODO INDUCTIVO.- mediante este método se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

MÉTODO DEDUCTIVO.- este método considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.

2.7.1.3 Histórico – Lógico

Este método se refiere a que en la sociedad los diversos problemas o fenómenos no se presentan de manera espontánea sino que es un resultado de un largo proceso que los origina, motiva o da lugar a su existencia. Esta evolución de otra parte no es rigurosa o repetitiva de manera similar, sino que va cambiando de acuerdo a determinadas tendencias o expresiones que ayuda a interpretarlos de una manera secuencial.

La lógica se refiere entonces a aquellos resultados previsibles y lo histórico a la cuestión evolutiva de los fenómenos.

Lógico: existe la relación causa – efecto

Histórico: tiene un pasado – presente – futuro.

2.7.2. Técnicas

Es aquel tipo de información que se ha recogido directamente, a través del contacto directo con el objeto de estudio, puesto que ya se determinó el tamaño muestral para realizar el respectivo diagnóstico se estableció que la mayoría de la muestra será el número de personas encuestadas mientras que el resto se garantizaría la información mediante las entrevistas.

2.7.2.1. Encuesta

La primera y segunda semana del mes de Abril del 2014 se realizaron las encuestas en la zona de Intag principalmente en las “termas de Nangulví” como principal atractivo turístico y en los sectores: chontal bajo, complejo ecoturístico Junín, zona de los Manduriacos y cielo verde, lugares en los cuales se está promoviendo el turismo ecológico.

2.7.2.2. Entrevistas

Se realizaron entrevistas la tercera semana del mes de abril del 2014 con temas de interés, a la Sra. Gisela Morales Presidenta de la junta Parroquial de García Moreno, Al Sr. Guido Cousin referente de la comunidad de Llurimagua, al Sr. Hugo Jácome Presidente de la comunidad Llurimagua, para recabar información relacionada solamente con el entorno turístico que presenta la zona de Intag y la factibilidad para crear un establecimiento turístico en la comunidad de Llurimagua.

2.7.2.3. Observación

Se realizó las observaciones directamente en el lugar de estudio para conocer detalladamente los atractivos y posibles rutas a crearse y la ubicación exacta para realizar el diagnóstico.

2.7.3. Instrumentos

Con el propósito de recopilar información verídica para el trabajo se contó con informaciones específicas para ampliar el tema y que sirva de base para la investigación tales como: internet, revistas, materiales bibliográficos.

2.7.3.1. Cuestionario de Encuestas

El cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para que sea contestado por la población o su muestra. (Anexo # 2)

2.7.3.2 Cuestionario de entrevistas

La entrevista es un diálogo intencional, una conversación personal que el entrevistador establece con el sujeto investigado, con el propósito de obtener información, la ejecución de la entrevista comprende cuatro fases importantes:

El contacto inicial con el entrevistado.

La formulación de las preguntas.

La anotación de las respuestas.

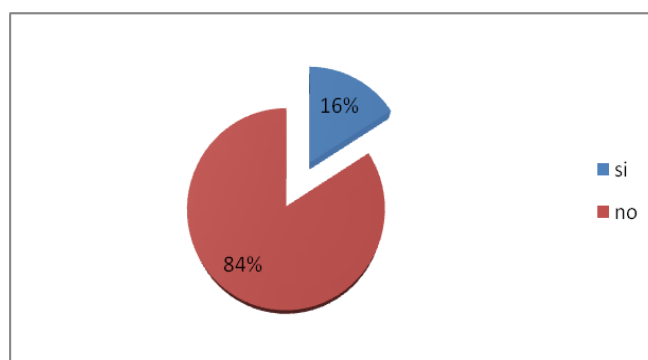
La terminación de la entrevista. (Anexo # 3)

2.8 Procesamiento de la información

A continuación se detalla los resultados obtenidos de la encuesta de cada una de las preguntas con su respectivo análisis.

1.- ¿Es la primera vez que visita la zona de Intag?*Tabla 4**Visita a intag por 1ra vez.*

Visita x 1 ves	Encuestas	Porcentaje
SI	30	16%
NO	165	84%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 11**Porcentaje de visita por 1ra vez.**Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014**Autor: Rolando Jácome***Análisis:**

Una mínima parte de los encuestados visitaron Intag por primera vez, mientras que los demás encuestados ya han estado antes en al menos una ocasión. Esto implica un importante reto de que los visitantes se lleven una experiencia satisfactoria para provocar repetidas visitas, mediante la creación de una hostería ecoturística que brinde una completa planta turística para satisfacer cualquier tipo de necesidad, debido a que su lugar de residencia se encuentra relativamente cerca.

2.- ¿Cuántas veces ha visitado la zona de Intag?

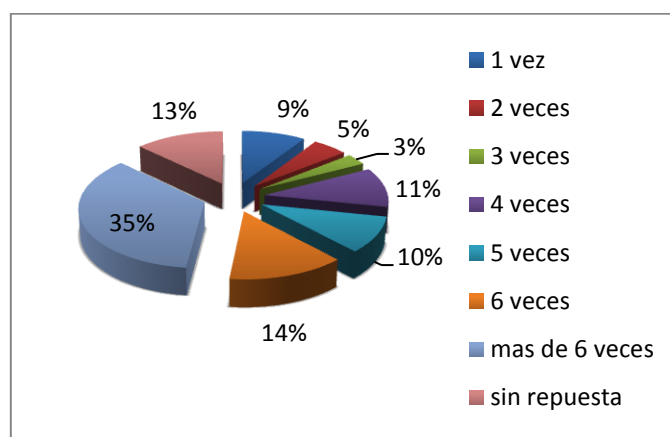
Tabla 5

Número de visitas.

# Visitas	Encuestas	Porcentaje
1	18	9%
2	10	5%
3	6	3%
4	21	11%
5	19	10%
6	27	14%
Más de 6	69	35%
Sin respuesta	25	13%
TOTAL	195	100%

Gráfico 12

Porcentaje número de visitas



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

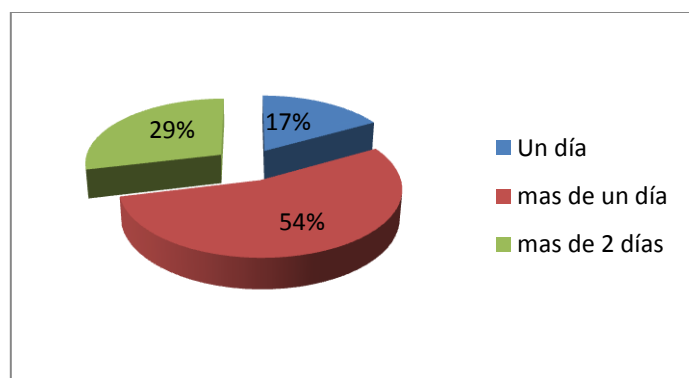
Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Como se puede apreciar en el grafico aproximadamente la mitad de los encuestados ha realizado viajes a Intag más de seis ocasiones esto quiere decir que Intag cuenta con un importante potencial turístico debido a sus características geográficas, morfológicas, ecológicas y culturales.

3.- ¿Cuándo ha visitado, que tiempo se ha quedado en la zona de Intag?*Tabla 6**Días de permanencia*

Permanencia	Encuestas	Porcentaje
1 día	33	17%
Más de 1 día	106	54%
Más de 2 días	56	29%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 13**Porcentaje días de permanencia*

Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Una pequeña parte de los encuestados se quedan solamente un día, quienes se quedan más de un día, pernoctan en la zona. Esto implica gasto turístico en servicios de alimentación, alojamiento, recreación, compras, etc. Lo cual significa la necesidad de disponer variedad importante de oferta de servicios para convencer a clientes potenciales de quedarse en la zona durante varios días más, mediante la creación de nuevos ambientes y rutas turísticas para el total conocimiento de los atractivos tanto naturales como culturales que existen en Intag.

4.- ¿Generalmente en que local usted prefiere para hospedarse?

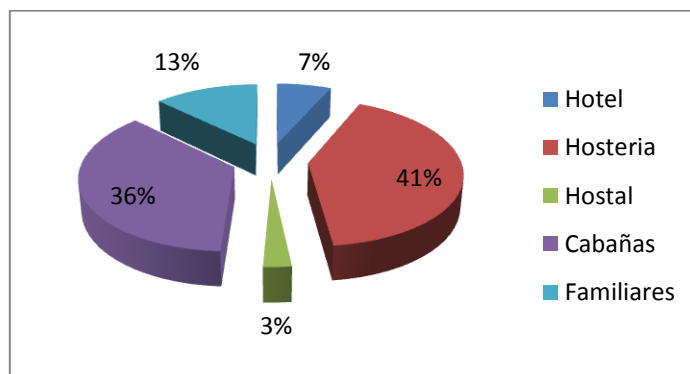
Tabla 7

Alojamiento preferencial

Alojamiento preferencial	Encuestas	Porcentaje
Hotel	13	7%
Hostería	81	41%
Hostal	5	3%
Cabañas	71	36%
Familiares	25	13%
TOTAL	195	100%

Gráfico 14

Porcentaje Alojamiento preferencial



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

La mayoría de encuestados utilizan alojamiento comercial, es decir que en la zona de Intag existe la posibilidad de fomentar iniciativas para el fortalecimiento del turismo, como se observa prefieren hospedarse en hosterías, seguido de cabañas mientras que un bajo porcentaje prefieren hacerlo en casa.

5.- Los servicios hoteleros que hay en la zona de Intag ¿han cubierto sus expectativas?

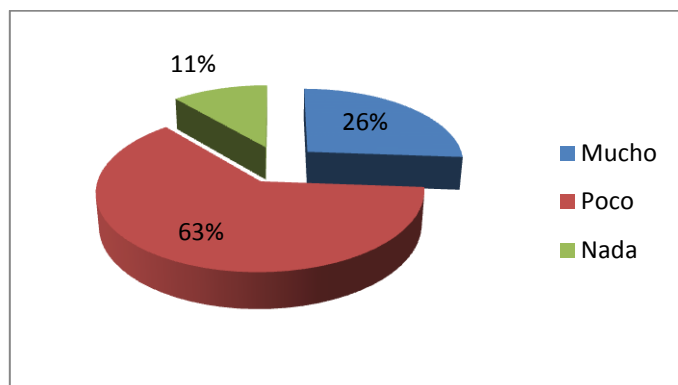
Tabla 8

Expectativas del servicio

Expectativas del servicio	Encuestas	Porcentaje
Mucho	51	26%
Poco	122	63%
Nada	22	11%
TOTAL	195	100%

Gráfico 15

Porcentaje expectativas del servicio



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Esta pregunta es muy interesante puesto que, como se aprecia en el gráfico más de la mitad de los encuestados afirman que la prestación de servicios hoteleros en la zona de Intag no han cubierto sus expectativas pese a que existe una gran afluencia de turistas en el año, esto permite reconocer que los establecimientos de turismo de la zona necesitan ser manejados de una manera técnica aplicando rigurosos estándares y sobre todo estar a la vanguardia y a los cambios que la globalización así lo exige.

6.- ¿Con qué frecuencia ha realizado viajes de turismo a la zona de Intag?

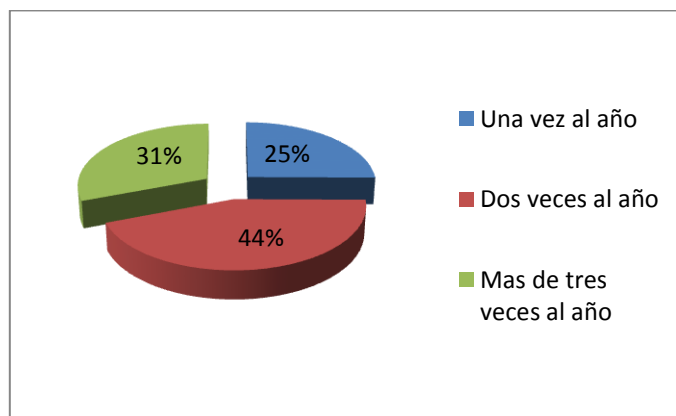
Tabla 9

Frecuencia de visita

Frecuencia de visita	Encuestas	Porcentaje
Una vez al año	49	25%
Dos veces al año	86	44%
Más de tres veces al año	60	31%
TOTAL	195	100%

Gráfico 16

Porcentaje frecuencia de visita



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Es necesario que se fomente el turismo ecológico mediante la creación de una hostería en Llurimagua la cual promueva la sostenibilidad ambiental y certifique la calidad en sus servicios, generando en los turistas una continuidad de ingreso, la zona tiene gran acogida principalmente en feriados y fines de semana.

7.- ¿Qué tipo de transporte utiliza usted para llegar a la zona de Intag?

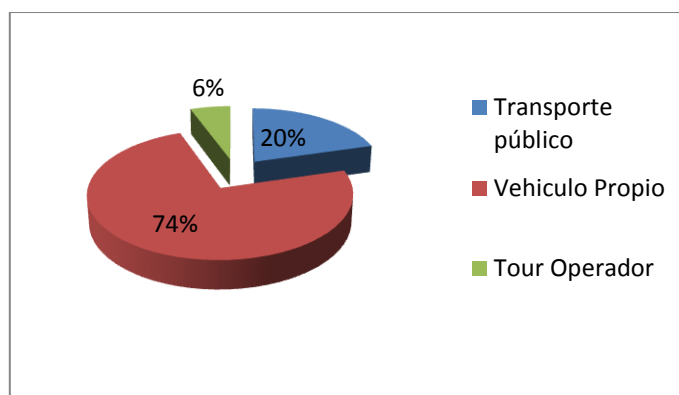
Tabla 10

Transporte utilizado

Transporte utilizado	Encuestas	Porcentaje
Publico	40	20%
Vehículo propio	144	74%
Tour operador	11	6%
TOTAL	195	100%

Gráfico 17

Porcentaje transporte utilizado



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

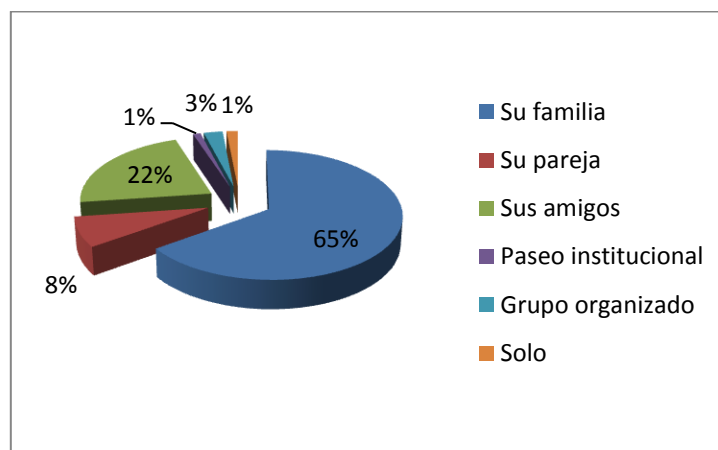
Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Se puede imaginar la importancia de la señalización vial y turística que puede ofrecer una hostería facilitando un croquis de ubicación, a fin de facilitar el acceso a los diferentes lugares de la zona, debido a que una pequeña parte de los visitantes llegan por primera vez a la zona, y quienes lo hacen en vehículo propio necesitan este tipo de facilidades para evitar que se extravién o tomen una dirección equivocada.

8.- Usted vino a la zona de Intag con:*Tabla 11**Visita acompañado de*

Visita acompañado de	Encuestas	Porcentaje
Su familia	127	65%
Su pareja	15	8%
Sus amigos	43	22%
Paseo institucional	2	1%
Grupo organizado	5	3%
Solo	3	1%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 18**Porcentaje visita acompañado de**Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014**Autor: Rolando Jácome***Análisis:**

Este particular implica la necesidad de implementar actividades recreativas familiares, facilidades que se llevarían a cabo en una hostería tales como: juegos infantiles, práctica de paseos a caballo, paseos en bicicleta, pesca deportiva, etc. Elementos aptos para animar a los viajeros a pasar bien con su familia y sobre todo brindar seguridad y comodidad en el establecimiento.

9.- ¿Cuál fue su motivación para venir a la zona de Intag?

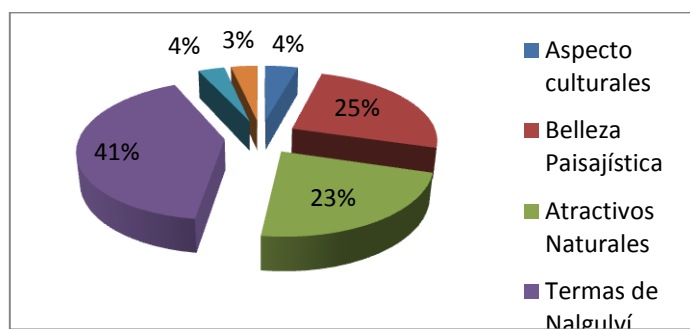
Tabla 12

Motivación de visita

Motivación	Encuestas	Porcentaje
Aspectos culturales	10	4%
Belleza paisajística	58	25%
Atractivos naturales	52	23%
Termas Nangulvi	94	41%
Precios económicos	8	4%
Otra	8	3%
TOTAL	230	100%

Gráfico 19

Porcentaje motivación de visita



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

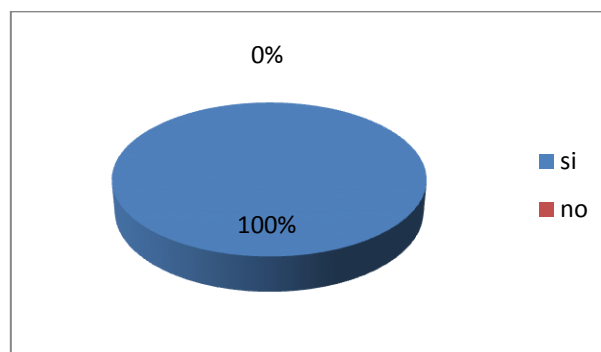
Se puede observar que un 41% de los turistas visitan la zona por recreación en las termas, por lo cual parte importante de la información aquí presentada ha sido recabada en ese lugar. Un 25% por belleza paisajística y un 23% por atractivos naturales. En la creación de una ruta turística fundamentalmente se considerara las termas como parte especial de ella.

10.- Visitaría usted un lugar que cumpla con las siguientes características:

Relajación – Camping – Expediciones alrededor de la zona – Pesca – Paseos a caballo – Aviturismo – Piscina - Agroturismo – Caminata al río – Deportes extremos – Monta en toro

*Tabla 13**Visitaría*

Visitaría	Encuestas	Porcentaje
Si	195	100%
No	0	0%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 20**Porcentaje visitaría*

Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

De acuerdo a los encuestados todas las personas visitarían un lugar en el cuál se ofrezca toda clase de modalidades de turismo, aprovechando los atractivos que existen en el lugar y creando nuevos ambientes agradables que sean amigables con la naturaleza y el entorno. El reto más importante está en saber aprovechar al máximo el ingreso de turistas al establecimiento.

11.- ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar en su hospedaje?

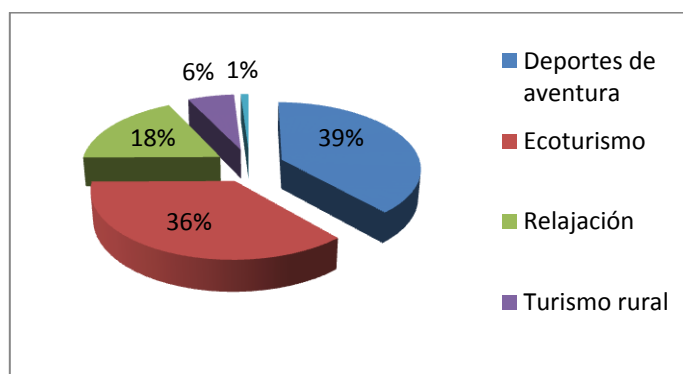
Tabla 14

Actividad preferida

Actividad	Encuestas	Porcentaje
Deportes de aventura	75	39%
Ecoturismo	71	36%
Relajación	35	18%
Turismo rural	12	6%
Otra	2	1%
TOTAL	195	100%

Gráfico 21

Porcentaje actividad preferida



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

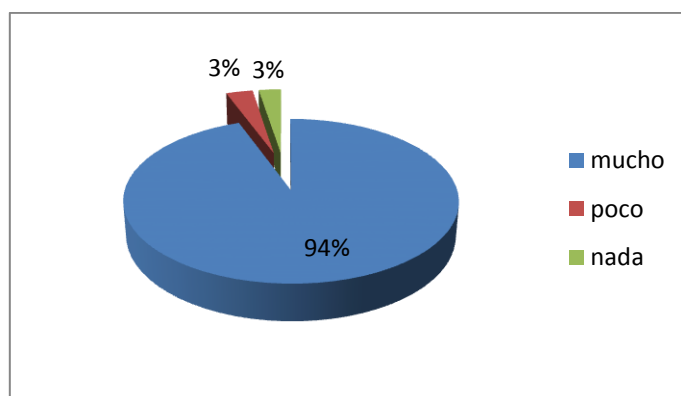
Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Debido a las condiciones topográficas y climáticas del lugar donde se podría implementar una hostería ecoturística se considera una zona idónea para practicar diferentes modalidades de turismo y se demuestra que un gran porcentaje de visitantes les gustaría realizar deportes de aventura, de la misma manera otros visitantes prefieren realizar actividades que estén directamente relacionadas con el ecoturismo.

12.- ¿Estaría de acuerdo que en el sector de Llurimagua de la zona de Intag se cree una hostería ecoturística?*Tabla 15**Turistas de acuerdo*

Están de acuerdo	Encuestas	Porcentaje
Mucho	184	94%
Poco	6	3%
Nada	5	3%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 22**Porcentaje turistas de acuerdo*

Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Aproximadamente casi el total de las personas encuestadas están de acuerdo que en la comunidad de Llurimagua se cree una hostería ecoturística, puesto que es un sector que reúne las condiciones necesarias para ofrecer al turista nuevos productos turísticos y nuevas formas de ver al turismo, mitigando al máximo los impactos ambientales.

13.- ¿En lo referente a la alimentación usted prefiere?

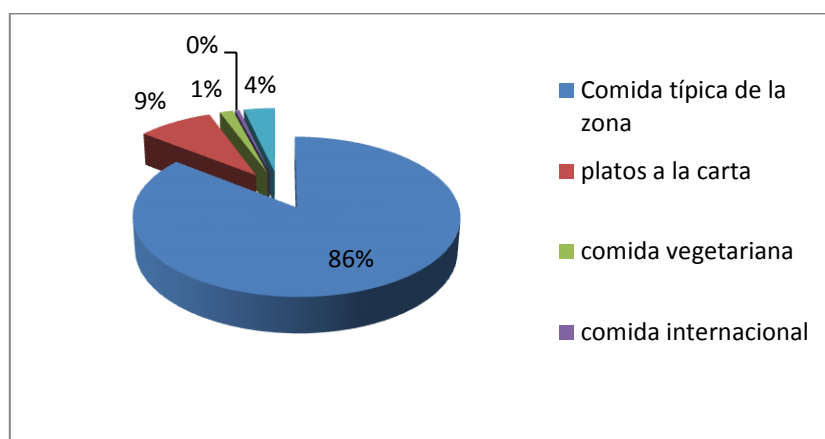
Tabla 16

Preferencia alimentaria

Preferencia alimentaria	Encuestas	Porcentaje
Comida típica de la zona	167	86%
Platos a la carta	17	9%
Comida vegetariana	3	1%
Comida internacional	1	0%
Bebidas y cocteles variados	7	4%
TOTAL	195	100%

Gráfico 23

Porcentaje preferencia alimentaria



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Puesto que la zona ofrece una gama de productos autóctonos, la mayoría de los visitantes prefieren probar comida típica de la zona. Un aspecto importante para tomar en cuenta si se crea una hostería ecoturística debido a que se estaría rescatando las tradiciones de nuestros antecesores

14.- De manera general ¿Cómo considera usted la calidad en el servicio de los establecimientos turísticos de la zona de Intag?

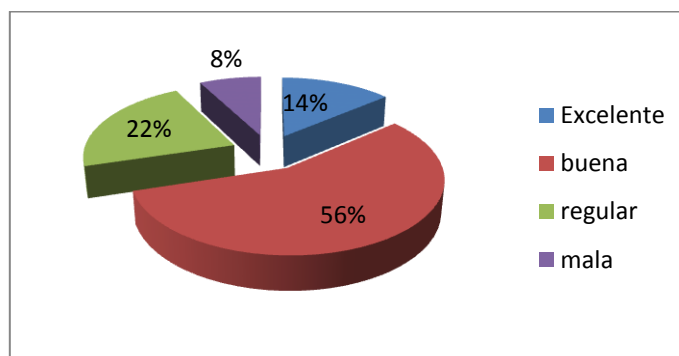
Tabla 17

Consideración de calidad

Considera / Calidad	Encuestas	Porcentaje
Excelente	27	14%
Buena	110	56%
Regular	43	22%
Mala	15	8%
TOTAL	195	100%

Gráfico 24

Porcentaje consideración de calidad



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Como se observa en el gráfico pocas son las personas que califican de excelente los servicios que prestan los establecimientos hoteleros en Intag, mientras que la mayoría de personas aproximadamente la mitad de los encuestados califican de buena la atención, mediante esto se comprueba que no existe una manera adecuada y técnica de sobrellevar el manejo del turismo, puede ser por la falta de preparación académica y junto a esto el desinterés de algunos establecimientos por mejorar tanto en infraestructura como en capacitaciones al personal.

15.- ¿Considera usted que las tarifas de los servicios que brindan los establecimientos turísticos en la zona de Intag es?

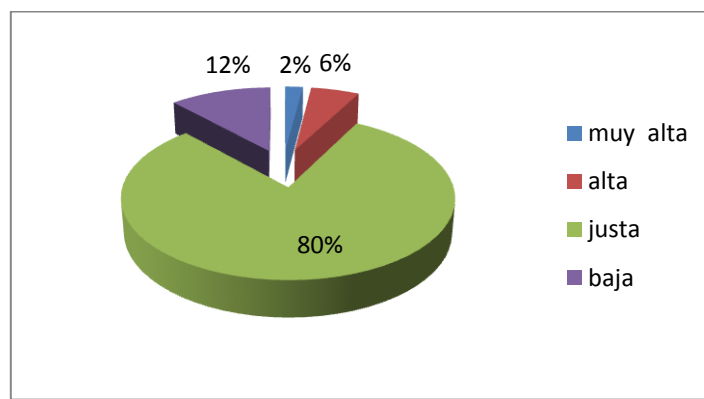
Tabla 18

Consideración del precio

Consideración del precio	Encuestas	Porcentaje
Muy alta	4	2%
Alta	11	6%
Justa	157	80%
Baja	23	12%
TOTAL	195	100%

Gráfico 25

Porcentaje consideración del precio



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

Muchos visitantes consideran que la tarifa por ocupar los servicios de turismo está acorde a las garantías que prestan los establecimientos. Tan solo un 2% considera alta la tarifa. La calidad, seguridad y muchos factores más serán claves en la ejecución del proyecto esto permitirá que los precios tiendan a subir.

16.- ¿Considera usted importante la creación de una página web para dar a conocer un establecimiento turístico en la zona de Intag?

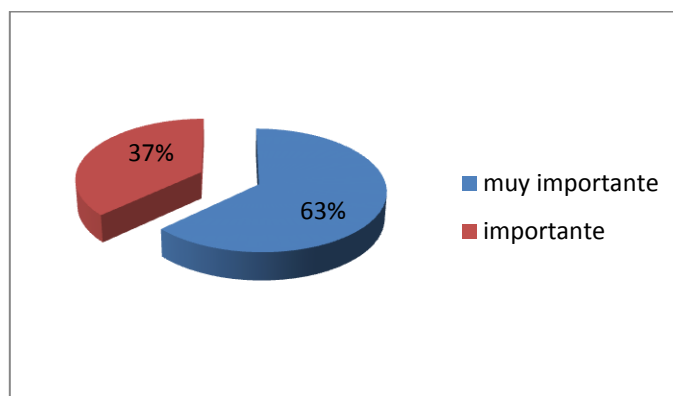
Tabla 19

Medio publicitario

Medio publicitario	Encuestas	Porcentaje
Muy importante	123	63%
Importante	72	37%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
TOTAL	195	100%

Gráfico 26

Porcentaje medio publicitario



Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014

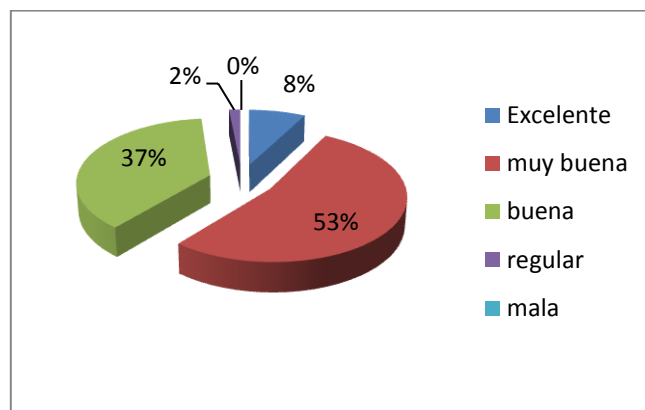
Autor: Rolando Jácome

Análisis:

En la actualidad uno de los métodos más importantes para dar a conocer los servicios que ofrece un establecimiento, sin duda son las páginas WEB y con este concepto muchas personas encuestadas consideran importante que un lugar turístico en la zona de Intag conste de una web para ser informados de todo lo necesario y tomar decisiones.

17.- Su visita a la zona de Intag fue:*Tabla 20**Su visita fue*

Su visita fue	Encuestas	Porcentaje
Excelente	15	8%
Muy buena	104	53%
Buena	73	37%
Regular	3	2%
Mala	0	0%
TOTAL	195	100%

*Gráfico 27**Porcentaje su visita fue**Fuente: Encuesta aplicada en abril del 2014**Autor: Rolando Jácome***Análisis:**

Los visitantes que llegan a la zona de Intag consideran en un contexto general que su visita fue muy buena, por lo tanto es muy importante crear un lugar innovador que ofrezca nuevos productos, nuevas alternativas para la satisfacción de turistas y garantizar la sostenibilidad turística en Intag.

2.8.1. Entrevistas

Entrevista realizada a la Sra. GISELA MORALES PRESIDENTA DE LA JUNTA PARROQUIAL DE GARCIA MORENO

1. ¿Cree usted que en la actualidad, la zona de Intag se ha convertido en un punto de referencia turístico destacado en la Sierra Norte del Ecuador?

Por supuesto, Intag es una zona privilegiada debido a sus diferentes pisos climáticos y la cercanía entre estos, su belleza natural y paisajística existente no tiene comparación además la amabilidad de su gente, los ríos, los diferentes bosques primarios, los atractivos culturales y como olvidar las termas de Nangulví, hacen de este lugar un destino turístico predilecto.

Sin duda en los últimos años la afluencia de turistas que vienen aquí, se ha ido incrementado en un gran porcentaje sin embargo creo que todavía falta poner interés en los establecimientos turísticos del sector, puesto que no se ve que se brinde nuevos servicios alternativos para mantener al turista activo y realizando otros tipos de aventura o experiencia.

2. ¿Considera usted que los atractivos tanto naturales como culturales que posee la zona de Intag no han sido explotados de una manera técnica y adecuada?

Como mencione anteriormente la zona de Intag es un área muy extensa en la cual se puede apreciar gran variedad de atractivos naturales y culturales, sin duda los turistas se sienten atraídos por estos lugares paradisíacos pero de una manera general considero que todavía falta preparación y capacitación en el personal de los establecimientos para ofrecer una mejor atención y sobretodo brindar un

conocimiento real de los atractivos no tan solo ir conocer y regresar, de esta manera se estaría contribuyendo a proteger el medio ambiente educando a los turistas y de la mano a incentivar que vuelvan en otras ocasiones.

3. ¿Usted como persona que radica en la zona de Intag, en un contexto general como califica la calidad en la prestación de servicios de los establecimientos turísticos de la zona?

Bueno considero que en cuestión de calidad en la prestación de servicios directos a la persona como atención al cliente, información, alimentación y todos los servicios que pueda ofertar una empresa turística no son considerados excelentes, más bien creo que estos servicios están relacionados directamente con el precio que ellos han establecido.

Esto ha ocasionado que no exista un interés por parte de estos establecimientos en mejorar la calidad de sus servicios, se puede decir que se han manejado de una manera empírica solamente sustentándose en su amabilidad, mas no en una carrera profesional.

4. ¿Refiriéndose al ámbito ecológico, considera usted que los establecimientos turísticos existentes en la zona de Intag cumplen con estándares de sostenibilidad para proteger y preservar el medio ambiente donde se desarrollan?

En realidad en la comunidad de chontal alto existen dos establecimientos que utilizan al sol como energía, esto quiere decir que se está intentando por lo menos contrarrestar el calentamiento global, pero no significa que en todas las actividades desempeñadas en estas hosterías se proteja y preserve el medio ambiente.

5. ¿Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Llurimagua se cree una hostería ecoturística que ofrezca nuevas alternativas de turismo procurando sostenibilidad y sustentabilidad para la comunidad?

Por supuesto que si estoy de acuerdo que la comunidad de Llurimagua se cree una hostería ecoturística, se puede afirmar que es una zona apta para cualquier clase de actividades ya que tiene el clima más caliente de la zona, tiene a su alrededor el río Intag y muchas rutas además si se pretende procurar la sustentabilidad de la comunidad con mucho más razón estoy de acuerdo.

Esto sería una manera de empezar a generar nuevas expectativas de desarrollo comunitario y progreso para la parroquia García Moreno.

2.9. Análisis FODA

La matriz FODA es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Tabla 21

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Recursos humanos.	1. Visita de extranjeros con fines vacacionales.
2. Estructura organizacional	2. Programas de apoyo al sector productivo alternativo en marcha, que permiten diversificar la oferta turística.
3. Eficiencia del servicio en todo momento	3. Presencia de varias ONG's que apoyan el desarrollo zonal y ecológico.
4. Preparación técnica y académica.	4. Extensa red de caminos vecinales, aptos para implementar circuitos de turismo de aventura sin realizar mayores inversiones.
5. Innovación y modalidades de turismo	5. Programas de apoyo turístico.
6. Ubicación estratégica en la nueva vía Selva Alegre - Quinindé	6. Ministerio de turismo.
7. Cercanía al Complejo de aguas termales de gran importancia.	7. Municipio Cotacachi.
8. Diferentes pisos climáticos en esta zona.	
9. Diversidad Agro productiva	
10. Servicio regular de transporte público, facilidades de conectividad.	
11. Atractivos turísticos y bellezas naturales escénicas que no han sido explotadas en su verdadera magnitud.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Inversión económica.	1. Actividad Minera en Junín
2. Planta turística.	2. Práctica de técnicas poco sostenibles.
3. Deficientes servicios básicos.	3. Quema de bosques.
4. Escaso conocimiento de los comuneros sobre el tema turístico.	4. Contaminación de aguas servidas en los ríos inteños.
5. TIC'S poco desarrollada en la comunidad.	5. Tala indiscriminada de bosques primarios.
6. Recursos humanos, guías nativos empíricos.	6. Competencia turística
	7. Presencia de animales autóctonos

Tabla 22

*Cruce de estrategias***ESTRATEGIA FO**

- Aprovechar la biodiversidad de flora y bosques primarios mediante el apoyo de ONG's para la protección de los mismos.
- Captar clientes del complejo de aguas termales de Nangulví a través de los medios de comunicación.
- Mediante una extensa red de caminos vecinales aptos para implementar circuitos de turismo de aventura explotar los atractivos turísticos y bellezas naturales.
- Valerse de la diversidad agro productiva con la ayuda de programas de apoyo, permitiendo diversificar la oferta turística.
- Fomentar la presencia de turistas internacionales a través de la eficiencia del servicio en todo momento
- Solicitar al Gobierno Provincial limpieza de las vías de acceso, para mantener el servicio regular de transporte público, accediendo a óptimas facilidades de conectividad.

ESTRATEGIA FA

- Emplear la preparación técnica y académica para reducir al máximo la contaminación de los ríos intefios.
- Mediante nuevas alternativas de turismo y rescatando las antiguas tradiciones se podrá competir con otros establecimientos de la región.
- Aprovechar los diferentes pisos climáticos para realizar cultivos sostenibles y desaparecer las quemas ilegales de bosques y las malas prácticas del agro.

ESTRATEGIA DO

- Mediante charlas de capacitación por parte del ministerio de Turismo a comuneros del sector se incrementaría el turismo en Intag.
- A través de programas de apoyo se promocionará periódicamente el establecimiento para mantener una variada oferta de productos turísticos.
- Aprovechar la presencia de varias ONG's que apoyan el desarrollo zonal y ecológico para fortalecer y ampliar la actividad turística mediante la inversión económica.
- Fortalecer en la hostería los medios de comunicación y el comercio electrónico para promocionar el establecimiento a turistas internacionales.

ESTRATEGIA DA

- Por medio de instituciones bancarias realizar préstamos para anular la competencia turística.
- Mediante programas de apoyo fomentar la certificación a guías nativos, de esta manera se daría trabajo y se minimizaría la contaminación y tala indiscriminada.
- Solicitar al Ministerio de turismo y del ambiente eventos para dar a conocer el tema turístico y su importancia, contrarrestando de esta manera la actividad minera en Junín.

Autor: Rolando Jácome

2.10. Determinación del problema diagnóstico

Después de realizar el análisis documental y aplicar las diferentes técnicas de investigación de campo, se establece:

El problema principal detectado es la deficiente oferta turística en la comunidad de Llurimagua Parroquia García Moreno, debido a la falta de preparación académica en los moradores del sector, además es importante señalar que los establecimientos turísticos que brindan alojamiento en la zona de Intag se encuentran un tanto alejados de la comunidad por lo cual el sector no presenta una gama de actividades recreativas para ofrecer al turista, momentos de descanso, relajación y conocimiento de los atractivos de dicha comunidad.

Además es importante señalar la falta de promoción y publicidad local y nacional para dar a conocer nuevas alternativas de turismo en la zona de Intag, es evidente la falta de alternativas y modalidades de turismo para mantener al turista activo y generando experiencias agradables. (Rutas turísticas)

Así como también la inadecuada prestación de servicios y atención de calidad para garantizar la afluencia de turistas y contribuir al progreso de la comunidad.

Y finalmente no existe una hostería ecoturística en la comunidad de Llurimagua que contribuya al desarrollo del turismo local.

2.11. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

Después de realizar el análisis documental y aplicar las diferentes técnicas de investigación de campo, se puede establecer que la zona de Intag sin duda es un escenario perfecto para implementar una hostería ecoturística, debido a que existe gran cantidad de turistas (mercado potencial) y por lo tanto exigen nuevas alternativas de satisfacción.

Entre las principales conclusiones se puede manifestar que las personas que llegan a la zona de Intag desearían tener la oportunidad de realizar nuevas modalidades de turismo entre las cuales se destaca turismo de aventura, ecoturismo, turismo cultural y no tan solo formar parte del conjunto de personas que llegan a las termas de Nangulví sin realizar ninguna otra actividad que le pueda generar nuevas experiencias. (Rutas turísticas)

Además es menester señalar que los visitantes de la zona de Intag afirman que la calidad en los establecimientos turísticos que han hecho uso no ha cubierto sus expectativas esto hace suponer que es necesario implementar un lugar que cumpla estándares de calidad y sobretodo garantice la seguridad de sus ocupantes.

Se puede manifestar que no existe medios de publicidad o páginas web que promocionen la zona de Intag en toda su magnitud tan solo se limitan a promocionar las termas de Nangulví sin dar a conocer las nuevas rutas turísticas que se podrían llevar a cabo y nuevas alternativas de turismo como turismo activo o rural, por ejemplo ser parte de una pelea de gallos, monta en toros de pueblo, formar parte de las festividades de la Parroquia, etc.

Por último se puede afirmar que la mayoría de visitantes se hospedan en alojamiento comercial y su estadía se encuentra aproximadamente entre los dos a tres días mediante esto se demuestra que podría ser factible la creación de una hostería ecoturística, involucrando un importante reto de que los visitantes se lleven una experiencia satisfactoria para provocar repetidas visitas, debido a que su lugar de residencia se encuentra relativamente cerca y sobre todo estar a la vanguardia y a los cambios que la globalización así lo exige.

CAPITULO III

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO DESARROLLADO

3.1 Nombre del proyecto

Estudio de factibilidad para la creación de una hostería eco turística en la comunidad de Llurimagua en la zona de Intag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

3.1.2 Macro localización

La Hostería estará ubicada en la sierra norte del Ecuador, Provincia de Imbabura en la ciudad de Cotacachi. Ubicada a 110 Kilómetros por carretera de la ciudad de Quito capital del país.

Gráfico 28

Mapa del Ecuador



Fuente: Google (2015)

3.1.3 Micro localización

La empresa estará ubicada en la zona de Intag, Parroquia García Moreno, en la comunidad de Llurimagua a pocos kilómetros de las termas de Nangulvi.

Gráfico 29

Mapa de Cotacachi



Fuente: Google (2015)

3.2. Justificación

“La Vega Lodge” es un proyecto que será creado para satisfacer las necesidades del turista que visita la zona de Intag, el proyecto no sólo brindará el servicio de hospedaje y alimentación sino también actividades de esparcimiento para incentivar al turista a recrearse en compañía de la naturaleza, inmerso en la diversidad ecológica de su entorno.

Se contará con cómodas cabañas, agua caliente, piscina, canchas múltiples, motos-cuadron-bicicletas para practicar deportes de aventura junto con una tarabita, juegos infantiles y un lago artificial para pesca deportiva. También se podrá realizar caminatas por senderos ecológicos, observación de aves y de toda la agricultura que caracteriza a la comunidad, así como también de baños energizantes en los ríos de la zona de Intag.

Por supuesto visita a galleras, alambiques y moliendas de panela características de la comunidad Llurimagua y de la zona, adicionalmente en las noches se realizarán fogatas a orillas del lago acompañadas por grupos que deleitarán con su música y bailes.

Es justificable la realización del proyecto puesto que se basa en ofrecer un buen servicio de alojamiento, alimentación y en la producción de nuevas alternativas turísticas y variados servicios tales como: recreación, turismo rural, deportes de aventura, agroturismo, aviturismo. Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general.

- ✚ Realizar la ingeniería del proyecto, para la creación de una hostería eco turística en la comunidad de Llurimagua, en la zona de Intag orientada a diversificar la oferta turística.

3.3.2. Objetivos específicos

- ✚ Definir la estructura administrativa, operacional y legal que se adapte a los requerimientos de este proyecto.
- ✚ Establecer paquetes turísticos con distintas actividades y precios, según el tiempo disponible del turista y preferencias del mismo.
- ✚ Demostrar la rentabilidad económica-financiera del proyecto.
- ✚ Determinar la estructura publicitaria y de marketing para dar a conocer el establecimiento.

3.4. Propuesta

3.4.1 Logotipo

Gráfico 30

Logotipo



Autor: Rolando Jácome

3.4.2 Misión

Ser una empresa eco turística basada en la producción de nuevas alternativas turísticas y variados servicios tales como: alimentación, hospedaje, recreación, agroturismo, aviturismo, manteniendo criterios de sostenibilidad y garantizando la integridad física de los turistas.

3.4.3. Visión

Para el año 2019 Hostería “La Vega Lodge” será reconocida en el campo del turismo ecológico como una alternativa válida para la satisfacción de necesidades de descanso, conocimiento y relajación, permaneciendo siempre en una búsqueda constante de nuevas tendencias del turismo, la hostería será manejada bajo altos estándares de calidad y dándole prioridad a la dotación del servicio al cliente.

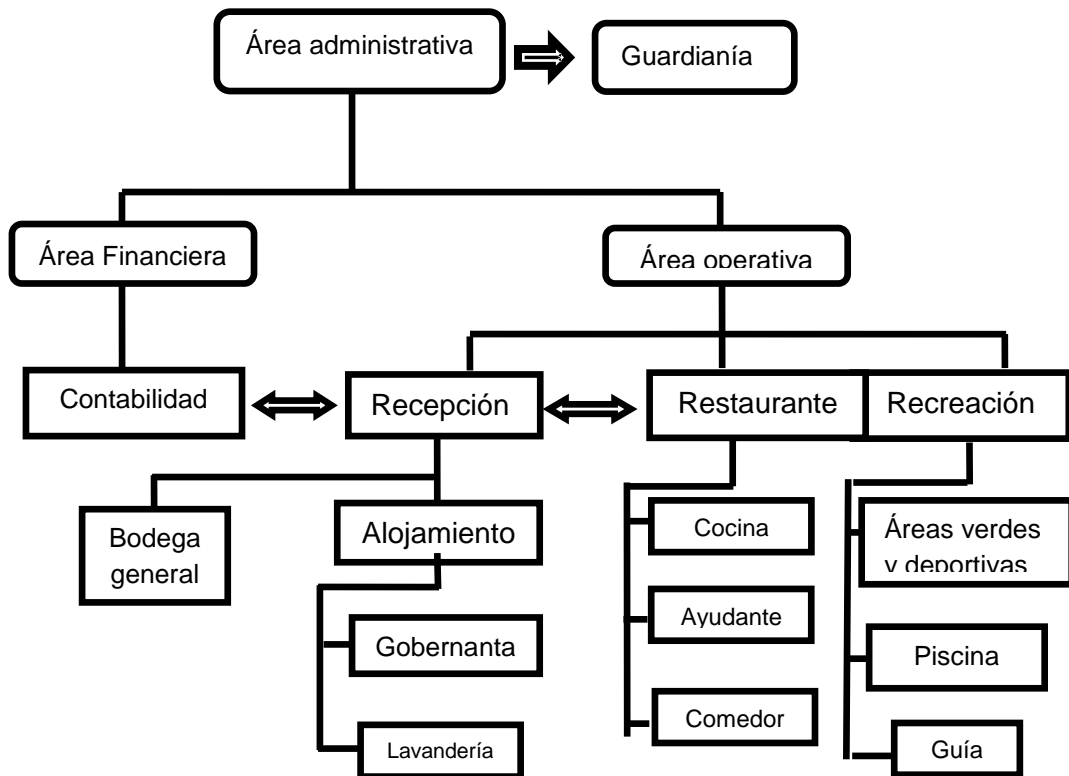
3.4.4. Políticas

1. Únicamente podrán ser tomadas en cuenta dentro de los perfiles de personal administrativo personas capacitadas, profesionales en el área a desenvolverse.
2. El personal deberá poseer deseos de superación personal, valores y vocación para el trabajo en equipo y atención al cliente.
3. El personal deberá manejar un nivel básico de inglés para satisfacer los requerimientos del cliente.
4. Será prioridad de la empresa buscar el mejor ambiente de trabajo y la constante motivación a su personal.
5. Se exigirá la máxima productividad, para ello se realizará capacitaciones.
6. Compromiso de todos los miembros hacia la hostería.
7. Se optaría por contar con guías nativos para el desarrollo de circuitos turísticos.

3.4.5. Organigrama estructural

Gráfico 31

Organigrama estructural



Autor: Rolando Jácome

A continuación se detalla cada una de las actividades que se realizaría en la hostería basándose en el organigrama del personal

3.4.6. Manual de funciones

Un manual describe la organización formal para cada puesto de trabajo o nivel jerárquico, los objetivos del mismo, funciones, autoridad y responsabilidades.

Tabla 23

Manual de funciones

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	
CARGO	FUNCIÓN
GERENTE/ ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Elección del personal calificado y conducción del mismo. • Delegación de funciones a las personas capacitadas para realizarla • Planificar objetivos y estrategias. • Planificación del trabajo y elección de procedimientos a seguir. • Control de cada una de las áreas del establecimiento. • Motivación del personal. • Establecimiento de políticas e incentivos. • Aportación de nuevas ideas y soluciones. • Control de horarios, licencias y vacaciones. • Establecer políticas empresariales. • Fijación de sanciones e incentivos para el personal. • Establecimiento de descuentos especiales. <p>Jerárquicamente depende del cumplimiento de sus deberes y atribuciones.</p>
DEPARTAMENTO FINANCIERO	
CARGO	FUNCIÓN
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Control de compras de mercancías realizadas por los distintos departamentos. • Control del inventario de las distintas áreas. • Control de compras y adquisiciones. • Revisión de facturas de adquisición y entrega de copias. • Contabilidad de la hostería. • Elaboración de libros y documentos contables. • Preparación de presupuestos. • Pagos y cobros. • Gestiones Bancarias. • Pago de nóminas. • Liquidaciones de impuestos y tasas. • Control de actividades económicas en distintas áreas. • Arqueo mensual de cada área.

CARGO	FUNCIÓN
RECEPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Recibimiento y atención al cliente, atención de reservas, información al cliente • Verificación de depósito de pago y cobro de saldo pendiente a los clientes y facturas. • Recepción de llamadas, registro, control y cancelación de reservas • Actualizar la hoja de control de ocupación. • Elaborar reportes, archivar, paquetes especiales, etc. • Control eventos programados. • Información y asesoría del cliente venta del servicio. • Registro, control, cambios, extensiones, notificaciones y cancelación de las reservas. • Asignación de habitaciones, entrega de llaves. • Elaboración del cardex. • Informe diario a cocina y habitaciones. • Conocer las características de la hostería y sus servicios.
	Jerárquicamente depende del Gerente.

CARGO	FUNCIÓN
BODEGA	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de bodega. • Control de productos comprados. • Recepción y almacenamiento de alimentos y bebidas. • Control de provisiones existentes. • Suministrar provisiones diarias. • Supervisar calidad y precios de provisiones. • Manejo del sistema. • Selección de proveedores.
	Jerárquicamente depende de recepción.

CARGO	FUNCIÓN
CHEF	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del menú diario. • Comprueba el estado de las instalaciones de cocina y si es el caso solicita su reparación. • Verifica y aprueba la compra de insumos. • Revisa permanente la calidad y porción de los platos que se sirven al cliente. • Presentación de alimentos y bebidas. • Solicita limpieza general del área.

CARGO	FUNCIÓN
AYUDANTE	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia en la confección del menú. • Lavado de la vajilla. • Adecuación de utensillos y materiales de trabajo. • Preparación de fondos, ensaladas, participar en los inventarios. • Limpiar y ordenar su puesto de trabajo. • Cumplir con funciones que le asigne su inmediato. • Colaborar en caja.
	Jerárquicamente depende del Chef.

MESERO	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración y limpieza de las instalaciones del lugar. • Preparación de mesas y utensillos. • Atención al cliente, bienvenida y asignación de mesas. • Información sobre el menú del día. • Toma de órdenes y solicita pedido a cocina. • Conocimientos elementales de cocina. • Responsable del montaje de cubertería, cristalería y vajilla. • Promueve la venta de determinados platos. • Presenta la cuenta al cliente. • Elabora la cuenta, factura del cliente.
	Jerárquicamente depende del Chef.

CARGO	FUNCIÓN
GOBERNANTA	<ul style="list-style-type: none"> • Comprobar el estado de las instalaciones. • Ubicación del cliente en su habitación. • Selección de suministros de limpieza. • Asistencia a juntas cuando sea solicitada. • Enviar reportes que la administración lo requiera. • Inspección de habitaciones, corredores, baños y escaleras. • Limpieza y preparación de habitaciones. • Control de ocupación. • Entrega de llaves de habitaciones. • Informe se servicios complementarios a clientes. • Resolución de quejas de los clientes. • Elaboración del <i>checkout</i>. • Escoltar al cliente y sus pertenencias a la habitación. • Limpiar habitaciones en el horario pertinente.
	Jerárquicamente depende del Administrador

CARGO	FUNCIÓN
LAVANDERÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Control de inventarios: Habitaciones, comedor, salón, uniformes del personal. • limpieza de ropa del establecimiento. • Atención a la ropa de los clientes: lavado, planchado si lo requieren. • Mantenimiento de lavadoras e instrumentos de trabajo. • Inventario de elementos de limpieza y detergentes.
	Jerárquicamente depende de la gobernanta

CARGO	FUNCIÓN
GUÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Niveles básicos de inglés. • Conocimiento de los atractivos y circuitos a realizarse. • Experiencia en deportes de aventura. • Información al turista de los atractivos. • Conocimiento de las características de los turistas. • Apoyo en diferentes áreas de la hostería.
	Jerárquicamente depende del Gerente.

CARGO	FUNCIÓN
GUARDIA	<ul style="list-style-type: none"> • La obligación principal es custodiar el establecimiento. • Precautelar la seguridad de los clientes. • Cuidar el buen orden, por parte de los clientes. • Recorrer el establecimiento. • Verificar objetos extraviados. • Cumplir con funciones que le asigne su inmediato.
	Jerárquicamente depende del Gerente.

CARGO	FUNCIÓN
MANTENIMIENTO Y PISCINA	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones. • Mantenimiento de jardines, áreas verdes y deportivas. • Limpieza y desinfección de piscinas. • Controlar daños en juegos infantiles. • Hacer reparaciones en habitaciones y pisos, redes telefónicas, conexiones. • Revisiones periódicas de la hostería.

3.4.7. Nombre del cargo

El cargo que se ocupará en el presente proyecto investigativo será en el área de administración como gerente de la hostería.

Persona que tendrá el reto y la obligación de cumplir con todas las actividades así como lo señala el manual de funciones antes expuesto.

3.5. Productos y servicios

Nuevas alternativas turísticas aprovechando al máximo las oportunidades que brinda la comunidad de Llurimagua y variados servicios tales como: alimentación, hospedaje, recreación, turismo rural, deportes de aventura, agroturismo, aviturismo, manteniendo criterios de sostenibilidad.

3.5.1 Servicios

Los servicios son: alimentación, hospedaje y recreación cuyas características principales son la flexibilidad; pues deben ser adaptados rápidamente a los requerimientos del cliente, se considera la importancia del factor humano puesto que los empleados son los encargados de prestar el servicio, por cuanto la capacitación es clave para garantizar el éxito de la hostería.

Debido a las nuevas tendencias del turismo es muy importante señalar que el establecimiento, además de ofrecer paquetes turísticos, indistintamente se ofrecerá servicios independientes, pueden ser solamente alojamiento, alimentación o recreación. Deberá contar con servicios complementarios para fortalecer y poseer una completa planta turística a favor de los turistas, tales como: internet, pago con tarjetas de crédito, teléfono, fax.

3.5.2 Servicio de alojamiento (recepción)

La hostería será diseñada con materiales mixtos es decir concreto y vigas de madera además decorada con materiales autóctonos del lugar como es guadua y paja toquilla en algunos casos, expresando características ecoturísticas de la zona, cada una de las habitaciones llevará el nombre de un río de la zona de Intag y estará representada en su interior con fotografías de su paisaje, las mismas cuentan con camas separadas, baño privado, tv y servicio de habitación a cualquier hora del día.

Triples



Matrimonial



Familiares



Dobles



3.5.3. Servicio de alimentación y recepciones

Especialmente los alimentos que se ofrecerá en el establecimiento será comida típica de la zona la cual es muy variada y nutritiva (estudio de mercado) proporcionando a los turistas energía y vitalidad para cumplir con las diferentes actividades recreativas que se rigen en el itinerario.

Existen platillos tradicionales y muy exquisitos en la parroquia de García Moreno, que hace muchas generaciones atrás se lo ha ido conservando y en la actualidad en comunidades como Llurimagua todavía se los consume, algunos de los platillos son los siguientes:

- ✚ Caldo de gallina de campo con yucas: como el platillo más preferido y utilizado en fiestas y en programas familiares como un símbolo de honor a los invitados.
- ✚ Sancocho de chanco con carne ahumada.
- ✚ Fritada ahumada con yucas y ají.
- ✚ Secos de pollo al jugo.
- ✚ Secos de carne de res.
- ✚ Camotes de dulce con leche.
- ✚ Bolones de verde con trozos de queso y carne.
- ✚ Majado de verde con café de chuspa.
- ✚ Pastel de yuca.
- ✚ Plátano maduro cocinado con leche.
- ✚ Calostro natural.
- ✚ Jugos naturales: papaya, mandarina, naranja, naranjilla, limón, guanábana.

Fuente: Emperatriz torres

Autor: Rolando Jácome

3.5.4. Servicio de recreación

3.5.4.1. Área de piscina

Se dispondrá de un espacio recreativo de piscinas con sus respectivos senderos, señalética, jardines, parasoles naturales, áreas infantiles, baños y duchas, todo esto con motivos de facilidad de movimiento, seguridad y confort para los turistas. También es importante señalar que existirá un bar con todo lo necesario para el consumo de bebidas y snacks, jugos y frutas naturales para el disfrute del turista.



3.5.4.2. Áreas verdes

Se dará prioridad a las áreas verdes principalmente con vegetación autóctona de la zona, se realizara senderos ecológicos alrededor de todos los árboles frutales de la finca y se efectuara un jardín natural con plantas del lugar dando cabida a las ranas y sapos, animales que son propios de la comunidad de Llurimagua.

Se cultivara huertos en los cuales se dé a conocer a los turistas el cultivo de yuca, plátano y frutos tropicales.



3.5.4.3. Área deportiva

Se instalara una cancha de fulbito con césped natural para los practicantes de este deporte, además se tomara en cuenta una cancha de ecuaboley, este juego es el preferido en casi todas las comunidades de la parroquia García Moreno y la recreación para los más pequeños, los juegos infantiles.



3.5.4.4. Área de camping

A disposición de todos los turistas para que disfruten de confort durante su estadía.



3.5.4.5. Deportes de aventura

Se considera que el lugar donde se llevara a cabo el proyecto es óptimo para realizar deportes de aventura.

Caminatas y Excursiones: esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda debido al clima que se presenta, por lo tanto se llevará a cabo una ruta especial al río Intag con una duración aproximada de dos hora relativamente cerca al establecimiento, con senderos ecológicos para resguardar la seguridad del turista y brindando conocimientos acerca de la flora y fauna exótica que se encontrara en el circuito.

Mountain Biking - Cuadrones.- Otra forma de poder disfrutar de los maravillosos paisajes que posee la comunidad de Llurimagua y los lugares turísticos aproximados es a través de los Cuadrones o Motos todo terreno y de las bicicletas; recorrido que se realizará por el antiguo camino, el cual posee curvas sinuosas y es montañoso perfecto para turistas que les gusta la adrenalina. Los lugares que se puede recorrer en la zona son innumerables, visita a ríos cercanos, bosques, comunidades, etc.



3.5.4.6 Turismo rural

Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con la comunidad de Llurimagua, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

Agroturismo: es fundamental que los turistas conozcan acerca de los cultivos que se dan en la zona de Intag es por tal motivo que se promoverá la participación del turista en las distintas actividades agropecuarias y ganaderas de la comunidad como un método de conocimiento o cultura general en beneficio de ellos mismos.



Aviturismo: para los amantes de las aves en la comunidad de Llurimagua existen diferentes tipos de aves y muy poco conocidas es por este motivo que se creará senderos ecológicos para poder apreciar y tomar fotografías a diferentes especies de aves. (Azulejos, gallos de la peña, etc.)



Vivencias Místicas y talleres artesanales de la comunidad: Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos del pueblo, heredados por sus antepasados a tan solo 5 minutos del establecimiento, en donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías con los procedimientos autóctonos (cabuya, sábila, lupa).



Visitas a fábricas de molienda y alambiques: es primordial tomar en cuenta las manifestaciones de nuestros antepasados, por este motivo en el itinerario del tour se realizara visitas a estas fábricas de producción de panela y trago característicos de la zona de Intag y si es posible la degustación de los mismos. Estas fábricas se encuentran relativamente cerca de la hostería.

Visitas a Galleras: otra de las manifestaciones culturales privilegiada en la parroquia García Moreno y en todas sus comunidades es sin duda la pelea de gallos finos, que se realiza en festividades y eventos programados.

3.6. Ecoturismo

Principales rutas o paquetes turísticos: Intag constituye una amplia zona geográfica, es importante diferenciar las actividades que realizan el turismo interno y el turismo receptivo, ya que los intereses son distintos.

Para el turismo interno, el principal foco de atracción es el complejo de Nangulví es considerado como el atractivo principal y más visitado.

3.6.1. Paquetes Turístico

Se ofrece paquetes turísticos sean estos para grupos familiares o de amigos creando nuevas rutas turísticas siendo estas las siguientes:

Tabla 24

*Paquetes turísticos***Paquete #1 Full day (1día, 30 usd)****Visita al Complejo “Termas de Nangulví”:**

Día completo de visita, teniendo como principal sitio de estadía las instalaciones de la hostería “La Vega Lodge”.

Programa Incluye:

- Desayuno y almuerzo tipo menú.
- Uso de instalaciones.
- Visita a las Termas de Nangulví.
- Observación de aves.
- Caminatas por senderos ecológicos
- Visita a talleres artesanales y a fincas donde se produce café orgánico.
- Prácticamente también se incluye una visita corta al centro poblado de Apuela, donde se puede tomar fotografías del paisaje, principalmente la cara del indio Rumiñahui (es así como lo consideraban los colonizadores de Intag) impregnada en una montaña rocosa en un espacio aproximado de 5 hectáreas.
- Transporte

Opcionales:

- Rafting en el río Intag

Paquete #2 adventure xtreme (2 días, 1 noche 60 usd)**Excursión, Trekking y deportes de aventura.****Programa Incluye:**

- 2 Desayunos y almuerzos tipo Menú.
- 1 Cena tipo menú.
- 1 noche de alojamiento, uso de instalaciones
- Tarabita, fogata y música.
- Trekking al río Intag
- Consumo de agua ilimitado.
- Visita a las fincas ganaderas y productoras de leche.
- Visita a los procesadores de cabuya.
- Visita corta a la planta procesadora de shampoo y muchos derivados para el aseo personal provenientes de la sábila producidos en la comunidad el Rosal a tan solo 10 minutos de la cabecera Parroquial.

Paquete #3 selva natural (3 días 2 noches,100 usd)***“Visita al valle de los Manduriacos”*****Programa Incluye:**

- 2 noches de alojamiento.
- 3 desayunos campesinos con frutas.
- 3 almuerzos comida típica de la zona, con ensaladas.
- 2 cenas tipo menú
- Uso de instalaciones
- Pesca deportiva.
- fogata y música.
- Tarabita.
- Cuadrones.
- Mountain Biking.
- Visita a galleras, alambiques y moliendas.
- Aviturismo.
- Agroturismo.
- Turismo rural.
- Consumo de agua ilimitado.
- Refrescante baño en el rio cielo verde.
- Visita a la comunidad de San Roque a la famosa cueva de los “Tayos” y a las 7 cascadas del puma.
- Introducción al bosque Protector “Los cedros” para conocer fauna y flora como: diversas serpientes, gallos de la peña, pavo real, loros, guantas, guatusos, armadillos, zarigüeyas y una variedad de pájaros silvestres.
- Transporte.
- **No incluye entradas a parques.**

Paquete #4 selva virgen (3 días 2 noches, 120 usd)***“Visita a Junín y chontal alto”*****Programa Incluye:**

- 2 noches de alojamiento en cabañas.
- 3 desayuno campesinos con frutas.
- 3 almuerzos comida típica de la zona, con ensaladas.
- 2 cenas tipo menú
- Uso de instalaciones
- fogata y música.
- Tarabita.
- Cabalgata.
- Pesca deportiva.
- Mountain Biking.
- Visita a galleras, alambiques y moliendas.
- Aviturismo.
- Agroturismo.
- Turismo rural.
- Trekking río Intag.
- Consumo de agua ilimitado.
- Visita a chontal alto en donde se realizan caminatas por senderos ecológicos, visitando el bosque nublado de chontal alto.
- Toma de fotografías a monos aulladores, gallos de la peña, loros, insectos, mariposas y un sinnúmero de fauna y flora propia del lugar.
- Caminatas hacia las estribaciones de la cordillera de Toisán.
- Baños de relajación en el río chontal.
- Visita a la reserva comunitaria de Junín, charlas sobre el tema del conflicto minero y un acercamiento a la comunidad.
- Transporte.
- *Souvenirs* de recuerdo.

Autor: Rolando Jácome

Estas nuevas rutas turísticas son una recopilación de nuevos atractivos que podrían ser explotados y manejados con estándares de sostenibilidad, estas rutas se las realizará acompañados de un guía nativo el cual conoce y garantiza la seguridad de los turistas.

3.7. Manejo ambiental

En cuanto al manejo ambiental se propone aspectos a considerar dentro de las funciones operativas diarias de la hostería.

Gestión de la energía

- Identificar los elementos o accesorios que ocasionen fugas o pérdidas de energía.
- Implementar mecanismos que permitan lograr los porcentajes de ahorro de energía, como son paneles solares, lámparas, velas, horarios de luz.
- Considerar otros tipos de energías alternativas.

Manejo del agua

- Conocer las fuentes de agua a fin de darles el tratamiento que necesiten para ser agua segura y destinar su uso dentro de la operación.
- El agua debe ser tratada empleando técnicas poco nocivas para el ambiente como ozonificación, filtración, etc.
- Si no es posible emplear alguna de las técnicas mencionadas, deberá utilizarse agua hervida o certificada por el INEN.
- Se debe implementar un programa de uso y ahorro de agua, dicho plan debe ser de conocimiento del personal de planta y visitantes.

Manejo de aguas servidas

- Identificar el tipo de agua residual.
- Las aguas negras deberán dirigirse a pozos sépticos u otros procesos, construidos técnicamente a fin de evitar la contaminación de suelos y aguas subterráneas.
- El tratamiento previo puede ser a través de filtros, cajas finales, infiltraciones sobre roca o arcilla.

Manejo de suelos

- Identificar y documentar las áreas de uso específico para las diferentes actividades.
- Desarrollar actividades que contrarresten la degradación del bosque ocasionado por el corte y recolección de leña para su uso en la operación.
- Realizar siembras de árboles autóctonos de la zona para evitar la erosión.

Manejo de desechos sólidos

- Elaborar un programa de desechos sólidos.
- Suministrar basureros y distribuirlos en el establecimiento en lugares visibles, debidamente señalados.
- Los basureros deberán identificarse básicamente en: orgánicos e inorgánicos. En cuanto a los desechos inorgánicos serán separados y clasificados para llevarse a las recicladoras, además se obsequiara una funda biodegradable a los turistas para que ellos colaboren en mitigar el impacto ambiental.
- Separar el “desecho” de materiales peligrosos y flamables para almacenarlos en recipientes herméticamente cerrados o según las recomendaciones del fabricante identificarlos como material peligroso.

3.8. Precios

Se considera establecer precios que nos ayuden a cubrir los costos y obtener una ganancia para poder satisfacer las necesidades del turista más exigente.

Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios fueron:

- En base a los precios de los paquetes que ofrece la competencia.

Forma de determinarlo: El precio está calculado en función de los costos fijos y variables de la hostería, precios de la competencia nacional, así como también influye el destino turístico y las temporadas altas y bajas del negocio. (*Estudio de mercado*)

- **Descuentos:** por grupos que utilicen mínimo 6 habitaciones, del 10% sobre el precio de las habitaciones.
- **Periodo de pago:** pagar en efectivo o con tarjetas de crédito obteniendo en este último un crédito de 30 días sin intereses.

A continuación se detalla los precios de los servicios que se brindarán en la Hostería:

Precios Nominativos Servicios independientes:

3.8.1. Cabañas:

- | | | |
|----------------------|---|----------------------|
| - Simples 15 dólares | } | Uso de instalaciones |
| - Dobles 20 dólares | | No incluye desayuno |

3.8.2. Restaurant: Comidas típicas de la zona

Cafetería:

- Continental \$ 2.00
- Americano \$ 3.00
- *Restaurant:*
- Menú de Almuerzo \$ 3.50
- Menú de la cena \$ 3.50

3.9. Perfil del consumidor

Familias, jóvenes o grupos de amigos y parejas que pueden llegar de Otavalo o de la capital, interesados en realizar actividades de ecoturismo y aventura.

Personas mayores, sean estos matrimonios de la tercera edad, que desean salir para descansar y disfrutar del campo junto con su familia, especialmente sus nietos.

3.9.1. Segmentación de Clientes

Los clientes potenciales serán personas de clases: media, media alta y alta ya sean familias o grupo de amigos de la sierra (Otavalo, ciudades cercanas) y Quito (*estudio de mercado*) que disfruten de la vida campestre y deseen relajarse por unos días del stress de la ciudad en compañía de sus seres queridos y del medio ambiente que caracteriza a la zona de Intag.

3.10. Infraestructura y equipamiento

3.10.1. Tamaño óptimo del proyecto

Consta de *13.131m2*, la mayoría son áreas verdes y zonas recreativas sin embargo se encuentra distribuida en áreas de la siguiente manera:

Tabla 25

Áreas de la hostería

AREAS DE LA HOSTERÍA	Unidad	Tamaño
Portón de ingreso	U	1
Recepción / Administración	M2	56
Cabañas	M2	217
Restaurant	M2	180
Estacionamiento	M2	88

Piscina	M2	30
Bodega	M2	12
Mantenimiento/ lavandería	M2	16
Canchas deportivas	M2	288
Guardianía	M2	6

Fuente: Arq. Diego Araque.

Autor: Rolando Jácome

3.10.2. Área de hospedaje:

Tabla 26

Área de hospedaje

Cabaña # 1	2 Habitaciones simples	2 Camas	2 pax
Cabaña # 2	2 Habitaciones dobles	4 Camas	4 pax
Cabaña # 3	2 Habitaciones triples	6 camas	6 pax
Cabaña # 4	2 Habitaciones Triples	6 camas	6 pax
Cabaña #5	2 Habitaciones matrimoniales	2 camas	4 pax
Cabaña #6	2 Habitaciones literas	8 camas	8 pax
Total 6 Cabañas	12 habitaciones	28 Camas	30 Pax

Autor: Rolando Jácome

3.10.3 Área de restaurante:

Tabla 27

Área de restaurante

3 mesas	6 sillas	18 personas
4 mesas	4 sillas	16 personas
3 mesas	2 sillas	6 personas
TOTAL 10 mesas		40 personas

Autor: Rolando Jácome

3.10.4 Área de recreación:

Tabla 27

Área de recreación

Piscina grande 1	Caliente
Piscina pequeña 1	Caliente
TOTAL 2	

Autor: Rolando Jácome

3.10.5 Equipamiento

A continuación se realizará una especie de inventario en el cual se detalla lo que se necesita para el establecimiento:

3.10.5.1 Requerimiento Maquinaria y Equipos

Tabla 28

Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDADES
Automóvil- furgón	1	u
Bomba de agua	1	u
Purificador de agua	1	u
Central telefónica	1	u
Lavadora	2	u
Plancha	1	u
Televisor 21 Pul.	12	u
Congelador	1	u
Cocina Industrial 6 quemad.	1	u
Licadoras 10 vel.	2	u
Caja registradora	1	u
Extractor de olores-cocina	1	u
Bicicletas	10	u
Cuadrones	5	u

Autor: Rolando Jácome

3.10.5.2. Requerimiento Muebles y Enseres

Tabla 29

Requerimiento muebles y enseres

Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDADES
Camas de 1 1/2 plazas	28	u
Colchones	28	u
Velador	12	u
Closets	12	u
Mesas de madera lacada	10	u
Sillas de madera con espaldar	40	u
Juegos infantiles	1	u
Mueble para canastas (pisc.)	1	u

Autor: Rolando Jácome

3.10.5.3. Requerimiento Equipos de Oficina

Tabla 30

Requerimiento equipo de oficina

Equipos de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDADES
Escritorio	3	u
Sillas giratorias	3	u
Archivadores aéreos	3	u
Juego de sala	1	u

Autor: Rolando Jácome

3.10.5.4. Requerimiento Equipos de Computación

Tabla 31

Requerimiento equipo de computación

Equipos de Computación		
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDADES
Computadores	4	u
Fax / Impresora	1	u
Calculadoras	2	u
Página web	1	u
Internet	1	u
TOTAL		

Autor: Rolando Jácome

3.10.5.5 Requerimientos de Menaje

Tabla 32

Requerimiento de menaje

Menaje				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO (DOLARES)	PRECIO TOTAL (DOLARES)
AREA DE RESTAURANTE				
Chaleco de meseros	2	u	10.00	20.00
Manteles de mesa	14	u	8.00	112.00
Cubre mantel	14	u	5.00	70.00
AREA DE COCINA				

Baldes plásticos	3	u	2.00	6.00
Coladores	2	u	1.00	2.00
Ensaladera	1	u	1.50.00	1.50.00
Exprimidor	1	u	3.00	3.00
Basureros	2	u	5.00	10.00
Tanques de gas	2	u	40.00	80.00
Juego de Sartenes	1	j	50.00	50.00
Juego de cuchillos	1	j	20.00	20.00
Juego de ollas	2	j	80.00	160.00
Set de toallas de cocina	4	j	6.00	24.00
Cuartería docena	5	D	50.00	250.00
Cristalería	1	u	200.00	200.00
Vajilla	1	u	800.00	800.00
<i>AREA DE HOSPEDAJE</i>				
Alfombra	12	u	25.00	300.00
Cortinas de habitación	12	u	20.00	240.00
Cortinas de baño	12	u	10.00	120.00
Basureros	12	u	5.00	60.00
Almohadas	24	u	3.00	72.00
Cobijas	17	u	12.00	204.00
Sábanas	17	u	14.00	238.00
Edredones	17	u	25.00	425.00
Toallas	8	u	12.00	96.00
Lámparas	8	u	18.00	144.00
<i>AREA DE RECREACIÓN</i>				
Manguera 20m	2	u	20.00	40.00
Fumigadora	1	u	30.00	30.00

Podadora	1	u	175.00	175.00
Botas de caucho /pares	2	u	10.00	20.00
Cañas de pescar	10	u	40.00	400.00
SUB TOTAL				4372.50
10% IMPREVISTOS				437.25
TOTAL				4809.75

Autor: Rolando Jácome

3.11. Remuneraciones del personal

Es importante señalar que no necesariamente al inicio del proyecto se necesitara todo el personal del organigrama estructural, conforme se vaya necesitando mano de obra en el proceso de trabajo se requerirá el apoyo de nuevo personal.

Tabla 33

Remuneración del personal

CARGO	#	Costo mensual	Costo anual +13ro+14to
Gerencia / Administrador	1	1000.00	13354.00
Contador	1	500.00	6854.00
Recepcionista	1	400.00	5554.00
Chef	1	450.00	6202.00
Ayudante de cocina	1	354.00	4956.00
Mesero	1	354.00	4956.00
Gobernanta	1	354.00	4956.00
Lavandería	1	354.00	4956.00
Guardia	1	354.00	4956.00
TOTAL			56744.00

Autor: Rolando Jácome

3.12. Distribución de áreas

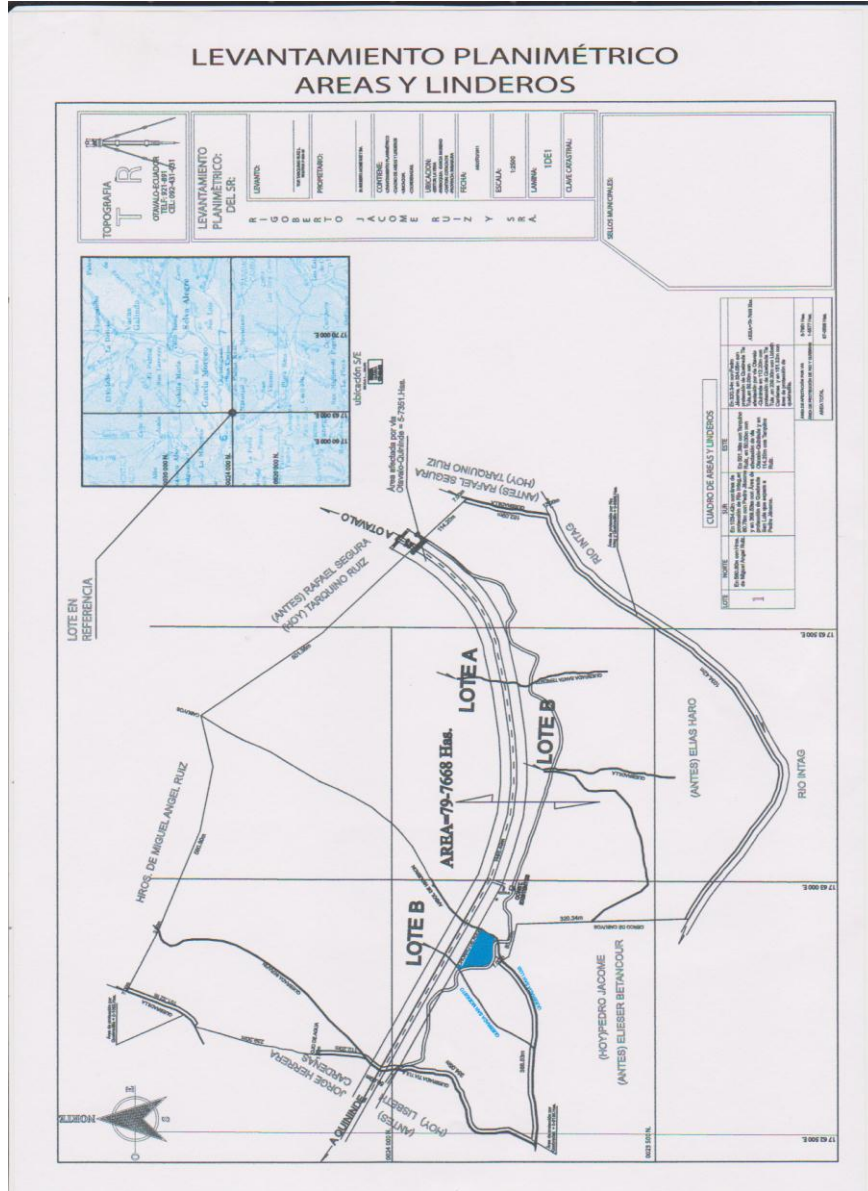
3.12.1 Localización del Proyecto



3.12.2. Levantamiento Planimétrico Áreas y Linderos

Gráfico 32

Levantamiento planimétrico



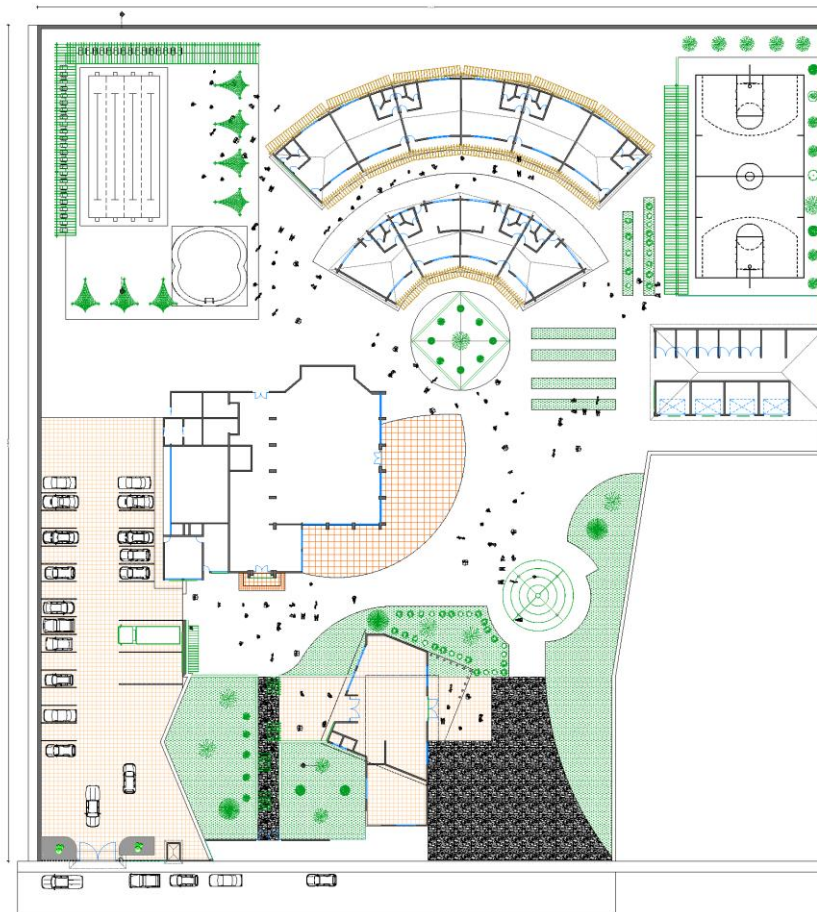
Fuente: Top. Tarquino Ruiz

Autor: Rolando Jácome

3.12.3. Implantación general del anteproyecto

Gráfico 33

Implantación general



Fuente: Arq. Diego Araque

Autor: Rolando Jácom

3.12.4. Perspectiva del Anteproyecto.

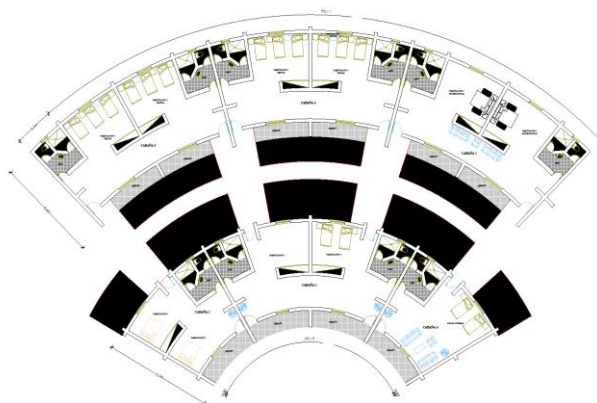
Gráfico 34

Anteproyecto



Fuente: Arq. Diego Araque

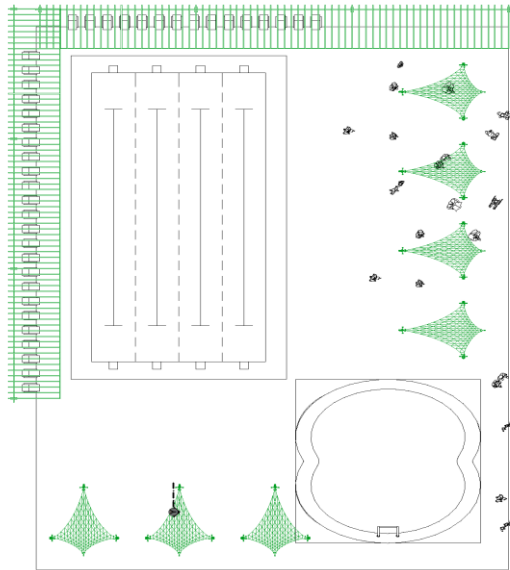
3.12.5. Implantación del área de Hospedaje



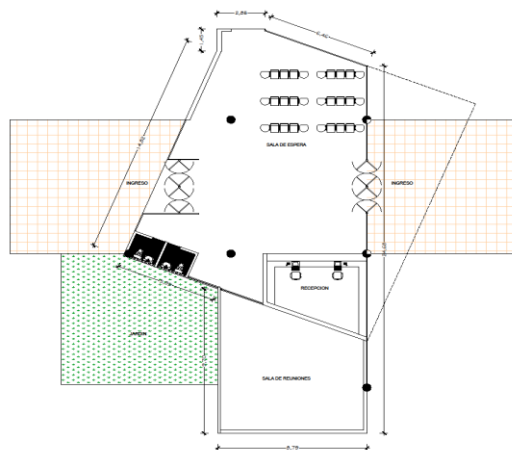
3.12.6. Implantación del área de Restaurant



3.12.7. Implantación del Área Recreativa



3.12.8. Implantación del Área de Recepción



Fuente: Arq. Diego Araque

Autor: Rolando Jácome

-
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo.
 - d) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

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

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

d.- Art 10: El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de funcionamiento.

3.13.2. Del registro único de turismo

- i. Art. 47.- Obligación del registro único de turismo.- toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.
- ii. Art. 48.- Pago por concepto de Registro.- el valor por concepto de Registro se hará por una sola vez, y de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

3.13.3 De la licencia única anual de funcionamiento

- i. Art. 55.- Requisito previo para la operación.- para el inicio y ejercicio de la actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar y tendrá vigencia durante el año en que se otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

3.13.4. Reglamento general de actividades turísticas.

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

3.14. Propuesta publicitaria

Se contará principalmente con agencias de viajes nacionales, para dar a conocer el servicio, esta estrategia será una de las principales herramientas para llegar a nuestros consumidores meta, se considera la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional, como ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos.

Adicionalmente se publicará una página WEB del establecimiento, en la cual se describa los servicios que se ofrece como hostería, y se brindará las facilidades necesarias para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotizando precios de los paquetes turísticos y las actividades y servicios que incluye cada uno.

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer “**La Vega Lodge hostería**” a sus clientes potenciales.

Para la mezcla promocional, se ha considerado los siguientes métodos de comunicación:

3.14.1. Publicidad

Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: ubicación, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de ecoturismo, contacto con la naturaleza que caracteriza a la zona de Intag.

Entre las herramientas que se usarán, están los medios impresos como:

Revistas especializadas: revistas especializadas en turismo y en deportes de aventura, adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador para presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza

Operadoras de turismo: Se entregarán documentación en operadoras de ciudades que se consideran objetivos de mercado como: Quito, Otavalo, Cotacachi.

Internet (WEB): Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y el que mejor comunicación del establecimiento puede prestar después de las agencias de viaje. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de los clientes potenciales, hacer reservaciones, descuentos y ofrecer toda información necesaria sobre la hostería y sus servicios.

Grafico 35

Página web



Autor: Rolando Jácome

3.14.2. Reportajes televisivos.

En este enfoque publicitario, no se tendrá que invertir dinero, debido a que los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes de “La Vega Lodge hostería”. Se tratará de captar medios de comunicación nacionales e internacionales como el programa de “La Televisión” de Gama tv, ECTV canal del estado, UTV, etc. Ya que estos programas se dedican a los reportajes de turismo y de zonas del Ecuador que no son muy visitadas por la población, debido a su falta de promoción y se les invitará a pasar una estadía de una noche y 2 días en el establecimiento, mientras realizan el reportaje.

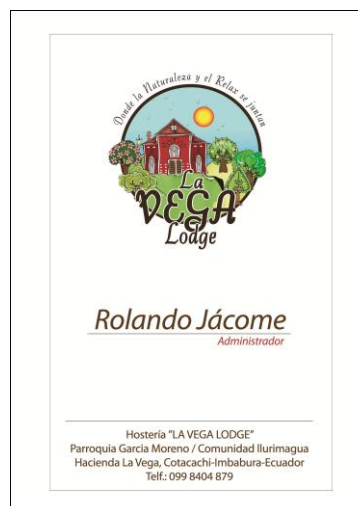
Este tipo de publicidad, ayudará a conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los consumidores. Además de mantener y mejorar la imagen del proyecto.

3.14.3. Comercialización

Esto incluirá:

- Videos ilustrativos
- Fotografías del proyecto
- Tarjetas de presentación
- Trípticos
- Afiches publicitarios
- (anexos)

3.14.3.1 Tarjetas de Presentación y Afiches



3.14.3.2. Trípticos

AREAS DE RECREACIÓN

"La Vega Lodge" es un lugar adecuado para pasarlo en familia o con amigos esta área consta de juegos infantiles, piscinas para un relax, áreas verdes, senderos ecológicos al río Intag, jardines tropicales, áreas deportivas, lago artificial para pesca deportiva.

Además posee circuitos de motos para practicar deportes de aventura, cabalgata por senderos, tarabita sobre el río Intag.

Piscinas: rodeada de palmeras y zonas verdes con césped y un ambiente natural, la refrescante piscina estará separada en dos zonas, una para los más pequeños donde disfrutarán de manera incansable y sin ningún peligro, y otra destinada para los adultos donde pasar las horas más calurosas del día.

Vivencias Místicas y talleres artesanales de la comunidad: Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos del pueblo, heredados por sus antepasados a tan solo 5 minutos del establecimiento, en donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías con los procedimientos autóctonos (cabuya, sábila, lupa).

Fotografía Rural: Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

Visitas a fábricas de mollienda y alambiques: visitas a estas fábricas de producción de panca y trago característicos de la zona de Intag y si es posible la degustación de los mismos.

RUTAS TURÍSTICAS Y ECOTURISMO

Principales rutas turísticas: Intag constituye una amplia zona geográfica, es importante diferenciar las actividades que realizan el turismo interno y el turismo receptivo, ya que los intereses son distintos.

Para el turismo interno, el principal foco de atracción es el complejo de Nangulvi es considerado como el atractivo principal y más visitado.





Hostería "LA VEGA LODGE"
Parroquia García Moreno
Comunidad Ilurimagua
Hacienda La Vega,
Cotacachi-Imbabura-Ecuador
Telf.: 099 8404 879

www.lavegalodge.com.ec




"La Vega Lodge Hostería" será un espectacular proyecto fuera de lo común con un cuidadoso manejo del paisajismo, con lagos, rutas turísticas, senderos para caminar, de cabalgata y bellos jardines tropicales, uno de sus objetivos es desarrollar un proyecto innovador y rentable. La Vega Lodge contará con cabañas para disposición de sus huéspedes, un salón de eventos y convenciones, con vías accesibles, servicios públicos, alimentación exquisita garantizando calidad humana y ambiental.

SERVICIO DE ALOJAMIENTO

Existirán dos tipos de cabañas, para elección de nuestros huéspedes, las matrimoniales (una cama) y las familiares (2-4 camas). Las cabañas disponen de baños completos, agua fría y caliente, TV cable, teléfono, mini-bar, room service y todos esos pequeños detalles relacionados con el máximo confort del viajero.

La construcción de la misma estará dada en una estructura de cemento y partes decorativas en caña guadua y madera cada una de las habitaciones llevara un nombre de un río de la zona de Intag.



SERVICIO DE RESTAURANTE

Especialmente los alimentos que se ofrecen en el establecimiento es comida típica de la zona, la cual es muy variada y nutritiva proporcionando a los turistas energía y vitalidad para cumplir con las diferentes actividades recreativas que se rigen en el itinerario.

Existen platillos tradicionales y muy exquisitos, algunos de los platillos son los siguientes:

- * Caldo de gallina de campo con yucas; como el platillo más preferido, utilizado en fiestas y en programas familiares como un símbolo de honor a los invitados.
- * Sancocho de chanchón con carne ahumada.
- * Fritada ahumada con yucas y ají.
- * Secos de pollo al jugo.
- * Secos de carne de res.
- * Camotes de dulce con leche.
- * Bolones de verde con trozos de queso y carne.
- * Majado de verde con café de chuspa.
- * Pastel de yuca.
- * Plátano maduro cocinado con leche.
- * Calostro natural.
- * Jugos naturales: papaya, mandarina, naranja, naranjilla, limón, guanábana.



3.14.4. Relaciones Públicas

Establecer vínculos no sólo con clientes, sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener la calidad conjunta. Por esto la administración del establecimiento debe trabajar y ser solidaria en obras comunitarias como siembra de árboles o cualquier actividad relacionada con el medio ambiente y su preservación.

3.14.5. Seguimiento del cliente.

Resulta imperioso conocer datos de los clientes ya que es más difícil ganar un nuevo cliente que mantenerlo y para ello se debe conocer los gustos, preferencias y necesidades.

Solo a partir de esa información del cliente se podrá ofrecer en diferentes momentos del año propuestas variadas que los satisfagan.

3.15 Propuesta económica / financiera.

El presente capítulo permitirá conocer objetivamente la participación de cada uno de los elementos que conforman la estructura financiera del proyecto: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación de cada uno de los productos o servicios, el ingreso procedente de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los períodos que comprometen el horizonte del proyecto.

3.15.1 Inversión Inicial.

Tabla 34

Inversión inicial

AREAS DE LA HOSTERÍA	Unidad	Tamaño	Valor Unitario	Costo Total
Portón de ingreso	U	1	200.00	200.00
Recepción / Administración	M2	56	140.00	7840.00
Cabañas	M2	217	220.00	47740.00
Restaurant	M2	180	95.00	17100.00
Estacionamiento	M2	88	15.00	1320.00
Piscina	M2	30	150.00	4500.00
Bodega	M2	12	95.00	1140.00
Mantenimiento/ lavandería	M2	16	95.00	1520.00
Canchas deportivas	M2	288	15.00	4320.00
Guardianía	M2	6	95.00	570.00
TOTAL				86250.00

MAQUINARIA Y EQUIPOS

CONCEPTO	#	Unidad	Valor Unitario	Costo total
Automóvil- furgón	1	u	20000.00	20000.00
Bomba de agua	1	u	400.00	400.00
Purificador de agua	1	u	350.00	350.00
Central telefónica	1	u	330.00	330.00
Lavadora	2	u	500.00	1000.00
Plancha	1	u	35.00	35.00

Televisor 21 Pul.	12	u	300.00	3600.00
Congelador	1	u	400.00	400.00
Cocina Industrial 6 quemad.	1	u	500.00	500.00
Licuadoras 10 vel.	2	u	75.00	150.00
Caja registradora	1	u	350.00	350.00
Extractor de olores-cocina	1	u	130.00	130.00
Bicicletas	10	u	180.00	1800.00
Cuadrones	5	u	1150.00	5750.00
TOTAL				34795.00

Muebles y Enseres

CONCEPTO	#	Unidad	Valor Unitario	Costo total
Camas de 1 1/2 plazas	28	u	100.00	2800.00
Colchones	28	u	70.00	1960.00
Velador	12	u	40.00	480.00
Closets	12	u	200.00	2400.00
Mesas de madera lacada	10	u	80.00	800.00
Sillas de madera con espaldar	40	u	25.00	1000.00
Juegos infantiles	1	u	1000.00	1000.00
Mueble para canastas (pisc.)	1	u	100.00	100.00
Menaje de restaurante	1	u	202.00	202.00
Menaje de cocina	1	u	1606.50	1606.50
Menaje de hospedaje	1	u	1899.00	1899.00
Menaje de recreación	1	u	665.00	665.00
TOTAL				14912.50

Equipos de oficina y Computación

CONCEPTO	#	Unidad	Valor Unitario	Costo total
Escritorio	3	u	250.00	750.00
Sillas giratorias	3	u	50.00	150.00
Archivadores aéreos	3	u	50.00	150.00
Juego de sala	1	u	300.00	300.00
TOTAL				1350.00
Computadores	4	u	600.00	2400.00
Fax / Impresora	1	u	50.00	50.00
Calculadoras	2	u	20.00	40.00
Página web	1	u	300.00	300.00
Internet	1	u	240.00	240.00
TOTAL				3030.00
<u>TOTAL INVERSIÓN</u>				<u>138337.50</u>

Fuente: Arq. Diego Araque

Autor: Rolando Jácome

3.15.2. Personal para el proyecto

CARGO	#	Costo mensual	Costo anual +13ro+14to
Gerencia / Administrador	1	1000.00	13354.00
Contador	1	500.00	6854.00
Recepcionista	1	400.00	5554.00
Chef	1	450.00	6202.00
Ayudante de cocina	1	354.00	4956.00
Mesero	1	354.00	4956.00
Gobernanta	1	354.00	4956.00

Lavandería	1	354.00	4956.00
Guardia	1	354.00	4956.00
TOTAL			56744.00

3.15.3. Capital de trabajo

Tabla 35

Capital de trabajo

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
ADMINISTRATIVOS				
Sueldos	4120.00	4120.00	4120.00	12150.00
Aporte Patronal IESS (12.5%)	506.25	506.25	506.25	1518.75
Gasto luz, agua	50.00	50.00	50.00	150.00
Gasto teléfono e internet	50.00	50.00	50.00	150.00
Promoción y publicidad	80.00	80.00	80.00	240.00
Suministros	25.00	25.00	25.00	75.00
Subtotal Administrativo	4761.25	4761.25	4761.25	14283.75
FINANCIEROS				
Préstamo bancario cuota	2422.12	2422.12	2422.12	7266.36
Interés préstamo cuota	1634.93	1634.93	1634.93	4904.79

Subtotal Financieros	4057.05	4057.05	4057.05	12171.15
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	8818.30	8818.30	8818.30	26454.90

Autor: Rolando Jácome

3.15.4. Detalle de préstamo

Tabla de amortización del préstamo

Tabla: 36

Detalle de préstamo

Periodo	Capital Préstamo	Interés 13.5%	Capital Pagado	Cuota Pago	Saldo
1	171782.15	23190.59	34356.43	57547.02	137425.72
2	137425.72	18552.47	34356.43	52908.90	103069.29
3	103069.29	13914.35	34356.43	48270.78	68712.86
4	68712.86	9276.24	34356.43	43632.67	34356.43
5	34356.43	4638.12	34356.43	38994.55	0.00
TOTAL		69571.77	171782.15	241353.92	

Autor: Rolando Jácome

3.15.5. Resumen de inversiones a realizarse

Tabla 37

Resumen de inversión

CONCEPTO	VALOR
Construcción infraestructura	86250.00
Maquinaria y Equipos	34795.00
Muebles y Enseres	14912.50
Equipo de Oficina y Computación	4380.00
Menaje	4809.75
Capital de trabajo	26454.90
TOTAL INVERSIONES	171782.15

Autor: Rolando Jácome

3.11.6. Cálculo de depreciaciones

Tabla 38

Depreciaciones

Construcciones e Infraestructura

<i>Descripción</i>	<i>% Depreciación</i>	<i>Valor a depreciar</i>	<i>D. Anual</i>	<i>D. Mensual</i>
Recepción / Administración	5%	7840.00	392.00	32.67
Cabañas	5%	47740.00	2387.00	198.92
Restaurant	5%	17100.00	855.00	71.25
Estacionamiento	5%	1320.00	66.00	5.50
Piscina	5%	4500.00	225.00	18.75
Bodega	5%	1140.00	57.00	4.75

Mantenimiento/ lavandería	5%	1520.00	76.00	6.33
Canchas deportivas	5%	4320.00	216.00	18.00
Guardiania	5%	570.00	28.50	2.38
TOTAL			4302.50	358.54

Maquinaria y Equipos

<i>Descripción</i>	<i>% Depreciación</i>	<i>Valor a depreciar</i>	<i>D. Anual</i>	<i>D. Mensual</i>
Automóvil- furgón	10%	20000.00	2000.00	166.67
Bomba de agua	10%	400.00	40.00	3.33
Purificador de agua	10%	350.00	35.00	2.92
Lavadora	10%	1000.00	100.00	8.33
Congelador	10%	400.00	40.00	3.33
Cocina Industrial 6 quemad.	10%	500.00	50.00	4.17
Bicicletas	10%	1800.00	180.00	15.00
Cuadrones	10%	5750.00	575.00	42.92
TOTAL			3020.00	251.67

Muebles y Enseres

<i>Descripción</i>	<i>% Depreciación</i>	<i>Valor a depreciar</i>	<i>D. Anual</i>	<i>D. Mensual</i>
Camas de 1 1/2 plazas	10%	2800.00	280.00	23.33
Colchones	10%	1960.00	196.00	16.33
Closets	10%	2400.00	240.00	20.00

Mesas de madera lacada	10%	800.00	80.00	6.67
Sillas de madera con espaldar	10%	1000.00	100.00	8.33
Juegos infantiles	10%	1000.00	100.00	8.33
Menaje de restaurante	10%	202.00	20.20	1.68
Menaje de cocina	10%	1606.50	160.65	13.39
Menaje de hospedaje	10%	1899.00	189.90	15.83
Menaje de recreación	10%	665.00	66.50	5.54

TOTAL **1432.05** **119.34**

Equipos de Oficina y Computación

<i>Descripción</i>	<i>% Depreciación</i>	<i>Valor a depreciar</i>	<i>D. Anual</i>	<i>D. Mensual</i>
Escritorio	20%	750.00	150.00	12.50
Sillas giratorias	20%	150.00	30.00	2.50
Juego de sala	20%	300.00	60.00	5.00
Computadores	20%	2400.00	480.00	40.00

TOTAL **720.00** **60.00**

TOTAL **9474.55** **789.55**

DEPRECIACIONES

3.15.7. Estado de resultados proyectado primer año

Demanda Q		100	100	100	120	120	140	150	150	100	100	100	100	1380 P
Total Ingresos R	10.00	1000.00	1000.00	1000.00	1200.00	1200.00	1400.00	1500.00	1500.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	13800.00
TOTAL INGRESOS		7500.00	7500.00	8750.00	9550.00	12900.00	14400.00	16000.00	16500.00	8550.00	8550.00	8400.00	6700.00	127900.00
COSTOS Y GASTOS		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JULIO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Costos Administrativos														
Sueldos		4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	4050.00	48600.00
Beneficios		592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	592.50	7110.00
Apor patronal		506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	506.25	6075.00
Luz y Agua		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Teléfono Internet		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Sumin De Oficin		25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00
Prom y Publicid		80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Depreciación		789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	789.55	9474.60
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	6143.30	73719.60
Gastos Financieros														
Intereses		1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	19619.16
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	1634.93	19619.16
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO		-278.23	-278.23	971.77	1771.77	5121.77	6621.77	8221.77	8721.77	771.77	771.77	621.77	-1078.23	34561.24

Demanda turistas	345	5 %	362	5 %	380	5 %	399	5 %	418
Precio por persona	100.00	3.23 %	103.23	3.23 %	106.56	3.23 %	110.00	3.23 %	113.55
Ingreso total paquete # 3	34500.00		37369.26		40492.80		43890.00		47463.90
Paquete #4 selva virgen									
Demanda turistas	175	5 %	183	5 %	192	5 %	201	5 %	211
Precio por persona	120.00	3.23 %	123.88	3.23 %	127.88	3.23 %	132.01	3.23 %	136.27
Ingreso total paquete # 4	21000.00		22670.04		24552.96		26534.01		28752.97
TOTAL INGRESOS PAQUETES 1+2+3+4	104700.00		113307.70		122783.80		133023.62		144072.20
Ingresos servicios independientes	23200.00	3.23 %	23949.36	3.23 %	24722.92	3.23 %	25521.47	3.23 %	26345.81
TOTAL INGRESOS ANUALES	127900.00		137257.06		147506.72		158545.09		170418.01
COSTOS Y GASTOS	Año 1	Inflación anual	Año2	Inflación anual	Año 3	Inflación anual	Año 4	Inflación anual	Año 5
Costos Administrativos									
Sueldos	48600.00	3.23 %	50169.78	3.23 %	51790.26	3.23 %	53463.09	3.23 %	55189.95
Beneficios	7110.00	3.23 %	7339.65	3.23 %	7576.72	3.23 %	7821.45	3.23 %	8074.08
Aporte patronal	6075.00	3.23 %	6271.22	3.23 %	6473.78	3.23 %	6682.88	3.23 %	6898.74

Luz y Agua	600.00	3.23 %	619.38	3.23 %	639.00	3.23 %	659.64	3.23 %	680.30
Teléfono Internet	600.00	3.23 %	619.38	3.23 %	639.00	3.23 %	659.64	3.23 %	680.30
Suministros de Oficina	300.00	3.23 %	309.69	3.23 %	319.00	3.23 %	329.30	3.23 %	339.94
Promoción y Publicidad	960.00	3.23 %	991.01	3.23 %	1023.00	3.23 %	1056.04	3.23 %	1090.11
Depreciación	9474.60	3.23 %	9780.03	3.23 %	10095.90	3.23 %	10421.10	3.23 %	10757.70
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES	73719.60		76190.14		78555.76		81093.14		83712.45
COSTOS DE TRABAJO									
Menaje	4809.75	3.23 %	4965.10	3.23 %	5125.37	3.23 %	5290.55	3.23 %	5460.88
Gastos Financieros									
Intereses	19619.16		18552.47		13914.35		9276.24		4638.12
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ANUALES	19619.16		18552.47		13914.35		9276.24		4638.12
Utilidad antes Impuestos y Participación	29751.49		37549.35		49911.24		62885.16		76606.56
15% participación Trabajadores	4462.72		5632.40		7486.69		9432.77		11490.98
25% Impuesto a la Renta	7437.87		9387.33		12477.81		15721.29		19151.64
UTILIDAD NETA	17850.90		22529.62		29946.74		37731.39		45963.94

3.15.9. Flujo de caja

Tabla 41

Flujo de caja

Flujo de caja						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. Ingresos Operacionales						
Ventas	-	127900.00	137257.06	147506.72	158545.09	170418.01
Total Ingresos operacionales	-	127900.00	137257.06	147506.72	158545.09	170418.01
B. Egresos Operacionales						
Costo operativo menaje	-	4809.75	4965.10	5125.37	5290.55	5460.88
Gastos administración	-	64245.00	66410.11	68459.86	70672.04	72954.75
Total Egresos operacionales	-	69054.75	71375.21	73585.23	75962.59	78415.63
C. Flujo operacional (A-B)	-	58845.25	65881.85	73921.49	82582.50	92002.38
D. Ingresos no Operacionales						
Crédito a largo plazo	-	-	-	-	-	-
Aporte de Capital	171782.15	-	-	-	-	-
Total ingresos no operacionales	171782.15	-	-	-	-	-
E. Egresos no operacionales						
Pago de interés crédito largo plazo	-	19619.16	18552.47	13914.35	9276.24	4638.12
Pago de crédito largo plazo	-	34356.43	34356.43	34356.43	34356.43	34356.43
Infraestructura	86250.00	-	-	-	-	-
Maquinaria y Equipos	34795.00	-	-	-	-	-
Equipo de oficina y computación	3030.00	-	-	-	-	-
Muebles y enseres	14912.50	-	-	-	-	-
Gastos pre operacionales	-	-	-	-	-	-
Total egresos no operacionales	138987.50	53975.59	52908.90	48270.78	43632.67	38994.55
F. Flujo no operacional (D-E)	32794.65	- 53975.59	- 52908.90	- 48270.78	- 43632.67	- 38994.55
G. Flujo neto generado (C+F)	32794.65	4869.66	12972.95	25650.71	38949.83	53007.83
H. Saldo inicial de Caja	-	32794.65	37664.31	50637.26	76287.26	115236.26
I. Saldo final de Caja	32794.65	37664.31	50637.26	76287.26	115236.26	168243.26

Autor: Rolando Jácome

3.15.10. Evaluación económica del proyecto

La evaluación financiera consiste en medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes de la fórmula del proyecto y convertirlas en cifras financieras con el fin de obtener indicadores útiles para medir su bondad.

3.15.10.1. Tasa de descuento con financiamiento

Tabla 42

Tasa de financiamiento

CK	13.50%	
Inflación	3.23%	
TD	$(1+CK)*(1+I)-1$	
TD	18.33%	

Autor: Rolando Jácome

3.15.10.2. Calculo VAN y TIR

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable

Tasa de descuento 18.33%

Tabla 43

Calculo VAN /TIR

Año	Flujo
0	171782.15
1	37664.31
2	50637.26
3	76287.26
4	115236.26
5	168243.26

VAN 73.553,72

TIR 31.74%

TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa interna de retorno es el porcentaje de utilidad o rendimiento que da el proyecto.

El 31.74 % será el porcentaje de rentabilidad que tendrá el inversionista por cada dólar que inviertan en el proyecto.

3.15.11. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 44

Recuperación de la inversión

Año	Flujo Neto	Flujo Acumulado
0	-171782.15	-171782.15
1	37664.31	-134117.84
2	50637.26	-83480.58
3	76287.26	-7193.32
4	115236.26	108042.94
5	168243.26	276286.20

Autor: Rolando Jácome

El cuadro presente demuestra que la inversión será recuperada a partir del cuarto año.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de impactos

Para el desarrollo del presente capítulo que a continuación se presenta es un análisis prospectivo de los impactos o huellas que en diferentes ámbitos generará el presente proyecto, es decir reflexionar sobre los aspectos positivos o negativos que la ejecución o desarrollo de la propuesta genere en ciertos ámbitos o áreas.

Para realizar técnicamente el presente análisis se ha utilizado la siguiente metodología.

Se determina las áreas en las cuales se realizará el análisis de impactos, siendo estos: económico, social, cultural y ambiental.

Se ha establecido la siguiente escala o niveles de impactos sobre la base de la siguiente tabla.

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

- A continuación se ha diseñado una matriz por cada área en la que el eje horizontal se ubica el nivel de impacto de acuerdo a la tabla anterior. Y en eje vertical se ha establecido una serie de indicadores por área.
- A cada indicador se le asigna un nivel de impactos para luego realizar la sumatoria de estos niveles y este valor se lo divide para el número de indicadores en cada área estableciéndose de esta manera el nivel de impacto del área.

-
- Bajo cada una de las matrices se ha realizado un análisis en el que se menciona los argumentos, causas y circunstancias del porqué se determinó el nivel de impacto a cada uno de los indicadores.

Finalmente se realiza un estudio numérico del nivel global de impactos a través de una matriz en la que en el eje horizontal están determinados los niveles de impactos de cada área, y en el eje vertical las áreas o ámbitos estudiados.

4.1 Impacto social

Tabla 45
Impacto social

IMPACTO SOCIAL									
NIVEL DE IMPACTOS		-3	-2	-1	0	1	2	3	
INDICADOR									
1. Calidad de vida							X		
2. Comunidad								X	
3. Relación familiar								X	
4. Relación Social (Turistas extranjeros y nacionales con la comunidad)								X	
5. Autoridades (vialidad)							X		
6. Trabajo							X		
TOTAL							6	9	
$\Sigma = 15$									
Nivel de Impacto = $\frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{15}{6} = 2.5$									
Nivel de impacto = medio positivo									

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

El impacto social ha tenido una ponderación de 2.5 que es un nivel medio positivo, en lo que nosotros como investigadores de este proyecto tenemos que conseguir las mejoras a través de las autoridades tanto locales como provinciales para que las vías de acceso estén en buen estado para poder llegar al sector, de esta manera existiría mayor afluencia de turistas por lo tanto se generarán fuentes de trabajo y mejoraría su condición de vida.

4.2 Impacto cultural

Tabla 46
Impacto cultural

IMPACTO CULTURAL							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
1. Recuperación de identidad						X	
2. Recuperación de los valores culturales						X	
3. Transmisión de valores culturales e identidad a las siguientes generaciones.						X	
4. Participación de turistas en las actividades cotidianas del sector							X
5. Exponer al visitante la auténtica vida del campo						X	
6. Manifestar al visitante las costumbres de la población del sector.							X
TOTAL						8	6
$\Sigma = 14$							
$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ $\text{NI} = \frac{14}{6} = 2.33$							
Nivel de impacto = Medio positivo							

Autor: Rolando Jácome

Análisis: como investigadores y conocedores del problema se debe ayudar a recuperar la identidad y los valores culturales para poderlos transmitir a las siguientes generaciones, mediante la participación ciudadana a través de charlas, reuniones, de las cuales saldrán otras alternativas o estrategias con las que se podrá aumentar los valores sociales culturales; ya que al turista lo que le interesa conocer de los pueblos es la cultura.

4.3 Impacto económico

Tabla 47
Impacto económico

IMPACTO ECONÓMICO							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
1. Plazas de trabajo						X	
2. Desarrollo turístico							X
3. Progreso y desarrollo de la Parroquia						X	
4. Mejorar la calidad de vida						X	
5. Ayudas económicas del extranjero						X	
6. Generación de microempresas						X	
TOTAL						10	3
$\Sigma = 13$							
$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ $\text{NI} = \frac{13}{6} = 2.16$ <p>Nivel de impacto = Medio positivo</p>							

Autor: Rolando Jácome

Análisis: se debe sugerir la mejora en lo que se refiere al progreso y desarrollo de la Parroquia generando plazas de trabajo y consiguiendo ayuda económica del extranjero a través de organizaciones no gubernamentales que brinden apoyo sobre todo en los aspectos económicos de las comunidades, con el fin de que la gente de la comunidad tenga una mejor calidad de vida, y no emigre a otros países en búsqueda de trabajo.

4.4 Impacto ambiental

Tabla 48
Impacto ambiental

IMPACTO AMBIENTAL							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
1. Sensibilizar a la población sobre la importancia del cuidado del ambiente						X	
2. Educar a la población sobre el Reciclaje de desechos						X	
3. Utilización de materiales orgánicos para cultivo						X	
4. Buen uso del recurso agua							X
5. Buen uso del recurso suelo							X
6. No contaminación del aire por uso de fungicidas u otros factores contaminantes.						X	
7. No contaminación por ruido							X
8. Modificación del entorno (construcción)					X		
9. Montaje del proyecto					X		
TOTAL					2	8	9
$\Sigma = 19$							
$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ $\text{NI} = \frac{19}{9} = 2.11$							
Nivel de impacto = Medio positivo							

Autor: Rolando Jácome

Análisis: el impacto ambiental ha tenido una ponderación de 2.11 que es un nivel medio positivo, es importante sensibilizar a la población sobre la importancia del cuidado del ambiente así como el buen uso de los recursos agua y suelo, a través de charlas, videos, reuniones, etc.

Sin embargo debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra, aplanamientos, deforestación, entre otras, las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá tomar medidas que recompensen dicha acción tales como:

- Se realizará una siembra de árboles para evitar la erosión del suelo y sequías.
- Potabilización del agua mediante métodos naturales.
- Para los desechos orgánicos y aguas servidas se creará un pozo séptico.
- Los desperdicios orgánicos serán enterrados para generar abono para los cultivos.
- Los desechos plásticos, vidrio y papel serán reciclados para evitar la contaminación.
- El proyecto debe involucrar prácticas que hagan uso racional y eficiente de la energía.
- Buen uso y conservación de la biodiversidad.
- Educación ambiental para sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de la fauna y flora del lugar.

4.5. Impacto global

Tabla: 49
Impacto global

IMPACTO GLOBAL									
NIVEL DE IMPACTO		-3	-2	-1	0	1	2	3	
ÁREA									
1. Social							X		
2. Cultural							X		
3. Económico							X		
4. Ambiental							X		
TOTAL							8		
		$\Sigma = 8$							
Nivel de Impacto = $\frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$ $NI = \frac{8}{4} = 2$									
Nivel de impacto = Medio positivo									

Autor: Rolando Jácome

Análisis:

El proyecto generará una calidad de vida digna, una cultura de vida más sana mediante los diferentes aspectos o áreas a desenvolverse fomentando el deporte y el esparcimiento, pero sobre todo tendrá como resultado principal el amor a la naturaleza y a una vida sin estrés.

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo de investigación se ha llegado a determinar las siguientes conclusiones:

1. De acuerdo al diagnóstico establecido en un contexto general, existe aceptación por parte de los turistas en que se cree una hostería ecoturística en la comunidad de Llurimagua para poder visitar, conocer y experimentar nuevas alternativas de satisfacción.
2. Se diseña la propuesta administrativa, operativa, legal y publicitaria de la hostería “La vega Lodge” describiendo fundamentalmente paquetes turísticos que puedan satisfacer las necesidades y expectativas del turismo interno y receptivo.
Las estrategias publicitarias para dar a conocer los servicios de la hostería son: página web, redes sociales, medios impresos y métodos promocionales como descuentos.
3. El estudio financiero del proyecto muestra la favorable rentabilidad para los inversionistas tolera una TIR del 31.74% y un VAN de 73.553,72 y su periodo de recuperación de la inversión será a partir del cuarto año.
4. El nivel de impactos arroja resultados positivos para la ejecución del proyecto, lo cual atestigua que la factibilidad del mismo es alta. El proyecto generará una calidad de vida digna, una cultura de vida más sana mediante los diferentes aspectos o áreas a desenvolverse fomentando el deporte y el esparcimiento, pero sobre todo tendrá como resultado principal el contacto con la naturaleza y una vida sin estrés.

RECOMENDACIONES

1. Inversión privada para la ejecución del proyecto puesto que la factibilidad demuestra indicadores positivos, de esta manera se contribuye al progreso y desarrollo de la comunidad anfitriona y sobre todo gran cantidad de turistas les gustaría visitar una hostería eco turística con nuevas alternativas de turismo.
2. Mejoramiento continuo en la planta turística ofertada que permita abarcar un mayor número de visitantes y satisfacer sus expectativas, capacitación a todos los empleados sobre calidad de servicios y atención al cliente, estar a la vanguardia en las nuevas tendencias y tecnologías de la información para garantizar la difusión del establecimiento.
3. Llevar a cabo este proyecto puesto que los resultados obtenidos en el estudio financiero demuestran que será proyecto rentable y en un periodo de recuperación oportuno.
4. Concientizar el buen uso de recursos naturales y culturales así como también generar una cadena de valor entre todos los pobladores de la comunidad para obtener ganancias a través del turismo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acuña, A. (2006). Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible. San José, Costa Rica: Recuperado del 17 de marzo de 2015 de http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf
2. Bermúdez, F. (2002). Generalidades del turismo. San José, Costa Rica. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf
3. Gómez B. y López Palomeque F. (2002). Regionalización turística del mundo. Balmes-Barcelona. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de https://books.google.com.ec/books?id=XnARoli1ZNQC&pg=PA15&dq=defidefide+de+la+demanda+turistica&hl=es&sa=X&ei=-LwEVeW_Ga3HsQSG-4CgCw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20la%20demanda%20turistica&f=false
4. Guerrero, P. (2013). Definición de Estructura, Infraestructura y Superestructura turística. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de <https://prezi.com/aw953aprswhl/definicion-de-estructura-infraestructura-y-superestructura-turistica/>
5. Kravets, I. y Camargo de, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la identidad nacional. CULTUR n-02 .Recuperado el 10 de marzo de 2015 de <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao3/artigo1.pdf>

-
6. OMT, (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial, OMT, Madrid. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/130719_turismo_patrimonio_inmaterial_excerpt.ppd
 7. OMT, (2007). Entender el turismo, Glosario Básico, OMT, Madrid. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
 8. Posso, M. (2003). Metodología para el trabajo de grado. Edit. NINA Comunicaciones, Ibarra Ecuador.
 9. Prodeci. (2008) Plan de Marketing y Programa de Intervención para desarrollar turismo en la zona de Intag. Ayuda en acción. Imbabura-Ecuador.
 10. Quesada, R. (2007). Elementos del turismo. San José Costa Rica, EUNED. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA125&dq=dededefini+de+la+oferta+turistica&hl=es&sa=X&ei=78gEVYS2BcWmNpqcgqBc&ved=0CDAQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20de%20la%20oferto%20turistica&f=false>
 11. Sancho, A. (2008). Introducción al turismo. Recuperado el 10 de marzo de 2015 de: <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284409284.pdf>

-
12. Sectur. (2004). Turismo Alternativo. Una nueva forma de hacer Turismo. México, D.F. Recuperado el 10 de marzo de 2015 de <http://metztitlan.com.mx/data/documents/turismoalternativo.pdf>
 13. Torre Tejada, Abel de la, (2011). Turismo y calidad del servicio. Perú-Lima 25: 127-142. Recuperado el 10 de marzo de 2015 de http://www.fcctp.usmp.edu.pe/cultura/imagenes/pdf/25_6.pdf
 14. Tourism & Leisury advisory services. (2009). PIMTE Plan integral de marketing turístico del Ecuador. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_f
 15. Tourism & Leisury advisory services. (2007). PLANDETUR, Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible hacia el año 2020. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-45.html>
 16. Viloría Ninoska, C. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. Recuperado el 09 de marzo de 2015 de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf>

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Biodiversidad: O Diversidad Biológica. La biodiversidad es la variabilidad de las existencias de material genético encontradas en la flora y fauna en una localidad.

Contaminación: La adición de cualquier materia natural o artificial, en el aire, agua o tierra en cantidades tales que toman el recurso impropio para un uso específico.

Excursión: Serie de servicios integrados bajo un itinerario fijo en el cual se incluyen varios puntos a visitar.

Guía turístico: Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.

Manejo de Desechos: Es el conjunto de operaciones que permiten dar a los residuos, el destino final adecuado. Comprende: la minimización, la separación en la fuente, recuperación, almacenamiento, recolección, transporte, reciclaje, tratamiento, disposición final, etc.

Paquete Turístico: Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc.

Relaciones Públicas: Actividades desarrolladas para producir una buena imagen de la empresa.

Reutilizar: Volver a usar un producto o material varias veces sin tratamiento.