



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

TURISMO

**Guía de Seguridad Turística para los establecimientos de
hostelería y restauración del Cantón Otavalo, Provincia de
Imbabura, Ecuador.**

Mediavilla Valenzuela, Pilar

AUTORA

Herrera Jiménez, Marilyn Gabriela, Msc.

TUTORA

Proyecto de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Ingeniera en Marketing y Turismo Internacional.

Otavalo, Abril 2015



UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE TURISMO
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 25 de marzo 2015.

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

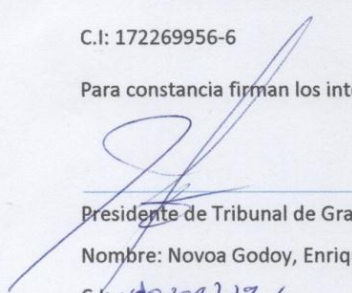
Guía de Seguridad Turística para los establecimientos de hostelería y restauración del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, Ecuador.

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Mediavilla Valenzuela Pilar

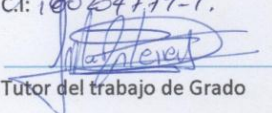
C.I: 172269956-6

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:


Presidente de Tribunal de Grado

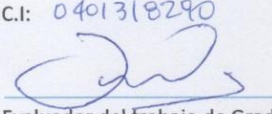
Nombre: Novoa Godoy, Enrique Alberto, Dr.

C.I: 10029717-1.


Tutor del trabajo de Grado

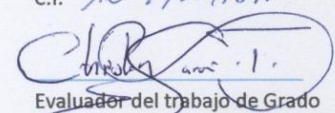
Nombre: Herrera Jiménez, Marilyn Gabriela, Msc.

C.I: 0401318290


Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Montufar Salcedo, Carlos Efraim, Msc.

C.I: 1201729181


Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Garzón Tabango, Cristian Alfredo, Ing.

C.I: 1002488300

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres que con su constancia y consejos sabios supieron guiarme y llevarme por el camino del bien para ser una buena mujer y buena profesional. A mi ñaño Martin, que físicamente no está junto a mi 6 años pero desde el cielo guía mis pasos y me da fuerzas para seguir adelante, sin su ayuda no habría llegado hasta donde estoy, él está y estará por siempre en mi corazón. A mis tías Cumita y Adrianita las cuales me ayudaron con su apoyo incondicional. Sin ustedes me sentiría incompleta. Gracias!!! Dios les bendiga!!!

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia y amistades que siempre han estado junto a mí y me han tendido la mano siempre que ha sido necesario así brindándome su apoyo incondicional. A los maestros que durante cinco años de mi vida impartieron en mí sus conocimientos de manera especial a la Msc. Marilyn Herrera quien fue tutora de este proyecto, y sobre todo a DIOS que me permitió culminar una etapa más de mi vida.

Todo lo que tengo, todo lo que soy se lo debo a Uds. Gracias por existir y ser parte de mi vida.

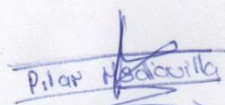
© DERECHOS DE AUTOR

Yo, Pilar Mediavilla Valenzuela, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1722699566, 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: Pilar Mediavilla Valenzuela
Correo electrónico: pilymajo@hotmail.com
C. I.: 1722699566
Fecha: 25 de Marzo del 2015.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DERECHOS DEL AUTOR	iv
ÍNDICE	v
INDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xii
EXECUTIVE SUMMARY	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	3
1.1. TURISMO	3
1.1.1. Concepto de turismo	3
1.1.2. Importancia del turismo.	4
1.1.3. Tipos de Turismo	5
1.1.4. Otavalo turístico.	6
1.1.5. Calidad del servicio en el ámbito turístico	7
1.1.6. Tipos de servicios turísticos.	9
1.1.7. Marco legal del turismo.	10
1.2. LA HOTELERÍA Y RESTAURANTES	14
1.2.1. ¿Qué es la hotelería?	14
1.2.2. Tipos de alojamientos	14
1.2.4. Restaurantes	18

1.3. LA SEGURIDAD TURÍSTICA.	22
1.3.1. ¿Qué es la seguridad turística?	22
1.3.2. Importancia de la seguridad	23
1.3.3. Tipos de seguridad.	23
1.3.4. Objetivos de la seguridad turística.	25
1.3.5. Manejo de las crisis turísticas por motivos de seguridad	26
1.4. LA GUÍA	27
1.4.1. ¿Qué es una guía?	27
1.4.2. Tipos de guías.	27
1.4.3. Estructura de la guía	29
1.5. MARKETING	31
1.5.1. ¿Qué es el marketing?	31
1.5.2 Promoción	32
1.5.3. Publicidad	32
CAPÍTULO II	34
2.1. DIAGNOSTICO DE LA INVESTIGACION	34
2.1.1. Antecedentes	34
2.1.2. Objetivos del diagnóstico.	36
Objetivos específicos	36
2.1.3. Variables diagnósticas	36
2.1.4. Los indicadores de las variables	37
2.1.5. Matriz de relación de las variables e indicadores	37
2.2. MECÁNICA OPERATIVA	39
2.2.1. Metodología del diagnóstico.	39
2.2.2 Población o universo	43
2.2.3. Identificación de la muestra	43
2.2.4. Determinación del tamaño de la muestra	46

2.2.5. Aplicación de la formula.....	47
2.2.6. Análisis e interpretación de resultados	48
2.2.7. Matriz FODA.....	64
2.2.8. Estrategias Cruce FODA.....	65
2.2.9. Determinación del problema diagnóstico.....	66
2.2.10. Conclusiones del diagnóstico.....	67
CAPITULO III.....	68
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO	68
3.1.1. Introducción de la propuesta	68
3.1.2. Justificación	70
3.1.3. Objetivos de la propuesta	71
3.1.4. Propuesta.	71
3.1.5. Macrolocalización	73
3.1.6. Microlocalización	74
3.2. IMAGEN CORPORATIVA DE LA GUIA.	75
3.2.1. El nombre de la guía.	75
3.2.2. Logotipo	75
3.2.3. Slogan	76
3.2.4. Misión de la guía de seguridad turística.	76
3.2.5. Visión de la guía de seguridad turística.	76
3.2.6. Valores.....	76
3.3. ESTRUCTURA DE LA GUIA.....	77
3.3.1. Contenido de la guía.....	77
3.3.2. Portada de la guía de seguridad.....	78
3.3.3. Logotipo.	79
3.3.4. Slogan.	79
3.3.5. Señalética.	80

3.3.6. Índice de la guía.....	82
3.3.7. Contraportada.....	83
3.4. PROPUESTA GRÁFICA.....	84
3.4.1. Tamaño de páginas.	84
3.4.2. Diagramación.....	85
3.4.3. Márgenes.....	86
3.4.4. Tipografía.....	87
3.4.5. Color	88
3.6. PRESUPUESTO DE LA GUIA	88
3.7. PROCESO DE LA SOCIALIZACION.	89
CAPÍTULO IV	94
4.1. INTRODUCCION.....	94
4.1.1. Escala de valores de impactos.	95
4.2. ANALIS DE IMPACTOS.....	96
4.2.1. Impacto social	96
4.2.2. Impacto cultural	97
4.2.3. Impacto turístico.	98
4.2.4. Impacto económico.....	99
4.3. IMPACTO GENERAL.....	100
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DE VARIABLES	38
TABLA 2: UNIVERSO 2, ENCUESTAS	43
TABLA 3: CATEGORIZACIÓN DE LA HOSTELERÍA.....	44
TABLA 4: CATEGORIZACIÓN DE LA RESTAURACIÓN	45
TABLA 5: GENERO.....	48
TABLA 6: NACIONALIDAD	49
TABLA 7: EDAD.....	50
TABLA 8: CONSIDERACIÓN DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA.....	51
TABLA 9: TIPO DE SEGURIDAD	52
TABLA 10: SITIOS DE INSEGURIDAD.....	53
TABLA 11: TIPO DE SEGURIDAD TURÍSTICA.....	54
TABLA 12: BENEFICIO DE LA GUÍA.....	55
TABLA 13: MOTIVOS DE INSEGURIDAD.....	56
TABLA 14: CONOCIMIENTO SOBRE LA SEGURIDAD TURÍSTICA.....	57
TABLA 15: ELEMENTOS DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA	58
TABLA 16: IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD A LOS CLIENTES	59
TABLA 17: INCREMENTO DE TURISTAS	60
TABLA 18: NECESIDAD DE UNA GUÍA DE SEGURIDAD	61
TABLA 19: CAPACITACIÓN A LOS EMPRESARIOS.....	62
TABLA 20: MEJORA DE LA SEGURIDAD TURISTICA.....	63
TABLA 21 : FODA	64
TABLA 22: ESQUEMA CONCEPTUAL DE LA PROPUESTA	72
TABLA 23: ÍNDICE DE LA GUÍA	82
TABLA 24: PRESUPUESTO DE LA GUÍA	88
TABLA 25: PLAN DE SOCIALIZACIÓN	89
TABLA 26: ESCALA DE IMPACTOS	95
TABLA 27: IMPACTOS SOCIAL	96
TABLA 28: IMPACTO CULTURAL	97
TABLA 29: IMPACTO TURÍSTICO	98
TABLA 30: IMPACTO ECONÓMICO.....	99
TABLA 31: IMPACTO GENERAL.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO1: GÉNERO.....	48
GRÁFICO 2: NACIONALIDAD	49
GRÁFICO 3: EDAD.....	50
GRÁFICO: 4º: CONSIDERACIÓN TURÍSTICA DE LA SEGURIDAD.	51
GRÁFICO 5: TIPO DE SEGURIDAD	52
GRÁFICO 6: MAYOR INSEGURIDAD.....	53
GRÁFICO 7: TIPO DE SEGURIDAD TURÍSTICA.....	54
GRÁFICO 8: BENEFICIO DE LA GUÍA DE SEGURIDAD	55
GRÁFICO 9: MOTIVOS DE LA INSEGURIDAD	56
GRÁFICO 10: CONOCIMIENTO DE LA SEGURIDAD	57
GRÁFICO 11: ELEMENTOS DE SEGURIDAD TURÍSTICA	58
GRÁFICO 12: IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD	59
GRÁFICO 13: INCREMENTO DE FLUJOS DE VISITANTES	60
GRÁFICO 14: NECESIDAD DE UNA GUÍA DE SEGURIDAD TURÍSTICA.....	61
GRÁFICO 15: CAPTACIÓN EN SEGURIDAD TURÍSTICA	62
GRÁFICO 16: PROCESO DE CAPACITACIÓN.	63
GRÁFICO 17: MAPA DEL ECUADOR	73
GRÁFICO 18: MAPA DE OTAVALO	74
GRÁFICO: 19 LOGOTIPO	75
GRÁFICO 20: PORTADA	78
GRÁFICO 21: LOGOTIPO DE SEGURIDAD	79
GRÁFICO 22: SLOGAN	79
GRÁFICO 23: SEÑAL DE ADVERTENCIA.....	80
GRÁFICO: 24: SEÑALES DE PROHIBICIÓN.....	80
GRÁFICO: 25: SEÑALES DE OBLIGACIÓN	81
GRÁFICO: 26: SEÑALES CONTRA INCENDIOS.....	81
GRÁFICO 27: CONTRAPORTADA	83
GRÁFICO 28: TAMAÑO DE LAS PÁGINAS	84
GRÁFICO 29: DIAGRAMA	85
GRÁFICO 30: EDICIÓN.....	86

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS A: ENCUESTAS A LOS ESTABLECIMIENTOS..... ;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS B: ENCUESTA A LOS TURISTAS;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS C: LOGOTIPO.....;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS D: PORTADA;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS E: PÁGINA INTERNA DE LA GUÍA.....;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS F: CONTRAPORTADA;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS G: VALIDACIÓN DEL MINISTERIO DE SALUD. ;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXOS H: VALIDACIÓN DIRECCIÓN DE TURISMO OTAVALO;ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo se ha convertido en la actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo, este además influye en los resultados de otros sectores como la comercialización, producción y aumento de la calidad de servicios mediante la seguridad, es decir protección para turistas y empleados al igual que el cuidado de la infraestructura.

La ciudad de Otavalo, rodeada por cordilleras, valles andinos, lagunas, cascadas, permite ofrecer una variedad de actividades turísticas, este valle andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. La Plaza de Ponchos o Plaza Centenario está ubicada en el sector urbano de la ciudad, es un sitio de confluencia donde visitantes de todo del mundo llegan para admirar la diversidad de habilidades artesanales, se concentran miles de artesanos y comerciantes que salen todos los días de la semana a exponer sus artesanías, en especial los días miércoles y los sábados que la feria se ubica en las calles principales de la ciudad, a esto también se suman los establecimientos hoteleros y restaurantes que permiten el fortalecimiento de esta actividad, la oferta de estos establecimientos es amplia, para todo tipo de turistas, en todo el cantón de Otavalo y precios a elegir.

El presente proyecto de tesis se denomina Guía de seguridad turística para los establecimientos de hostelería y restauración del cantón Otavalo, el mismo que busca fortalecer el turismo en la ciudad con la finalidad de declarar a Otavalo como un destino seguro. Es una propuesta nueva e interesante ya que la seguridad es primordial en todos los aspectos del ser humano. El propósito es brindar servicios de calidad con la mayor seguridad tanto a propios y extraños y así promocionar a Otavalo a nivel nacional e internacional. La guía de seguridad turística se constituye en un elemento de apoyo para las actividades del que hacer turísticos más importantes como es el alojamiento y la alimentación, e involucra a todos aquellos que generan estos servicios.

La metodología que se desarrolló para la realización de este proyecto fue el método inductivo-deductivo así recolectando información, también el método analítico-sintético al igual que el lógico-histórico

Los establecimientos turísticos de Otavalo actualmente no tienen una guía de seguridad turística que de un valor agregado a los servicios que prestan, tanto para los turistas como para los prestadores de servicios turísticos, esta iniciativa atraería el interés de los turistas ya que se sentirán protegidos, al igual que los establecimientos también estarían más seguros y conservados así contribuyendo al desarrollo turístico de la ciudad como de la provincia en general, incrementando la comercialización, la economía, fuentes de trabajo y por tal razón Otavalo se convertiría en un motor de gran importancia de crecimiento y fortalecimiento para así contribuir con la actividad turística en el cantón.

Ninguna ciudad a nivel provincial cuenta con un instrumento de seguridad como una guía, y Otavalo al ser la primera ciudad que tenga una guía de seguridad como herramienta indispensable para el desarrollo del turismo sería un motor de impulso para el resto de ciudades. La guía de seguridad turística estará dirigida a los prestadores de servicios turísticos en el ámbito de alojamientos y alimentación, estos estarán informados sobre las herramientas de seguridad que deben tener en su establecimiento y cómo actuar ante una emergencia o un acto de inseguridad que se presente. Lo más relevante de esta investigación será determinar el número de demandantes y ofertantes satisfechos o insatisfechos que existen actualmente en la ciudad de Otavalo para con esto regirse a las necesidades tanto de la oferta como de la demanda, con este proyecto se lograra que el turista encuentre un lugar en el cual se sienta satisfecho y que haya recibido servicios de calidad y sin percances.

Palabras claves: GUÍA; SEGURIDAD; TURISMO; HOSTELERÍA; RESTAURACIÓN; OTAVALO

EXECUTIVE SUMMARY

Tourism has become the socioeconomic activity fastest growing in the world, this also influences the results of other sectors such as marketing and production well in an increase in the quality of services through security, is protection for tourists and employees, so care infrastructure.

The town of Otavalo, surrounded by mountain ranges, Andean valleys, lakes, waterfalls, can offer a variety of tourist activities; this Andean valley is home to the indigenous ethnic Kichwa Otavalo, famous for its textile and commercial skills, characteristics that have in the largest indigenous market in South America. The Plaza de Ponchos or Plaza Centenario, is a site of confluence where people from all over the world come to admire the diversity and artisanal and commercial skill, which is located in the urban area of the city, where thousands of concentrate artisans and merchants who go out every day of the week to exhibit their crafts, especially on Wednesdays and Saturdays that the fair is located in the main streets of the city streets, this hotel establishments and restaurants that allow also add strengthening of this activity, the supply of these facilities is large, for all kinds of tourists throughout the canton of Otavalo and prices to choose from.

This thesis project called Safety Guide tourist facilities and catering Canton Otavalo, it seeks to strengthen tourism in the city in order to declare Otavalo as a safe destination. It's an interesting new proposal because safety is paramount in all aspects of being human. The purpose is to provide quality services with greater security and sundry and thus promote Otavalo nationally and internationally. The tour guide security constitutes a support for activities to do accommodation and food, and involves all those who generate these services.

The method logy development for the realization of this project wasthe inductive-deductive method and collecting data, also the analytic-synthetic method like the logical-historical

The tourist establishments in Otavalo currently do not have a guide to tourist security of added value to the services provided for both tourists and tourist disservice providers, this initiative would attract the interest of tourists because they feel

protected, at like establishments would also be safer and preserved contributing to tourism development in the city and the province in general, increasing marketing, economy, jobs and for that reason Otavalo become an engine of great importance for growth and capacity to contribute to tourism in the county.

No provincial- level city has security instrumentals a guide; and Otavalo to be the first city to have a safety guide as essential for tourism development tool would be a motor impulse to other cities. The guide to tourist safety will be directed to providers of tourist services in the field of accommodation and food, they will be informed about the security tools that should have on their property and how to respond to an emergency or an act of insecurity that comes along. The high light of this research is to determine the number of applicants and satisfied or dissatisfied vendors that currently exist in the city of Otavalo with this guided to the needs of both supply and demand, this project will achieve that tourists find a place where you feel satisfied and have received services and safely.

Key words: GUIDE; SAFETY; TOURISM; CATERING; RESTORATION; OTAVALO-

INTRODUCCIÓN

La actividad turística a nivel mundial es considerada como la industria del futuro de todos aquellos países que están en vías de desarrollo, para ello se deben aprovechar todos sus recursos. El turismo en el Ecuador es un factor muy importante para el desarrollo socio económico y cultural del país dada la diversidad de actividades favorables que traen beneficios económicos, es un instrumento generador de divisas al ser una actividad que genera economía, también a través del turismo se realiza un intercambio social.

Imbabura es una de las provincias más privilegiadas del Ecuador, llamada también la provincia de los lagos, debido a la variedad y belleza de sus lagunas, cada una con una historia que contar y muchas actividades que ofrecer al turista.

Una de las ciudades más representativas de la provincia es Otavalo, situado en la sierra norte del Ecuador, el centro histórico cultural de la ciudad es uno de los principales a nivel nacional actualmente, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria. El atractivo de gran trascendencia mundialmente conocido es la famosa feria artesanal en la Plaza Centenario, más conocida como la Plaza de los Ponchos esto motiva a la mayoría de visitantes extranjeros a visitar esta ciudad pluricultural, feria que se da todos los días.

Sus diferentes fiestas culturales hacen que miles de turistas se enamoren de Otavalo y quieran visitarlo seguido, así Otavalo recibe a cientos de visitantes a diario, es por esto que se ha visto la necesidad de aportar al turismo con un servicio de gran importancia y prioritario como es la seguridad ya que todas las personas buscan trasladarse de un lugar a otro y estar protegidos. El turista antes de viajar el primer factor que ve es la seguridad, al llegar a un establecimiento hotelero entrega toda su confianza en él, al igual que en un restaurante ya que la alimentación es una necesidad principal.

El presente proyecto se propone con el propósito de fortalecer el turismo dándole un valor agregado como es la seguridad, la propuesta nace de la necesidad de los establecimientos así como también de turistas que están expuestos a ser víctimas de cualquier acto de inseguridad.

El objetivo de esta guía es aportar al turismo con una herramienta que ayude a la actividad turística que será de gran importancia tanto para los prestadores de servicios turísticos como los turistas y de esta manera posicionar a Otavalo en el mercado turístico nacional, se ha propuesto este proyecto debido al gran porcentaje de accidentes o situaciones emergentes que se han suscitado en ultimadas fechas, los turistas son los más afectados debido a la mala o poca información recibida, lo cual da mala imagen para la ciudad, para la provincia y también a nivel nacional. El brindar seguridad turística otorga a Otavalo una manera diferente de verlo, ya que no solo cambiara en el sector turístico, sino en aspectos generales, tendremos una ciudad segura, esto no solo favorece al sector turístico sino a un progreso de Otavalo en todos los ámbitos.

El presente proyecto, fue estructurado en cuatro capítulos:

La primera parte, la fundamentación teórica, expone investigaciones relacionadas con el tema y que permitieron tener una idea clara de todos los conceptos relacionados con el proyecto de investigación.

El segundo capítulo referido al diagnóstico, se exponen las necesidades detectadas en las opiniones de los involucrados: los turistas y los establecimientos, mediante una investigación descriptiva, reflejada en el análisis de resultados que permitieron plantear el problema y determinar objetivos.

En el tercer capítulo se estructuró la propuesta como tal, determinando: el nombre de la guía, la portada y el contenido de la guía.

En el cuarto capítulo se realizó un análisis prospectivo de los impactos que en diferentes ámbitos generará el presente proyecto.

Finalmente se realiza conclusiones enfocadas a la investigación realizada y se definen ciertas recomendaciones para los establecimientos de alojamiento y alimentación de acuerdo a las falencias que se observaron en el diagnóstico.

Para la elaboración de esta propuesta se utilizó métodos de investigación; analítico, deductivo y sintético, complementada con las técnicas de recolección de datos como; salidas de campo, encuestas a los turistas que visitan la ciudad y a los establecimientos, las variables a investigarse serán la oferta, la demanda.

CAPÍTULO I FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En este capítulo se detalla información sobre temas actuales, técnicos y relevantes que se relacionen con el tema del proyecto y sea un apoyo investigativo para la realización del mimo.

1.1.TURISMO

1.1.1. Concepto de turismo

Según la OMT¹, (1994):

Es la actividad que realiza una persona durante un viaje, actividad diferente al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos, además son todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (p.11)

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etc. por lo tanto sus distintas definiciones desde el punto de vista general se torna dificultosa y a la vez contradictoria, por ello cada profesional del turismo tiene su propio concepto de acuerdo a las consideración que tengan.

Según Quesada, (2000):

La palabra turismo, etimológicamente se deriva de la palabra latina "tornus" que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al "turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico, o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un "tour" a determinado destino. (p. 118)

¹Organización mundial de turismo.

El turismo está en constante crecimiento y cada vez es un ente ms de desarrollo para cada país, generando así fuentes de trabajo, destinos nuevos, comercialización en el lugar del destino turístico y en fin donde hay turismo se convierte en un desarrollo social, económico, cultural en cada lugar.

1.1.2. Importancia del turismo.

Para Ballesteros, (2007):

El Turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio económico y cultural del país, dada la diversidad de actividades favorables que traen beneficios económicas. Es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general, genera así mismo un mercado de empleos diversificados con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía. El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividad se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad. Entonces generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos turísticos. (p. 29).

Según datos estadísticos de la OMT, El turismo “Generara el 11, 1% del PIB² y el 8,3% de empleo, favorece la puesta en valor de los locales, así aprovechar estos y desarrollar de una mejor manera la actividad turística.” El turismo es uno de los principales sectores económicos del mundo en los próximos años.

El turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar sus recursos proyecta aproximadamente 1.600 millones en el 2020, también manifiesta que el turismo interno seguirá creciendo a buen ritmo.

² Producto Interno Bruto.

1.1.3. Tipos de Turismo.

Según la autora Cárdenas, (2004):

Turismo de Masas: Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

Turismo Individual: Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros con o sin intervención de operadores turísticos.

Turismo Cultural: Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Turismo Natural: Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

Turismo Activo: Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

Turismo de Negocios: Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla por lo general entre empresas.

Turismo Científico: El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas. (p.113)

Los diferentes tipos de turismo que se presentan de acuerdo con la autora son de acuerdo al interés particular del turista, de acuerdo a su objetivo de viaje, esas modalidades permiten al viajante segmentar su idea de viaje, el desarrollo 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. Los recursos naturales, históricos, culturales, son empleados por el turismo para el uso contenido

de más y más visitantes as también conservándolos para el futuro, ya que esta actividad trae benéficos para la sociedad.

1.1.4. Otavalo turístico.

Otavalo y sus parroquias ofrece una gran variedad de actividades turísticas, deportes de aventura, observación, artesanía, gastronomía y la más impresionante naturaleza, por otro lado, eventos turísticos y culturales como ferias, fiestas. Otavalo es también conocido como el Valle del Amanecer, ubicado al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 Km. de la ciudad de Quito.

Turísticamente es el Cantón más importante de la provincia de Imbabura por el mundialmente famoso mercado indígena, está rodeado por un sin número de ríos en todo el territorio y de lagos que adornan el bello paisaje del cantón, destacando el Lago San Pablo y las Lagunas de Mojanda que constituyen un factor fundamental que caracterizan el potencial turístico de la región

Según Lema, (2005); “Otavalo es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador. Es visitado tanto por turistas nacionales como extranjeros, atraídos por la diversidad cultural de la región que conjuga con la variedad de ecosistemas que encierra una diversidad biológica” (p. 116)

En el mercado indígena encontrarán un intercambio multicultural y lingüístico en el que se concentra el trabajo artesanal no solo del pueblo otavaleño sino de todo el Ecuador e inclusive de varios países andinos. El mercado está abierto todos los días, los días sábados los visitantes pueden admirar mayor variedad de artesanías, hermosos tejidos en lana, tapices, sombreros, cerámica, bordados, bisutería, etc.

Para Carrasco, (2008):

En los últimos años y hasta la actualidad Otavalo mantiene el quinto lugar en el ranking de las ciudades más visitadas en el Ecuador detrás de Quito, Guayaquil, Cuenca y Baños. Además del famoso mercado indígena, el cantón cuenta con varios lugares turísticos como la Laguna de San Pablo, ubicado a 3 Km. de Otavalo se le denomina el Lago de Los Imbayas, acunado en el

majestuoso monte Imbabura este lago es considerado el más grande de la Provincia, aquí se puede practicar el velerismo, natación, sky acuático. La Laguna de Mojanda localizada a 17 Km. al sur de Otavalo, ocupa el cráter de un volcán extinguido, compuesto por 3 lagunas Huarmicocha, Caricocha y Yanacocha, ellas ofrecen abundante pesca de truchas y alberga a una variedad de orquídeas y flores silvestres. La cascada de Peguche es uno de los atractivos más importantes de Otavalo, es reconocida a nivel mundial por sus hábiles artesanos y su música tradicional, este es un lugar sagrado en la cultura de los pueblos indígenas de Otavalo porque una característica de los indígenas es su relación con el medio natural, especialmente las montañas, el agua, los árboles, respecto a quienes se conserva un cúmulo de significados que inspiraron e inspiran cuentos, mitos y leyendas y ritos, en las aguas de esta cascada se realiza los baños de purificación para dar inicio a las fiestas del Inti Raymi. (p. 16)

Otavalo tiene una gran variedad de actividades y recursos para ofrecer al turista, así el turista puede realizar las actividades que más le guste, la oferta turística que se realiza en Otavalo es amplia, en cuanto a alojamiento, alimentación, transporte y serie de actividades culturales, deportivas, y lugares únicos que ninguna ciudad más los posee como son sus lagos, cascadas, montañas y demás sitios que enamoran al turista, la amabilidad de su gente es un factor que también le permite al turista sentirse como en casa.

1.1.5. Calidad del servicio en el ámbito turístico

Los conceptos de calidad de producto y calidad de servicio en el ámbito turístico son subjetivos y variables en el tiempo y espacio. Pues no es igual el concepto de calidad para un viajero que realiza su primer viaje que para un viajero habitual, como tampoco será igual el concepto de calidad para un chino que para un francés. En concordancia con todo lo anterior y centrado en el área de los servicios turísticos, es posible afirmar con certeza que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario Implementar una orientación hacia los clientes, quienes a fin de cuentas, son los que evalúan y deciden si pagarán por un servicio.

Para Revueltas, (2010):

En este contexto, la orientación al cliente se sustenta en el trato, por tanto, la actuación y desempeño del talento humano es el eje del sistema de calidad turística. De las personas (guías turísticos, taxistas, policías, mesoneros, expendedores de playa y otros) depende en gran medida el grado de satisfacción del visitante y, por tanto, el éxito o el fracaso del servicio turístico. Es por ello que para lograr el éxito como prestador de servicios turísticos se requiere, aparte de ciertas técnicas, una correcta actitud de servicio. Resumiendo lo anterior, la calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servilismo. Además, el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica. Por ello es necesario que las empresas turísticas cuenten con unas Normas de Calidad que puedan ser percibidas por el cliente y que dispongan de unos procesos operativos tecnificados que simplifiquen el trabajo. (p.12)

Rodríguez dice, (2008); “Tomando conciencia de las ventajas y desventajas de los servicios turísticos en general, el hotelero puede compensar algunas falencias con buenas estrategias o incrementar las posibilidades sumando nuevas opciones utilizando todas las posibilidades locales.”

La calidad puede definirse como satisfacer las necesidades del cliente, y cumplir con todas sus expectativas a un precio igual al que ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido, de acuerdo a estos conceptos se puede deducir que los clientes evalúan si la relación satisfacción-precio van de la mano y son los adecuados. Puede ocurrir que un servicio sea realizado con la máxima rapidez y exactitud y sin embargo los clientes perciban que se les atiende con excesiva celebridad o que el contacto con el personal es demasiado cortante

1.1.6. Tipos de servicios turísticos.

Según Tamames, (2012):

Servicio de agencia de viajes: Es la actividad turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes: como por ejemplo: transportistas (aerolíneas, cruceros), servicio de alojamiento (hoteles,) con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

Guía de turista: Es la elección e interpretación del patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

Servicio de salud: En caso de algún percance las autoridades y las instituciones actúan sin distinción alguna de nacionalidad o raza a la ayuda de los turistas.

Servicio de restauración: Consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas con la intención de satisfacer al turista.

Servicio de alojamiento: Edificio o inmueble destinado a servir para vivienda durante el periodo de ocio que se pasa fuera de tu domicilio habitual, mediante el alquiler a una empresa que oferta sus instalaciones y servicios a cambio del pago de una cantidad económica. Estas empresas estarán legalmente autorizadas para la prestación del servicio y los precios del alojamiento turístico deberán estar visados por el organismo competente de la comunidad autónoma en que se encuentre ubicado el negocio.

Servicio de transportación: Empresas privadas que poseen una infraestructura y unos bienes de equipo para transportar o trasladar personas, equipajes y mercancías de un lugar a otro.

Servicio de información: Tiene por finalidad ofrecer al turista que visita nuestra ciudad una asistencia personalizada tras cualquier percance que requiera su presencia en comisaría. Queremos ofrecerte un servicio de calidad

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

para que conozcas nuestros atractivos turísticos y riquezas naturales, además de nuestra hospitalidad y calidez.

Servicio de intermediación: Servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos. Servicio de información, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. (p.45)

Los distintos servicios turísticos deben centrarse en ser competitivos ante las condiciones del entorno turístico, deben garantizar los clientes que son capaces de responder a sus necesidades mejor que todos sus competidores, los distintos servicios permiten a los clientes que su actividad a realizar sea completa, así cumpliendo todas sus expectativas.

1.1.7. Marco legal del turismo.

El marco normativo necesario para la realización de la presente investigación se basa en las siguientes leyes y decretos nacionales.

Según, (Ecuador); La Ley de Turismo: En su Capítulo I, Generalidades, señala:

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

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

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

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

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

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

En su Capítulo II, De las actividades y de quienes las ejercen, señala:

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

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de alquiler de vehículos para este propósito.
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juegos (bingo – mecánico) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

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

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión.

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

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

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

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

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

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

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

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

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

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

Capitulo XI; De los delitos contra la seguridad pública

Art. 440-B.- La persona o personas que instigaren promovieren o ejecutaren actividades turísticas con el objeto de cometer o perpetrar el delito de plagio, lesiones, pudor, delitos contra la propiedad relacionado con el delito de hurto, el Código Penal, se les impondrá el máximo de la pena que corresponda a la naturaleza de la correspondiente infracción. Así mismo, quienes cometieran delitos previstos en este artículo contra personas que tengan la condición de turistas y a sabiendas que tenía tal condición se les impondrá la máxima pena prevista para la infracción perpetrada.

El marco legal del turismo con relación a la seguridad turística nos permite saber los reglamentos que mandan o prohíben, con esto se determinará la función de la guía y los aspectos más relevantes que deben estar acorde con las leyes para así facilitar las actividades a los empresarios de acuerdo a lo que la constitución establece, con ello los empresarios en la guía aparte de tener conocimiento de las normas preventivas y desarrollar su actividad dentro de estándares de seguridad también cumplirán con la ley y evitaban ser sancionados.

1.2.LA HOTELERÍA Y RESTAURANTES

1.2.1. ¿Qué es la hotelería?

Según Vértice, (2008):

La hotelería es una rama del turismo que presta el servicio de alojamiento al turista. Según el confort y el lugar donde se encuentren variara su precio y de acuerdo a esto el cliente sabrá cual hotel le conviene.

Se entiende por empresa de hostelería la dedicada de modo habitual o profesional a proporcionar habitación o residencia a las personas, junto o no con otros servicios de carácter complementario. Los Alojamientos turísticos pueden ser: Hoteles, hostales, hoteles-residencia, hostales-residencia, albergues, paradores, hoteles-apartamentos, residencias-apartamentos, moteles, hoteles en estaciones termales, ciudades de vacaciones y camping, pensiones, fondas, casas de huéspedes y posadas. (p.49)

Las modalidades de alojamiento, son muy diversos, y admiten una amplia clasificación dependiendo de la variable deseada normativa legal, ubicación, tipo de huéspedes, cantidad de habitaciones, régimen de explotación, propiedad, categoría, características específicas, etc. También existen, según los servicios, modalidades e instalaciones, establecimientos hoteleros con la denominación de: temporada, playa, montaña, familiar, congresos, típico, aeropuerto, deportivo, casino, estaciones termales.

1.2.2. Tipos de alojamientos

Para Spooner, (2013):

Apartamentos turísticos: Son bloques de apartamentos, casas, bungalows y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.

Campings: El camping es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en

tiendas de campaña (acampada), remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables.

Time sharing: Se trata de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turnos. Se entiende aquel que atribuye a su titular la facultad de disfrutar con carácter exclusivo durante un período concreto de cada año. Dicha facultad no permite al titular alteraciones en el apartamento ni en el mobiliario.

Establecimientos de turismo rural: Edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica. Tienen diversas clasificaciones locales.

Viviendas vacacionales: Unidades de alojamiento aisladas en apartamentos, bungalows, viviendas uniformes y en general cualquier vivienda ofrecida por motivos vacacionales mediante contraprestación económica. En todo caso se referirá al alojamiento del piso completo, pero nunca por habitaciones.

Balnearios: Empresas de Aguas Termales, minerales, de manantial, así como los centros de talasoterapia, siempre y cuando dispongan de instalaciones turísticas complementarias.

Consultoras hoteleras: Empresas que asesoran a los propietarios de establecimientos hoteleros (propietarios individuales, fondos de inversión, familia office, etc.) en la puesta en valor de este tipo de activos. Estas empresas pueden asesorar en la búsqueda de operador hotelero, búsqueda de inversor, etc. Ejemplo: CBRE, Jones Lang, PHG Hoteles& Resorts, entre otras. (p. 21)

Hay diversos tipos de alojamiento, para diferentes gustos de las personas y disponibilidad de dinero, también se ajustan a las distintas actividades que realizan los turistas, la calidad de la infraestructura de los establecimientos de Otavalo tiene bastante calidad, no todos prestando un servicio completo como en un hotel de cinco estrellas de distintas ciudades, pero con muchas comodidades que gustan al turista, el fortalecimiento para una mejor calidad de servicio se daría con la unión de ofertantes poniendo como interés principal al turista.

1.2.3. Categorización de la Hostelería

Según, (Jaramillo); Las estrellas pueden ir de una a cinco, aunque generalmente los sitios de una y dos estrellas no muestran su calificación, pero se sabe que son los más económicos y los que menos comodidades tienen.

Hoteles de una estrella ★

Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. Tienen una habitación privada, algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales, sólo para dormir y no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla, y a veces puedes llegar a encontrar un ropero y una mesa de luz.

Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el call central del edificio. Gran parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio. Finalmente, suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o casco urbano de la ciudad, pero el costo por estar allí justifica la distancia muchas veces.

Hoteles de dos estrellas ★★

Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos. Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo. Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una de caja de seguridad para que guardes tus pertenencias y datos e información turística de la región en la que te halles.

Hoteles de tres estrellas ★★★

Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Algunos incluso poseen una pequeña heladera que ya viene con bebidas que se pagan al final de la estadía en caso de que las consumas. Siempre están bien ubicados, sea porque están en el casco céntrico de la ciudad o por encontrarse en lugares turísticos cerca de grandes atracciones.

Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde puedes quedarte a disfrutar de un descanso extra gracias a sus comodidades.

Hoteles de cuatro estrellas ★★★★★

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas.

Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y parqueadores plurilingües y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la región. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra allí.

Hoteles de cinco estrellas ★★★★★

Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región.

Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas, además de ofrecerte ubicaciones inmejorables con vistas increíbles. Suelen incluir un servicio de cóctel gratuito y entradas con descuentos especiales para los eventos de la región. En estos hoteles suelen organizarse congresos y reuniones especiales dadas su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrece. (p. 90-91-92)

La Organización Mundial de Turismo es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuando a la clasificación hotelera, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los hoteles y hospedajes para alcanzar las estrellas que se pueden ver en casi todas las entradas de los hoteles. El tipo de hotel que cada viajero elije depende exclusivamente de las necesidades y gustos que tenga, pero siempre es bueno estar informado sobre lo que te puedes encontrar en un hotel dependiendo de sus estrellas. Con pequeñas variaciones según la región y país en que se realice el viaje.

1.2.4. Restaurantes

Según Cooper, (2002):

Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio alimentos y bebidas para su consumo dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones. (p. 10)

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

Los establecimientos principales de alimentación según el autor Gallegos, (2008) son:

Restaurante: Dispone de cocina y comedor con el fin de ofrecer comidas y/o cenas mediante precio para ser consumidas en el mismo local. Aquellos que reúnen especiales características de edificación, antigüedad y localización geográfica, fijadas en las disposiciones que se establecen, podrán usar (previa autorización administrativa) la denominación de “casas de comidas”.

Cafetería: Establecimiento que en una misma unidad espacial dispone de barra y servicios de mesa, careciendo de comedor, con el fin de ofrecer al público mediante precio y a cualquier hora del horario de apertura: helados, refrescos, bebidas en general, tapas frías o calientes, bocadillos y platos combinados/simples de elaboración sencilla y rápida en frío o a la plancha.

Bar: Establecimiento que dispone de barra y que careciendo de comedor, también puede disponer de servicio de mesa en la misma unidad espacial con el fin de proporcionar al público bebidas acompañadas o no de tapas y bocadillos, y como máximo de 1 plato del día. Aquellos que reúnen características especiales (reconocidas por la administración) de edificación, antigüedad y localización geográfica, podrán usar la denominación de “tabernas”. (p. 185)

Los restaurantes es una de las actividades más importantes para el desarrollo de la misma, en la actualidad existen varias modalidades de restaurantes, son establecimientos en forma general de actividad privada, en donde los consumidores pagan por la alimentación que van a consumir. También un aspecto a consideras los ofertantes de la restauración es que deben tener conocimiento de los peligros que pueden ocurrir al brindar este servicio.

1.2.5. Categorización de los restaurantes

Según,(Castro, 2010):

a) Restaurantes de lujo:

Entrada para los clientes diferenciada con las del personal.

Vestíbulo tanto para hombres como para mujeres.

Suficiente capacidad del comedor.

La cocina estará totalmente equipada de enceres, cámaras frigoríficas, cuartos fríos, etc.

Todo el mobiliario será suntuoso.

Dispondrá de un ascensor si el lugar tiene más de una planta.

Incluirá una escalera de servicio.

El personal dispondrá de su propio comedor, vestuario y servicios higiénicos.

El maitre tendrá conocimientos del idioma inglés.

El personal estará uniformado con estaciones de cuatro mesas por mesero.

La carta tendrá: en las entradas habrá 10 variedades y 4 sopas o cremas: 5 variedades de verduras, huevos y fideos; 5 variedades de pescados; 5 variedades de carnes y aves; 5 variedades de postres. La carta de vinos ofrecerá 5 variedades de cada clase de vino, licores, gaseosas, cervezas y café.

El servicio será de fuente o plato.

b) Restaurantes de primera categoría:

Tendrá las mismas instalaciones de un restaurante de lujo.

La carta tendrá: 3 variedades de sopas o cremas; 4 variedades de verduras, huevos y fideos; 4 variedades de pescados; 4 variedades de carnes y aves; 4 variedades de postres y la carta de vino con 4 variedades por cada clase.

Cada mesero tendrá estaciones de 6 mesas.

El maitre tendrá conocimientos del idioma inglés.

c) Restaurantes de segunda categoría:

Tendrá una sola entrada tanto para clientes como para personal.

La sala del comedor con superficies adecuada al servicio.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

La cocina estará totalmente equipada de enceres, cámaras frigoríficas, cuartos fríos, etc. de acuerdo a su capacidad.

El personal dispondrá de su propio comedor, vestuario y servicios higiénicos.

Cada mesero dispondrá de estaciones de 8 mesas.

Servicios higiénicos.

Teléfono.

La carta constará de: 5 variedades de entradas y 2 sopas; 3 variedades de verduras, huevos y fideos; 3 variedades de pescados; 3 variedades de carnes y aves, 3 variedades de postres y la carta tendrá 3 variedades por cada grupo de vinos, licores, refrescos, cervezas y café.

d) Restaurantes de tercera categoría:

Cocina limpia.

Los servicios higiénicos serán tanto para los clientes como para el personal.

Comedor independiente de la cocina y de acuerdo al servicio y categoría.

La carta incluirá una variedad de platos y bebidas.

El personal se presentará completamente limpio y aseado. (p. 196-197).

La categorización de las empresas de la industria gastronómica tiene como finalidad que estas organizaciones adecuen su operación a los estándares internacionales, como una propuesta de valor para los comensales; sirve, además, para que la gastronomía pueda ser incluida en los destinos turísticos. Para categorizar el restaurante, el empresario debe contar con un talento humano capacitado en preparación de alimentos acorde con el orden de producción, servicio a los clientes con los estándares establecidos, control de manejo de materia prima e insumos en el área de producción, manejo de los recursos con base en los estándares de la empresa, coordinación de la producción acorde con los estándares definidos por la empresa y el cumplimiento con la norma sanitaria de manipulación de alimentos.

1.3.LA SEGURIDAD TURÍSTICA.

1.3.1. ¿Qué es la seguridad turística?

Para Abellán, (2008):

Seguridad turística es la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. La seguridad es una de las pautas principales de valoración del hombre en la elección de un destino durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación y debe ser interpretada como un estado objetivo y subjetivo que nos permite percibir que nos desplazamos en un espacio exento de riesgos reales o potenciales. La seguridad turística es una variable de la seguridad ciudadana y debe ser analizada como parte de un sistema de seguridad integral pero con sus propios indicadores o ejes de trabajo. El desarrollo de la actividad turística en un destino implica considerar básicamente la relación entre dos variables: la demanda - un turista o excursionista- y la oferta del destino. (p. 112)

La seguridad turística es uno de los aspectos principales que valora el humano, y al elegir un destino este factor es importante, cuando se habla de seguridad debe ser interpretada como un estado objetivo y subjetivo que permite percibir e desplazamiento en espacios exentos de riesgos. La protección de la vida, la salud, la integridad física y psicológica así como también económica de los turistas debe ser el principal objetivo de todo establecimiento turístico, las principales funciones de la seguridad turística es asistir y proporcionar seguridad, tener conocimientos para dar información verídica, prevenir al turista de posibles riesgos, así orientándolo correctamente, tratarlos con amabilidad y respeto etc.

Según la revista Educativa, (1999):

Una aproximación al conocimiento de las necesidades de la demanda es considerar el conjunto de conductas estadísticamente dominantes del hombre cuando desarrolla actividades turísticas, conjunto de valores que no tienen materialidad pero que la demanda psicológicamente acepta y se mueve en

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

función de los mismos. El primer impulso que tiene un individuo es una necesidad o privación percibida que se transforma en un deseo al comunicar sus necesidades y que lleva a elaborar en el caso de la actividad turística, un producto turístico o recreativo que le permita satisfacer esa necesidad. Las principales necesidades del visitante conscientes e inconscientes en la elección de un destino son la originalidad de la oferta, la calidad, el precio y la seguridad. (p. 119)

Consciente o inconscientemente el turista establece una escala de valores para la selección del destino y seleccionara aquel que establezca los mejores beneficios desde la óptica psicológica, funcional y económica. La seguridad es una de las pautas principales estadísticamente dominantes de valoración del hombre durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación, el elemento más importante de la seguridad es el riesgo, elemento sobre el cual se debe actuar reconociendo e identificándolo para poder asegurar una acción efectiva con resultados seguros

1.3.2. Importancia de la seguridad

En todos los ámbitos de la vida humana es de vital importancia sentirse seguros, esto permite vivir de manera mucho más placentera y ayuda a nuestro organismo a envejecer de forma natural, con sensaciones de bienestar y confort, evitando el sobresalto, la preocupación y la intolerancia, hechos que derivan en estrés, enfermedad que causa innumerables trastornos de salud, es importante prevenir todo riesgo que atente contra el bienestar del turista mediante una adecuada seguridad.

1.3.3. Tipos de seguridad.

Para Durango, (2010):

Seguridad pública: Sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes.

Seguridad social: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como movilizaciones, huelgas, etc.

Seguridad médica: Sistema de prevención, emergencia y protección que permite la asistencia médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico.

Seguridad informativa: Sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta del destino.

Seguridad económica: Sistema de reaseguro del viajero para prevenir riesgos desde la óptica económica.

Seguridad de los servicios turísticos: Sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico.

Seguridad en eventos: Sistema que permite la protección durante la realización o participación de un evento deportivo, musical, recreativo, etc. del visitante del destino.

Seguridad hotelera: Cualquier primer planteamiento de seguridad en establecimientos hoteleros debe seguir los siguientes objetivos: acometer los riesgos de incendio y los derivados de su funcionamiento como son riesgos contra robo, agresión, fraude, terrorismo, etc.; dependiendo de la categoría del hotel, de sus características, dimensiones y actividades. En todo caso, para conseguir unos parámetros aceptables de seguridad, la propiedad se planteará la puesta a punto de un programa de seguridad integral. (p. 63-64)

La seguridad es considerada el segundo reto de la industria hotelera a nivel mundial y presenta un conjunto muy amplio de variables que se debe considerar a fin de establecer un modelo que permita definir a un establecimiento como un hotel seguro.

La seguridad hotelera considera el sistema de medios técnicos y de medidas organizativas tendientes a prevenir, reducir y controlar las distintas acciones delictivas así como proteger personas y bienes.

La seguridad hotelera se debe considerar desde dos puntos de vista, desde el huésped del establecimiento: su desplazamiento por motivos turísticos tiene una necesidad básica inconsciente que es la búsqueda de un estado de bienestar integral, por lo que

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

busca una total seguridad durante su desplazamiento y la falta de la misma le genera miedo.

La inseguridad es una variable de valoración totalmente subjetiva, ya que es interpretada de distinta manera de acuerdo al segmento del que forma parte la tercera edad le da un determinado valor que es distinto al segmento de jóvenes y difiere del segmento de segunda edad

Otro punto de vista es desde el prestador de servicios hotelero, que busca en su posicionamiento en el mercado y evitar que su establecimiento sea identificado como un "hotel inseguro".

Según el Programa de seguridad Turística, (2006); “La seguridad hotelera requiere un enfoque sistemático, permanente y de participación integral de todos aquellos relacionados con el establecimiento de alojamiento, se debe implementar lo que podemos denominar una seguridad científica.”

El termino seguridad es amplio, por lo tanto se posiciona en al segundo nivel dentro de las necesidades de déficit según la pirámide de Maslow, lo que se entiende que el ser humano busca estar seguro, más aun cuando acude a un hotel en donde pone toda su confianza en él.

1.3.4. Objetivos de la seguridad turística.

Como principales objetivos de la seguridad turística se enuncian los siguientes y de acuerdo a varios conceptos de diferentes actores.

- El brindar un servicio de calidad a todos turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra ciudad, proporcionando seguridad y la asistencia a los que desees que se les asista.
- Planificar, diseñar y ejecutar un sistema de asistencia turística, es indispensable que todos los establecimientos tengan un plan de asistencia para el turista.
- Auxiliar al turista en situaciones de riesgo que atente contra su seguridad y del cual salga ileso.

- Colaborar y solucionar los reclamos de los turistas con total discreción y rapidez.

1.3.5. Manejo de las crisis turísticas por motivos de seguridad

Para Ruiz, (2000):

Las situaciones de inseguridad provocan que la estructura productiva turística entre en crisis, se debilite y pierda poder de atracción. Entre los agentes y responsables turísticos, tanto públicos como privados, existe una actitud y una tendencia a responder con herramientas positivistas, debido a las características del propio sector turístico. (p. 179)

Esta actitud puede valer para destinos normalizados, pero en otros sólo sirve de maquillaje y para mantener el aspecto externo del destino turístico. Esta actitud esquiva un problema muy arraigado en el turismo, como es la seguridad. El manejo de una crisis turística significa, en primer lugar, admitir la existencia del problema, y después pasar a su tratamiento especial.

Para Benavidez, (2004); “Este procedimiento se debe realizar de forma paralela a los procesos propios de un sector turístico "normalizado", primando aspectos como la profesionalidad, el tacto la discreción. Se debe evitar cualquier elemento de zozobra y alarma social o sectorial.”

La seguridad es un derecho del turista, y tienen total libertad de circular por donde deseen y elegir su residencia, durante una crisis la información es un factor clave, es importante que se sigan las indicaciones de la ayuda que le estén prestando, la mejor manera de corroborar que las acciones a seguir y las decisiones a tomar durante una situación de crisis es la realización de simulacros, las crisis pueden darse en cualquier momento y lugar, una etapa importante de la crisis es la recuperación después de un riesgo.

1.4.LA GUÍA

1.4.1. ¿Qué es una guía?

Según Melero, (2009):

Una guía es algo que tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico. Las guías en el proceso enseñanza aprendizaje son una herramienta más para el uso de las personas que como su nombre lo indica apoyan, conducen, muestran un camino, orientan, encauzan, tutelan, entrenan, etc. (p. 105)

Una guía está compuesta por un conjunto de criterios y normas, estableciendo un diseño y recolectando información de documentos para redactar a dar a conocer lo que el autor pretenda. Las guías son fáciles de manejar, están redactadas y organizadas de manera accesible, son sintéticas y exponen claramente los conocimientos básicos de la materia que se desea exponer.

1.4.2. Tipos de guías.

De acuerdo a Moreno, (2005):

Guías de Motivación: Utilizar imágenes o textos que permitan a los alumnos y alumnas a realizar una reflexión frente a un determinado tema, permitiéndoles de esta forma nuevos estados de motivación. Por ejemplo: Compromiso académico, Proyección laboral, Valores (responsabilidad, honestidad, amabilidad)

Guías de Anticipación: Su objetivo es despabilar la imaginación del alumno, crear expectativas de lo que aprenderá y activar conocimientos previos. Por ejemplo en una lectura mediante el título preguntar qué temática cree que tiene el libro. O si va a ver un contenido nuevo en Matemática, indagar qué sabe el alumno de esto.

Guías de Aprendizaje: Es la más común de las guías. Presenta nuevos conceptos a los alumnos. Requiere de la ayuda del profesor para explicar y aclarar conceptos. Cuenta generalmente con textos, imágenes y ejercicios. Puede ser evaluada en la medida que se considere que los alumnos están por primera vez frente a los contenidos.

Guías de Comprobación: La finalidad principal es poder verificar el correcto uso de conceptos y habilidades por parte los alumnos. Puede incorporar ejercicios de complementación, asociación y preguntas de alternativa. Debe ser una guía que contemple tiempo de desarrollo y revisión.

Guías de Síntesis: Son guías que sirven como resumen de una unidad y que permiten al alumno tener una visión global de lo que se ha tratado en varias clases. Un esquema con los conceptos principales o un listado de definiciones pueden ser una buena alternativa.

Guías de Aplicación: Son guías cuya intención es practicar algún concepto o procedimiento a través de actividades. Los alumnos en el ejercitar irán adquiriendo mayor dominio de lo que se le solicita. Es necesario que la guía de aplicación considere los tiempos de concentración y el modelado previo por parte del docente.

Guías de Estudio: Se pueden considerar guías de estudio aquellas que le permiten al alumno realizar un trabajo de aprendizaje más autónomo sobre un tema ya conocido y tratado en clases.

Guías de Visitas: Su objetivo es dirigir una visita hacia lo más importante, puesto que el alumno al salir del aula tiende a dispersarse cuando hay muchos estímulos. Se usan al asistir a un museo, empresa, etc. Dentro de éstas existe la del espectador que es muy similar a la de lectura; pero orientada a una película. Al profesor le ayuda a focalizar la atención del alumno.

Guías de Observación: El objetivo es agudizar la observación, generalmente, para describir hechos o fenómenos. Es muy usada como parte del método científico. Al alumno le ayuda en su discriminación visual y al profesor le facilita que sus alumnos tengan un modelo de observación.

Guías de Refuerzo: Tienen como objetivo apoyar a aquellos alumnos con necesidades educativas especiales o más lentos. Los contenidos se trabajan

con múltiples actividades. Al alumno le sirven para seguir el ritmo de la clase y al profesor para igualar el nivel del curso en cuanto a exigencia.

Guías de Nivelación: Su objetivo es uniformar los conocimientos y destrezas en alumnos que están atrasados con respecto al curso. Al alumno le sirve para comprender los contenidos, sobre todo aquéllos que son conductas de entrada para otros. Al profesor le ayudan a tener una base común con sus alumnos.

Guías de Lectura: La intención principal es facilitar lectura complementaria al alumno. Puede usarse para ejercitar, simplemente la lectura, o para ampliar algún tema que se esté revisando en clases. (p. 31-32)

Los diferentes tipos de guías que responden a objetivos distintos, para los cuales el elaborador de una guía debe tener claro lo que quiere proyectar y a quien. Las guías en el proceso de enseñanza es una herramienta muy útil que conduce, orienta, tutelan entrenan al lector, en este caso se planteó la guía de aprendizaje ya que se desarrollan temas que muchos propietarios desconocen y les será útil.

1.4.3. Estructura de la guía

Según Ilpes, (2006):

Una de las primeras medidas que debemos tomar para subsanar los problemas de la estructura de una guía, es el diseño apropiado, que implementaremos, estableciendo una serie de hitos que nos permitan, en primer lugar, evaluar y controlar el proceso, y posteriormente corregir las incidencias anticipadamente. En primera instancia este proceso consiste básicamente en:

- Dividir la información en partes individuales o “módulos”.
- Establecer las relaciones entre los diferentes módulos.

Podemos realizar posteriormente agrupaciones de información siguiendo unos determinados criterios, cómo enumero a continuación:

- Por localización o idioma: Podemos agrupar la información por aquellas zonas que se tengan un mismo idioma o afecte a una

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

determinada zona de ventas, por ejemplo.

- Por criterios de producción o servicio: Podemos ordenar en función del modelo, sus diferentes versiones, o dependiendo de sus funcionalidades.
- Por criterio de procesos: Utilizando este criterio ordenaremos en función de los intervinientes en la construcción del producto, o de la información.
- Por criterio de función: En este caso organizamos la información dependiendo de la función que realiza, es decir, carácter comercial, de producción, de gestión, etc.

Cada organización debe establecer su forma de tratar la información, estableciendo un proceso de gestión documental que le proporcione control sobre la información, y a su vez le sea sencillo, ágil y eficaz.

El uso de la gestión documental, estableciendo normas y prácticas de uso, permitirá establecer entre todos los elementos participantes en la construcción de un manual, una base y estructura, obteniendo diversas ventajas, como son:

- La flexibilidad.
- Ajustes de costes.
- Ajustes en tiempos de producción.
- Favorece la coordinación.
- Favorece la especialización. (p. 34-35)

Una guía debe estar bien diseñada estimulando la memoria y dando un campo visual interesante, es necesario focalizar muy bien y concretamente lo que se pretende proyectar, es importante que la estructura se adapte a las características de los individuos a quien se dirige la guía, el diseño de una estructura apropiada permitirá evaluar y controlar el proceso y corregir incidencias anticipadamente, la mejor estructura no garantizara os resultados ni el rendimiento, pero la estructura equivocada es una garantía de fracaso, no se debe caer en el exceso de perfección, se debe ser abierto y dar la oportunidad de incorporar los cambios necesarios a medida que surjan.

1.5.MARKETING

1.5.1. ¿Qué es el marketing?

El término marketing es de origen inglés y se empezó a utilizar por primera vez en EEUU en la década de los años 20. Se deriva de la palabra inglesa market. Se suele traducir como Mercadología o Mercadotecnia (francés), mercática o mercadeo (hispano). En la mayoría de los países se emplea la palabra marketing, sin traducirla a ningún idioma. Se trata de una disciplina joven, con un desarrollo científico relativamente reciente, y son muchos los intentos de los autores para dar una definición de este término.

Según Philip Khotler “El marketing es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio”

Para Bonta, (1994):

Sus ideas fundamentales son: La dirección de Marketing es una función de las empresas incluida en su planificación estratégica. Las cuatro actividades fundamentales para el desarrollo de la función anterior giran en torno a decisiones sobre productos, precios, comunicación y distribución. El intercambio no subyace sólo en los bienes y servicios, sino que se incluye cualquier clase de intercambios de valores, lo que implica ampliar el objeto del Marketing más allá de lo meramente económico. La satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores debe situarse por tanto en el mismo nivel que la consecución de los objetivos de las organizaciones. (p.19)

La clave para alcanzar los objetivos de una organización consiste en identificar las necesidades y deseos del público objetivo y satisfacer las necesidades deseadas de una forma más efectiva y eficiente que la competencia.

Según Khotler (2010); “Beneficios de la empresa, satisfacción de los deseos de los consumidores, e interés público.”

Hay que equilibrar estas tres consideraciones a la hora de establecer las políticas de marketing.

1.5.2 Promoción

Para Gasteiz,(2015):

El Marketing Promocional es una herramienta imprescindible para posicionar tu producto en el mercado. Te ofrece la posibilidad de seguir conquistando a tu cliente y como no atraer nuevos clientes. Con técnicas de marketing promocional conseguirás inclinar la decisión de compra del consumidor hacia tu producto y conseguir que el consumidor se identifique con tu marca. Las campañas de marketing promocional son exigentes puesto que en muchos casos hay que dar salida a problemas específicos en las empresas como pueden ser: dar a conocer y apoyar la introducción de nuevos productos, dar salida a exceso de existencias acumuladas sin demanda, ayudar a tu red de ventas a obtener sus objetivos, y es una fórmula para diferenciar nuestra oferta respecto a la oferta de la competencia. (p. 1)

El llamado marketing promocional tiene una serie de acciones y una característica en común, un estímulo extra al producto, y un objetivo primordial, la generación de las ventas o de la respuesta esperada según lo que necesite. Lo que el público percibe es el producto más el “plus promocional”, éste ofrece un valor añadido que, en muchas ocasiones, se convierte en el verdadero motor de la decisión de compra.

1.5.3. Publicidad

Según Douglas,(2005):

La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (p. 6)

Se puede definir entonces a la publicidad como una forma de comunicación impersonal que alcanza largos objetivos y que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros

El mix de la mercadotecnia es un concepto que se utiliza para nombrar a las herramientas que tiene responsable una organización para cumplir con los objetivos de la entidad, este mix está compuesto por una serie de estrategias que apuntan a trabajar con las 4p. En este caso para vincular el marketing con la guía de seguridad turística se utilizará la publicidad, para llevar a cabo esta actividad es importante las relaciones públicas e incluso el Merchandising³ y la promoción para dar a conocer a todos los sectores a los cuales se dirige el producto n este cado la guía.

³Conjunto de actuaciones, que se llevan a cabo en el aspecto comercial, para incrementar las ventas.

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1. DIAGNOSTICO DE LA INVESTIGACION.

2.1.1. Antecedentes

El sector geográfico donde se realizó el diagnóstico fue en el cantón Otavalo, en vista de que este será la jurisdicción donde se pretende implementar el proyecto. Este diagnóstico fue aplicado durante todo el mes de Julio del año 2014, para lo cual se utilizó técnicas proporcionadas por la metodología de la investigación científica.

La ciudad de Otavalo es cada vez más dinámica y la difusión del turismo permite la creación de valores democráticos y de convivencia, actualmente no se caracteriza por ser una ciudad excesivamente insegura y de un alto porcentaje de accidentes dentro de los establecimientos hoteleros y de restauración sin embargo es necesario crear un instrumentos de seguridad. Otavalo es un ente en lo que se refiere al turismo, es una fuente de ingresos muy importante, cuenta con costumbres y tradiciones que atraen al turista tanto nacional como internacional, a lo que se debe poner mucha atención y brindarle la máxima seguridad. El turista necesita sentirse como en su entorno, darle confianza, no mentirle, tratarle con amabilidad, brindarle un servicio de calidad y no únicamente por parte de los ofertantes turísticos sino también por parte de toda la ciudadanía, tratando a propios y extraños como les gustaría ser tratados cuando estén en lugares desconocidos.

Es indispensable destacar que los diferentes instrumentos fueron aplicados a los establecimientos turísticos del cantón Otavalo, también cabe resaltar que el apoyo de todos y cada uno de los establecimientos a los que se acudió fue importante para tener resultados positivos para el diagnóstico.

Los documentos como estudios, proyectos, informes, boletines, publicaciones e investigaciones fueron otro apoyo fundamental y fuente secundaria de análisis para diagnosticar la problemática actual de la seguridad turística en el cantón. Estos documentos en su gran mayoría fueron obtenidos a través de la investigación en la

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

red, es decir, fueron documentos que estaban disponibles en el Internet (medios digitales), así también se acudió a la búsqueda de libros para contribuir más en el tema y tener los conceptos claros.

Se realizó una investigación aplicando encuestas a los turistas que visitan Otavalo, así también se encuestó a los establecimientos turísticos quienes, por lo que se ha concluido que Otavalo no cuenta con establecimientos turísticos suficientemente seguros y adecuados para recibir a miles de turistas y al ser una propuesta innovadora dará un sentido de turismo sostenible así constatando el potencial turístico del cantón.

Los principales inconvenientes que se presentaron al momento de diagnosticar fue la movilización ya que los establecimientos se encuentran distanciados y se localizan en todos y cada uno de los sectores del cantón, así también se tornó dificultoso el encontrar a los dueños de los establecimientos, gerentes o administradores y más aún que estuvieran desocupados y prestos a dar información, pero al explicarles de lo que se trataba les llamo la atención y la comunicación fluyo para así poder tener una información verídica.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.1.2. Objetivos del diagnóstico.

Objetivo general.

- Diagnosticar el nivel de seguridad turística con la que cuentan los establecimientos hoteleros y restaurantes del cantón Otavalo.

Objetivos específicos

- Analizar la percepción de los turistas sobre la seguridad que reciben en los hoteles y restaurantes de la ciudad de Otavalo.
- Identificar las necesidades de seguridad que requieren los establecimientos hoteleros y restaurantes de la ciudad.
- Conocer el nivel de aceptación de los prestadores de servicios de hostelería y restauración sobre la creación de una guía de seguridad turística.

2.1.3. Variables diagnósticas

Las variables diagnósticas que se plantean son las que se requiere conocer en el presente estudio, siendo estas las siguientes:

- Nivel de seguridad turística
- Percepción de los turistas
- Seguridad requerida
- Nivel de aceptación

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.1.4. Los indicadores de las variables

- ✓ Insatisfacción de la demanda.
- ✓ Índices de accidentes de inseguridad.
- ✓ Condiciones de la infraestructura.
- ✓ Calidad de los servicios turísticos.
- ✓ Requerimiento de la demanda.
- ✓ Insatisfacción de los clientes.
- ✓ Necesidades de los ofertantes.
- ✓ Implementos de seguridad.
- ✓ Estado de los hoteles y restaurantes.
- ✓ Satisfacción de los clientes.
- ✓ Aumento de turistas en la ciudad.
- ✓ Índices de accidentes de inseguridad.

2.1.5. Matriz de relación de las variables e indicadores

A continuación se muestra la relación y lógica entre los objetivos, variables e indicadores planteados anteriormente. También se ha determinado el tipo de investigación para cada uno de los indicadores, el cual servirá para la obtención de la información que se requiere para el presente estudio.

Tabla 1: Matriz De Variables

MATRIZ DE RELACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES				
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Diagnosticar el nivel de seguridad turística con la que cuentan los establecimientos hoteleros y restaurantes del cantón Otavalo.	- Nivel de seguridad turística	Insatisfacción de la demanda. Índices de accidentes de inseguridad. Condiciones de la infraestructura.	- Encuesta - Estadísticas - Observación	- Turistas - Documentos - Establecimientos
Analizar la percepción de los turistas sobre la seguridad que reciben en los hoteles y restaurantes de la ciudad de Otavalo	- Percepción de los turistas	Calidad de los servicios turísticos. Requerimiento de la demanda. Insatisfacción de los clientes.	- Observación - Encuesta - Encuesta	- Establecimientos - Turistas - Turistas
Identificar las necesidades de seguridad que requieren los establecimientos hoteleros y restaurantes de la ciudad.	- Seguridad requerida	Necesidades de los ofertantes. Implementos de seguridad. Estado de los hoteles y restaurantes.	- Encuesta - Encuesta - Encuesta	- Turistas - Prestadores turísticos - Prestadores turísticos
Conocer el nivel de aceptación de los prestadores de servicios de hostelería y	- Nivel de aceptación	Satisfacción de los clientes. Aumento de turistas en la ciudad.	- Encuesta - Encuesta	- Turistas - Ofertantes turísticos

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

restauración sobre la creación de una guía de seguridad turística.		Índices de accidentes de inseguridad.	- Estadística	- Documentos
--	--	---------------------------------------	---------------	--------------

Autora: Pilar Mediavilla

2.2. MECÁNICA OPERATIVA

Para identificar el universo de estudio y obtener un número adecuado para recolectar datos que ayudaron al desarrollo del proyecto se necesitó los siguientes datos en los cuales se basó para dicha investigación, fueron necesarias para la investigación la utilización de métodos, técnicas e instrumentos.

2.2.1. Metodología del diagnóstico.**Métodos****Método inductivo-deductivo.**

Para Bernal, (2006):

Este es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general.)(p. 58)

Este método se utilizó como punto de partida para la recolección, de información, la misma que sirvió para la estructura de la guía.

Método analítico-sintético

Para Matte, (2007):

Estudia los hechos partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiar en forma individual y luego de forma holística e integral estos métodos corresponden a géneros de raciocinio o sea la inducción o deducción. (p. 11)

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Este método se utilizó con toda la información que se obtuvo, así analizando todos los documentos relacionados con el tema para poder sintetizar y plasmar en este proyecto.

Método lógico-histórico.

Según Narváez, (2009):

Estudia la trayectoria de los fenómenos y acontecimientos en el devenir de su historia por su parte este investiga la existencia o no de leyes generales de funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico no repite lo histórico sino que reproduce en el plano teórico lo cual es más importante del fenómeno. (p. 134)

Se analizó la trayectoria de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia, poniendo de manifiesto la lógica del desarrollo, de su teoría y encuentra el conocimiento más completo de esta, de su esencia.

Técnicas de información.

Información primaria

Para obtener información primaria se procedió a la definición e implementación de las siguientes técnicas de información:

Encuesta

Para Martin, (2011):

La encuesta es sin duda la metodología de investigación más utilizada en ciencias sociales y en el funcionamiento habitual de los gobiernos, los cuales se apoyan en la información recogida en las encuestas para realizar las estadísticas (p. 1)

Las encuestas fueron aplicadas las dos últimas semanas del mes de diciembre del 2014, se lo realizó a los establecimientos de hostelería y restauración del cantón y a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Observación

Según Heinemann, (2003):

La observación es la capacitación previamente planeada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento (p. 135)

Esta técnica de investigación se aplicó en el transcurso de las aplicaciones de las encuestas. En esta técnica de investigación se puede observar vías de acceso, infraestructura turística, actividades del turismo, problemáticas, servicio al turista etc.

Instrumentos

Cuestionario

Según Gutiérrez, (2005): “Se considera que el instrumento más utilizado para investigar y recolectar datos en un cuestionario que es el conjunto de preguntas de una o más variables a medir “

Se utilizó un cuestionario para poder aplicar como encuesta y medio de investigación, el cuestionario se realizó en base a las principales problemáticas y a los principales puntos a investigar, tanto como al empresario y al turista.

Información secundaria

Para complementar el levantamiento de la información se acudió a la información secundaria que es aquella que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. Para obtener este tipo de información no hace contacto físico alguno con el objeto de estudio, por el cual esta información se lo obtuvo de una manera indirecta por medio de:

Internet

Para Ruiz, (2004):

El internet constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información, son formas de antigüedad humana pero actualmente han cobrado nueva vida al convertirse en redes de información. (p. 19)

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Fuente de información donde cada vez más investigadores o profesionales colocan información disponible en todos los temas y de donde se obtuvo para la investigación del presente estudio, las páginas web de las instituciones públicas como:

- ✓ El INEC
- ✓ GAD de Otavalo
- ✓ Gobierno Provincial de Imbabura
- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Catastro de Establecimientos de Servicios Turísticos del cantón Otavalo
- ✓ Plan Nacional de Desarrollo de Turismo del Ecuador, PLANDETUR 2020.
- ✓ Plan de Turismo del Cantón Otavalo. “Una Estrategia para Desarrollar Turismo en Otavalo”.
- ✓ Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador 2010 - 2014.
- ✓ Boletín de Estadísticas Turísticas 2004 – 2008.
- ✓ Datos y Estadísticas Parciales de Turismo.
- ✓ Otros Documentos obtenidos del Internet.

Textos:

Según Girón,(1993):

La palabra texto describe a un conjunto de enunciados que permite dar un mensaje coherente y ordenado, ya sea de manera escrita o a través de la palabra. Se trata de una estructura compuesta por signos y una escritura determinada que da espacio a una unidad con sentido.

Es de suma importancia para la investigación y obtención de datos, pues para este trabajo se analizó varios libros relacionados con la seguridad turística, tesis de grados, manuales guías y todo en cuanto pueda aportar con ideas para la evolución del proyecto.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.2.2 Población o universo

Dentro del proyecto de investigación, se consideró como población o universo, al total de turistas percibidos mensualmente en el cantón de Otavalo y a los establecimientos que brindan servicios de alimentación y alojamiento, de esta forma se obtuvo 2 muestras que conducirán a obtener la información primaria necesaria para la recopilación de la información, la cual se la realizó en el mes de diciembre del 2014.

2.2.3. Identificación de la muestra

Universo 1

Según el “El estudio del perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turísticos” que realizó el GAD del cantón junto con Ferrocarriles del Ecuador, los turistas nacionales e internacionales que visitan Otavalo mensualmente son 35898.

Universo 2

El segundo universo son todos los establecimientos de restauración y hostelería que tengan visión turística, ya que hay un tipo de restaurantes y hoteles que no son considerados como turísticos, a estos se los excluyó del proyecto.

Tabla 2: Universo 2, encuestas

Universo 2	Encuestas
Hostelería	Nº de establecimientos
Cabañas	2
Hosterías	10
Hostales	13
Hostales residenciales	25
Hoteles	5
Pensiones	4
Restauración	Nº de establecimientos
Cafeterías	7
Restaurantes	19
Total	85

Autora: Pilar Mediavilla

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

	El Pedregal Mirador de Otavalo María Flying Donkey El Molino Colon Chasqui Cascada Los Andes Andean Wasi Inn Prince Otavalo Inn Copacabana Chuquitos America Inter Aly Samaylla Aly	Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Tercera Segunda Segunda Segunda Segunda Segunda Segunda Segunda
HOTELES	Acoma Indio Inn El Coraza Otavalo Flores	Primera Primera Segunda Segunda Tercera

Fuente: Catastro establecimientos turísticos del cantón Otavalo.

Autora: Pilar Mediavilla

Categorización de los establecimientos de restauración del cantón Otavalo

Los establecimientos que brindan estos servicios están clasificados en restaurantes y cafeterías. Muchos locales cuentan con una gran variedad de platos.

Tabla 4: Categorización de la restauración

TIPO	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA
CAFETERÍAS	Dayli Grind	Segunda
	Oraibi	Segunda
	S.I.S.A	Segunda
	Casa de Intag	Tercera
	Deli	Tercera
	El salinero	Tercera
	Shanandoa	Tercera
RESTAURANTES	Mira Lago	Segunda
	Sumag Micuy	Cuarta
	Sumag Yamor	Tercer
	Mi Viejo Café	Tercera
	Taco Bello	Tercera
	Quino	Tercera
	Mi Otavalito	Tercera
	Inty Huasi	Tercera

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

	Grill Aly Allpa	Tercera
	Fontana Di Trevi	Tercera
	Deniel`s comida Afrochonteña	Tercera
	D`Angelo	Tercera
	Buena Vista	Tercera
	Blue Rose	Tercera
	Aly Micuy	Tercera
	Tabascos	Segunda
	Sisa	Segunda
	Siciliana	Segunda
	Tablita del tártaro	Segunda

Fuente: Catastro establecimientos turísticos del cantón Otavalo.

Autora: Pilar Mediavilla

El tamaño de la muestra es importante ya que representó a la población que se investigó, de esta manera fue más fácil de analizarlos y obtener una información válida de estos. Para ello fue necesario obtener la muestra de universo mediante una fórmula matemática que permitió tener una muestra real.

2.2.4. Determinación del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \cdot d \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + d \cdot Z^2}$$

Los significados de los componentes de esta fórmula son:

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Universo o población a estudiarse.

d = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 ya que la desviación típica tomada como referencia es 0.5.

N-1 = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E = Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 – 0.09 (1% y 9%).

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.2.5. Aplicación de la formula

Universo 1 (Turistas)

$$n = \frac{(35898)(0,25)(3,84)}{(35898-1)(0,0049) + (0,25)(3,84)}$$

$$n = \frac{34,492.08}{175,8953 + 0,96 = 176.8553}$$

$$n = \frac{34,462.08}{176.8553}$$

$$n = 194,8 = \mathbf{195 \text{ (Turistas)}}$$

Universo 2:

Para obtener esta muestra se optó por encuestar a los establecimientos hoteleros y restaurantes netamente turísticos de Otavalo de esta manera llamándolo un censo, para lo cual no fue necesario realizar la formula y capturar el universo de la muestra, en este caso simplemente se aplicó el censo a 85 establecimientos.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.2.6. Análisis e interpretación de resultados

Encuesta dirigida a los turistas (195)

Genero

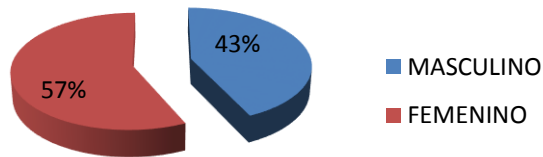
Tabla 5: Genero.

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	84	43%
FEMENINO	111	57%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico1: Género



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: El 57% son turistas mujeres, debido a que la mujer juega un papel importante en la actualidad, es quien percibe y exige los servicios, así también quien esta mas presta a brindar información y esta sea mucho más verídica y confiable, así también el 43% son los turistas encuestados fueron los hombres, quienes también al salir de viaje velan por la seguridad de su familia.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Nacionalidad

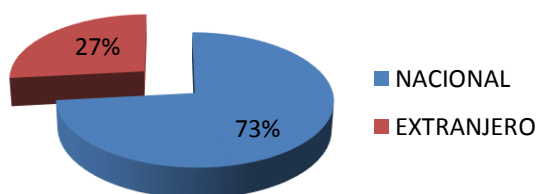
Tabla 6: Nacionalidad

NACIONALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	143	73%
EXTRANJERO	52	27%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 2: Nacionalidad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Los turistas nacionales fueron los más encuestados debido a que son las personas que llegan mucho más a la ciudad de Otavalo. Existen también los turistas extranjeros que hay en cantidades mayores, pero más se determinó los turistas nacionales ya que son quienes a nivel nacional pueden brindar información más competente relacionado con otras ciudades en cuanto a la seguridad turística.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Edad

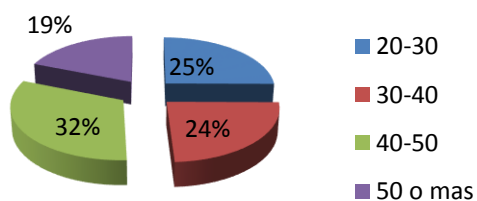
Tabla 7: Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	49	25%
30-40	47	24%
40-50	62	32%
50 o mas	37	19%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 3: Edad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Los turistas encuestados están comprendidos entre todas las edades, es decir a partir de los 20 años hasta más de los 50 años, los turistas que son mayores de los 30 años son quien más percibe el factor seguridad, por lo tanto se pudo determinar con más claridad la determinación del problema.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 1: ¿Considera Ud. que los establecimientos hoteleros y restaurantes de Otavalo brindan seguridad turística?

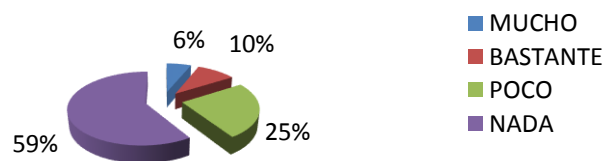
Tabla 8: Consideración de la seguridad turística

CONSIDERACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	12	6%
BASTANTE	19	10%
POCO	48	25%
NADA	116	59%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico: 4°: Consideración turística de la seguridad.



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Un gran porcentaje de turistas consideran que no reciben seguridad al momento de utilizar los servicios turísticos en hoteles y restaurantes, son pocos los turistas que han recibido seguridad, la misma que únicamente se basa en las normas que obligadamente deben cumplir por la ley, mas no por el bienestar del turista, existen lugares hermosos que ofertan servicios de calidad pero ante una emergencia no están preparados, para lo cual en la investigación realizada se puede constatar que si es necesario una guía de seguridad con el cual los establecimientos puedan estar seguros y preparados para las emergencias.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de seguridad le han brindado al hospedarse en un hotel?

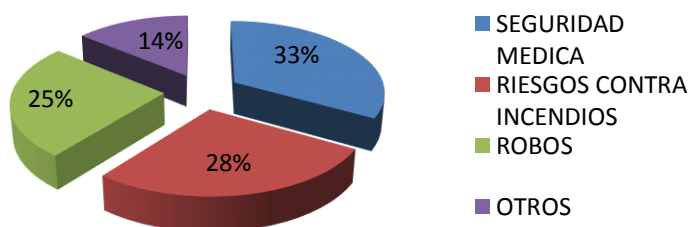
Tabla 9: Tipo de seguridad

TIPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEGURIDAD MEDICA	66	33%
RIESGOS CONTRA INCENDIOS	53	28%
ROBOS	49	25%
OTROS	27	14%
TOTAL	195	100

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 5: Tipo de seguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Se puede evidenciar que hay un porcentaje de turistas que dicen haber recibido riesgos contra incendios, esto responde a que únicamente se basan en la observación de un extintor o un aviso mas no a que tengan conocimientos amplios sobre cómo actuar ante una alarma de incendio, en cuanto se refieren a los servicios médicos, manifestaban que era al observar los botiquines que algunos establecimientos tienen, al hablar de robos decían que la única protección es la de la policía que lastimosamente no está en todos los lugares ni en todos los momentos, los turistas manifestaron que se sienten inseguros.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

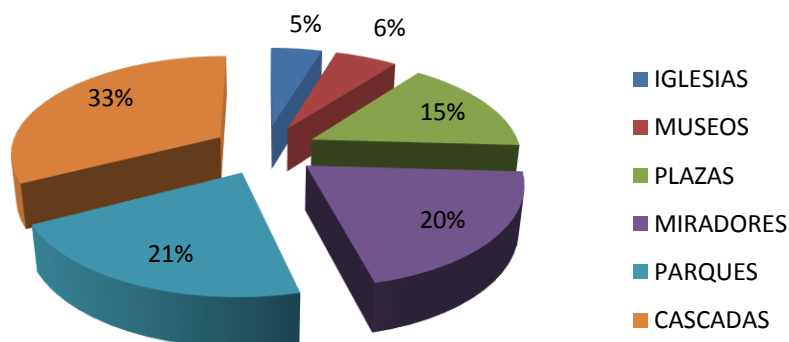
Pregunta 3: ¿En qué sitios de Otavalo Ud. considera que hay mayor inseguridad?

Tabla 10: Sitios de inseguridad.

SITIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IGLESIAS	9	5%
MUSEOS	11	6%
PLAZAS	30	15%
MIRADORES	39	20%
PARQUES	41	21%
CASCADAS	65	33%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)
Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 6: Mayor inseguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)
Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Se puede evidenciar que los turistas se sienten inseguros en todos los lugares, que no por ser un lugar privado, abierto o cerrado era menos seguro, que ni un lugar religioso era libre de accidentes, sin embargo las cascadas, parques, miradores y plazas son los lugares en donde más inseguridad puede existir, esto en cuando a robos, accidentes con los vehículos, vendedores ambulantes, indigentes etc.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

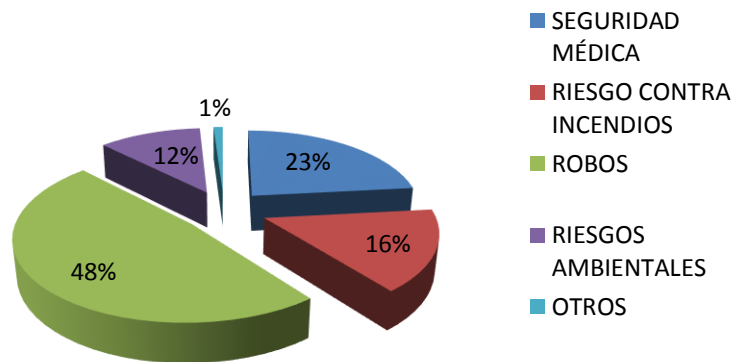
Pregunta 4: ¿Qué tipo de seguridad turística le gustaría recibir en un hotel o restaurante?

Tabla 11: Tipo de seguridad turística

TIPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEGURIDAD MÉDICA	45	23%
RIESGO CONTRA INCENDIOS	31	16%
ROBOS	95	48%
RIESGOS AMBIENTALES	22	12%
OTROS	2	1%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)
Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 7: Tipo de seguridad turística



Fuente: Encuesta directa (2014)
Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Se puede ver que los turistas temen más a los robos y que necesitan más protección en cuanto a este factor, ningún lugar está a salvo y libre de delincuencia, la seguridad medica también es de suma preocupación para los turistas ya que al no estar en su hogar puede surgir un inconveniente con su salud, para lo cual sugieren que haya una atención este factor. Cualquier percance que suceda debe ser atendido y estar alertas y pendientes de las necesidades del turista para que se sientan como en casa y deseen volver.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 5: ¿Cree Ud. que con una guía de seguridad turística puede favorecer tanto a las empresas como a los turistas?

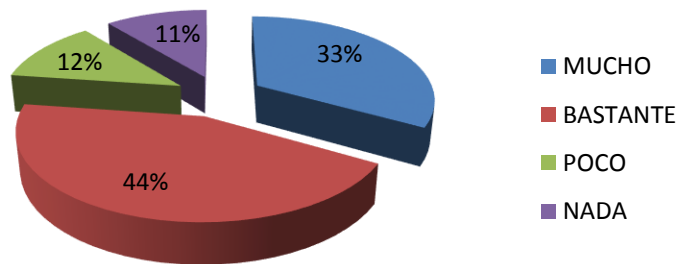
Tabla 12: Beneficio de la guía

FAVORECER	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	66	33%
BASTANTE	85	44%
POCO	23	12%
NADA	21	11%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 8: Beneficio de la guía de seguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Se tiene dos variables, mucho y bastante que son las opciones que más porcentaje tienen lo que establece que si sería factible una guía de seguridad y que beneficiará tanto a empresarios como a los turistas, existe un porcentaje muy bajo que opinan que no bastaría una guía sino que el tema de seguridad turística es más amplio y requiere de otro tipo de medidas, en cierta manera están en lo correcto pero es conveniente tener un instrumento de seguridad que en cierta forma si ayudara a prevenir accidentes en su estancia.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 6: ¿A qué cree Ud. que se deba la inseguridad turística?

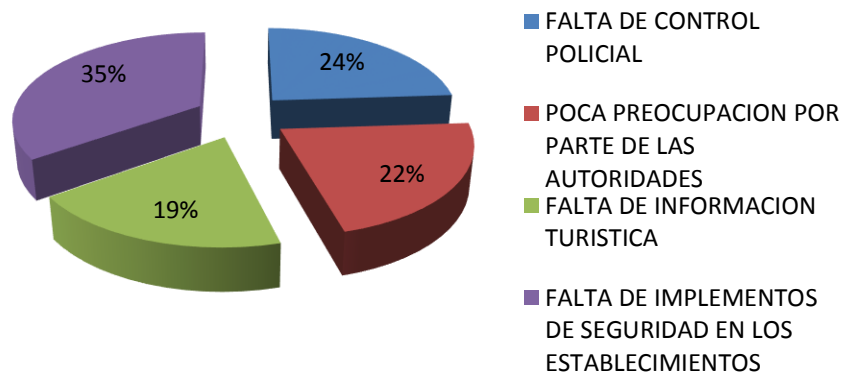
Tabla 13: Motivos de inseguridad

INSEGURIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FALTA DE CONTROL POLICIAL	46	24%
POCA PREOCUPACION POR PARTE DE LOS OFERTANTES	42	22%
FALTA DE INFORMACION TURISTICA	37	19%
FALTA DE IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD EN LOS ESTABLECIMIENTOS	69	35%
TOTAL	195	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 9: Motivos de la inseguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Se puede evidenciar que es más complicado determinar el factor principal de inseguridad ya que los turistas opinan que hay diversas causas por la que no hay seguridad, sin embargo la falta de implementos de seguridad en los establecimientos es la variable que más porcentaje tiene, y debe ser la más certera ya que los turistas respondieron de acuerdo a la observación durante su estancia, la falta de control policial también consideran que es otro factor que induce la inseguridad, y el desatento por parte de las autoridades, el estado se preocupa por la promoción turística olvidando brindar seguridad.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Encuesta realizada a los establecimientos turísticos (85)

Pregunta 1: ¿Tiene Ud. conocimiento sobre la seguridad turística que debe existir en su establecimiento?

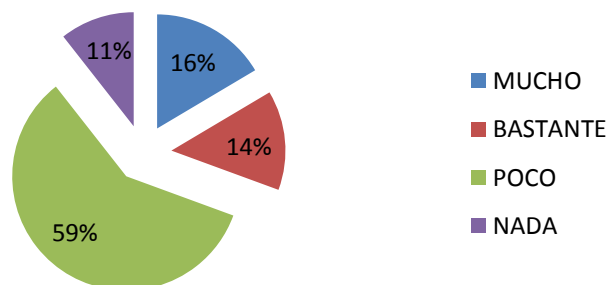
Tabla 14: Conocimiento sobre la seguridad turística

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	14	16%
BASTANTE	12	14%
POCO	50	59%
NADA	9	11%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 10: Conocimiento de la seguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Los ofertantes no conocen sobre la seguridad que deben ofrecer, se puede constatar que esto se debe a que la mayoría de personas que trabajan en dichos lugares solo realizan su trabajo sin tomar en cuenta que ante accidentes no sabrían que hacer, un porcentaje que dice conocer sobre el tipo de seguridad que deben ofrecer, en su mayoría saben porque son los dueños o profesionales del turismo que si están capacitados, aunque teniendo en conocimientos no ofrecen seguridad porque más están centrados en lucrar olvidando el bienestar absoluto de los turistas.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 2: ¿Indique cual o cuales elementos utiliza en su establecimiento como medio de seguridad turística?

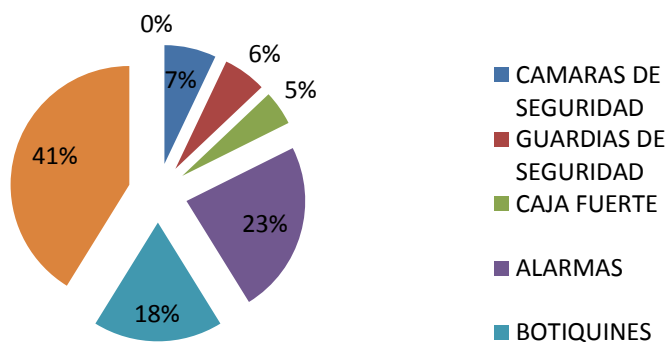
Tabla 15: Elementos de la seguridad turística

ELEMENTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CAMARAS DE SEGURIDAD	6	7%
GUARDIAS DE SEGURIDAD	5	6%
CAJA FUERTE	4	5%
ALARMAS	20	23%
BOTIQUINES	15	18%
EXTINTORES	35	41%
OTROS	0	0%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 11: Elementos de seguridad turística



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Los establecimientos cuentan con instrumentos de seguridad básicos y que los tienen más por obligación a las normas que establece el municipio o alguna norma a la que deban atenerse, más no por el cuidado al prójimo y preocupación su establecimiento.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 3: ¿Cree Ud. que es importante que los establecimientos turísticos brinden seguridad a sus clientes?

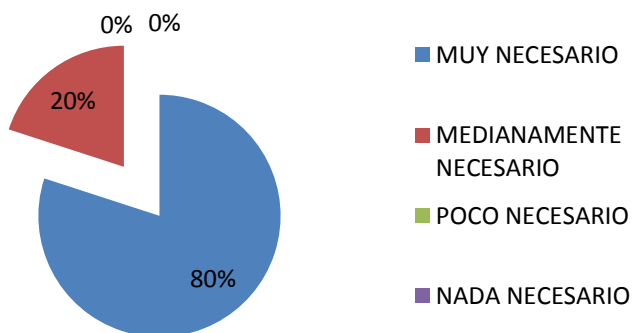
Tabla 16: Importancia de la seguridad a los clientes

BRINDAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY NECESARIO	68	80%
MEDIANAMENTE NECESARIO	17	20%
POCO NECESARIO	0	0%
NADA NECESARIO	0	0%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 12: Importancia de la seguridad



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Todos los empresarios o empleados consideran que si es muy necesario brindar seguridad turística a los clientes, porque están conscientes que al brindar seguridad el turista se sentirán a gusto sin ninguna clase de preocupación y más aún cuando son familias, obviamente velan por todos los miembros y que su destino sea inolvidable y tengan un viaje de confort.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 4: ¿Considera Ud. que incrementaría los flujos de visitantes brindándoles seguridad turística?

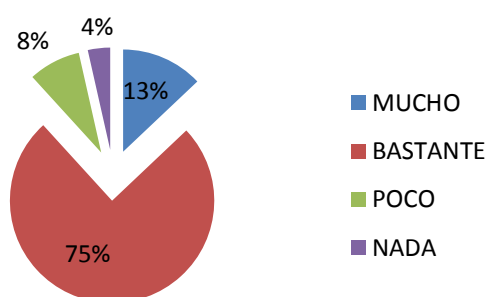
Tabla 17: Incremento de turistas

VISITANTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	11	13%
BASTANTE	64	75%
POCO	7	8%
NADA	3	4%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 13: Incremento de flujos de visitantes



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Consideran los empresarios que al brindar seguridad atraerá a los turistas debido a que de esta manera están dándoles confianza y así dándose a conocer como un lugar en el cual pueden llegar y no preocuparse de nada, hay un porcentaje mínimo que opinan que no influiría nada o un poco, manifiestan que al igual que hay empresarios despreocupados por este tema también los turistas lo son, pero es una cantidad poco representativa, en conclusión el brindar seguridad será beneficiado el cantón ya que se dará a conocer como un destino seguro y así será más productivo y visitado.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 5: ¿Cree usted que es necesario que exista una guía de seguridad turística que oriente a las empresas sobre el tema?

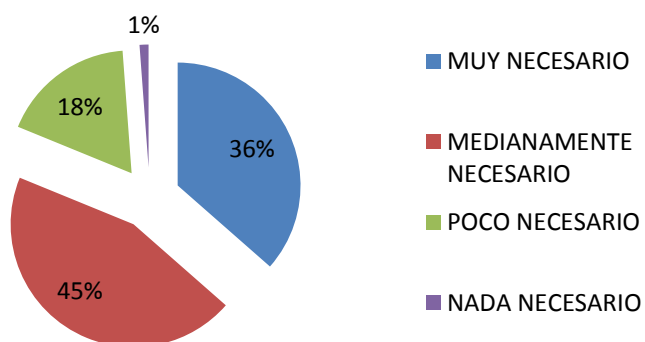
Tabla 18: Necesidad de una guía de seguridad

NECESIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY NECESARIO	31	36%
MEDIANAMENTE NECESARIO	38	45%
POCO NECESARIO	15	18%
NADA NECESARIO	1	1%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 14: Necesidad de una guía de seguridad turística



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Un gran porcentaje de establecimientos opinan que es muy necesario que haya una guía de seguridad, ya que estarán establecidos las normas de seguridad y estar preparados para cualquier tipo de eventualidad, también supieron manifestar que para el uso de esta guía estarían dispuestos a capacitarse, una cantidad mínima opinan que no es necesario, se debe a que no poseían el conocimiento sobre atención al turista y que su única razón de poseer un establecimiento es solo ganar.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 6: ¿Considera que es necesario que los empresarios se capaciten sobre seguridad turística?

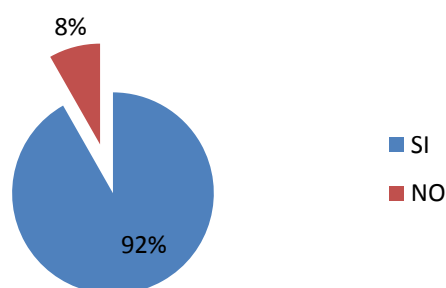
Tabla 19: Capacitación a los empresarios

CAPACITACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	78	92%
NO	7	8%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 15: Captación en seguridad turística



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: Todos los empresarios o empleados supieron manifestar que están de acuerdo en que requieren capacitación para comprender más la importancia de brindar seguridad, muchos supieron manifestar que no habían tomado en cuenta el tema de la seguridad y que al ser encuestados se estaban dando cuenta que no están preparados para cualquier tipo de accidente y que no únicamente está inseguro el turista sino también su persona.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

Pregunta 7: ¿Estaría usted dispuesto a seguir un proceso de capacitación para mejorar la seguridad turística en su establecimiento?

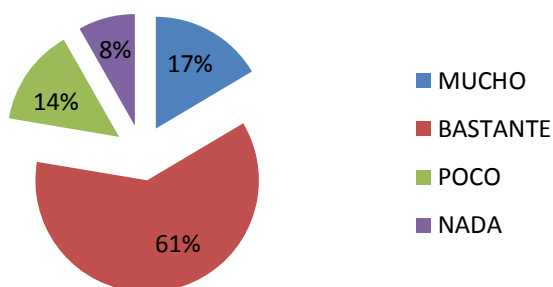
Tabla 20: Mejora de la seguridad turística

PROCESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	14	17%
BASTANTE	52	61%
POCO	12	14%
NADA	7	8%
TOTAL	85	100%

Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Gráfico 16: Proceso de capacitación.



Fuente: Encuesta directa (2014)

Elaborado por: Pilar Mediavilla

Análisis: La mayoría de empresarios están dispuestos a capacitarse y recibir más información turística para poder atender y satisfacer todo tipo de necesidades del turista, una pequeña cantidad no estarían dispuestos, supieron manifestar que no tenían tiempo y que poco les interesaba, se debe a que únicamente les interesa ganar, razón por la cual las autoridades deben tomar otro tipo de medidas y obligar todos los empresarios turísticos a brindar servicios de calidad.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.2.7. Matriz FODA

Tabla 21 : FODA

FORTALEZAS/ INTERNAS	OPORTUNIDADES/ EXTERNAS
<ul style="list-style-type: none"> - F1: Existencia de entidades relacionadas con la seguridad. - F2: Unidades de emergencia cercanos a los establecimientos. - F3: Existencia de algunos implementos de seguridad - F4: Cultura organizacional para adaptarse con inmediatez a los nuevos cambios - F5: Interés de los propietarios de los establecimientos hoteleros y restauración en la seguridad hacia los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - O1: Interés por implementar guía de seguridad. - O2: Amplia oferta turística y afluencia en la demanda. - O3: Vías en buen estado y señalética adecuada - O4: Adquisición de nuevos equipos de protección. - O5: Personal dinámico. - O6: Inclusión a los diferentes planes de seguridad turística a nivel nacional
DEBILIDADES/ INTERNAS	AMENAZAS/ EXTERNAS
<ul style="list-style-type: none"> - D1: Ausencia estándares ni guías de procedimientos en el servicio. - D2: Informalidad en la prestación de los servicios turísticos. - D3: Falta de capacitación para el personal en cuanto a seguridad turística. - D4: Falta de experiencia laboral y empresarios empíricos. - D5: Falta de interés a las sugerencias realizadas por los clientes. - D6: No hay personal suficiente para cumplir con cada una de las actividades asignadas. - D7: No hay personal bilingüe. 	<ul style="list-style-type: none"> - A1: Inestabilidad de políticas de seguridad. - A2: Creación de nuevos hoteles de cadenas internacionales - A3: No hay concientización turística a nivel nacional - A4: Los turistas pueden tener entre sus pertenencias armas y/o sustancias estupefacientes - A5: Decrecimiento de la demanda por índices de inseguridad que amenazan al entorno del hotel. - D6: Desastres naturales - D7: Falta de control por parte

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

	<p>de los organismos que tienen relación con la seguridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - D8: Ausencia de ejecución de leyes, la descoordinación y mala planificación en el tema turístico.
--	--

Autora: Pilar Mediavilla.

2.2.8. Estrategias Cruce FODA**CRUCE FO**

- F5-O1: Proponer la creación de una guía de seguridad turística.
- F1-O2: Fortalecer la oferta turística, dando énfasis al turismo seguro en hoteles y restaurantes del cantón
- F4-O5: Capacitar a los empresarios sobre concientización en seguridad turística

CRUCE FA

- F1-A4: Control de la conservación en cuanto a infraestructura se refiere
- F5-A3: Fomentar actividades para promover la cultura turística.
- F4-D8: Realizar reuniones constantes con los empresarios a fin de dar un seguimiento para controlar que se cumplan con las normas establecidas en la guía.

CRUCE DO

- D3-O1: Compromiso con los empresarios para el interés en seguridad turística.
- D1-O5: Establecer código de ética entre los operadores y prestadores de servicios turísticos

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

- D5-O2: Talleres de concientización de conservación para crear cultura de preocupación por el turista.

CRUCE DA

- D2-A3: Mejorar la relación de los objetivos de los turistas con los de los empresarios para lograr un trabajo activo a favor del turismo.
- D4-A7: Informar a los empleados el perfil que debe cumplir para laborar dentro del sector turístico.
- D3- D8: Establecer y dar a conocer la normativa y reglamento que debe respetarse en las operaciones turísticas.

2.2.9. Determinación del problema diagnóstico.

Luego de realizar el análisis de la matriz y utilizando como instrumento el FODA se determina que la seguridad turística actual con la que cuentan los establecimientos de hostelería y restauración del cantón Otavalo no satisface las necesidades de los clientes, a pesar de existir una gran oferta turística y buen estado de la infraestructura, la falta de prevención de riesgos requiere atención obligatoria y necesaria, pues solo lo hacen algunos establecimientos y no de la manera correcta. No existe un plan de seguridad para que el turismo pueda ser potencializado ya sea desde la gestión pública o privada, así también se determinó que los turistas consideraban que se sentían inseguros.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.

2.2.10. Conclusiones del diagnóstico.

- ✓ Los establecimientos hoteleros y restaurantes del cantón Otavalo no cuentan con una guía de seguridad turística para prevenir riesgos que atenten con la integridad del cliente en caso de emergencia.
- ✓ El nivel de seguridad turística con la que cuentan los establecimientos no es el adecuado para cubrir con los requerimientos del turista frente a emergencias.
- ✓ Los turistas no se sienten seguros y opinan que deberían preocuparse por brindarles mayor atención en agradecimiento por escoger su establecimiento de entre todos.
- ✓ Los implementos de seguridad que utilizan los establecimientos no son suficientes para actuar frente a una emergencia.
- ✓ Existe gran demanda de turistas en Otavalo para que los empresarios dispongan de herramientas de seguridad para su cuidado.
- ✓ Tanto turistas como empresarios consideran que una guía de seguridad es importante para el bienestar mutuo al hacer uso de las instalaciones de un hotel o restaurante.
- ✓ Las necesidades que requieren los hoteles y restaurantes del cantón Otavalo en relación a la seguridad son las normativas que prevengan los accidentes.

CAPITULO III

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO**3.1.1. Introducción de la propuesta**

En la economía mundial el turismo actualmente se está convirtiendo rápidamente en uno de los sectores que genera los mayores ingresos y contribuye al desarrollo integral de las regiones y los países, y su tendencia está marcada por un crecimiento sostenido para los próximos años. Esto se ha presentado como una invitación abierta a que los gobiernos y grupos sociales reconozcan sus beneficios y consideren el turismo como una alternativa válida para generar oportunidades productivas y aportar a su economía en términos de puestos de trabajo e ingresos en divisas.

Entre los algunos derechos que corresponden tanto a los turistas como a los prestadores turísticos existen artículos que establecen, el tener garantizada la protección en las instalaciones y en los servicios turísticos, la seguridad de su persona y la seguridad de sus bienes. El turismo ha querido apoyar la iniciativa de los profesionales de la seguridad en los establecimientos hoteleros y de restauración respaldando con ello el esfuerzo a conseguir el mayor nivel de seguridad en dichos establecimientos.

Se debe partir desde la formación del personal, del conocimiento y la intercomunicación como medio más útil y eficaz de prevenir actos que puedan suponer un peligro para la seguridad de los bienes o las personas que eligen como destino Otavalo. La Seguridad no puede ni debe considerarse como un gasto más en la oferta de los establecimientos, es una necesidad irrenunciable. Resulta de vital importancia cuidar a los clientes de cuyas vidas, confort y seguridad son responsables, todo ello sin contar con los bienes de la propia empresa, imprescindibles para la actividad que va más allá del legítimo beneficio empresarial.

El eje fundamental de una estrategia de seguridad es prevenir, término que significa ver, venir. El objetivo de la seguridad es actuar anticipadamente para evitar que algo

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

ocurra de manera diferente a lo que desean. Esta guía de seguridad turística dispondrá de una gran diversidad de material impreso y digital, los cuales en su mayoría serán de conocimiento y dominio para todos los ofertantes hoteleros y de restauración del cantón Otavalo.

La seguridad turística en cualquier parte del mundo es uno de los aspectos más importantes, los turistas buscan cada vez destinos más seguros, la falta de seguridad provoca un rechazo en el número de demandantes con la que Otavalo cuenta.

Es necesario que toda clase de organismos asociados con el sector turístico mantengan un control para que así se cumpla con la seguridad, higiene y salud de los establecimientos. El brindar seguridad turista otorga al establecimiento un valor agregado y de prestigio sin embargo se debe dar un buen uso de la guía y de todo los detalles que se indican.

Este es un aporte que ratifica el compromiso de apoyar a la seguridad integra del turista y dar iniciativas para un buen desarrollo local turístico, prevenir accidentes es preocuparse por el turista, es un buen aporte a nivel de conciencia humana y no solo de fin de lucro. Una mala información o un mal servicio en un establecimiento turístico pueden traer consecuencias fatales.

3.1.2. Justificación

La creación de una guía de seguridad turística para los establecimientos hoteleros y de restauración es de vital importancia ya que por medio de ella se dará a conocer las normas de seguridad con las que deben contar dichos establecimientos para el bienestar de los turistas.

El hospedaje de los turistas debe desenvolverse en un ambiente de tranquilidad en el cual no tenga que preocuparse por situaciones de riesgo para su persona y el de su familia si este estuviera acompañado. Al igual que el servicio de alimentación debe ser un momento en el cual el turista se sienta seguro ambientalmente y que la alimentación que va a recibir sea de su agrado y no tenga complicaciones.

Por tanto es fundamental el conocimiento y aplicación de la seguridad turística como un instrumento de prevención de los riesgos. Con los antecedentes enunciados anteriormente, se establece la necesidad imperiosa de desarrollar y optimizar la seguridad a fin de que dentro de lo posible, se puedan localizar, evaluar, controlar y prevenir los riesgos y accidentes.

El aspecto central de la seguridad está en la protección de la vida del turista, por ello se presenta la guía en la cual constan normas que al utilizarlas eficientemente será un instrumento aliado del que hacer turístico en los establecimientos, con el cual se evitarían repercusiones económicas tales como, daño o pérdida de maquinaria, materiales, quebrantos en la salud de los turistas e incluso vidas humanas, utilizando eficientemente dichas normas, se evitará los acontecimientos enunciados anteriormente. La Seguridad turística trata sobre los procedimientos para identificar, evaluar y controlar los agentes nocivos y factores de riesgo, presentes en el medio físico y psíquico del ser humano, de tal manera que se proteja siempre al turista.

3.1.3. Objetivos de la propuesta**Objetivo general**

- Diseñar una guía de seguridad turística para hoteles y restaurantes de la ciudad de Otavalo, como herramienta de prevención y reducción de riesgos.

Objetivos específicos

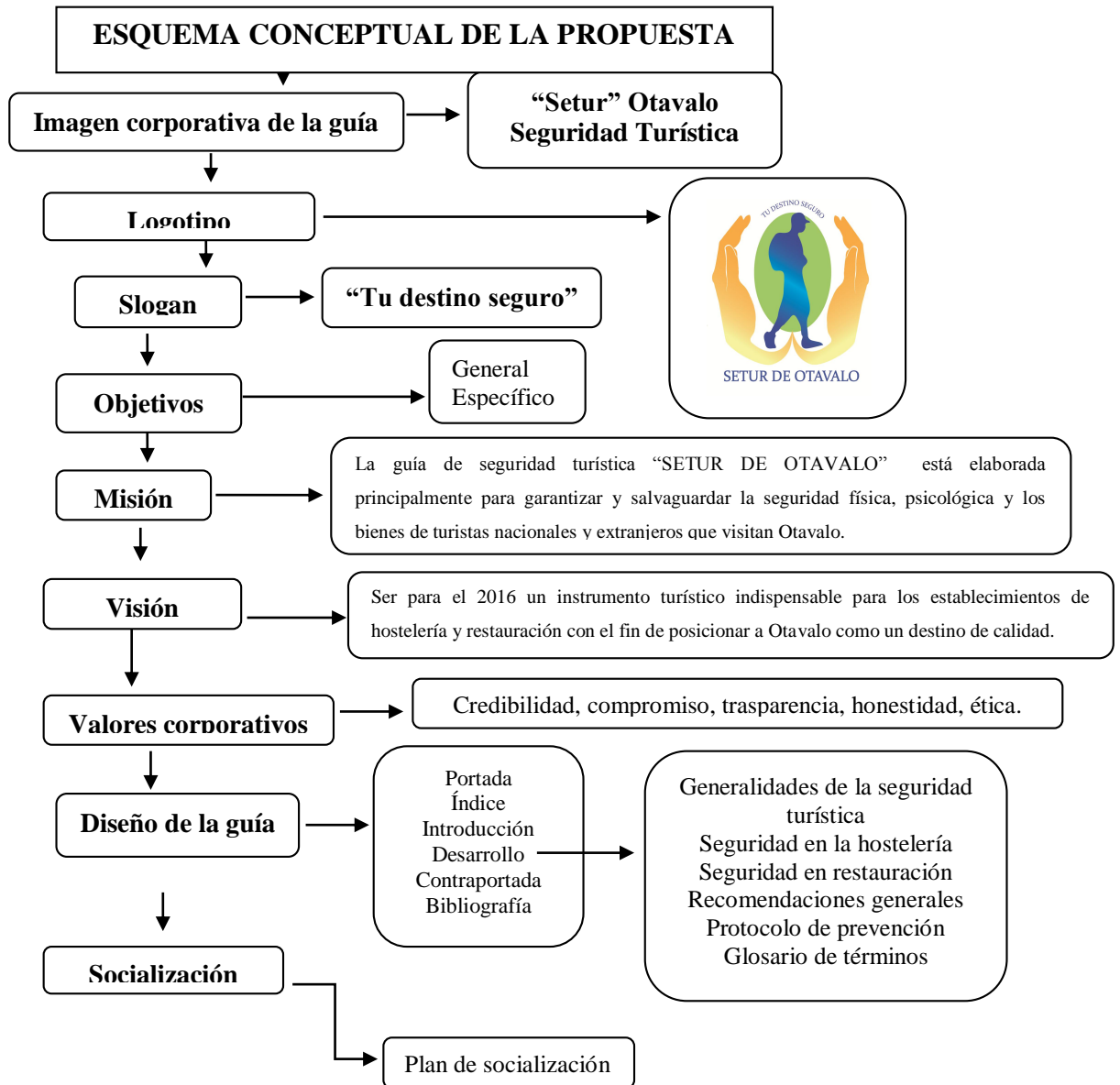
- Incrementar la información sobre seguridad a los empresarios de hoteles y restaurantes del cantón Otavalo.
- Aportar al turismo con una herramienta de seguridad como medio indispensable de trabajo.
- Contribuir al desarrollo de la calidad de servicios en cuanto a seguridad se refiere en hoteles y restaurantes mediante la aplicación de procedimientos relegados en la guía.

3.1.4. Propuesta.

**GUÍA DE SEGURIDAD TURÍSTICA PARA LA HOSTELERIA Y
RESTAURACION DEL CANTÓN OTAVALO.**

Aquí se encontrarán todos los aspectos elementales para gestionar la propuesta así presentando el nombre, el diseño, desarrollo de la guía etc. Para su mayor comprensión ha sido sintetizada en el siguiente esquema.

Tabla 22: Esquema conceptual de la propuesta



Fuente: Pilar Mediavilla

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.1.5. Macrolocalización

El presente proyecto se encuentra ubicado en:

PAÍS: Ecuador.

PROVINCIA: Imbabura.

CANTÓN: Otavalo.

Gráfico 17: Mapa del Ecuador



Fuente: www.aventuraslaplata.com

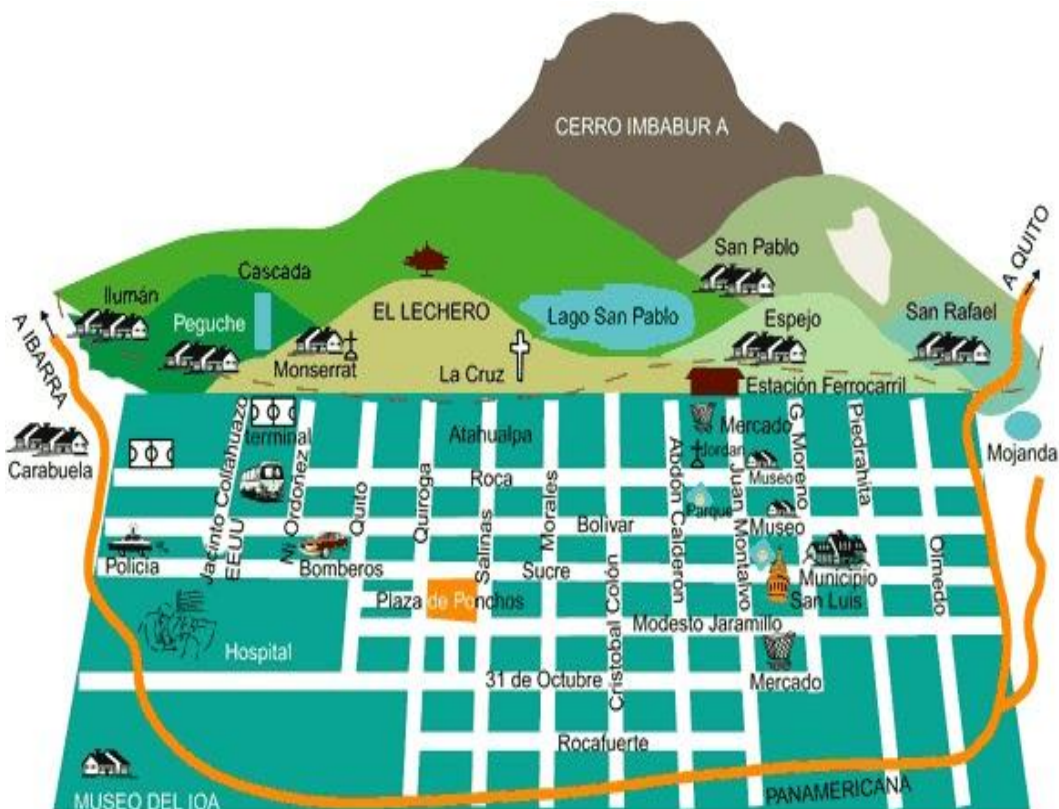
Ecuador está situado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Tiene una extensión de 283 561 km²

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.1.6. Microlocalización

La guía turística está dirigida a los establecimientos de hostelería y restauración de la ciudad de Otavalo.

Gráfico 18: Mapa de Otavalo



Fuente: cultubura.galeon.com

Ubicación: Ubicada al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 Km. de la capital Quito.

Límites: Norte: Limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante

Este: Cantón Ibarra y Cantón Cayambe (Provincia de Pichincha)

Sur: Cantón Quito (Provincia de Pichincha)

Oeste: Cantón Quito y Cantón Cotacachi

Superficie: 528 Km² **Habitantes:** 89.562

Idioma Oficial: Castellano y kichwa

Moneda: Dólar Norteamericano USD

Religión: Existe libertad de cultos, pero la Católica es la predominante.

Altitud: Existe diferencias altitudinales representativas que oscilan desde los

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

1.100m.s.n.m. En la zona de Selva Alegre hasta los 4.700 m.s.n.m. en el Cerro Imbabura

Temperatura: Temperatura promedio 14° C., cuatro estaciones en el día, mañanas frescas, días soleados, tardes otoñales y noches frías.

3.2. IMAGEN CORPORATIVA DE LA GUIA.

3.2.1. El nombre de la guía.

SETUR OTAVALO “SEGURIDAD TURISTICA” OTAVALO

3.2.2. Logotipo

La presente guía de seguridad turística necesita de un logotipo el cual es una característica visual que lo representará y simbolizará para el reconocimiento de la misma.

Gráfico: 19 Logotipo



Fuente: Jorge Vinueza.

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.2.3. Slogan

Para la publicidad de esta guía es necesario crear un slogan con el cual pueda llegar a posicionarse en la mente de quienes lo vayan a utilizar. Se ha determinado el siguiente slogan para la guía “TU DESTINO SEGURO”

3.2.4. Misión de la guía de seguridad turística.

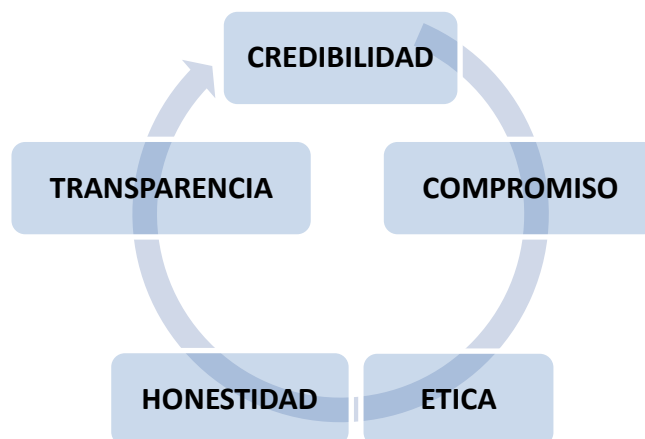
La guía de seguridad turística “SETUR DE OTAVALO” está elaborada principalmente para garantizar y salvaguardar la seguridad física y psicológica de los turistas nacionales y extranjeros que acuden a un hotel o restaurante, además proteger la infraestructura de dichos establecimientos, así brindándole al turista bienestar y confort sin quitarle su tranquilidad y previniendo que su viaje tenga inconvenientes inesperados.

3.2.5. Visión de la guía de seguridad turística.

Ser para el 2016 un instrumento turístico indispensable para los establecimientos de hostelería y restauración con el fin de posicionar a Otavalo como un destino de calidad seguro, que además de disfrutar de sus atributos turísticos pueda sentirse como en casa, así creando confianza entre el cliente y el establecimiento.

3.2.6. Valores

La guía brindara la los siguientes valores:



CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

Credibilidad: Define el nivel de confianza de la guía de seguridad que tendrá mediante la información obtenida en la investigación, los empresarios pondrán toda su interés y la guía demostrará autenticidad.

Compromiso: Hace referencia al compromiso legal moral, al ser aceptada implica dos roles principales, el primero el rol que asigna el compromiso y el segundo el que lo ejecuta.

Ética: La guía se adaptará a una serie de normas para el adecuado manejo de las normas presentadas y el desarrollo de la información que en esta se presenta.

Transparencia: Define el resultado de la guía, al ser confiable y segura, habrá un nivel de franqueza entre el turista y los empresarios, la guía se mostrará clara y concisa.

Honestidad: Es un valor de mucha importancia para la guía de seguridad turística, ya que es importante que e informe la verdad y se conserve la integridad de los establecimientos para el bienestar de los turistas

3.3. ESTRUCTURA DE LA GUIA.

3.3.1. Contenido de la guía.

A continuación se presenta la estructura de la guía:

- Portada
- Índice
- Introducción
- Generalidades de la seguridad
- Señalética
- Contenido: hostelería, riesgos más comunes, causas de accidentes, medidas preventivas, y restauración enfermedades alimentarias, equipo de menaje.
- Protocolo de prevención de riesgos
- Glosario de términos

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

- Bibliografía
- Contra portada

3.3.2. Portada de la guía de seguridad.

La portada es la parte principal visualmente hablando, es la carta de presentación, en este caso se utilizó el verde, que va acorde con los colores que se manejó para la elaboración del logotipo, colores que significan paz y libertad respectivamente, las letras del título de la guía de color blanco señalando pureza, también se encuentra el logotipo y el nombre de la autora.

Gráfico 20: Portada



Fuente: Luis Alajo

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.3.3. Logotipo.

El logotipo que se realizó contiene en la parte superior el slogan que es “TU DESTINO SEGURO” el mismo modo en la parte inferior va el nombre de la guía que es Seguridad turística, en sus siglas es SETUR DE OTAVALO, al lado superior se colocó el slogan. En la parte central lleva un óvalo de color verde que representa paz y naturaleza, y encima de este una silueta humana que hace referencia al viajante este de color azul que representa la libertad esto se encuentra dentro de una ilustración de unas manos que significa que están seguros de color naranja representa a la seguridad, lo que al turista le brindará confianza, y le dará un impacto de bienestar.

Gráfico 21: Logotipo de seguridad



Fuente: Jorge Vinueza

3.3.4. Slogan.

El Slogan que se escogió para la guía es “TU DESTINO SEGURO” que hace referencia a que el turista en su estancia se sienta como en su lugar habitual, ya que los turistas depositan toda su confianza en los prestadores de servicios turísticos, este va de color azul que representa la libertad.

Gráfico 22: Slogan

TU DESTINO SEGURO

Fuente: Pilar Mediavilla

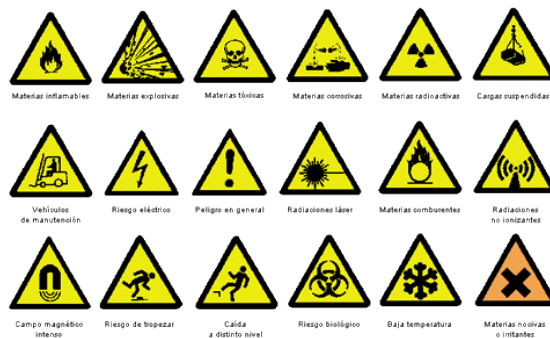
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.3.5. Señalética.

La Señalética dentro de un establecimiento es importante, por eso se optó por ponerle énfasis, para que el prestador turístico las utilice de una manera adecuada, informando lo que desea proyectar a los turistas y así evitando accidentes. La señalización es el conjunto de medios que se utiliza para mostrar o resaltar una indicación, una obligación, una prohibición, etc. Esto se puede realizar mediante una señal en forma de panel, un color, una señal luminosa o acústica, una comunicación verbal o una señal gestual, según proceda.

Señales de advertencia: Indican el riesgo que pueden correr, y el color amarillo que significa el anticiparse ante una señal de riesgo.

Gráfico 23: Señal de advertencia



Fuente: <http://www.gestion-calidad.com/senalizacion-riesgos-laborales.html>

Señales de prohibición: Estas representan el peligro al que se exponen, el color rojo es señal de alerta ante un próximo peligro.

Gráfico 24: Señales de prohibición



Fuente: <http://www.gestion-calidad.com/senalizacion-riesgos-laborales.html>

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

Señales de obligación: Estas señales son especialmente para los empleados quienes deberán acatar las señales de manera obligatoria para un mejor desempeño y cuidado laboral.

Gráfico: 25: Señales de obligación



Fuente: <http://www.gestion-calidad.com/senalizacion-riesgos-laborales.html>

Señales contra incendios: Estas señales están de color rojo indicando la gravedad del peligro al que están expuestos.

Gráfico: 26: Señales contra incendios



Fuente: <http://www.gestion-calidad.com/senalizacion-riesgos-laborales.html>

3.3.6. Índice de la guía

Tabla 23: Índice de la guía

Seguridad en la hostelería y restauración	
Prevención de riesgos	
Administración de hoteles y restaurantes	
Higiene personal	
Mantenimiento de equipos	
Señalética	
Hostelería	Restauración
Riesgo de caídas de igual o distinto nivel	Contaminación cruzada
Riesgo de cortes	Enfermedades ETA
Riesgo de golpes	Alergias alimentarias
Riesgo de quemaduras	Descongelamiento de alimentos
Riesgo de contactos eléctricos	Riesgos en el almacenamiento
Riesgos de ruidos	Recomendaciones para la manipulación del menaje
Riesgos de sustancias peligrosas	Recomendaciones en el vestuario del personal
Riesgos de sobreesfuerzos	Recomendaciones al transportar los alimentos
Riesgos de incendios	Recomendaciones generales
Riesgo de explosiones	Protocolo de prevención
Higiene en el área de limpieza	Glosario de términos

Fuente: Pilar Mediavilla

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.**3.3.7. Contraportada**

La contraportada se manejó con el mismo fondo de la portada para que vayan acorde, aquí se detalla la información de los creadores de la guía de seguridad.

Gráfico 27: Contraportada



Fuente: Luis Alajo

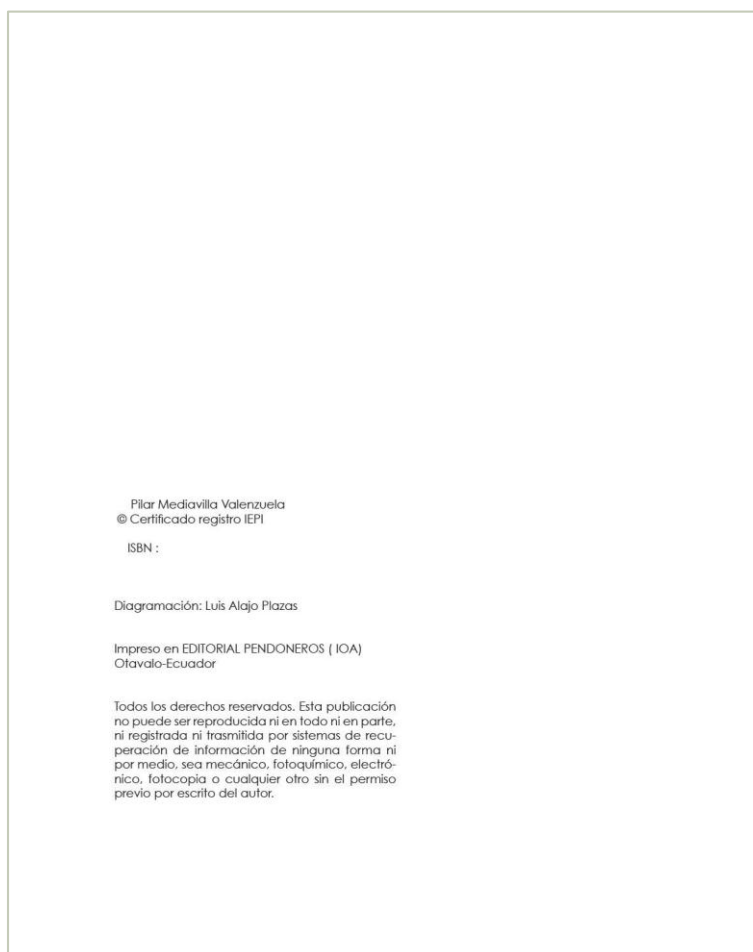
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.4. PROPUESTA GRÁFICA

3.4.1. Tamaño de páginas.

El tamaño de las páginas y su formato es de ancho (20cm) y alto (20cm), en papel COUCHE. La guía tiene contiene imágenes con relación a cada tema que se esté desarrollando.

Gráfico 28: Tamaño de las páginas



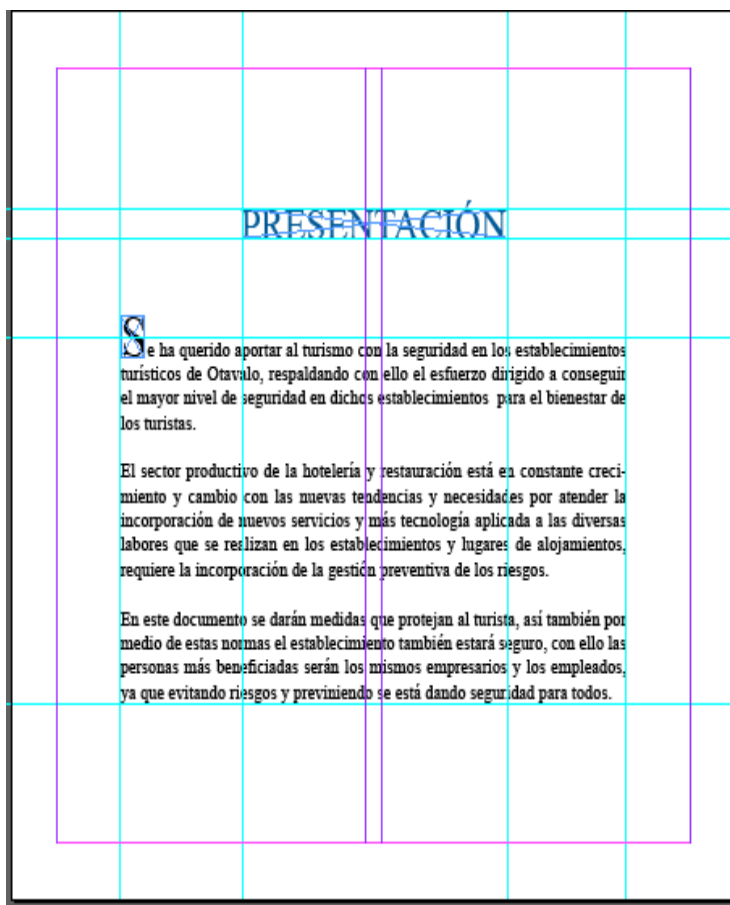
Fuente: Luis Alajo

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

3.4.2. Diagramación.

Para el proceso de creación y elaboración de la guía lo primero que se realizó fue el proceso de la retícula, esto es importante porque se determina el aspecto de las páginas, que se presentará en formato cuadrado en una columna y simultáneamente según el tema se presentan temas mediante un cuadro en cual se describe el contenido, de igual manera se colocaron imágenes de acuerdo a cada tema.

Gráfico 29: Diagrama



Fuente: Luis Alajo

Cuando se trabaja en la edición del diseño lo más común es que se la haga en dos partes es decir en la parte izquierda y derecha, de esta manera el lector tendrá una manera más clara de lo que se pretende proyectar.

Gráfico 30: Edición

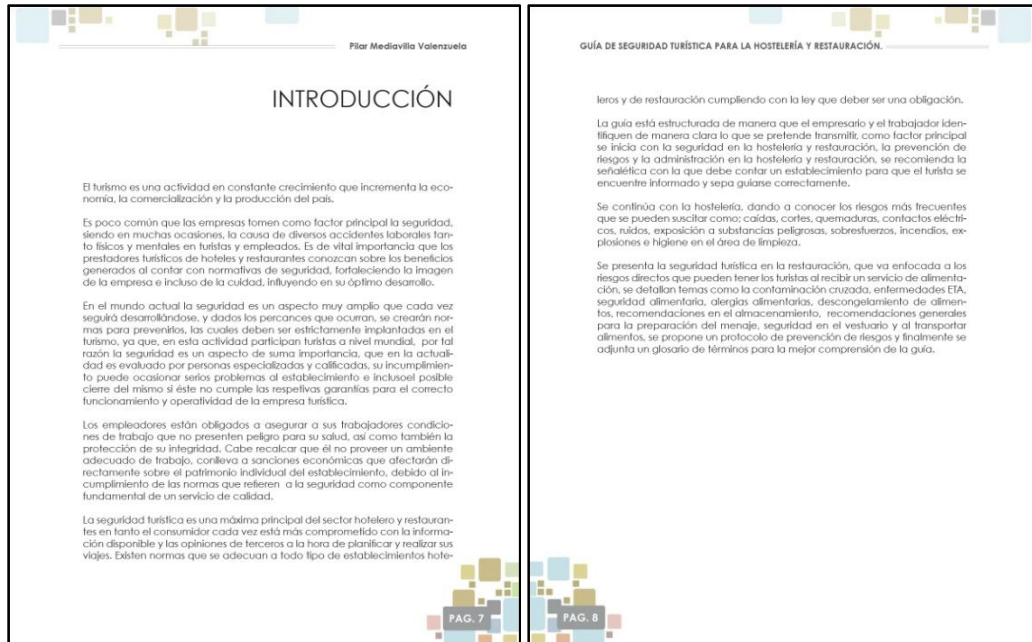
ÍNDICE	
Prólogo	
Índice	
Introducción.....	7
Seguridad en la hostelería y restauración.....	9
Prevención de riesgos.....	10
La administración de hoteles y restaurantes.....	11
Flujograma	13
Contratación de personal idóneo.....	13
Derechos básicos del personal.....	14
Obligaciones generales del personal.....	14
Higiene personal.....	15
Mantenimiento de equipos.....	17
Equipamiento de seguridad.....	18
Higienización de equipos.....	22
Señalética.....	23
Señalética de advertencia.....	23
Señalética de prohibición.....	23
Señalética de obligación.....	23
Señales de salvamento.....	23
Seguridad hotelera.....	24
Riesgos de caídas de igual o distinto nivel.....	25
Riesgos de cortes.....	26
Riesgos de golpes.....	27
Riesgos de quemaduras.....	28
Riesgos de contactos eléctricos.....	29
Riesgos de ruidos.....	30
Riesgos de exposición a sustancias peligrosas.....	31
Riesgos de sobreesfuerzos.....	32
Riesgos de incendios.....	33
Riesgos de explosiones.....	35
Higiene en el área de limpieza.....	36
Seguridad en la restauración.....	37
Contaminación cruzada.....	38
Enfermedades EIA.....	40
Alergias alimentarias.....	42
Descongelamiento de alimentos.....	44
Riesgos en el almacenamiento.....	47
Recomendación en la manipulación del menaje de restaurantes.....	48
Recomendación de la seguridad en el vestuario del personal.....	51
Transportación de alimentos.....	52
Recomendaciones para la restauración.....	54
Protocolo de prevención.....	55
Seguridad médica.....	55
Prevención de incendios.....	57
Prevención de accidentes en la cocina.....	57
Glosario de términos.....	59
Bibliografía.....	62

Fuente: Luis Alajo

3.4.3. Márgenes.

Los márgenes son; el margen superior o de cabeza, el margen inferior o de pie, el margen interior o de lomo, y el margen exterior o de corte, una vez definido esto se define el espacio de la mancha, en la cual se ubicó el texto y las imágenes, las páginas varían de acuerdo al tema que se esté dando a conocer, el texto está ubicado en la parte superior y las imágenes en la parte inferior, esto de acuerdo a la lectura lógica en el occidente que es de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha.

Gráfico 31: Márgenes



Fuente: Luis Alajo

3.4.4. Tipografía

La elección de la topografía se basó en que este elemento debe ser sistemático y concisa de la información, el texto no debe resaltar más de lo necesario, es decir que no quite la concentración del contenido en la impresión visual, ya que no es una publicidad si no una información que el lector va a adquirir. La fuente elegida es por la legibilidad del texto y la formalidad, esta tipografía expresa fuerza y dirección, ya que es sencilla fácil y clara de entender.

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

El tamaño de la topografía del texto es de 13 puntos, en títulos 28, y con letra capital al inicio de cada contenido. Con un interlineado de 1,5 que facilitará al lector la lectura y su mejor comprensión

3.4.5. Color

El color de la tipografía en el texto es de color negro, lo que representa una mejor presentación y formalidad, en los títulos se utilizó el color azul para darle un contraste y realzar el diseño.

La elección de las imágenes se la realizó de acuerdo al tema que se proyecta en cada página, éstas fortalecen el contenido para su mejor entendimiento.

3.6. PRESUPUESTO DE LA GUIA

Tabla 24: Presupuesto de la guía

RECURSOS HUMANOS	Cantidad	V.U	V.T
Investigación	1		100,00
Diseñador	1	200,00	200,00
Ilustrador	1	30,00	30,00
RECURSOS MATERIALES	Cantidad	V.U	V.T
Impresiones	4	30,00	120,00
SOCIALIZACIÓN	Cantidad	V.U	V.T
Transporte	30,00		
Refrigerio	4	1,00	4,00
Invitaciones	4	1,50	6,00
IMPREVISTOS			50,00
TOTAL		540,00	

Autora: Pilar Mediavilla

3.7. PROCESO DE LA SOCIALIZACION.

Tabla 25: Plan de socialización

CONTENIDO	Pg.
1.- DATOS GENERALES	
1.1 Nombre del Proyecto Socialización de la guía de la “ GUIA DE SEGURIDAD TURISTICA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN DEL CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR. ”	86
1.2 Localización geográfica País: Ecuador Provincia: Imbabura Cantón: Otavalo	86
1.3 Beneficiarios del Proyecto ➤ Empresarios de establecimientos hoteleros y restaurantes del cantón. ➤ Turistas nacionales y extranjeros. ➤ Talento humano de los establecimientos de hostelería y restauración del cantón.	86
1.4 Coordinador del Proyecto Msc.: Marilyn Herrera Jiménez	86
1.5 Estudiantes participantes Pilar Mediavilla Valenzuela.	86
1.6 Carrera (s) Marketing y turismo Internacional	86
1.7 Programa de Vinculación con la sociedad al que pertenece:	
1.8 Línea de vinculación:	
2.- Antecedentes Según Lema, (2005): “Otavalo es actualmente uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador. Es visitado tanto por turistas nacionales como extranjeros, atraídos por la diversidad cultural de la región que conjuga con la variedad de	86

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

<p>ecosistemas que encierra una diversidad biológica” (p.116).</p> <p>Otavaló, constituye una fuente importante de generación de recursos económicos, mediante el desarrollo de actividades turísticas.</p> <p>La OMT, (20014), conceptualiza a la seguridad turística como: “La protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras”</p> <p>La seguridad turística tiene como finalidad garantizar la integridad de los visitantes, así como también el de los prestadores de servicios turísticos, con la consecuente protección de bienes y servicios.</p> <p>El sector productivo de la hostelería y restauración del cantón Otavaló, requiere la incorporación de la gestión preventiva de los riesgos; es por ello que se presenta la guía de seguridad turística para dichos establecimientos, respaldando con ello el esfuerzo dirigido a conseguir el bienestar del turista, fortaleciendo la imagen de la empresa y sobre todo fomentando una cultura de mejora continua en los procesos, en este caso, la seguridad hacia el cliente.</p>	
<p>3.- Justificación</p> <p>En las actividades de la hotelería y restauración, es fundamental aplicar normas y procedimientos de seguridad, ya que, cumple un papel muy importante al momento de buscar la excelencia en la calidad del servicio y atención al cliente. Todos los empresarios, deben implementar en sus establecimientos, normas de seguridad que garanticen una adecuada estadía del cliente. El cumplimiento de procedimientos e instrucciones de seguridad puede marcar la diferencia en constituir un servicio de calidad.</p>	87
<p>4.- Proyectos relacionados o complementarios</p> <p>Socialización de la Guía de leyendas urbanas del Cantón Otavaló.</p>	87
<p>5.- Objetivos</p> <p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Socializar la guía de seguridad turística, a los establecimientos de hostelería y restauración del cantón Otavaló, Provincia de Imbabura. <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aportar al turismo con una herramienta de seguridad como medio indispensable de trabajo. 	87

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar la información sobre seguridad a los empresarios de hoteles y restaurantes del cantón Otavalo. - Fortalecer las actividades turísticas mediante la aplicación de normas de seguridad en hoteles y restaurantes del sector. - Perfeccionar la relación entre empresario-turista 																
<p>6.- Metas</p> <p>Lograr que la guía planteada, se constituya en un instrumento de trabajo que facilite las actividades que se desarrollan en las actividades de hostelería y restauración.</p>	88															
<p>7.- Duración estimada del Proyecto</p> <p>1 mes (Abril)</p>	88															
<p>8.-Indicadores de resultados por alcanzar cualitativos y cuantitativos</p> <table border="1" data-bbox="341 824 1347 1328"> <thead> <tr> <th>OBJETIVOS</th> <th>CUALITATIVO</th> <th>CUANTITATIVO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aportar al turismo con una herramienta de seguridad como medio indispensable de trabajo.</td> <td>Herramienta de trabajo elaborada</td> <td>100% de procedimientos detallados</td> </tr> <tr> <td>Incrementar la información sobre seguridad a los empresarios de hoteles y restaurantes del cantón Otavalo.</td> <td>Normas y procedimientos detallados</td> <td>100% de empresarios de hoteles y restaurantes informados</td> </tr> <tr> <td>Fortalecer las actividades turísticas mediante la aplicación de normas de seguridad en hoteles y restaurantes del sector.</td> <td>Actividades turísticas fortalecidas</td> <td>100% de procedimientos aplicables</td> </tr> <tr> <td>Perfeccionar la relación entre empresario-turista.</td> <td>Turistas y Empresarios de hostelería y restauración satisfechos</td> <td>100% de empresarios consientes que la seguridad es un factor fundamental de aplicación en sus actividades.</td> </tr> </tbody> </table>	OBJETIVOS	CUALITATIVO	CUANTITATIVO	Aportar al turismo con una herramienta de seguridad como medio indispensable de trabajo.	Herramienta de trabajo elaborada	100% de procedimientos detallados	Incrementar la información sobre seguridad a los empresarios de hoteles y restaurantes del cantón Otavalo.	Normas y procedimientos detallados	100% de empresarios de hoteles y restaurantes informados	Fortalecer las actividades turísticas mediante la aplicación de normas de seguridad en hoteles y restaurantes del sector.	Actividades turísticas fortalecidas	100% de procedimientos aplicables	Perfeccionar la relación entre empresario-turista.	Turistas y Empresarios de hostelería y restauración satisfechos	100% de empresarios consientes que la seguridad es un factor fundamental de aplicación en sus actividades.	88
OBJETIVOS	CUALITATIVO	CUANTITATIVO														
Aportar al turismo con una herramienta de seguridad como medio indispensable de trabajo.	Herramienta de trabajo elaborada	100% de procedimientos detallados														
Incrementar la información sobre seguridad a los empresarios de hoteles y restaurantes del cantón Otavalo.	Normas y procedimientos detallados	100% de empresarios de hoteles y restaurantes informados														
Fortalecer las actividades turísticas mediante la aplicación de normas de seguridad en hoteles y restaurantes del sector.	Actividades turísticas fortalecidas	100% de procedimientos aplicables														
Perfeccionar la relación entre empresario-turista.	Turistas y Empresarios de hostelería y restauración satisfechos	100% de empresarios consientes que la seguridad es un factor fundamental de aplicación en sus actividades.														
<p>9.-Marco Institucional</p> <p>El sector público reviste gran importancia por las funciones que desempeña desde el conjunto de sus instituciones, en particular por las decisiones que tienen injerencia directa en la actividad turística. La acción pública integrada es indispensable para asegurar la coordinación entre los distintos agentes involucrados, a fin de responder eficientemente a las necesidades del sector, para que el turismo se constituya en el eje articulador del desarrollo económico y social del país.</p> <p>La universidad de Otavalo mediante la oferta académica en las diferentes carreras da cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y la Agenda Territorial, así realizando vinculación con la comunidad en diferente programas de acuerdo a las necesidades del entorno social, asociando esos conocimientos con el trabajo práctico, que dejen un impacto positivo y perdurable en el tiempo.</p>	88															

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

10.- Cronograma Presupuesto y Financiamiento del Proyecto

Cronograma:

Actividades	Marzo				Abril		
	1	2	3	4	1	2	3
Presentación de la guía al comité evaluador, para su aprobación	X	X	X	X			
Entrega de invitaciones para al acto de socialización					X		
Evento de socialización						X	

89

Anexo1: Estructura de la socialización de la guía de seguridad turística.



90

Anexo2: Invitación para la socialización



**La universidad de Otavalo y la
Carrera de marketing y turismo internacional.**

Invitan al:

**ACTO DE SOCIALIZACIÓN DE LA GUIA DE SEGURIDAD TURISTICA
PARA LA HOSTELERIA Y RESTAURACION**

Iniciativa desarrollada por estudiantes de la institución para contribuir con el
desarrollo de la actividad turística

Fecha: Martes 14 de abril el 2015

Hora: 10h00

Lugar: Auditorio Cotama Universidad de Otavalo

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.

Elaborado: Pilar Mediavilla.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE IMPACTOS

4.1. INTRODUCCION

A continuación se realiza un análisis de los posibles impactos que generaría, la elaboración de la **GUÍA DE SEGURIDAD TURISTICA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERIA Y RESTAURACION DEL CANTÓN OTAVALO**, en sus diferentes ámbitos o áreas.

Para que el análisis sea válido, técnico y científico, se ha utilizado una metodología que consiste en:

- Determinar los ámbitos en donde el proyecto podría generar impactos positivos o negativos. Los cuales son:
 - ✓ Social
 - ✓ Cultural
 - ✓ Turístico
 - ✓ Económico

- Se ha determinado medidas cualitativas y cuantitativas que permite evaluar a cada indicador mediante la siguiente escala de valores asignando el nivel de impacto positivo o negativo.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.1.1. Escala de valores de impactos.

Tabla 26: Escala de impactos

ESCALA DE IMPACTOS	DE NIVEL DE IMPACTOS
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto(neutral)
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Pilar Mediavilla.

- Se realiza 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 por qué se determinó el nivel de impacto a cada uno de los indicadores.
- Por último se realiza una matriz de impacto a nivel general en la cual el eje horizontal están determinados con los niveles de impactos de cada área, y en el eje vertical las áreas o ámbitos analizados.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.2. ANALIS DE IMPACTOS

4.2.1. Impacto social

Tabla 27: Impactos social

IMPACTO SOCIAL							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta la preocupación por el prójimo. • Incremento de turistas • Desarrollo de actividades seguras • Bienestar de los turistas y empresarios. • Nivel de cultura turística 						X	X
						X	X
						X	X
TOTAL						6	6
<p>Nivel de impacto social:</p> <p>$NI = \sum/N$</p> <p>$NI = 12/5 = 2.4 = 2$</p> <p>Nivel de impacto social = Impacto medio positivo</p>							

Autora: Pilar Mediavilla

Análisis

Una vez analizados los indicadores de la matriz de este impacto se ha podido establecer que tiene un nivel de impacto social medio positivo con tendencia al impacto alto, lo cual indica que con la guía de seguridad turística habrá una mejor consolidación en los procesos turísticos, así contribuyendo a dar una buena imagen en los establecimientos de Otavalo y promover el turismo dándose a conocer como un destino seguro a nivel nacional e internacional.

Algo que también se puede rescatar es que con la creación de esta guía no solo se beneficiara el turista, sino también los ofertantes de cualquier tipo de servicio turístico, ya que al brindar turismo más seguridad habrá más afluencia de turistas y consigo incrementaran sus ganancias y posicionamiento.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.2.2. Impacto cultural

Tabla 28: Impacto cultural

IMPACTO CULTURAL							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la cultura turista local Incremento de actividades culturales Incremento de actores culturales Rescate de las costumbres y tradiciones Integración entre culturas de cantón 					X		X
TOTAL					1	6	3
<p>Nivel de impacto social:</p> $NI = \sum/N$ $NI = 10/5 = 2$ <p>Nivel de impacto social = Impacto medio positivo</p>							

Autora: Pilar Mediavilla

Análisis

Como resultado de esta matriz se observa que el nivel del impacto cultural es medio positivo, este resultado es favorable ya que nos da a conocer el incremento de los actores culturales al igual que las actividades próximas a realizarse, a esto añadido la seguridad para la comodidad de propios y extraños que gusten y participen de las programaciones culturales.

También se podrá involucrar la comunidad tomando en cuenta sus diferentes expresiones y modalidades.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.2.3. Impacto turístico.

Tabla 29: Impacto turístico

IMPACTO TURISTICO							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de la oferta turística del cantón • Seguridad adecuada • Calidad de los servicios turísticos • Impulso del turismo local y receptivo • Posicionamiento a nuevos mercados • Innovación en la promoción turística 						X X X X	X X X
TOTAL						6	9
<p>Nivel de impacto social:</p> <p>$NI = \sum/N$</p> <p>$NI = 15/6 = 2.5 = 3$</p> <p>Nivel de impacto social = Impacto alto positivo</p>							

Autora: Pilar Mediavilla

Análisis

El nivel del impacto turístico es alto positivo, con este resultado se puede observar que esta guía de seguridad contribuye en gran cantidad al desarrollo de las actividades turísticas así mencionando que los establecimientos tendrán una mejor presentación, se podrá promocionar a Otavalo como un destino seguro, habrá calidad en los servicios, la oferta turística estará diversificada y será habrá turismo interno y receptivo.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.2.4. Impacto económico

Tabla 30: Impacto Económico

IMPACTO ECONOMICO							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de comercialización turística • Desarrollo económico en la actividad turística • Creación de emprendimientos turísticos • Aumento de inversionistas en el sector del turismo • Rentabilidad económica en las empresas turísticas 						X	X
TOTAL						6	6
<p>Nivel de impacto social:</p> <p>$NI = \sum/N$</p> <p>$NI = 12/5 = 2.4 = 2$</p> <p>Nivel de impacto social = Impacto medio positivo</p>							

Autora: Pilar Mediavilla

Análisis

El resultado de este impacto económico es medio positivo lo cual refleja que beneficia a los empresarios de los establecimientos y a todo el sector turístico ya sea a media o a corto mediano o largo plazo a nivel local, otra manera de beneficiar económicamente es que se las empresas tendrán mayor rentabilidad ya que sus servicios tendrán un valor añadido como es seguridad, que es el que todos los turistas buscan, se fomentará el empleo ya que cada lugar turístico necesitará personal para controlar y dar seguimiento a cada norma de seguridad establecida en la guía, también el aumento de inversionistas quienes estén interesados en aportar en negocios a nivel local fomentaran más ingresos en la actividad turística.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE IMPACTOS.

4.3. IMPACTO GENERAL

Tabla 31: Impacto General

IMPACTO GENERAL							
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
• IMPACTO SOCIAL						X	
• IMPACTO CULTURAL						X	
• IMPACTO TURISTICO							X
• IMPACTO ECONOMICO						X	
TOTAL						6	3
<p>Nivel de impacto social:</p> <p>$NI = \sum/N$</p> <p>$NI = 9/4 = 2.25 = 2$</p> <p>Nivel de impacto social = Impacto medio positivo</p>							

Autora: Pilar Mediavilla

Análisis

De acuerdo a la información obtenida y el análisis de los impactos social, cultural, turístico y económico se tiene como resultado un valor de impacto general medio positivo, lo cual nos indica que esta propuesta de la CREACION DE UNA GUIA DE SEGURIDAD TURISTICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERIA Y RESTAURACION es objetivamente factible ya que de una u otra manera beneficiara a todos los ámbitos relacionados con el turismo y a toda la ciudad de Otavalo, la guía también contribuirá a la revalorización de cada servicio y/o lugar turístico, a su vez diversificará la oferta turística del cantón creando oportunidades y beneficios en la comunidad y en la sociedad en general.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES

Como conclusiones del proyecto **“GUIA PARA LA SEGURIDAD TURISTICA DE LA HOSTELERIA Y RESTAURACION DEL CANTON OTAVALO”**. Se presentan:

- La ciudad de Otavalo, no cuenta con una guía de seguridad turística para hoteles y restaurantes, por lo tanto los establecimientos no están debidamente preparados para la prevención de riesgos.
- La guía de seguridad turística para hoteles y restaurantes de la ciudad de Otavalo, se constituirá en una herramienta de prevención y reducción de riesgos.
- La información presentada en la guía de seguridad incrementa los conocimientos sobre normas y procedimientos de seguridad en la empresa, fortaleciendo el desarrollo del turismo en Otavalo.
- Al implementar la guía de seguridad turística, habrá un mayor desarrollo de la actividad económica, ya que al dar a conocer a Otavalo como un destino seguro habrá mayor interés por parte de los turistas para visitar la ciudad.
- La guía de seguridad turística generará impactos positivos que beneficiará a los empresarios hoteleros y de restaurantes, al personal de dichos establecimientos, y los turistas, con ello aportando a la calidad en cuanto a seguridad turística.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

RECOMENDACIONES

- Fomentar el interés por la seguridad y el bienestar de todos quienes hacen la actividad turística, mediante campañas de concientización.
- Impulsar la promoción de la guía de seguridad, ya que, en el estudio se observó que es sumamente necesario, los inversionistas no deben verlo como un gasto si como una inversión, motivo por el cual la actividad turística se desarrollará con más conciencia.
- Los empresarios de hoteles y restaurantes, deben capacitarse en atención y servicio al cliente y seguridad turística, ya que involucran directamente al cliente como factor fundamental en la empresa.
- Los turistas deben ser más conscientes y no solo exigir todas las comodidades a los establecimientos, y a cambio no dar un buen comportamiento y cuidar los bienes de un establecimiento o cualquier lugar turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Abellan, F. C. (2008). *Turismo rural y desarrollo social*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Ballesteros, E. R. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo sostenible social*. Quito-Ecuador: Abya Yala.
- Benavidez, J. (4 de 6 de 2004). *Crisis Turística*. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de <http://segurtur.blogspot.com/2009/03/el-manejo-de-las-crisis-turisticas-por.html>
- Bonta, P. (1994). *199 Preguntas sobre el Marketing*. Colombia: Norma.
- Cancino, A. (2010). *tipos de restaurantes*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/tipos-restaurantes>
- Cardenas, E. S. (2004). *Promocion turistica: una llave ara el desarrollo de Chuquisaca*. Bolivia: Fortaleza.
- Carrasco, J. (2008). *Al filo de la identidad: la migracion indigena en America Latina*. Flasco.
- Cooper, B. (2002). *Como iniciar y administrar un restaurante*. Norma.
- Diaz, M. d. (1 de 2 de 2013). *Tipologias turisticas*. Recuperado el 19 de 5 de 2014, de pactolocalmcarmerodriguezdiaz.blogspot.com/2013/02/definicion-de-turismo-segun-la-omt.html
- Durango, L. (2010). *La seguridad y su importancia para el turismo*. México: Alieno.
- Educativa, D. G. (1999). *Hosteleria y Turismo*. Madrid: Grefol.
- Gallego, J. F. (2008). *Marketing para hteles y restaurantes en los nuevos escenarios*. España: Paraninfo.
- Ilpes, I. L. (2006). *Guia par la presentacion de proyectos*. México: Siglo Veintuino.
- Khotler. (2010). *Marketing turistico*. España: Vertice.
- Lema, G. P. (2005). *Los otavalos: cultura y tradicion milenarias*. Quito: Abya Yala.

BIBLIOGRAFIA.

- Melero, E. F. (2009). *Guía MIR: Las claves de la preparación*. España: Diaz de Santos.
- Montenegro, C. A. (8 de 2012). *Seguridad Turistica*. Obtenido de <https://prezi.com/zgcfwnc1ei1b/seguridad-turistica/>
- Moreno, C. (2005). *Internet y competencias básicas*. España: GRAÓ, DE IRIF, SL.
- Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidd estatal a distancia.
- Revultas, J. (9 de Febreo de 2010). *Calidad del servicio turistico*. Recuperado el 20 de Agosto de 2014, de <http://valderrediblesostenible.squarespace.com/blog/2010/6/9/la-calidad-en-el-servicio-turistico.html>
- Rodriguez, C. (15 de 11 de 2008). *Servicios Turisticos*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de <http://blogs.clarin.com/servicioshoteleros/servicios-turisticos/>
- Ruiz, G. (2000). *Empleo y economia del trabajo en el Ecuador: algunas propuestas para superar la crisis*. Quito: Abya Yala.
- Silva, J. A. (2007). *TURISMO, CRECIMIENTO Y DESENVOLVIMIENTO: UN ANALISIS URBANO REGIONAL*. Brazil: euned.
- Soriano, C. (1990). *El marketing mix: concptos, estrategias y apliucaciones*. Diaz de Santos.
- Spooner, V. A. (2013). *Las maximas de la hosteleria: un cunto de hteleros, no solo para hoteleros*.
- Tamames, E. (2012). *Tipos de serguridad turistica*. Trillas.
- *Turismo crecimiento y desenvovimiento2007*Editorial electronica
- Turismo, D. d. (2009). <http://definicion.de/turismo/>. Recuperado el 23 de 7 de 2014, de http://www.mundodescargas.com/apuntes-trabajos/turismo_hosteleria_gastronomia_restauracion/decargar_teoría-del-turismo.pdf
- Turistica, P. D. (3 de abril de 2006). http://portal.seguridadturistica.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=39. Recuperado el 7 de junio de 2014, de http://portal.seguridadturistica.org/index.php?option=com_content&view=art

BIBLIOGRAFIA.

icle&id=5&Itemid=39:

[http://portal.seguridadturistica.org/index.php?option=com_content&view=art
icle&id=5&Itemid=39](http://portal.seguridadturistica.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=39)

- Vertice, E. (2008). *Marketing Turistico*. España: Vertice.

DOCUMENTOS Y FUENTES DE OTRO TIPO.

- Pulido, I. (2011). Programa de capacitacion turistica del Mintur. *COMO IMPLEMENTAR UN MODELO DE GESTION DE DESTINOS TURISTICOS EN LOS GOBIERNOS AUTONOMOS DESENTRALIZADOS*.
- turismo, M. d. (2002). Reglamento General de Actividades Turisticos .
- turismo, M. d. (2010). Catastro de establecimientos de servicios turisticos de la provincia de Ibabura . *Gerencia regional sierra norte* .
- turismo, M. d. (2010). Otavalo el valle del amanecer el lugar turistico preferido por propios y extranjeros, la grnte mas alegre en la ciudad mas amable. 70.
- turismo, M. d. (2014). Plan de marketimg turistico del Ecuador.