

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROPUESTA DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE UNA EMPRESA
HOTELERA CON SERVICIOS DE RECREACIÓN TURÍSTICA
PARALELOS: CASO HOSTERÍA “EL REMANSO”, UBICADA EN
EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER EN GERENCIA
EMPRESARIAL, MBA**

WASHINGTON PAÚL TORRES VARGAS

wpaulotovar79@yahoo.com

DIRECTOR: DR. KLÉBER MEJIA GUZMAN

kleber.mejia@epn.edu.ec

Quito, Abril 2010

DECLARACIÓN

Yo, **WASHINGTON PAÚL TORRES VARGAS**, Identificado con la **C. I. No. 171240553-7** 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.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la **ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

W. PAÚL TORRES VARGAS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por **WASHINGTON PAÚL TORRES VARGAS** bajo mi supervisión.

DR. KLÉBER MEJIA GUZMAN

DIRECTOR DE PROYECTO

DEDICATORIA

*“Como las vigas es la sabiduría que cultiva el hombre en su juventud,
ellas soportan la casa, que es como su vida misma,
y, le darán fuerza y refugio para los retos que han de venir”*

Parafraseado del Libro de Proverbios

Agradezco a Dios, quien permanentemente se manifiesta de mil formas en mi vida.

Con inmenso cariño dedico este trabajo a mi familia, y su permanente preocupación y colaboración.

Así también, un reconocimiento especial para el Dr. Kléber Mejía por sus orientaciones, y a un gran amigo: Ilmer Cuello García, con quien hemos asumido este reto de graduación.

Finalmente, quiero agradecer a todas aquellas personas que me brindaron su colaboración y apoyo para la culminación de este objetivo.

CONTENIDO

	Pág.
Resumen Ejecutivo	
Presentación	
CAPÍTULO 1. ANÁLISIS INTRODUCTORIO	1
1.1 Análisis del Macro Ambiente	1
1.1.1 Análisis de Factores Geográficos	2
1.1.1.1 Características Generales	2
1.1.1.2 Zonas Naturales y áreas protegidas	3
1.1.2 Análisis de Factores Sociales y Culturales	5
1.1.2.1 Factores Sociales	5
1.1.2.2 Factores Culturales	6
1.1.3 Análisis de Factores Económicos	8
1.1.3.1 El turismo y la Generación de Divisas	8
1.1.3.2 Inflación	10
1.1.3.3 Nivel de Ingresos	11
1.1.3.4 Tasas de Interés	11
1.1.4 Análisis de Factores Políticos y Legales	12
1.1.4.1 Factores Políticos	12
1.1.4.2 El Ministerio de Turismo	13
1.1.4.3 Las Propuestas Estratégicas: Plan Nacional de Desarrollo Sostenible del turismo hacia el año 2020, PLANDETUR 2020.	14
1.1.4.4 Las Cámaras y organismos gremiales del Turismo	15
1.1.4.5 El Proceso de Descentralización de competencias turísticas a Entidades y organismos del Régimen Seccional	15
1.1.4.6 El Turismo y sus leyes	16
1.1.5 El Turismo en el Ecuador	17
1.1.5.1 Inventario de Atractivos Turísticos	17
1.1.5.2 Planta Turística del Ecuador	19
1.1.5.3 Los Productos Turísticos del Ecuador	24
1.2 Análisis del Micro Ambiente	25
1.2.1 Características de la Provincia del Tungurahua	25
1.2.1.1 Factor Geográfico de la Provincia del Tungurahua	25
1.2.1.2 Análisis Social y Cultural de la Provincia del Tungurahua	26
1.2.1.3 Factores Económicos de la Provincia de Tungurahua	26
1.2.1.4 Atractivos Turísticos de la Provincia de Tungurahua	27
1.2.2 Características del Cantón Píllaro	29
1.2.2.1 Factores Sociales y Demográficos	30

1.2.2.2 Factores Culturales	31
1.2.2.3 Factores Económicos	33
1.2.2.4 Factores Ambientales	34
1.3 Matriz Análisis Interno	35
1.4 Matriz Análisis Externo	36
1.5 Matriz FODA	39
1.5.1 Matriz FODA, con Estrategias Institucionales F. O. y F. A.	39
1.5.2 Matriz FODA, con Estrategias Institucionales D. O. y D. A.	40
1.5.3 Estrategias Empresariales	41
CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO	42
2.1 Estudio de la demanda	42
2.1.1 Estudio de la Demanda en el Cantón Santiago de Píllaro	44
2.1.2 Análisis de la Demanda Proyectada	46
2.1.2.1 Demanda Receptiva Nacional	45
2.1.2.2 Demanda Receptiva Tungurahua	49
2.1.2.3 Demanda Receptiva Potencial de la Hostería en el sector de su Influencia	50
2.2 Estudio de la Oferta	52
2.2.1 Portafolio de Atractivos Turísticos en el Cantón Píllaro	53
2.2.2 Superestructura Turística	54
2.2.3 Infraestructura Turística	54
2.2.4 Planta Hotelera	55
2.2.5 Competencias	57
2.3 Determinación del Segmento Objetivo	57
2.3.1 Perfil del Turista y Segmento de Mercado	57
2.4 Balance Oferta – Demanda	60
2.4.1 Proceso de Investigación	60
2.4.1.1 Objetivos de la Investigación	60
2.4.1.2 Métodos a aplicarse	61
2.4.1.3 Diseño Muestral	61
2.4.1.4 Diseño de Instrumentos de Captación de Información	62
2.4.1.5 Prueba Piloto	63
2.4.1.6 Operación de Campo y Resultados	63
2.4.2 Cálculo de la Demanda Insatisfecha	81
2.5 Análisis y Diseño de Servicios Hoteleros - Turísticos	81
CAPITULO 3. Fundamentación de la Propuesta	85

3.1 Turismo	85
3.1.1 Definición de Turismo	85
3.1.2 Producto Turístico	85
3.1.3 Turismo Sostenible	86
3.1.4 Tipos de Turismo	87
3.1.5 Inventario de Atractivos Turísticos	88
3.2 Organización Empresarial y de Recursos Humanos	89
3.2.1 Modelo de Dirección Estratégica	89
3.2.1.1 Desarrollo de la Visión y la Misión	93
3.2.1.2 Auditoria Externa	94
3.2.1.3 Auditoria Interna	95
3.2.2 La Gestión Empresarial por Procesos	96
3.2.2.1 Definiciones de Procesos	98
3.2.3 La Gestión del Recurso Humano	100
3.2.3.1 Metodología para el Levantamiento de Perfiles de Puestos por Competencias	100
3.3 Ingeniería y Características Generales de la Propuesta	103
3.3.1 Conceptos y Definiciones de los factores de localización utilizados en la Propuesta de Ubicación de Hostería El Remanso	103
3.3.2 Conceptos del Análisis de los Factores Ambientales	105
3.3.2.1 Impacto Ambiental	105
3.3.2.2 Matriz de LEOPOLD	106
3.4 Proceso de Mercado y Mercadeo	106
3.4.1 Definiciones Generales	106
3.4.2 Definición de la Tipología del Turista	107
3.5 Marco Legal	108
3.5.1 Constitución Legal	108
3.5.1.1 Constitución Legal	108
3.5.1.2 Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo	109
3.5.1.3 Reglamento General de Operaciones Turísticas	111
3.5.1.4 Obligaciones Tributarias	112
3.5.1.5 Obligaciones con el Concejo Municipal de Píllaro	113
3.5.1.6 Control Sanitario	113
CAPITULO 4. Estructura organizacional.	114
4.1 Organización Empresarial	114
4.1.1 Planificación Estratégica	114
4.1.1.1 Direccionamiento Estratégico	114
4.1.1.2 Principios y Valores Institucionales	118

4.1.2	Estructura Organizacional y la gestión de los procesos internos	118
4.1.2.1	Procesos Organizacionales	118
4.1.2.2	Procedimientos de la Hostería El Remanso	122
4.1.3	Administración del Talento Humano	125
4.1.3.1	Descripción y Valoración de Cargos	125
4.1.3.2	Integración del Talento Humano	130
4.1.3.3	Dirección	132
4.2.	Características Físicas de la Propuesta	135
4.2.1	Localización de la Propuesta	135
4.2.1.1	Evaluación de los Factores de Localización	135
4.2.2	Ingeniería de la Propuesta	138
4.2.2.1	Tamaño	138
4.2.2.2	Diseño y distribución de la Hostería “El Remanso”	138
4.2.2.3	Descripción de los servicios de la Hostería “El Remanso”	140
4.3	Plan Publicitario	143
4.3.1	Objetivos Publicitarios	141
4.3.2	Estrategias del Servicio	143
4.3.3	Estrategias del Personal	144
4.3.4	Estrategias de Promoción	145
4.3.5	Estrategias de Precio	147
4.3.6	Marca, Logotipo, Isotipo y Slogan Publicitario	148
4.3.6.1	Marca y Logotipo de la Hostería “El Remanso”	148
4.3.6.2	Isotipo	148
4.3.6.3	Slogan	148
4.4	Consideraciones de Carácter Legal para su Funcionamiento	149
4.4.1	Constitución de la Compañía y formalidades	149
4.4.1.1	Pasos para constituir la Hostería	149
4.4.2	Registro Único de Contribuyentes y las Rentas Obligatorias	150
4.4.3	Obligaciones con el Municipio de Santiago de Píllaro	150
4.4.4	Obligaciones con el Ministerio de Salud (Sanitarias y Fitosanitarias)	151
4.4.5	Obligaciones con el Ministerio de Turismo y Gremios relacionados	151
4.4.6	Obligaciones con el Cuerpo de Bomberos	152
4.4.7	Obligaciones con la Intendencia de Policía	153
4.5	Consideraciones Ambientales	154
4.5.1	Proceso de Estudio Ambiental	154
4.5.1.1	Delimitación del área de Estudio	154
4.5.1.2	Factores Abióticos	154
4.5.2	Análisis Ambiental del Proyecto	159

4.5.2.1 Matriz (Leopold)	159
4.5.3 Valoración de Impactos	162
4.5.4 Plan de Mejoras	164
4.6 Factibilidad Económica y Financiera	168
4.6.1 Inversión Inicial	168
4.6.1.1 Capital de Trabajo	168
4.6.1.2 Terreno	169
4.6.1.3 Construcciones de la Planta Hotelera	169
4.6.1.4 Inversiones en activos fijos	170
4.6.2 Otros Gastos	177
4.6.2.1 Gastos de Prefactibilidad y Constitución	177
4.6.3 Financiamiento del Proyecto	178
4.6.4 Estado de Situación Financiera	180
4.6.4.1 Estado de Situación Inicial	180
4.6.4.2 Ingresos Anuales y Proyectados	185
4.6.4.3 Costo de Ventas	195
4.6.4.4 Estado de Resultados	200
4.6.5 Flujo de Caja Proyectado	207
4.6.6 Evaluación Financiera (VAN, TIR y COSTO – BENEFICIO)	209
4.6.6.1 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)	209
4.6.6.2 Relación Benefico – Costo	210
CAPITULO 5. Conclusiones y recomendaciones	212
5.1 Conclusiones	212
5.2 Recomendaciones	216
Bibliografía	217
Anexos	

ÍNDICE DE CUADROS

		Pág.
1	Principales Indicadores de la Población Ecuatoriana	7
2	Ingreso por Turismo Comparado con los Ingresos de las Exportaciones de Producto Principal; Años: 2001-2006	8
3	PIB Nacional por Industria	9
4	Ingreso y Egreso de Divisas por Concepto de Turismo; Años: 2001 - 2005	10
5	Inflación Mensual del Ecuador: Datos mensuales	11
6	Tasa de Interés Activa y Pasiva; Período Mayo 2007 – Mayo 2008	12
7	Indicadores Clave de Alojamiento en el Ecuador	20
8	Tipos de Establecimiento de Alojamiento Nacionales con habitaciones y Plazas	21
9	Indicadores Clave de Alimentos y Bebidas en el Ecuador	22
10	Principales Indicadores de Agencias de Viaje en el Ecuador	23
11	Número de Variedades Valoradas según Línea de Productos Turísticos	24
12	Población Económicamente Activa por Ramas de Actividad Económica de Tungurahua; Censo 2001	27
13	Principales Celebraciones de la Provincia del Tungurahua, con sus fechas de Recordación	28
14	Distribución de la Población, según Parroquias – Santiago de Píllaro	31
15	Habitantes por Ramas de Actividad del Cantón Píllaro	33
16	Tabla de Ocupación del Cantón Píllaro	34
17	Análisis Interno, Factores Claves	36
18	Análisis Externo, Factores Claves	37
19	Preferencias de Actividad de Turistas Nacionales	44
20	Productos Turísticos que deben Fortalecer en el Ecuador de Manera Prioritaria	45
21	Movimiento Migratorio del Ecuador: Turistas Extranjeros	46
22	Movimiento Migratorio del Ecuador Proyectado: Turistas Extranjeros	48
23	Demanda Receptiva Histórica de Tungurahua	49
24	Proyecciones de Llegada de Turistas a la Provincia del Tungurahua	50
25	Tamaño de la Demanda Receptiva del Cantón Píllaro	51
26	Antecedentes para el Cálculo de la demanda Interna de la Hostería “El Remanso”	52
27	Resumen General de la Demanda Potencial Total	52

28	Lista de Atractivos Culturales del Cantón Santiago de Píllaro	53
29	Sistema Vial del Cantón Santiago de Píllaro	55
30	Establecimientos Turísticos del Cantón Píllaro	56
31	Segmentación del Mercado	58
32	Encuestas: Lugar de Residencia de los Encuestados	64
33	Encuestas: Género de los Encuestados	65
34	Encuestas: Edad de los Encuestados, de Acuerdo con rangos	65
35	Encuestas: Nivel de Instrucción	66
36	Encuestas: Frecuencia con que se realiza actividades de turismo y recreación	67
37	Encuestas: Motivaciones de los Encuestados al Momento de Elegir un Lugar para Visitar	68
38	Encuestas: Preferencias de los Encuestados para ser acompañados cuando realizan actividades turísticas	69
39	Encuestas: Preferencia en cuanto a los días de permanencia en actividades de Turismo	70
40	Encuestas: Contestación respecto a involucrarse en actividades al aire libre	71
41	Encuestas: Preferencias para Involucrarse en actividades turísticas	72
42	Encuestas: Personas que han escuchado de Píllaro	73
43	Encuestas: Sitios o festividades que conoce de Píllaro	74
44	Encuestas: Contestación acerca de la predisposición para conocer Píllaro y disfrutar de actividades de aventura y emoción	76
45	Encuestas: Preferencias de Servicios Adicionales en la Hostería	77
46	Encuestas: Preferencias de Formas de Pago	78
47	Encuestas: Estimado de gastos diarios por persona	79
48	Encuestas: Grado de Importancia por Hacer Turismo	80
49	Cálculo de la Demanda Insatisfecha	81
50	Tipos de Turismo	87
51	Tipos de Turismo Específicos	87
52	La planeación en los tres niveles organizacionales	92
53	Simbología de Flujogramas	100
54	Valor Porcentual de Localización	104
55	Valoración de los Factores de Localización	104
56	Calificación de los Factores de Localización	105
57	Clasificación de los Establecimientos de Alojamiento	111
58	Despliegue de Objetivos y Estrategias Gerenciales	116
59	Procesos Organizacionales de la Hostería El Remanso	117
60	Fuentes y Medios de Reclutamiento	131

61	Turnos Propuestos	134
62	Factores Decisivos para la Ubicación de la Hostería	136
63	Factores Importantes para la Ubicación de la Hostería	137
64	Factores Deseables para la Ubicación de la Hostería	137
65	Evaluación Total de los Factores de Localización de la Hostería “El Remanso”	137
66	Capacidad Instalada “Hostería El Remanso”	138
67	Capacidad Máxima de Alojamiento de la Hostería “El Remanso”	140
68	Tipo de Habitación y Servicios Hostería “El Remanso”	141
69	Presupuesto para el Proceso de Constitución de la Hostería “El Remanso”	153
70	Pisos Altitudinales	155
71	Matriz LEOPOLD; Método de Evaluación de Impacto Ambiental, en la Construcción de la Hostería “El Remanso”	161
72	Inversión Inicial	168
73	Capital de Trabajo	168
74	Presupuesto de Construcción	169
75	Maquinaria para la Cocina	170
76	Utensillos de Cocina	170
77	Maquinaria y Equipo para Lavandería	171
78	Mobiliario para Alojamiento	171
79	Muebles y Enseres de Recepción y Administración	172
80	Equipos de Computación	173
81	Muebles y Enseres del Restaurante	173
82	Utensillos para el Restaurante	173
83	Mantelería	174
84	Loza	174
85	Cubertería	174
86	Cristalería	175
87	Menaje – Salón de Convenciones	175
88	Equipos – Salón de Convenciones	175
89	Uniformes del Personal	176
90	Vehículos	176
91	Herramientas para Animación	176
92	Equipos para Animación	177
93	Depreciación Activos Fijos	177
94	Gastos de Prefactibilidad y de Constitución	178

95	Tabla de Amortización del Préstamo Bancario	179
96	Estado de Situación Inicial	181
97	Estado de Situación Inicial Proyectado	183
98	Capacidad Máxima Anual de la Hostería “El Remanso”	185
99	Número de Clientes basado en el porcentaje promedio de ocupación	186
100	Total Ventas en el Área de Alojamiento	187
101	Capacidad Máxima Alimentos y Bebidas	187
102	Número de Clientes Basado en el Porcentaje Promedio de Ocupación	188
103	Total Ventas en el Área de A & B	189
104	Capacidad Máxima del Área de Recreación	189
105	Número de Clientes Basado en el Porcentaje Promedio de Ocupación para el Área de Recreación	190
106	Total Ventas en el Área de Recreación	191
107	Capacidad Máxima en Agroturismo	191
108	Número de Clientes Basado en el Porcentaje promedio de Ocupación para el Área de Agroturismo	191
109	Total Ventas en el área de Agroturismo	192
110	Número de Clientes Anuales en Paquetes Turísticos	192
111	Número de Clientes Basado en el Porcentaje Promedio de Ocupación	193
112	Cuadro de Ventas de Paquetes Turísticos	194
113	Resumen de Ingresos Proyectados por Cada Área Operativa	195
114	Porcentajes Estándares para el Cálculo de la Materia Prima e Insumos en la Industria Turística	196
115	Cálculo de costo de materia prima anual para la Hostería El Remanso	196
116	Cálculo de Mano de Obra Directa	198
117	Cálculo de Mano de Obra Indirecta	198
118	Útiles de Limpieza	199
119	Costo de Ventas Proyectado	199
120	Gastos Ambientales	200
121	Gastos de Marketing	200
122	Gastos Administrativos	201
123	Remuneraciones Personal Administrativo	202
124	Resumen del Rol de Pagos de la Hostería El Remanso	203
125	Estado de Resultados Proyectado Hostería El Remanso	204
126	Flujo de Caja Proyectado	207
127	Valor Actual Neto	210

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.	
1	Sistema Nacional de Áreas Protegidas	4
2	Estado de Conservación de los Atractivos Turísticos del Ecuador	18
3	Distribución de Alojamientos por Tipo a Nivel Nacional	21
4	Agencias de Viajes por Tipos	23
5	División Político-Administrativa de la Provincia del Tungurahua	25
6	División Político-Administrativa del Cantón Santiago de Píllaro	29
7	Turistas Extranjeros	47
8	Turistas Provincia del Tungurahua	49
9	Encuestas: Lugar de Residencia de los Encuestados	64
10	Encuestas: Género de los Encuestados	66
11	Encuestas: Edad de los Encuestados, de Acuerdo con rangos	65
12	Encuestas: Nivel de Instrucción	68
13	Encuestas: Frecuencia con que se realiza Actividades de Turismo y Recreación	66
14	Encuestas: Motivaciones de los Encuestados al Momento de Elegir un Lugar para Visitar	69
15	Encuestas: Preferencias de los encuestados para ser acompañados cuando realizan actividades turísticas	70
16	Encuestas: Preferencia en cuanto a los días de permanencia en actividades de turismo	71
17	Encuestas: Contestación respecto a involucrarse en actividades al aire libre	72
18	Encuestas: Preferencias para involucrarse en actividades turísticas	73
19	Encuestas: Personas que han escuchado de Píllaro	74
20	Encuestas: Sitios o Festividades que conoce de Píllaro	74
21	Encuestas: Contestación acerca de la predisposición para conocer Píllaro y disfrutar de actividades de aventura y recreación	76
22	Encuestas: Preferencias de Servicios Adicionales en la Hostería	77
23	Encuestas: Preferencias de Formas de Pago	78
24	Encuestas: Preferencias de Servicios Adicionales en la Hostería	79
25	Encuestas: Grado de Importancia por Hacer Turismo	80
26	Las Tres Orientaciones de la Planeación	91

27	Modelo Integral de Dirección Estratégica	93
28	Mapa de Procesos de la Hostería El Remanso	121
29	Estructura Orgánica de la Hostería El Remanso	121
30	Ingreso según servicios Hostería El Remanso	195

ÍNDICE DE FORMULARIOS

		Pág.
1	Flujograma General de Operaciones Turísticas	123
2	Flujograma General del Restaurante	124
3	Descripción del Puesto de Administrador de Hostería	126
4	Descripción del Puesto de Camarera de Pisos	127
5	Descripción del Puesto de Recepcionista	128
6	Descripción del Puesto de Ama de Llaves	129
7	Descripción del Puesto de Guía Turístico	130

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiende a demostrar la importancia de generar formas alternativas de negocios que combinen los servicios hoteleros con los servicios turísticos, y que son prestados por la misma compañía.

En el primer Capítulo se encuentra un análisis del sector turístico, donde se desarrolla esta propuesta. Se tuvieron en cuenta algunos factores: políticos, legales, económicos, sociales; así como se brinda un espacio importante para ahondar en temas del turismo en el Ecuador

Seguidamente, el segundo Capítulo describe el estudio de Mercado a fin de analizar la oferta y demanda histórica y proyectada, mediante métodos de proyección futura; así también se realizó la investigación de campo correspondiente para definir segmentos y perfiles de los consumidores, así como el precio de los servicios y productos turísticos y las estrategias y técnicas para su comercialización.

A continuación, se plantea la necesidad de definir la estructura organizativa, técnica y funcional de la Hostería, su direccionamiento estratégico, la gestión basada en procesos y una administración de recursos humanos que tenga en cuenta las competencias, habilidades y destrezas de sus trabajadores. Aquí también se da vida a temas técnicos de turismo como el número de pax, capacidad instalada y factores legales y técnicos que son fundamentales en la constitución de cualquier compañía.

En el cuarto Capítulo, se presenta la propuesta de Planificación Estratégica, Estructura Organizacional, Administración del Talento Humano, las características físicas de la Hostería, su plan publicitario, las consideraciones y requisitos legales

para su funcionamiento, el estudio ambiental y los términos de factibilidad económica y financiera.

Finalmente, en el quinto Capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones a las que se arriba fruto de esta investigación.

PRESENTACIÓN

Siempre se ha rescatado al sector turístico como un gran dinamizador de la economía en varias partes del Planeta. Ejemplos de un manejo exitoso de turismo los tenemos en Cuba, Perú y México, cuyos visitantes por turismo han sobrepasado los cinco millones de personas al año.

El Ecuador es un país con un gran portafolio de productos y atractivos turísticos. Su diversidad étnico-cultural, sus reservas naturales de vida, que se encuentran ubicadas dentro de cuatro regiones naturales, y la calidez de su gente, son factores que potencian la generación de turismo selectivo en el país.

En este contexto, han existido varios esfuerzos público-privados por dotar al país de una mejor orientación estratégica turística. En este sentido se ha constituido el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable al Año 2020, PLANDETUR 2020, como un derrotero para las próximas acciones nacionales durante los últimos quince años.

El presente trabajo busca explorar algunos los atractivos y productos turísticos de la Sierra Centro del país, ubicados en el sector de Santiago de Píllaro. Este cantón cuenta con una variedad importante de microclimas, por ende una flora y fauna dignas de ser conocida. Además, se encuentra próximo al Parque Nacional de los Llanganates, lugar que encierra una gran belleza natural y una de las más representativas leyendas de la tradición oral ecuatoriana: *El Tesoro escondido de Los Incas*.

También, Píllaro es un centro artesanal destacado en la talabartería y la ebanistería. Y, en lo cultural, ha sabido posicionar su festividad reconocida nacional e internacionalmente, la famosa: *'Diablada Pillareña'*.

Estas referencias histórico-socio-culturales son fundamentales al momento de generar una propuesta de infraestructura hotelera que busque armonizar el hospedaje con la presentación de productos turísticos de interés. Con ello se pretende demostrar que, son dos actividades económicas importantes que pueden llegar a ser complementarias y redituables.

Finalmente, el estudio tiende a mostrar aspectos organizativos fundamentales para emprender en un negocio de estas características, que servirán al autor y otros investigadores al momento de tomar decisiones para invertir en actividades hoteleras y turísticas.

CAPÍTULO 1 ANÁLISIS INTRODUCTORIO

Toda propuesta o plan de negocios debe partir del análisis situacional del entorno, que incluyan criterios del macro y micro ambiente, y cuya finalidad es orientar en su formulación de la propuesta.

Mediante el macro ambiente se abordarán temas generales, en el país, relacionados con criterios geográficos, económicos, políticos y legales, sociales y culturales que afectan a la elaboración, organización y puesta en marcha del presente proyecto.

Asimismo, el micro ambiente señalará las características relevantes de la provincia del Tungurahua y del Cantón Santiago de Píllaro en los aspectos geográfico, económico, social y cultural, como zona de influencia inmediata para esta propuesta.

En este sentido, también se pretende dar una visión breve pero completa al fenómeno del turismo, como actividad técnica y productiva esencial; la determinación de factores internos del Cantón Santiago de Píllaro y su sitio de implementación, y

Finalmente, la elaboración de las matrices de los Análisis Internos y Externos, así como la Matriz de Análisis FODA permitirán determinar estrategias para la solución de dificultades internas o externas y el aprovechamiento de las características fuertes de la propuesta.

1.1 ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE

Dadas sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual. De acuerdo con el Fondo de Promoción Turística de Perú, el turismo posee las siguientes características: “...**social**, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza **económica**, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; **política**, por que responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; **cultural**, porque permite

conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y **educativa**, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual”.¹

1.1.1 ANÁLISIS DE FACTORES GEOGRÁFICOS

1.1.1.1 Características Generales

El Ecuador, con un territorio de 256.370 Km², que representa el 0,2% de la superficie del Planeta, cuenta con tres regiones naturales: costa, sierra y oriente, cada una de ellas con sus características singulares. Su posición se encuentra influida por su proximidad al mar; la acción la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT) que envía vientos alisios y frentes tropicales producto de las corrientes oceanográficas: Cálida de Panamá, Fría de Humboldt y Oscilación Austral; su posición geográfica en la zona tórrida de la Tierra, y la imponente presencia de la cordillera de Los Andes, a nivel continental.

Una cuarta región insular rica en fauna y flora nativa, conocida como las Islas Galápagos, tiene origen volcánico. A su alrededor se encuentra la segunda Reserva Marina más grande del planeta.

Estas características han propiciado la creación de una variedad de climas y microclimas y temperaturas características del nivel del mar (40° C.) hasta aquellas propias de las más altas elevaciones y montañas, como los nevados del Chimborazo o el Cotopaxi donde existen temperaturas menores de 0° C.

De otro lado, el sistema hidrográfico de Ecuador, que da vida al país, es diverso. Cuenta con ríos y riachuelos que nacen en la Cordillera de los Andes y desembocan en dos direcciones, por un lado, los ríos que se dirigen a la rivera oriental de Los Andes, que posteriormente desembocan en ríos más grandes y estos el Amazonas, y otros, que se ubican a la rivera occidental de la cordillera y desemboca en el Océano Pacífico.

¹ www.peru.org.pe, Página de PromPerú y del Proyecto FIT, Conceptos Fundamentales de Turismo, Lima, 2006, sp.

1.1.1.2 Zonas naturales y áreas protegidas

Las características de las regiones naturales del Ecuador favorecen la presencia de 46 ecosistemas² que se encuentran distribuidos en: 16 en la Costa, 21 en la Sierra y 9 en la Amazonia, donde se destacan los ecosistemas de manglar, sabanas, bosques secos y húmedos tropicales en la región Costa, paramos y bosques de neblina en la región Sierra; y vasto territorio de bosque tropical en la Amazonia que concentra el 80% de la biodiversidad del país. Además la región de Galápagos presenta características únicas gracias a su fauna y flora exótica y singular en el mundo.

Se conoce que la biodiversidad terrestre se refleja en ocho ecoregiones del Ecuador, mientras que la diversidad marina alberga 10 de los 14 ambientes oceánicos del esquema de Salm y Clark (1989), recogidos por la Organización de las Naciones Unidas en la publicación “Sembrando Oportunidades para el Desarrollo Sostenible” (2005).

Además, en el Territorio Insular se encuentra ubicado el Parque Nacional Galápagos, que tiene reconocimientos a escala mundial: Patrimonio Mundial de la Humanidad, distinción compartida con el Parque Nacional de Sangay; Reserva de la Biosfera, distinción compartida con el Parque Nacional Yasuní, y la denominación de Regalo a la Tierra otorgado por parte del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), compartida con el Corredor Ecológico Llanganates – Sangay, sitio natural ubicado en el Cantón Santiago de Píllaro donde se realiza la presente propuesta de creación y organización de una empresa turística con servicios paralelos.

A nivel de especies, el Ecuador alberga 107 de las 455 áreas de mayor importancia para la conservación de aves (AICAs) en los Andes Tropicales, lo cual la posiciona como un destino prioritario para los ornitólogos y turistas que aprecian la observación de aves, concentrando el 18% de las especies de aves en el planeta³. Según este estudio, se cuenta con el 18% de las orquídeas, que constituye un gran atractivo en particular en los bosques nublados y húmedos en las estribaciones de Los Andes. En cuanto a endemismo, el país se

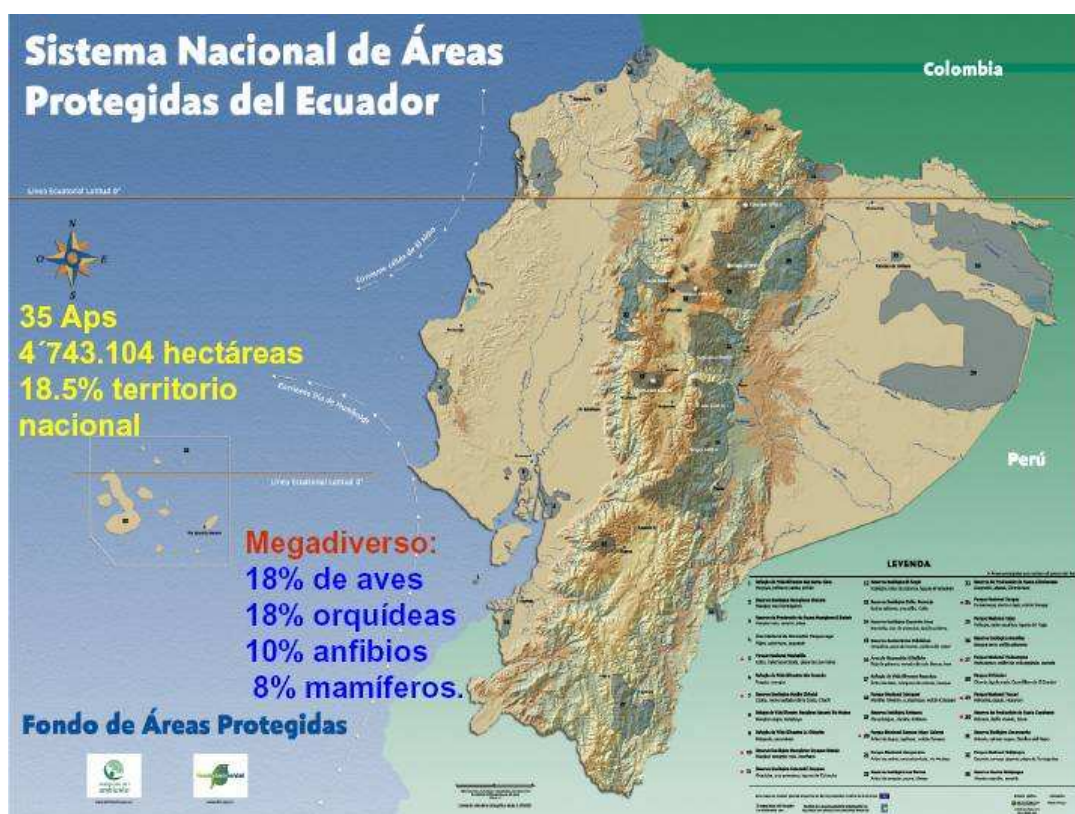
² Sierra, Rodrigo (Ed.) Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF y EcoCiencia. Quito, Ecuador, 1999, p. 54.

³ Birdlife International y Conservation International, Identificando las Áreas Importantes para la Conservación de las Aves en los Andes Tropicales, Quito, 2005, p. 10.

ubica en el segundo lugar de especies vertebradas, tercero en diversidad de anfibios, y quinto en diversidad de mariposas, en las estadísticas a nivel mundial.

Para su control, el país cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas, lo que significa 26% del territorio ecuatoriano.

Gráfico No. 1 SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS



Fuente: Ministerio del Ambiente, entregado al Autor por la Unidad de Comunicación Social.

Además, se pueden determinar otras características sobresalientes⁴:

- El Ecuador está considerado entre los 17 países con mayor biodiversidad del mundo, con 46 ecosistemas diferentes y la mayor biodiversidad por área (9 especies diferentes por Km²) y por kilómetro cuadrado del mundo;

⁴ www.vivecuador.com.ec, página del Ministerio de Turismo para promocionar al Ecuador como destino turístico.

- Es el segundo país del mundo en diversidad de vertebrados endémicos; el tercer país en variedad de anfibios en el mundo (40% son endémicos);
- Una importante concentración de especies de plantas del planeta (25.000 especies), de las cuales se destacan las orquídeas, con el 11% del total de especies globales (43% endémicas) y 40% del continente Americano.

“Ecuador tiene el potencial para posicionar su calidad del país más megabiobiodiverso del planeta, ya que cuenta con la mayor diversidad de vida por unidad de superficie a escala mundial. Esta megabiobiodiversidad se expresa en la variedad de atractivos culturales y naturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas, presentes en una zona geográfica relativamente pequeña; una ventaja comparativa del Ecuador frente a otros países del mundo, lo que permite desplazamientos internos relativamente cortos”⁵

1.1.2 ANÁLISIS DE FACTORES SOCIALES Y CULTURALES

1.1.2.1 Factores Sociales

Según las proyecciones de población realizadas por el INEC, y recogidas por la Secretaría Técnica del Frente Social⁶, el país tiene una población que bordeaba los 12'156.608 personas, sin considerar los migrantes asentados en el exterior.

La tasa de crecimiento poblacional total anual es del 2,1%, con un crecimiento en el área urbana (3,0%) y en el área rural (0,85%), esto significa que seis de cada diez compatriotas viven en las ciudades. Las dos ciudades principales: Guayaquil (2, 3 millones) y Quito (2 millones de habitantes) concentran el 32% de la población total del país.

⁵ Ministerio de Turismo, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 - PLANDETUR 2020- Resumen Ejecutivo, Obreval Imp., diciembre 2007, p. 14.

⁶ Secretaría Técnica del Frente Social –STFS-, Informe Social en el Ecuador, Desarrollo social y pobreza en el Ecuador, 1990-2001, Publicación, 2003, p. 32.

Se cuenta con una amplia base de población infantil y joven que se ubica entre los 0 a 15 años 33,2%, 15 a 64 años se ubican en el 60,1%, y de 65 años en el 6,7%. La Población Económicamente Activa –PEA- bordea el 36% (4'553.746 h).

El desempleo para el 2005 fue de 7,90% y en el 2006 fue de 9,98% y en el 2007 de 10,90%. El grupo vulnerable constituyen las mujeres comprendidas entre los 18 a 40 años, que oscila entre el 7% y el 22%; le siguen los hombres entre los 18 a 40 años con un porcentaje que varía del 3% al 12% según datos del INEC (2006).

El ingreso per capita, por ecuatoriano, se encuentra alrededor de USD \$3.963, aunque este último no evidencia los problemas de distribución inequitativa de la riqueza.

1.1.2.2 Factores Culturales

El 5,7%⁷ de la población ecuatoriana mayor de 15 años se autodefine como indígena y un porcentaje similar como afroecuatoriano, un 72,4% se define como mestiza y un 15,4% blanca.

En el país existen 14 nacionalidades indígenas distribuidas según sus núcleos territoriales tradicionales, de la siguiente manera: Achuar, A'I Cofán, Huaorani, Kichwa (del Napo y Pastaza), Secoya, Shiwiar, Shuar, Siona, Andoas y Zápara en la amazonia; Awá, Chachi, Epera y Tsa'chila en la costa; y la nacionalidad Kichwa en el área andina, que tiene en su seno a diversos pueblos. Cada nacionalidad mantiene sus lenguas y culturas propias.

Dentro de la nacionalidad Kichwa se reconocen los siguientes pueblos en el área andina: Karanki, Natabuela, Otavalo, Kayambi, Kitukara, Panzaleo, Salasaka, Chibuleo, Puruhá, Waranka, Kañari, Saraguro, Kisapincha. Es importante considerar que algunos pueblos se mantienen sin contacto voluntario con la sociedad nacional, como los Tagaeri, Taromenane y los Oñamenane, de la nacionalidad Huaorani, ubicados en las provincias de Orellana y Pastaza.

⁷ Revista ÍCONOS, Guzmán, Mauricio León, Etnicidad y Exclusión en el Ecuador: una mirada a partir del Censo de Población de 2001, No. 17, Septiembre de 2002.

En cada una de las regiones geográficas y dentro de ellas, se entrelazan un mosaico de manifestaciones de la cultura ecuatoriana y sus estilos propios de vida, lo que a juicio del Ministerio de Turismo puede ser considerados como las “características de los Cuatro Mundos que coexisten en un solo territorio”.

CUADRO No. 1
PRINCIPALES INDICADORES DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA

INDICADOR	RELACIÓN	PORCENTAJE
POBLACIÓN (Según su ubicación)	URBANA	61,1%
	RURAL	38,9%
DISTRIBUCIÓN POR SEXO	MASCULINO	49,5%
	FEMENINO	50,5%
ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL		2,1%
PRINCIPALES GRUPOS ÉTNICOS	MESTIZO	65%
	INDÍGENA	25%
	BLANCO Y OTROS	7%
	NEGROS	3%
RELIGIÓN PRINCIPAL	CATOLICISMO ROMANO	95%
IDIOMAS PRINCIPALES	ESPAÑOL CASTELLANO (OFICIAL)	96,2%
	Se reconocen algunas lenguas nativas (especialmente el Quechua)	3,8%
ESPERANZA DE VIDA AL NACER	75 años	
TASA DE ANALFABETISMO	8,4%	
PEA	36%	
EDAD DE TRABAJAR	71%	
DESEMPLEO	10,98% (2008)	

Fuente: www.inec.gov.ec

Elaborado por: El autor

1.1.3 ANÁLISIS DE FACTORES ECONÓMICOS

1.1.3.1 El Turismo y la Generación de Divisas

El turismo es la primera industria del planeta⁸ registrando para 2008 ingresos totales por turismo internacional que constituyen el 12% del PIB mundial. La Organización Mundial del Turismo (OMT) indica, por su parte, que “*el turismo en la mayoría de los países en desarrollo es el segundo o tercer sector productivo generador de divisas*” ya que existe una tendencia en el aumento del número de turistas a nivel internacional de 1995 (565 millones de turistas y 2.000 millones de dólares) al 2020 (1,6 miles de millones turistas).

En el Ecuador, el turismo muestra una tendencia dinámica y destacada entre 2001 y 2006:

CUADRO No. 2
INGRESO POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS
EXPORTACIONES DE PRODUCTO PRINCIPAL
AÑOS: 2001-2006
(En millones de Dólares)

AÑOS	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2001	438,0	1.722,33	864,52	281,39	177,66	272,35	187,95	238,05	4.678,44
UBICACION	3	1	2	4	8	5	7	6	
2002	449,0	1.839,00	969,34	252,72	215,96	346,05	143,05	290,33	5.036,12
UBICACION	3	1	2	6	7	4	8	5	
2003	408,0	2.372,31	1.100,80	298,96	234,51	412,30	286,17	308,74	6.222,69
UBICACION	4	1	2	6	8	3	7	5	
2004	464,3	3.898,51	1.023,61	329,79	335,48	372,75	208,96	354,82	7.752,89
UBICACION	3	1	2	7	6	4	8	5	
2005	487,7	5.396,84	1.084,39	457,54	473,01	497,78	351,67	397,91	10.100,03
UBICACION	4	1	2	6	5	3	8	7	
2006	492,2	6934,01	1213,48	588,16	610,5	575,06	592,72	445,5	13.798,77
UBICACION	7	1	2	5	3	6	4	8	

Fuente: Información Estadística Mensual / Enero 2008, Banco Central del Ecuador, recogido por el Ministerio de Turismo en información entregada al público.

Elaborado por: El autor

⁸ Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2020, Op. Cit., p. 14.

Asimismo, el turismo representa el 4,4% del PIB, constituyéndose así en uno de los principales sectores productivos del país. No obstante todavía no alcanza una participación acorde al contexto mundial, que es el 10.9% del PIB⁹.

CUADRO No. 3
PIB NACIONAL POR INDUSTRIA

Periodo	PIB	Pesca	Construcción	Comercio al por mayor y menos	Intermediación financiera	Servicio de Inter. Finan.	Adm. Pública y Defensa	Otros servicios (*)
2000	2,80	-21,59	18,31	3,81	2,21	-1,25	9,29	3,67
2001	5,34	1,66	19,69	4,82	-6,71	16,37	1,10	4,13
2002	4,25	-0,59	20,03	1,76	2,93	-36,59	2,35	4,20
2003	3,58	14,24	-0,65	3,49	0,43	3,94	2,92	4,18
2004	7,92	0,54	4,02	3,02	6,17	2,77	3,06	5,34
2005	4,74	16,01	3,00	5,61	17,15	-8,82	1,41	7,45
2006	4,30	3,80	5,10	4,65	13,00	13,42	3,80	4,20
2007	3,47	3,75	5,50	4,10	6,00	9,01	3,90	3,50

Fuente: Banco Central del Ecuador

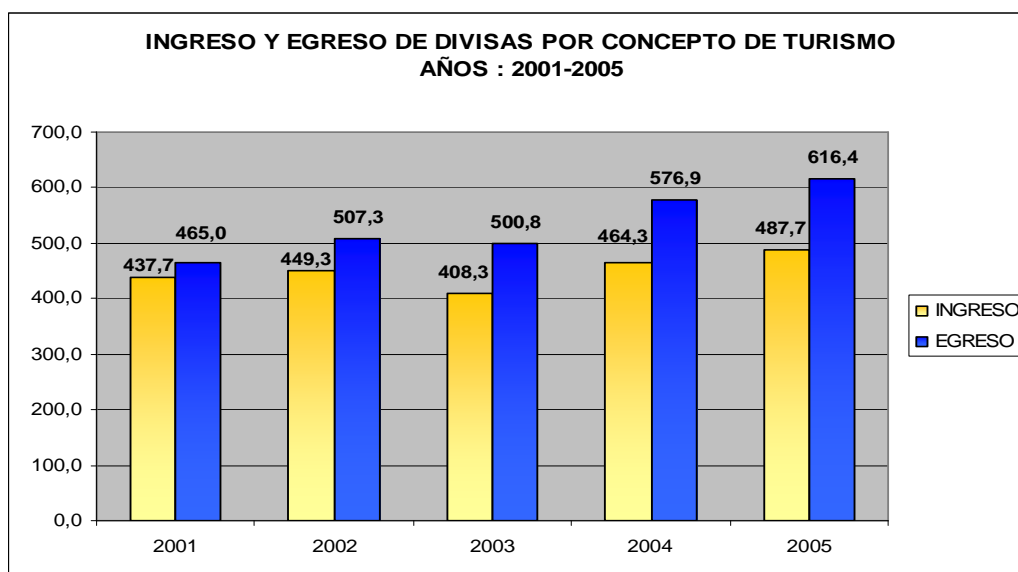
Elaboración: El Autor. (*) Incluye: Hoteles, bares y restaurantes, comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a las empresas y hogares; educación y Salud.

Sin embargo, la balanza comercial del turismo, en los periodos 2000-2005¹⁰ evidencia una tendencia hacia el déficit comercial, de acuerdo con el siguiente detalle.

⁹ Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2020, Op. Cit., p. 65.

¹⁰ Valores tomados de la Cuenta Satélite de Turismo. Como *Cuenta Satélite* se refiere a rubros específicos calculados alrededor de un primer criterio denominado *Cuentas Nacionales*, que tienen estricta referencia con el Turismo en el Ecuador.

CUADRO No. 4



Fuente: Tomado de la Balanza de Servicios y Renta - Cta. Viajes más transporte de pasajeros, Banco Central, y recogido por el Ministerio de Turismo en información entregada al público.

1.1.3.2 Inflación

El componente de la inflación, en los últimos meses del año 2008 ha sufrido un incremento sostenido, debido entre otros factores a la recesión de la economía estadounidense ocasionada por el colapso en su sistema de bienes raíces, con la consiguiente desvalorización del dólar frente a otras divisas, especialmente el euro; así como la demanda internacional de algunos bienes, principalmente maíz, para la generación de *biocombustibles* que constituyan una alternativa al petróleo y sus derivados; y, el aumento del precio nacional de los bienes denominados de *primera necesidad* (leche, huevos, pan, entre otros),. Hasta el mes de julio de 2008, el precio del barril de Petróleo índice WTA superó la histórica barrera de los 145 USD. Sin embargo, con posterioridad se observa una importante disminución o baja que rebasa incluso la barrera de los 100 USD.

CUADRO No. 5
INFLACIÓN MENSUAL DEL ECUADOR

Datos mensuales

FECHA	VALOR
Mayo-31-2008	9.29 %
Abril-30-2008	8.18 %
Enero-31-2008	4.19 %
Diciembre-31-2007	3.32 %
Septiembre-30-2007	2.58 %
Agosto-31-2007	2.44 %
Julio-31-2007	2.58 %
Abril-30-2007	1.39 %
Enero-31-2007	2.68 %
Diciembre-31-2006	2.87 %
Septiembre-30-2006	3.21 %
Junio-30-2006	2.80 %

Fuente: www.bce.fin.ec, Inflación en el Ecuador.

Es importante mantener un seguimiento de la evolución de la inflación en el país, ya que el proyecto presentado funciona en gran medida con bienes de primera necesidad (para servicios de restaurante)

1.1.3.3 Nivel de Ingresos

Según el INEC¹¹, (2008), la canasta familiar básica nacional para los ecuatorianos se calcula en \$ 503,05 a junio del 2008 (mensual), y la canasta familiar vital nacional es de \$ 355,50 (mensual).

1.1.3.4 Tasas de interés

La tasa de interés activa referencial y máxima en el país ha mantenido una regularidad promediada en 10,55% para esos últimos 12 meses. En este año se observa una ligera tendencia a la baja, posiblemente debido a un aumento en el crédito corriente.

¹¹ www.inec.gov.ec

CUADRO No. 6
TASAS DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA
Periodo Mayo 2007 - Mayo 2008

FECHA	TASA DE INTERÉS ACTIVA	TASA DE INTERÉS PASIVA
Mayo-05-2008	10.14 %	5.86 %
Abril-03-2008	10.17 %	5.96 %
Marzo-19-2008	10.43 %	5.96 %
Febrero-06-2008	10.50 %	5.97 %
Enero-02-2008	10.74 %	5.91 %
Diciembre-10-2007	10.72 %	5.64 %
Noviembre-30-2007	10.55 %	5.79 %
Octubre-31-2007	10.70 %	5.79 %
Septiembre-30-2007	10.82 %	5.63 %
Agosto-05-2007	10.92 %	5.61 %
Julio-29-2007	9.97 %	5..53 %
Junio-29-2007	10.12 %	5..20 %
Mayo-27-2007	10.26 %	4.92 %

Fuente: www.bce.fin.ec, Tasas de Interés del Ecuador
Elaborado por: El autor

1.1.4 ANÁLISIS DE FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

1.1.4.1 Factores Políticos

El actual presidente de la República, economista Rafael Correa, en su campaña rumbo al poder, explicó dos aspectos fundamentales para la reactivación del turismo en su Propuesta de Plan de Gobierno¹²:

- a) **Políticas sectoriales de fomento a la inversión generadora de empleo.** En ella se propone, el fomento de la inversión pública y privada en sectores con alto potencial en la generación de empleo, capaces de fortalecer la empleabilidad y emprendibilidad, con consideraciones de género y generacionales, y con especial sentido al turismo comunitario, de deporte y de cultura.
- b) **Fomento de un turismo alternativo y sostenible.** En esta propuesta se considera el potencial turístico nacional, donde reconoce su escasa explotación y articula una

¹² www.rafaelcorrea.com, Plan de Gobierno Alianza País, p. 28 y 32, Quito, 2007.

estrategia turística con un importante involucramiento de los habitantes del país, la generación de una demanda respetuosa del ambiente y de las culturas, fortaleciendo los procesos de emprendibilidad en proyectos de turismo comunitario, ecológico, cultural, artístico, educativo e incluso deportivo, en el que tendrán una activa participación los gobiernos municipales.

En este sentido, se observa que desde el comienzo del presente régimen existe un interés por integrar esfuerzos públicos y privados para la generación de nuevos proyectos turísticos que permitan explotar las bondades de ‘país megadiverso’ que tiene el Ecuador, donde se observa un importante componente alternativo, sostenible y comunitario.

1.1.4.2 El Ministerio de Turismo

El Ministerio de Información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén. Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar a esta Cartera de Estado de la de Información, para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer esta el turismo en el Ecuador.

Posteriormente, en el gobierno de Jamil Mahuad, en agosto de 1999, se fusiona el Ministerio de Turismo con el de Comercio Exterior. En febrero del 2000, el presidente Gustavo Noboa, decide devolver la jerarquía de Ministerio y lo fusiona con el de Ambiente. Sin embargo, en abril del mismo año, mediante Decreto Ejecutivo, se produce la escisión de los Ministerios fusionados, quedando a partir de esa fecha exclusivamente como Ministerio de Turismo, máximo rector de la actividad turística en el Ecuador

Es el organismo rector del sistema de turismo del país. Incentiva las iniciativas públicas y privadas de inversión y promueve la marca turística de “Ecuador: la vida en estado puro”, a nivel nacional e internacional.

Entre otras actividades se encuentran el brindar políticas, normas y directrices de funcionamiento de las actividades turísticas, concesión de permisos de funcionamiento para locales turísticos, control y evaluación de las políticas, normas y directrices emanadas, capacitación y generación de competencias para los actores de nuevas iniciativas turísticas.

1.1.4.3 *Las Propuestas Estratégicas: Plan Nacional de Desarrollo Sostenible del Turismo hacia el año 2020 -PLANDETUR 2020-*.

A partir el año 2007, el Ministerio de Turismo del Ecuador puso en conocimiento de la colectividad el Plan de Desarrollo Turístico hacia el 2020, llamado PLANDETUR 2020. Fue levantado después de varios años de trabajo donde intervinieron esfuerzo de los sectores: público, al mando del Ministerio de Turismo, y con la participación de varios municipios y consejos provinciales del país, y, privado, donde intervinieron: las cámaras de turismo, empresarios turísticos y hoteleros, agencias de viajes, intermediarios y mayoristas de turismo, entre otros.

Esta ambiciosa propuesta busca: “... *potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida*”¹³.

En este sentido se propende alcanzar un desarrollo turístico nacional, de manera sostenible y competitiva. En este sentido, esta propuesta gira alrededor de dos ejes fundamentales:

- *El Fortalecimiento Institucional*, relacionado con el mejoramiento de las capacidades de gestión de los gobiernos locales y el apoyo a la diversificación de la oferta turística de los consejos provinciales, municipios y parroquias rurales, contando con la participación de los actores vinculados al turismo; y,
- *El Mejoramiento de la acogida al turista*, mediante la implementación de Oficinas de Información y Atención al Turista, i-Tur y de Centros de Protección al Turista, que incluye:
 - ✓ Medidas especiales (PLANDETUR 2020) para territorios identificados como desarrollados;

¹³ Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2020, Informe Final, Quito, 2006, p. 18

- ✓ Medidas Transversales del PLANDETUR 2020, que incluye las medidas preventivas socio ambientales para el manejo sostenible del desarrollo turístico desarrolladas;
- ✓ Fichas para los atractivos de mayor interés identificados desarrolladas;
- ✓ Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador actualizado respecto al PLANDETUR 2020

1.1.4.4 Las Cámaras y organismos gremiales del Turismo

Las Cámaras y organismos gremiales relacionados con el Turismo son representaciones importantes del sector privado. Se encuentran en un proceso de fortalecimiento y acercamiento a sus agremiados o asociados, de quienes han estado separados por algún tiempo. Se observa que pretenden la eficiencia de las operaciones realizadas y la seguridad para el turista que visita el Ecuador, pero su trabajo no ha generado el mismo impacto en todas las provincias, destacándose principalmente Pichincha a través de la CAPTUR (Cámara de Turismo de Pichincha) y la Cámara de turismo de Imbabura.

1.1.4.5 El Proceso de Descentralización de competencias turísticas a entidades y organismos del Régimen Seccional

En el año 2001, el Ministerio de Turismo arrancó con el programa de Descentralización de la actividad turística, mediante el que se ha cedido la competencia de turismo a 76¹⁴ municipios y diecinueve consejos provinciales, lo que ha traído grandes beneficios al sector, pero también ha generado algunos problemas y faltas de coordinación mutua. Sin embargo este proceso altamente positivo merece una mirada específica desde el PLANDETUR 2020 a efectos de fortalecer las relaciones y capacidades surgidas en los municipios turísticos ecuatorianos.

Dentro de este programa, y según las funciones de la descentralización turística, su fortalecimiento también se da a partir de que los organismos descentralizados cuenten con el conocimiento y los procedimientos para aplicar los mecanismos recomendados por el Programa STEP de la OMT, en la forma en que la actividad turística puede contribuir a la

¹⁴ Información proporcionada por la Unidad de Descentralización del Ministerio de Turismo, 2008.

reducción de la pobreza. Los organismos descentralizados deberán ser facilitadores para la implementación de dichos mecanismos, a través del liderazgo o en el fomento para la articulación de otros actores en su implementación.

1.1.4.6 El Turismo y sus Leyes

El marco jurídico que rige las actividades turísticas viene sistematizado en dos formas: un marco general, de aplicación nacional y un marco específico, de aplicación local.

a) El Marco Jurídico General:

Este marco jurídico se encuentra determinado por:

- ✓ *La Ley de Turismo.* Su promulgación es mediante Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733, de 27 de Diciembre del 2002. En este cuerpo legal básicamente reconocen las siguientes políticas para el sector:
 - La iniciativa privada, comunitario o de autogestión como generadores de la actividad turística, y donde el Estado sea el responsable de su promoción y potenciación;
 - Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos y culturales y arqueológicos del país;
 - La protección del turista, así como el fomento de infraestructura y servicios básicos para su comodidad;
 - La generación de competencias a través de la capacitación técnica y profesional a quienes ejerzan la actividad;
 - La promoción internacional del país, coordinada con estamentos públicos y privados; y,
 - El fomento del turismo interno.

Además brinda un ordenamiento y reconocimiento de las actividades relacionadas con el sector, de modo general, así como los órganos o estamentos a cargo de su control.

Otras normativas de carácter general la encontramos en estos dos cuerpos legales:

- ✓ El Reglamento de la Ley General de Turismo para su aplicación; y
- ✓ El Reglamento General de Actividades Turísticas, además de Instrumentos, Políticas y Normas que regulan su actividad. Este instrumento permite determinar características fundamentales para la operación de las actividades turísticas así como diferencia las diferentes categorías, tipos, subtipos de los servicios, de la infraestructura hotelera y turística. Publicado con Decreto Ejecutivo 3400, Registro Oficial 726 de 17 de Diciembre del 2002

b) El Marco Jurídico de Aplicación Local

Al encontrarse inmersos en un amplio proceso de descentralización local, varias de las competencias para el manejo turístico han sido entregadas a los gobiernos locales (Consejos Provinciales, Concejos Municipales y Concejos Metropolitanos). Estos organismos del régimen autónomo descentralizado han promulgado las ordenanzas necesarias a fin de asegurar un manejo eficiente de la política turística local. En el Anexo No. 8 se encuentran las competencias que son descentralizadas a los gobiernos locales mediante el Acuerdo Ministerial 20060085, de 24 de octubre de 2006.

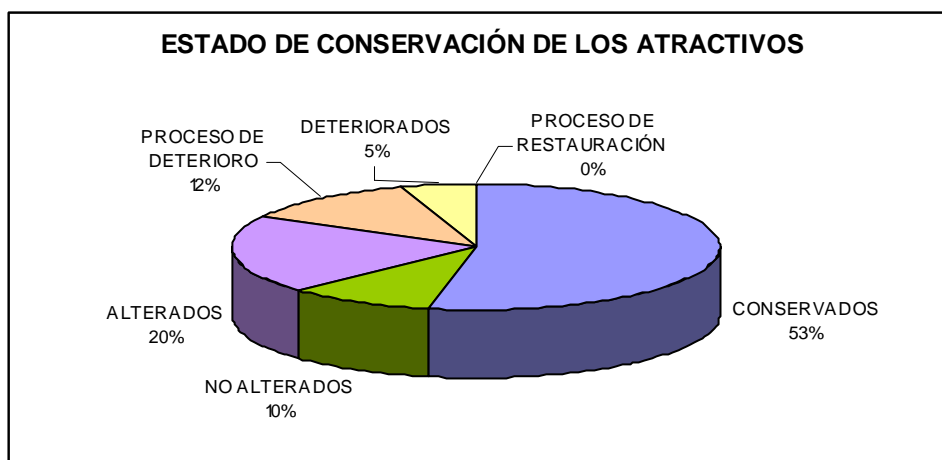
1.1.5 EL TURISMO EN EL ECUADOR

1.1.5.1 Inventario de Atractivos Turísticos

A fin de dar mejores elementos al análisis es importante precisar dos conceptos, por un lado, los *Recursos Turístico* involucran a todo sitio natural y manifestación cultural que merezca ser visitada u observada por un visitante, es decir, constituye el fundamento para el desarrollo de una atracción posterior; y por el otro, el *Atractivo Turístico* constituyen aquellos recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, dotados con accesos (vías) y servicios básicos.

Actualmente el Ecuador tiene inventariados 1.635¹⁵ atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales, y que han sido ubicados en cuatro jerarquías de acuerdo al grado de interés que pueda generar al visitante. (Ver Anexo No. 4. De ellos, en su mayoría, se encuentran conservados y no alterados (63%), algunos han sido alterados (20%), en proceso de deterioro (12%) y deteriorados (5%). No se registran atractivos en proceso de restauración.

Gráfico No. 2



Fuente: PLANDETUR 2020, p. 47

En cuanto a la provisión de servicios básicos, se observan cifras medianamente representativas debido a que no todos los establecimientos mantienen esta información. En cuanto al servicio de agua, la información existente abarca a un 47,8% de establecimientos; y de ellos el 26% tiene agua potable o tratada, otros mantienen agua entubada (29%), agua de pozo (9%) y en algunos sitios no se cuentan con este servicio (36%).

Relacionado con el alcantarillado, la información existente abarca a un 53,56% de establecimientos; y de ellos el 19% cuenta con alcantarillado con red pública, el 31% mantienen pozo séptico o pozo ciego y el 50% no cuentan con el servicio de alcantarillado.

Por el lado de la provisión de energía eléctrica, la información abarca un 47,8% de casos que mantienen esta información. De ellos el 55% cuenta con el servicio interconectado; un

¹⁵ PLANDETUR 2020, p. 45

38% de los sitios naturales no tienen energía eléctrica y el 7% la mantiene con generador, lo que conlleva que los costos de este servicio sean más elevados en estas zonas.

1.1.5.2 Planta Turística del Ecuador

Para atender esta demanda, la industria del Turismo en el Ecuador, diciembre de 2005, cuenta con 12.518 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR¹⁶. La actividad predominante es Alimentos y Bebidas con un 60%, Alojamientos con el 23%, Agencias de Viajes el 9% y el restante 8% se distribuye en Recreación y Esparcimiento, incluido otras actividades relacionadas como transporte turístico, casinos, bingos y salas de juego, entre otras.

Según el Ministerio del Ramo, a través del Informe PLANDETUR, el turismo es una actividad generadora de empleos, alrededor de 72.284 para este sector. La actividad de Alimentos & Bebidas es la mayor empleadora con el 51% (37.357), luego Alojamiento con el 30% (21.588), con el resto de actividades participan con el 19% (13.339). También es importante mencionar el efecto multiplicador del turismo que por cada empleo directo se genera entre 3 a 6 empleos indirectos, esto significaría entre 216.852 a 433.704 empleos indirectos a diciembre del 2005¹⁷.

Si analizamos por regiones, el 75% de los establecimientos de Alimentos y Bebidas se encuentran en 5 de las 22 provincias del país, según este detalle: en Guayas el 34,9%, Pichincha el 23,3%, Azuay 7,7%, Manabí el 5,2% y Tungurahua con 3,5%. Las ciudades de Quito y Guayaquil concentran el 46,6% de este tipo de establecimientos.

Asimismo, el 70% de los alojamientos se concentran en 7 de las 22 provincias, concretamente: Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5%, Manabí 10,1%, Tungurahua 6,3%, Azuay 5,0% e Imbabura 4,6%. Las ciudades de Quito con 13,7%, Atacames 7,6%, Guayaquil 6,5%, Cuenca 4,0% y Baños de Agua Santa 3,9%, concentran el 35,7% de los alojamientos.

¹⁶ Ministerio de Turismo, Op. Cit., p. 15

¹⁷ Cuenta Satélite de Turismo - 2005

Las Agencias de Viajes se encuentran concentradas en 4 de las 22 provincias (el 76%): en Pichincha (39,4%), Guayas (23,4%), Azuay (7,9%) y Tungurahua (5,5%).

En resumen, el 81% de los establecimientos turísticos están de 31 de las 264 ciudades del Ecuador, concentrando en ellos toda la infraestructura, recursos y capacidades turísticas y descuidando una gran variedad de productos turísticos de gran interés que se encuentran en las restantes 233 ciudades del país.

a) La Industria de Alojamientos en el Ecuador

El alojamiento se refiere a la infraestructura donde se hospeda, pernoctan o reposan los turistas, y se encuentra en relación directa con la presente propuesta. De conformidad a los datos determinado en el PLANDETUR 2020, se observan los siguientes indicadores claves de la industria turística de alojamientos en el Ecuador.

CUADRO No. 7
INDICADORES CLAVE DE ALOJAMIENTO EN EL ECUADOR

# Establecimientos de Alojamiento	2.888
# Habitaciones	55.920
# Plazas (capacidad de hospedaje)	125.883
Empleo directo	21.588
Promedio habitaciones por establecimiento	19,4
Promedio plazas por establecimiento	43,6
Relación plazas por habitación (lo adecuado es 1.7 ¹⁸)	2,3
Relación plazas por empleo	5,8

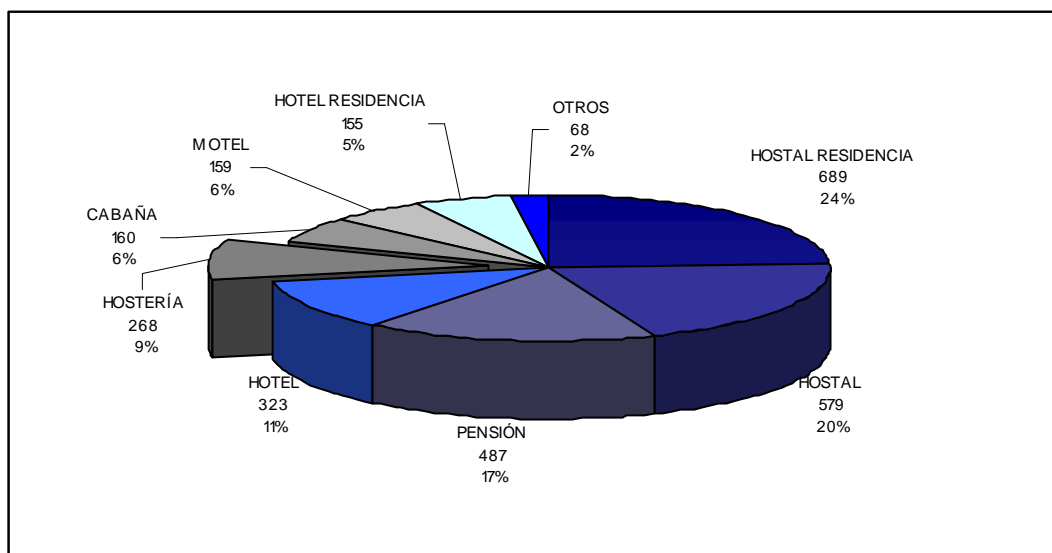
Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 55.

a.1) Alojamiento por tipo

El tipo de establecimiento de alojamiento se encuentra en función a los estándares determinados en el Reglamento General para Actividades Turísticas del Ministerio de Turismo, que se expresa en el siguiente gráfico

¹⁸ OMT Desarrollo turístico sostenible - Proyección de necesidades de alojamiento, página. 56

Gráfico No. 3
DISTRIBUCIÓN DE ALOJAMIENTOS POR TIPO A NIVEL NACIONAL



Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 56

Adaptación: El Autor

CUADRO No. 8
TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO NACIONALES
CON HABITACIONES Y PLAZAS

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	No. ⁽¹⁾	Habitaciones ⁽²⁾	Plazas ⁽²⁾
HOSTAL RESIDENCIA	689	12381	25855
HOSTAL	579	9819	21358
PENSIÓN	487	4064	8933
HOTEL	323	15602	34376
HOSTERÍA	268	4186	12218
CABAÑA	160	1719	5762
MOTEL	159	2696	5392
HOTEL RESIDENCIA	155	4425	9212
OTROS	68	698	2215
	2.888	55.590	125.321

Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 56 e Información proporcionada por el MINTUR

(1) Datos de PLANDETUR 2020

(2) Datos de Ministerio de Turismo, que no coinciden con la propuesta de PLANDETUR.

Es importante destacar que el 70,5% de los alojamientos tienen entre 1 y 20 habitaciones, y el 81,5% (2343) tiene al menos 60 plazas, lo que indica que, en su mayoría, la industria de alojamiento está conformada por pequeñas y medianas empresas - PYME's.

Finalmente, las categorías de alojamiento se distribuyen de la siguiente manera: lujo 0,9%, primera 16,4%, segunda 34,7%, tercera 47,3% y cuarta 0,7%.

b) La Industria de Servicios Turísticos de Alimentos y Bebidas en el Ecuador

Los turísticos de Alimentos & Bebidas (dic.2005) está compuesta por:

CUADRO No. 9

INDICADORES CLAVES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL ECUADOR

Establecimientos de A&B	7.424
# Establecimientos de alojamientos con servicios de A&B	2.818
Total Establecimientos con servicios de A&B	10.242
# Mesas, incluidas las de alojamiento	102.409
# Sillas, incluidas las de alojamiento (capacidad de comensales)	413.890
Empleo directo (solo A&B)	37.357
Promedio mesas por establecimiento, incluye alojamientos con servicios de A&B	10,0
Promedio sillas por establecimiento, incluye alojamientos con servicios de A&B	40,4
Relación sillas por mesa (lo adecuado es 4)	4
Relación sillas por plazas de alojamiento	3,3
Relación sillas por empleo (solo A&B)	11,1

Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 55.

Es importante considerar que un 97,9% de empresas que prestan servicios de alojamiento también ofrecen los servicios de Alimentos & Bebidas.

c) La Industria de Agencias de Viajes (Intermediación) en el Ecuador

Las agencias de viaje generalmente cumplen el rol de intermediación entre la oferta y la demanda. Sus servicios son para todo tipo de viajero, emigrante e inmigrante, turista nacional e internacional y actúan para el turismo receptor, interior y emisor.

CUADRO No. 10
PRINCIPALES INDICADORES DE AGENCIAS DE VIAJE EN EL ECUADOR

# Agencias de Viaje	1.148
Empleo directo	5.573
Relación empleo/empresas	4,9

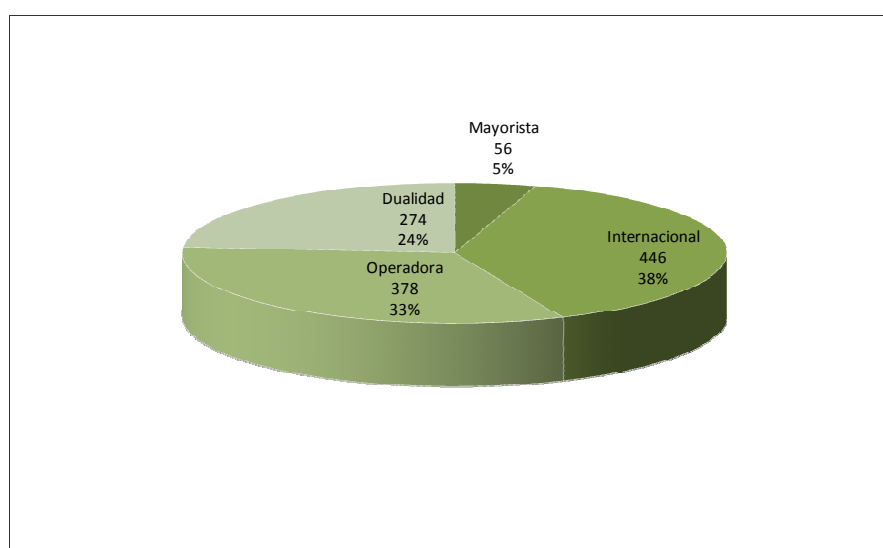
Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 55.

Los servicios por tipo de agencia de viajes son los siguientes:

- ✓ Los Mayoristas no venden directamente al consumidor
- ✓ Las agencias de tipo internacional solo venden servicios de viajes emisor
- ✓ Las agencias de tipo dualidad, venden servicios de viajes emisor e interior, esto implica que también son tour operadores
- ✓ Las agencias de tipo operador, su nombre lo indica son tour operadores

Las agencias de viaje se distribuyen por los siguientes tipos:

Gráfico No. 4
AGENCIAS DE VIAJES POR TIPOS



Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 56

- ✓ Se observa que los operadores, los que gestionan el producto turístico y promueven el turismo receptor e interior representan el 33%.

- ✓ En esta misma línea están el 70%¹⁹ de las agencias tipo dualidad y mayoristas.
- ✓ El 52,3% de las agencias, están en el negocio del turismo receptivo e interno.
- ✓ El negocio del resto de agencias 47,7%, gira en torno al turismo emisor.

1.1.5.3 Los Productos Turísticos del Ecuador

El Ecuador realizó una serie de estudios, en el marco del PLANDETUR 2020, donde se identifica claramente aquello que puede ser considerado como Portafolio de productos Turísticos Nacionales. En este sentido determinó tres líneas de productos turísticos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventuras, que mantienen el mayor número de variedades valoradas:

CUADRO No. 11
NUMERO DE VARIEDADES VALORADAS
SEGÚN LÍNEA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

LÍNEAS DE PRODUCTOS	VARIEDADES VALORADAS
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	35
Turismo Cultural	17
Turismo de Deportes y Aventura	13
Convenciones y Congresos	6
Turismo de Salud	5
Turismo de Sol y Playa	2
Agroturismo	2
Turismo Comunitario	1

Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 80

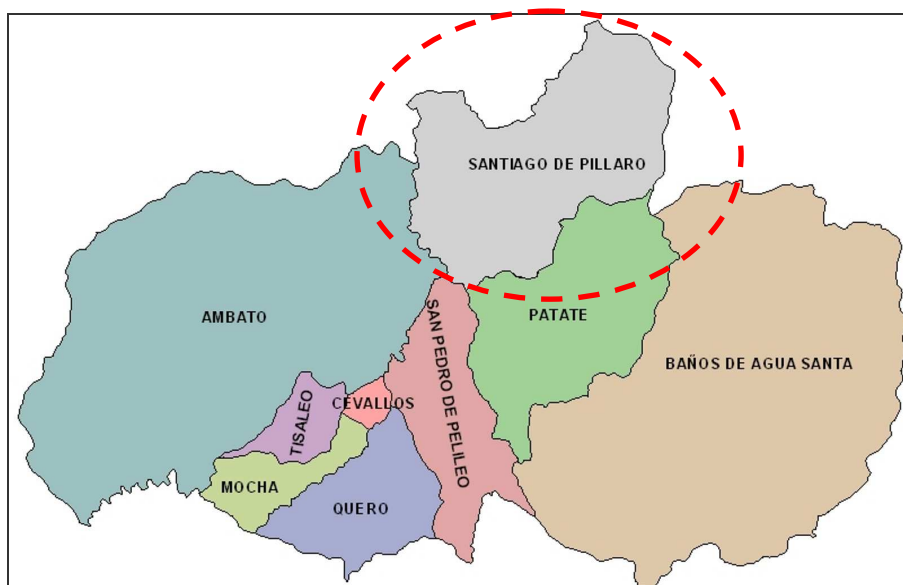
¹⁹ Criterio de Inspectores de la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos

1.2 ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE

1.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA

1.2.1.1 Factor Geográfico de la Provincia del Tungurahua²⁰

Gráfico No. 5
DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DE LA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA



Fuente: www.pillaro.gov.ec

La provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en el centro de la región Sierra, a 138 Km. al sur de la ciudad de Quito, por la vía Panamericana. Su extensión aproximada es de 2.896 Km². Cuenta con 9 cantones, 19 parroquias urbanas y 44 parroquias rurales.

El clima que predomina es el templado seco, con una temperatura media de 15° C. La provincia se encuentra en una pequeña superficie volcánica, sísmicamente muy activa, en plena cordillera andina, donde se destacan elevaciones como Carihuairazo (5.106 m) y Sagatoa (4.152 m), el Cerro Hermoso (4.639 m) y el Tungurahua (5.033 m).

²⁰ CÍRCULO DE LECTORES, Nueva Enciclopedia del Ecuador, Tomos I al III, Ed. Planeta Colombiana, Bogotá, 2003 e información proporcionada en www.inec.gov.ec.

Sus principales ríos son el Patate y el Chambo, que al unirse forman el Pastaza, que desemboca en el Amazonas. Otro río importante es el Patate, resultado de la unión del Ambato (utilizado para riego) y el Pachanlica. Estos cursos fluviales son aprovechados como en la generación de energía hidroeléctrica (complejo hidroeléctrico Agoyán).

1.2.1.2 Análisis Social y Cultural de la Provincia del Tungurahua²¹

La provincia de Tungurahua cuenta con 441.034 habitantes, de ellos el 48,4% son hombres. Predominan los asentamientos rurales (57%), lo que determina que gran parte de los servicios básicos (luz, agua y alcantarillado) sean provistos en este sector. La tasa de analfabetismo en la provincia de Tungurahua, como promedio general bordea el 11,6%.

En esta provincia se encuentran cuatro grupos étnicos: Los Pilahuines (asentados en el Cantón Ambato), los descendientes de los indios Quisapinchas (asentados en la Parroquia rural Quisapincha), los descendientes de los indios Píllaros (asentados en el Cantón Píllaro) y los Salasacas (asentados en el Cantón Pelileo), destacándose estos últimos por su proyección cultural en el aspecto festivo, artesanal y mágico (medicina ancestral).

1.2.1.3 Factores Económicos de la Provincia de Tungurahua

La economía de la provincia de Tungurahua se basa en la agricultura, (40% de la población, incluyendo la producción de flores y frutas), la ganadería y la industria. Las ramas industriales más importantes son: la textilera (confección de prendas), la curtiembre y tenería (incluyendo trabajos en cuero y, especialmente, el calzado), y la industria de alimentos y bebidas (sobre todo la panadería y la producción de lácteos).

²¹ www.inec.gov.ec, 2007.

CUADRO No. 12
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
POR RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE TUNGURAHUA
CENSOS 2001

RAMAS DE ACTIVIDAD	POBLACIÓN	Porcentaje
TOTAL	195.198	100,00%
Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	65.992	33,81%
Explotación de Minas y Canteras	321	0,16%
Manufactura	34.543	17,70%
Electricidad, Gas y Agua	417	0,21%
Construcción	8.989	4,61%
Comercio	35.728	18,30%
Transporte	8.905	4,56%
Establecimientos Financieros	3.944	2,02%
Servicios	26.300	13,47%
Actividades No Bien Especificadas *	9.322	4,78%
Trabajador Nuevo	737	0,38%

Fuente: www.inec.gov.ec

1.2.1.4 Atractivos Turísticos de la Provincia de Tungurahua

La provincia cuenta con una serie de festividades que forman parte del folklore social, muy característico en el tema cultural, destacándose principalmente las siguientes

CUADRO No. 13
PRINCIPALES CELEBRACIONES DE LA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA,
CON SUS FECHAS DE RECORDACIÓN

CELEBRACIONES	DÍAS/ MESES
Diablada Pillareña	1-6 de Enero.
Fiesta de Reyes en Ambato.	6 de Enero.
Fiesta de las Flores y de la Frutas	Febrer – Marzo.
Día del indio en Quero.	7 de Abril.
Canonización de Mocha.	13 de Mayo.
Canonización de Cevallos	13 de Mayo.
Fundación de Baños	15 de Mayo.
Provincialización de Tungurahua.	3 de Julio.
Corpus Cristo en Ambato, Mocha y Píllaro.	23 de Junio.
Apóstol de Santiago de Píllaro.	15 de Julio.
Canonización de Pelileo.	22 de Julio.
Canonización de Quero.	27 de Julio.
Fundación de Ambato.	3 de Agosto.
Canonización de Patate.	13 de Septiembre.
Día de los Difuntos en Ambato, Izamba, Píllaro y Pelileo.	2 de Noviembre
Canonización de Tisaleo.	17 de Noviembre.
Canonización de Baños.	16 Diciembre.

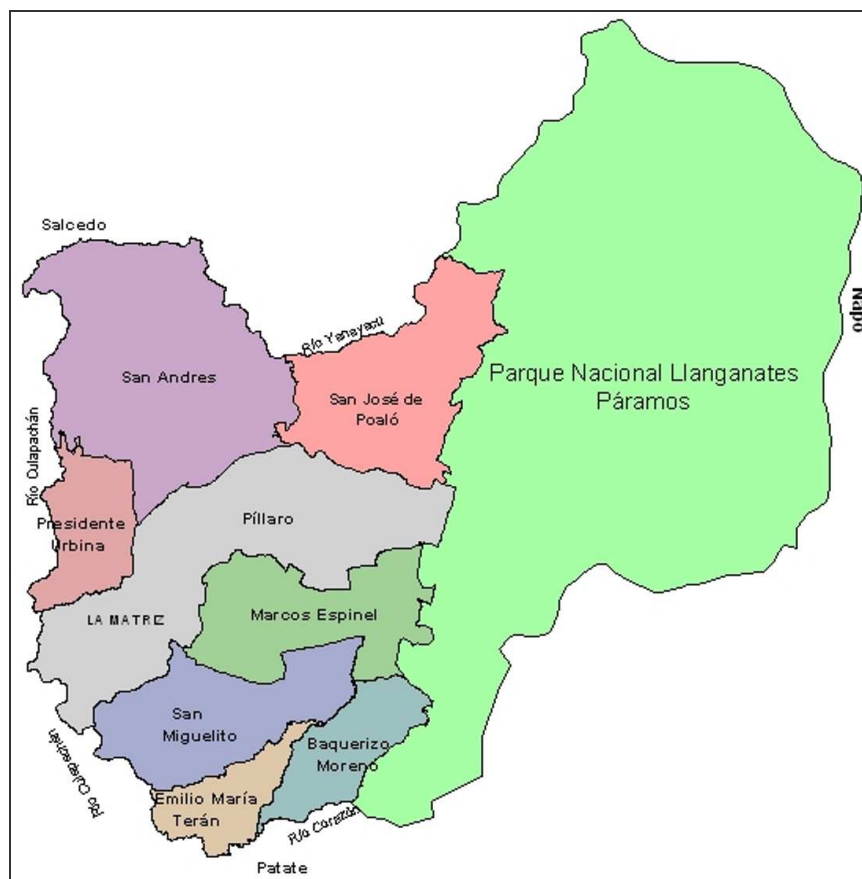
Fuente: La Región Interandina Ecuatoriana, 1998; PLANDETUR 2020.

Elaborado por: El autor

Además, la ciudad de Baños constituye un referente nacional y mundial del aprovechamiento turístico.

1.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN PÍLLARO

Gráfico No. 6
DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVO DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO



Fuente: www.pillaro.gov.ec

El cantón Santiago de Píllaro se encuentra ubicado al noroeste de la provincia de Tungurahua, a treinta kilómetros de su capital Ambato, con una superficie de 472 Km². Su historia se remonta a tiempos del incario, y es reconocida como la cuna del indígena Rumiñahui.

Limita al norte y este con las provincias de Napo y Cotopaxi; al sur, los cantones de Patate y Pelileo, y, al oeste con el Cantón Ambato.

El cantón de Píllaro cuenta con 9 parroquias dentro de su territorio:

- ❖ Baquerizo Moreno,
- ❖ Emilio Maria Terán,
- ❖ Marcos Espinel,
- ❖ Presidente Urbina,
- ❖ San Andrés,
- ❖ San José de Paolo,
- ❖ San Miguelito,
- ❖ La Matriz, y,
- ❖ Ciudad Nueva

El clima de este cantón es diverso, modificado por la altitud de páramos y montes. Lluve y nieva con frecuencia, y el frío es intenso. Su temperatura es fría (4 a 14 grados) con vientos de hasta 30 Km/h²². Dentro de su orografía se distinguen los siguientes tipos de suelo²³:

- ❖ Estepa Espinosa Montano Bajo.
- ❖ Bosque seco Montano Bajo.
- ❖ Bosque húmedo Montano Bajo.
- ❖ Bosque húmedo Montano.
- ❖ Páramo pluvial sub- Alpino

Su río principal es el Cutuchi, cuya red alimentadora está integrada por cuatro sistemas de ríos menores: Culache, Yurac o Blanco, Pumancuchi Patoa, Nagsiche y Ambato (Pachanlica); Saquimalac, San Diego y Purgatorio; el Tambuyacu, Alaquez y Yanayacu; y, Lluchi y Compadre Huyco. Otros ríos importantes son: el Guapante y el Curaray.

Existe un sistema lacustre integrado por: al este la Miquiyambu, Quignayambu, Sindiyambu, Susuyambu, Jutuyambu; al sur oeste del Cerro Hermoso: la laguna del Pisayambo y Pucayambu; al sur del mismo cerro las Arlanga y Aquera; en el sector de Quimbana: la Alules al oeste de Huicotango, la Sumcocha y Tsanhuancocha entre otras pequeñas formaciones lacustres²⁴.

1.2.2.1 Factores Sociales y Demográficos:

El cantón Santiago de Píllaro cuenta con una población de 34.925²⁵ habitantes, el 18,03% (6.299 habitantes) urbanos.

²² Ídem, 11 pág.

²³ Ídem, 11 pág.

²⁴ Ídem, 11 pág.

²⁵ www.inec.gov.ec, 2007 proyecciones.

CUADRO No. 14
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN, SEGÚN PARROQUIAS
- SANTIAGO DE PÍLLARO-

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
PÍLLARO (URBANO)	6.299	2.991	3.308
ÁREA RURAL	28.626	13.531	15.095
PERIFERIA	5.562	2.580	2.982
BAQUERIZO MORENO	276	140	136
EMILIO MARIA TERÁN	1.329	640	689
MARCOS ESPINEL	2.182	1.057	1.125
PRESIDENTE URBINA	2.420	1.129	1.291
SAN ANDRÉS	9.885	4.628	5.257
SAN JOSÉ DE POALÓ	1.922	944	978
SAN MIGUELITO	5.050	2.413	2.637
TOTAL	34.925	16.522	18.403

Fuente: www.inec.gov.ec

La educación o la preparación para las personas de las zonas rurales, es restringida en mucho de los casos por el factor económico. La tasa de analfabetismo del cantón se ubica en el 13% (INEC: 2007) una de las más altas del país

1.2.2.2 Factores Culturales

En la parte cultural, Píllaro y sus distintas parroquias tiene algunas expresiones culturales, entre las que destacan:

- a) *Monumento a la resistencia indígena:* Se dice que Huaynacuri, perteneciente a la parroquia San Miguelito, fue la tierra de Rumiñahui, donde actualmente se levanta un monumento a la resistencia indígena;
- b) *Danzantes:* En la parroquia de San Andrés de Píllaro se conserva la costumbre por parte de los indígenas, que se disfrazan de danzantes en las festividades del Corpus Cristi. Estos Danzantes se presentan limpia y lujosamente vestidos, adornados con infinidad de objetos brillantes en todo su cuerpo;

- c) *Desfile cívico y parada militar:* Como homenaje a las festividades de emancipación política de Cantón Santiago de Píllaro toda la niñez, juventud estudiosa y Autoridades desfilan por las calles principales con gallardía y civismo el 29 de Julio de cada año;
- d) *Desfile de la confraternidad de Píllaro:* En el Cantón Píllaro todos los años en el mes de Julio, se realiza el Desfile de la Confraternidad Pillareña que es parte de la celebración de las festividades de cantonización. Todos los establecimientos tanto primarios como secundarios participan con decorados carros alegóricos y hermosas reinas que representan a cada una de estas;
- e) *Desfile del Chagra:* Otra de las tradiciones pillareñas es el gran desfile del chagra, donde centenares de jinetes aficionados demuestran sus habilidades con sus respectivos caballos, desfilan por las principales calles del cantón, vestidos con los tradicionales zamarros y ponchos;
- f) *La gruta de la virgen (Niña Maria de Jerusalén):* Esta gruta se encuentra en la parroquia de San Miguelito, a pocos kilómetros del parque principal, en una especie de socavón lateral de la montaña, donde se comenta que la Virgen hizo su aparición a los devotos pillareños. En su honor se edificó esta gruta;
- g) *La Diablada Pillareña:* La Diablada Pillareña es una tradición ancestral, que se la realiza a manera de desfile y baile, en las calles principales del centro de Píllaro desde el 1 al 6 de Enero de cada año. Los diablos se originaron en España, tomaron fuerza en Bolivia y también llegaron a Ecuador, quedándose enraizada en el Cantón Píllaro como un rechazo a los maltratos recibidos por los españoles a los indígenas de aquel tiempo;
- h) *Toros de Pueblo:* En Píllaro como en los pueblos aledaños, se realizan las populares corridas de toros, que se desarrollan en una plaza de la localidad. El motivo es por las festividades cantonales. Lo interesante es la construcción de los tablados, que son hechos de madera desarmable, por todo el contorno de la plaza.

Las familias utilizan estos palcos para presenciar las corridas, algunos de estos tablados lucen decoraciones hermosas.”²⁶

- i) *Artesanías Típicas*: “Los pillareños son grandes artesanos en especial en la elaboración de instrumentos musicales (ebanistería) como la guitarra, las sencillas combinaciones de charangos y requintos, además son hábiles en la elaboración de la talabartería por más de tres generaciones”.²⁷

1.2.2.3 Factor Económico

La población económicamente activa del cantón Píllaro, según el INEC, es la siguiente:

CUADRO No. 15
HABITANTES POR RAMAS DE ACTIVIDAD
DEL CANTÓN PÍLLARO

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	%
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA, PESCA Y SILVICULTURA	8.665	56,69%
MANUFACTURA	1.288	8,43%
CONSTRUCCIÓN	1.008	6,59%
COMERCIO	1.180	7,72%
ENSEÑANZA	501	3,28%
OTRAS ACTIVIDADES	2.643	17,29%
TOTAL	15.285	100%

Fuente: www.inec.gov.ec

El 50 % de su territorio es apto para estas actividades la bondad de sus suelos ha dado como resultado que a este cantón se le conozca como el granero de la provincia, ya que de aquí se reparte su producción a los diferentes lugares del país según el Plan Estratégico Participativo del cantón Píllaro²⁸.

²⁶ Municipio de Píllaro, Software “Inventario virtual turístico” en CD, 2004.

²⁷ Folleto Rutas de Compras del Municipio de Ambato, 2006.

²⁸ Municipio de Píllaro, Plan Estratégico Participativo del Cantón Píllaro, 2004

CUADRO No. 16
TABLA DE OCUPACIÓN DEL CANTÓN PÍLLARO

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	%
TÉCNICOS	723	4,73%
EMPLEADOS DE OFICINA	251	1,64%
TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS	895	5,86%
AGRICULTORES	4.471	29,25%
OPERARIOS Y OPERADORES DE MAQUINARIAS	3.181	20,81%
TRABAJADORES NO CALIFICADOS	5.478	35,84%
OTROS	286	1,87%
TOTAL	15.285	100%

Fuente: www.inec.gov.ec

La mayor parte de los habitantes de Píllaro (35,84%) se dedican a labores u oficios no calificados como actividades artesanales, pequeñas industrias o en plantaciones. El segundo grupo lo constituyen los agricultores (29,25%) que dan fuerza a las labores frutícolas de la zona.

1.2.2.4 Factor Ambiental

El cantón Píllaro posee algunos problemas ambientales que se pueden observar claramente, como son:

- La contaminación del suelo por los químicos que utilizan los agricultores en sus terrenos, con el objetivo de obtener mejores productos para su comercialización, tomando en cuenta que la gran mayoría de pillareños trabajan en la agricultura.
- El cantón Píllaro produce 15 toneladas diarias de basura, las mismas que son colocadas en las quebradas y en el botadero denominado “Presidente Urbina”, porque Píllaro no cuenta con ningún relleno sanitario y tampoco existe algún proyecto de clasificación de basura.

- La contaminación de acequias, ríos y quebradas por causa de las industrias de productos lácteos, debido a que estas industrias no cuentan con un proyecto que ayude a canalizar de mejor manera los desechos que producen.
- La deforestación de los páramos es otro problema que tiene el cantón, debido a las constantes quemaduras que existen, lo cual podría provocar la pérdida de la flora y la fauna típica de estos ecosistemas.

1.3 MATRIZ ANÁLISIS INTERNO

Una vez que se han descrito los elementos internos y externos que deben tomarse en cuenta para la consecución de la hostería, es necesario anotar los más importantes y asignarles un valor, una clasificación y una ponderación.

La metodología utilizada corresponde a la utilizada por David²⁹ para la identificación de la relevancia de los factores internos y externos, cuya explicación teórica se encuentra en el Capítulo 3 de esta tesis.

Como se observa, una de las mayores debilidades para este trabajo constituye la poca promoción de los atractivos turísticos del cantón, seguido por la demanda irregular (cíclica) de visitantes a Píllaro, determinando tasas de ocupación muy bajas en varios meses del año 2007 y mediados del año 2008. Sin embargo, cabe anotar que las demandas cíclicas de visitantes son hechos perfectamente normales en el sector turístico y porcentajes mínimos de ocupación formarán parte de los cálculos estimados para esta propuesta.

En cuanto a las fortalezas, se encuentra la variedad natural de atractivos turísticos y la escasa competencia de infraestructuras similares, con un mercado focalizado más allá de las fiestas populares y que se atrevan a explorar con más detenimiento las maravillas naturales del cantón. Además se puede considerar una ventaja comparativa de interés, la provincia y en especial el Cantón Píllaro, son zonas frutícolas por excelencia, lo que permite explorar nuevas formas de turismo (agroturismo) que tienen poco desarrollo en el

²⁹ David, Conceptos de Administración Estratégica, Ed. Prentice Hall, México, 2006

país pero que han causado gran interés para turistas extranjeros en experiencias vistas en Costa Rica y Colombia.

CUADRO No. 17
ANÁLISIS INTERNO, FACTORES CLAVES

No.	FACTORES INTERNOS CLAVES	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
DEBILIDADES				
1	Poca promoción de los atractivos turísticos de la provincia y el cantón	0,10	3	0,30
2	Demanda turística irregular para el cantón	0,08	4	0,32
3	Contaminación de suelo y ríos por prácticas poco amigables con el ambiente	0,08	3	0,24
4	Limitado acceso a líneas de comunicación, pocas líneas telefónicas en el sector	0,04	2	0,08
5	Deforestación de los páramos	0,04	3	0,12
6	Alta tasa de analfabetismo, una de las mayores del país	0,02	2	0,04
7	Alta incidencia de trabajadores no calificados	0,04	1	0,04
8	Competencia con otros sitios turísticos de la provincia	0,10	2	0,20
		0,50		1,34
FORTALEZAS				
1	Parque Nacional Llanganates, el Páramo de Quinuales, el valle de Quillán, contrastes entre climas fríos de páramo hasta cálidas llanuras	0,10	4	0,40
2	Industria del alojamiento sin mayor competencia	0,08	4	0,32
3	Presencia del fenómeno del Volcán Tungurahua	0,07	3	0,21
4	Riqueza cultural: presencia de varias nacionalidades y pueblos ancestrales, expresiones artesanales	0,05	3	0,15
5	Vías de acceso en buen estado, muchas de ellas cautivan la imaginación	0,05	3	0,15
6	Variedad culinaria importante	0,04	2	0,08
7	Apoyo municipal a iniciativas privadas en el cantón	0,03	4	0,12
8	Economía se fundamenta en la agricultura y la ganadería, así como la agroindustria	0,03	1	0,03
9	Suelo muy fértil: la zona frutícola de la sierra del país	0,03	3	0,09
10	Población con gran dedicación a las actividades de agricultura, ganadería caza, pesca y silvicultura	0,02	2	0,04
		0,50		1,59

Elaboración: El autor

De lo anterior se puede señalar que, la propuesta deberá considerar como debilidades preponderantes la poca promoción de los atractivos turísticos (0,30), especialmente relacionados con sus referentes naturales; la demanda turística irregular en el cantón (0,32), atada básicamente a un nivel estacional de turistas, y, niveles de contaminación de ríos y

suelos (0,24), a pesar de los esfuerzos que se están efectuando por parte de la Municipalidad.

MATRIZ ANÁLISIS EXTERNO

En cuanto a la matriz externa, realiza una recopilación y selección ponderada de factores claves que influyen en la realización del proyecto. Entre las amenazas principales se constituyen el aumento de la inflación y de las tasas de interés, que pueden ocasionar revisiones constantes a los planes de financiamientos de la hostería, así como una pobre política de protección al turista, sobre todo en sitios de concentración como aeropuertos, terminales y paradas. En cuanto a las oportunidades, actualmente PLANDETUR 2020 ha declarado al Parque Nacional Llanganates y a la Reserva Sangay como sitios turísticos de interés y productos a desarrollarse en los próximos años, lo que representa un impulso para temas de inversión, acceso a financiamiento y a direccionamiento de la actividad turística.

CUADRO No. 18
ANÁLISIS EXTERNO, FACTORES CLAVES

No	FACTORES EXTERNOS CLAVES	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
	AMENAZAS			
1	Crecimiento de la inflación	0,10	1	0,10
2	Aumento de la tasa de interés	0,09	1	0,09
3	Ausencia de una política nacional de protección al turista	0,08	1	0,08
4	Poco reconocimiento de otros atractivos turísticos a más de las Islas Galápagos	0,07	2	0,14
5	Agencias de viaje internacionales solo venden servicios de viajes al emisor	0,05	1	0,05
6	Poca vigilancia del sistema nacional de áreas protegidas, a cargo del Ministerio del Ambiente	0,05	2	0,10
7	Pocos turnos de carretera para Píllaro, por parte de las cooperativas Píllaro y Santa Teresita	0,02	1	0,02
8	Reducción del número de agencias de viajes, turismo interno	0,02	2	0,04
9	Aumento de la emigración campo-ciudad, así como la emigración internacional	0,02	2	0,04
		0,50		0,66
	OPORTUNIDADES			
1	Desarrollo progresivo del turismo, específicamente el turismo orientado a disfrutar de paisajes y aventuras	0,10	3	0,30
2	Vías de acceso en buen estado, muchas de ellas cautivan la imaginación	0,10	3	0,30
3	Promoción de nuevos atractivos turísticos por parte del PLANDETUR 2020, como lo es el Parque Nacional Llanganates	0,08	2	0,16

4	Buenos niveles de rentabilidad esperada en proyectos de turismo, con estudios, debido a estabilidad económica moderada	0,06	3	0,18
5	Reconocimientos internacionales, caso Yasuní y Corredor Llanganates-Sangay	0,04	2	0,08
6	Generación de divisas en el país por turismo durante los últimos años	0,04	3	0,12
7	Reconfiguración del marco jurídico en turismo para apoyar la iniciativa externa y la inversión	0,02	1	0,02
8	Rescate de los valores ancestrales y autoreconocimiento de los pueblos y nacionalidades	0,01	1	0,01
9	La actividad turística de la Hostería es una modalidad poco explotada en el Ecuador	0,01	1	0,01
		0,46		1,18

Elaboración: El autor

Entre las principales amenazas para el proyecto, se constituyen los costos financieros , que traducidos en inflación, pueda afectar un proyecto de largo plazo como este (0,10); así también la limitada promoción para el turista extranjero de otras opciones turística a más de las convencionales en el país; finalmente, una adecuada vigilancia de áreas protegidas por parte del Ministerio del Ambiente, cierra la reflexión

Para concluir este punto, se utiliza la Matriz FODA a fin de explotar las Estrategias principales que potencien las fortalezas, reduzcan debilidades, minimicen las amenazas y aprovechen las oportunidades de este negocio.

1.4 MATRIZ FODA,

1.4.1 MATRIZ FODA, CON ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES F. O. y F. A.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo progresivo del turismo, específicamente el turismo orientado a disfrutar de paisajes y aventuras 2. Vías de acceso en buen estado, muchas de ellas cautivan la imaginación 3. Promoción de nuevos atractivos turísticos por parte del PLANDETUR 2020, como lo es el Parque Nacional Llanganates 4. Buenos niveles de rentabilidad esperada en proyectos de turismo, con estudios, debido a estabilidad económica moderada 5. Reconocimientos internacionales, caso Yasuní y Corredor Llanganates-Sangay 6. Generación de divisas en el país por turismo durante los últimos años 7. Reconfiguración del marco jurídico en turismo para apoyar la iniciativa externa y la inversión 8. Rescate de los valores ancestrales y autoreconocimiento de los pueblos y nacionalidades 9. La actividad turística de la Hostería es una modalidad poco explotada en el Ecuador 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento de la inflación 2. Aumento de la tasa de interés 3. Ausencia de una política nacional de protección al turista 4. Poco reconocimiento de otros atractivos turísticos a más de las Islas Galápagos 5. Agencias de viaje internacionales solo venden servicios de viajes al emisor. 6. Pocos turnos de carretera para Píllaro, por parte de las cooperativas Píllaro y Santa Teresita 7. Poca vigilancia del sistema nacional de áreas protegidas, a cargo del Ministerio del Ambiente 8. Reducción del número de agencias de viajes, turismo interno 9. Aumento de la emigración campo-ciudad, así como la emigración internacional
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Parque Nacional Llanganates, el Páramo de Quinuales, el valle de Quillán, contrastes entre climas fríos de páramo hasta cálidas llanuras. 2. Industria del alojamiento sin mayor competencia 3. Presencia del fenómeno del Volcán Tungurahua. 4. Riqueza cultural: presencia de varias nacionalidades y pueblos ancestrales, expresiones artesanales 5. Vías de acceso en buen estado, muchas de ellas cautivan la imaginación 6. Variedad culinaria importante. 7. Apoyo municipal a iniciativas privadas en el cantón 8. Economía se fundamenta en la agricultura y la ganadería, así como la agroindustria 9. Suelo muy fértil: la zona frutícola de la sierra del país 10. Población con gran dedicación a las actividades de agricultura, ganadería caza, pesca y silvicultura 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA F. O.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La estrategia de atracción al turista constituirá la experiencia distinta que puede proporcionar sitios como el Parque Nacional Llanganates, el Páramo de Quinuales en contraste con la zona cálida de Quillán (O1-F1) 2. Al existir una oferta turística limitada en el sector, es necesario aprovechar la oportunidad de mercado, ganándose el nombre de Hostería Sustentable y Responsable, es decir amiga del ambiente y a fin con la responsabilidad social. 3. Al contar con una variedad gastronómica, cultural y étnica considerable, se debe diseñar una participación importante de las comunidades en la oferta turística y de trabajo de la hostería. 4. Diferenciación en el servicio de la Hostería respecto a otras variedades de negocios de turismo. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA F. A.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Al contar con grandes atractivos naturales, la estrategia tenderá a realizar alianzas con empresarios turísticos extranjeros para que consideren a esta hostería y las actividades que se realizan en Llanganates, Quinuales y Quillán dentro de su oferta en el país. 2. Es importante reconocer el valor de Tungurahua como el sector <i>frutícola y de hortalizas del Ecuador</i>, así como la habilidad de los artesanos para tallar muebles, instrumentos y ebanistería. Por ello, se reconocerá como prioritario el uso de fuentes de trabajo del sector así como la asociación con productores agrícolas para proveer a la hostería de insumos a precios altamente competitivos. 3. Contar con un servicio personalizado de atención, transporte y de cuidado del turista extranjero 4. Realizar acercamientos con el Ministerio de Turismo, aprovechando lazos políticos actuales, para solicitar ayuda y aval al presente proyecto. Expandir esta iniciativa al BID (BID Networking), BNF, CFN.

1.5.2. MATRIZ FODA, INCLUYE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES D. O. y D. A.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
--	---------------	----------

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo progresivo del turismo, específicamente el turismo orientado a disfrutar de paisajes y aventuras 2. Vías de acceso en buen estado, muchas de ellas cautivan la imaginación 3. Promoción de nuevos atractivos turísticos por parte del PLANDETUR 2020, como lo es el Parque Nacional Llanganates 4. Buenos niveles de rentabilidad esperada en proyectos de turismo, con estudios, debido a estabilidad económica moderada 5. Reconocimientos internacionales, caso Yasuní y Corredor Llanganates-Sangay 6. Generación de divisas en el país por turismo durante los últimos años 7. Reconfiguración del marco jurídico en turismo para apoyar la iniciativa externa y la inversión 8. Rescate de los valores ancestrales y autoreconocimiento de los pueblos y nacionalidades 9. La actividad turística de la Hostería es una modalidad poco explotada en el Ecuador 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento de la inflación 2. Aumento de la tasa de interés 3. Ausencia de una política nacional de protección al turista 4. Poco reconocimiento de otros atractivos turísticos a más de las Islas Galápagos 5. Agencias de viaje internacionales solo venden servicios de viajes al emisor. 6. Pocos turnos de carretera para Píllaro, por parte de las cooperativas Píllaro y Santa Teresita 7. Poca vigilancia del sistema nacional de áreas protegidas, a cargo del Ministerio del Ambiente 8. Reducción del número de agencias de viajes, turismo interno 9. Aumento de la emigración campo-ciudad, así como la emigración internacional
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca promoción de los atractivos turísticos de la provincia y el cantón 2. Demanda turística irregular para el cantón 3. Contaminación de suelo y ríos por prácticas poco amigables con el ambiente 4. Limitado acceso a líneas de comunicación, pocas líneas telefónicas en el sector 5. Deforestación de los páramos 6. Alta tasa de analfabetismo, una de las mayores del país 7. Alta incidencia de trabajadores no calificados 8. Competencia con otros sitios turísticos de la provincia 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA D. O.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servir de enlace entre el Municipio de Píllaro y el Ministerio de Turismo para realizar acciones conjuntas a fin de aumentar la promoción del cantón. 2. Aprovechar la coyuntura política para impulsar las festividades tradicionales del cantón, en el MINTUR. 3. Generar preferencia por personal de la localidad para que incursione en actividades productivas como el turismo comunitario y agroturismo. 4. Orientar una demanda de turistas extranjeros (holandeses principalmente) para que disfruten de un turismo de aventura y misticismo en Llanganates. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA D. A.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantizar seguridad y vigilancia para los turistas extranjeros así como una política de seguridad para las instalaciones de la Hostería 2. Llegar a las agencias de viajes con estrategias de diferenciación y de utilización 3. Servir como sitio de descanso o encuentro en el trayecto a la vía Patate – Baños. 4. Aprovechar la coyuntura con personal del MINTUR a fin de seguir promocionando al Parque Nacional de Los Llanganates como sitio turístico.

1.5.3. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

PERSPECTIVA FINANCIERA		PERSPECTIVA DEL CLIENTE	
Objetivos	Indicadores	Objetivos	Indicadores
Supervivencia	Caja suficiente Cobro a tiempo	Calidad	Reducción de reprocesos
Mejora	Crecimiento de ventas	Servicio	Satisfacción del cliente, Gestión de quejas
Éxito	Rentabilidad de los activos Participación de mercado		
PERSPECTIVA INTERNA		PERSPECTIVA DE CRECIMIENTO	
Objetivos	Indicadores	Objetivos	Indicadores
Proceso	Tiempo de ciclo del proceso Reducción de costo unitario	Competitividad	Desarrollo de competencias Retención de personal clave
Administración	Reducción de gastos	Información	Disponibilidad y uso de la información
		Posición	Conocimiento del posicionamiento en el mercado

Fuente: Cuello Imer, Op. Cit. pág. 49; tomado de Perfilando, la empresa ecuatoriana en el futuro, fascículo 2.

Con la visualización de la información anterior, se puede establecer los siguientes objetivos por áreas:

1.5.3.1 *Financieros*

- ◆ Lograr ingresos por ventas anuales que permitan mantener un superávit inicial de al menos un 3%;

1.5.3.2 *Clientes:*

- ◆ Ofrecer un servicio diferenciado de atención turística y hotelera, que permita un crecimiento anual de al menos un 8% anual,
- ◆ Reconocimiento de organización sustentable y responsable: “amiga del ambiente y de la sociedad”

1.5.3.3 *Procesos Internos*

1.5.3.4 Aprendizaje y desarrollo del personal

El despliegue más amplio de objetivos y estrategias se lo podrá observar en el capítulo 4, al desarrollar la organización Empresarial

CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO

El mercado turístico constituye el lugar donde confluyen, por un lado, la oferta de productos y servicios turísticos y, por el otro, la demanda de los mismos productos y servicios turísticos. En este sentido, el mercado turístico se encuentra conformado por la demanda turística, la oferta turística y los operadores turísticos.

2.1 ESTUDIO DE LA DEMANDA

La llegada de turistas (*turismo externo*), de acuerdo con el MINTUR, ha mantenido un aumento constante durante los últimos años gracias a la acción del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (2003), y su posterior implementación en el 2004, lográndose superar las 800.000 visitas internacionales. Para el año 2006, las cifras mostraron un aumento a 860.000, de las cuales un 89,47% de visitantes proceden de varios sitios de América (Estados Unidos con el 25% y Colombia con el 23%), el 10% corresponde a visitantes de Europa y MERCOSUR, y porcentajes menores a Oceanía, Asia y África. El ingreso preferido por los turistas externos ha sido el aéreo (63%), seguido por el terrestre (36%) para el 2005.

La meta del Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Turismo, es aumentar el número de turistas que vienen al Ecuador del 800.000 (2004) al 1'200.000 (2009).

El *turismo interno*, según la Revista Gestión de enero del 2004, está sosteniendo la economía del país, gracias a que los ciudadanos utilizan las remesas que reciben de sus similares emigrantes, tienen mayor capacidad adquisitiva y destina mayor cantidad de recursos a su esparcimiento y diversión. Un hecho que parece muy cierto y palpable de acuerdo con la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) que indica una afluencia del turista interno que alcanza los diez millones de visitantes, de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas, con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Los sitios preferidos de visita de los ecuatorianos, según el PLANDETUR 2020, son: los Sitios Naturales (29,5%), las playas (29,1%) y los balnearios termales (15,2%).

CUADRO No. 19
PREFERENCIAS DE ACTIVIDAD DE TURISTAS NACIONALES

Atractivo Visitado	Total Visitantes	%
Sitios Naturales	786.718	29,5%
Playas	775.756	29,1%
Balnearios termales	404.860	15,2%
Sitios de Diversión	221.414	8,3%
Sitios de comida	144.161	5,4%
Fiestas y mercados	102.281	3,8%
Fiestas religiosas	65.396	2,5%
Otros	56.460	2,1%
Parque Nacional	40.147	1,5%
Museos	34.267	1,3%
Zonas Históricas	26.988	1,0%
Sitios arqueológicos	7.867	0,3%
TOTAL DEL UNIVERSO	2.666.315	100,0%

Fuente: PLANDETUR 2020, Resumen Ejecutivo, p. 13.

Por otro lado, según la Encuesta de Turismo Interno³⁰ realizada entre junio 2002-julio 2003 por parte del Ministerio de Turismo se habla inclusive de hasta diez millones de visitantes, con una gran preferencia en la pernoctación de por lo menos un día, especialmente, en los sitios naturales y las playas.

2.1.1 ESTUDIO DE LA DEMANDA EN EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO

Para comenzar es importante destacar que el Cantón Santiago de Píllaro se encuentra próxima a uno de los productos turísticos que han sido determinados por el PLANDETUR 2020, con la categoría de *Producto Turístico que debe fortalecer el Ecuador de Manera Prioritaria*, y este es el Parque Nacional Llanganates, una fabulosa reserva de vida, que además reúne requisitos de misticismo y leyenda.

³⁰ Ministerio de Turismo, Encuesta de Turismo Interno, Junio 2002 – julio 2003, referenciado en el PLANDETUR 2020, p. 4.

CUADRO No. 20

**PRODUCTOS TURÍSTICOS QUE DEBEN FORTALECER EN EL ECUADOR DE
MANERA PRIORITARIA**

ECOTURISMO

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad. Darwin ya lo dijo, son únicas
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biosfera
- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad, 10 ecosistemas, en la Amazonía Andina
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural
- Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo.
- La Ruta de Orellana, el descubrimiento del Amazonas
- Bosque Petrificado de Puyango, primer puesto mundial de diversidad de aves
- La Ruta del Sol: Parque Nacional Machalilla, museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Sudamérica
- Parque Nacional Podocarpus, área protegida más austral del país
- Lodges Amazónicos, proyectos amazónicos de alojamiento
- Reserva Ecológica Antisana, corredor ecológico, zona caliente de biodiversidad
- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, los manglares más altos del mundo
- La Ruta del Sol: Puerto López, destino ecoturístico en la zona del Pacífico
- Parque Nacional Cajas, complejo lacustre
- Reserva Ecológica El Ángel, esponja de agua del Ecuador
- Reserva Ecológica de Limoncocha
- Reserva Ecológica Cayambe-Coca, diversidad vegetal y animal del Ecuador
- Reserva de Producción Faunística Chimborazo, hacia la admiración del coloso Chimborazo
- Parque Nacional Llanganates, tras la leyenda del tesoro inca

Fuente: PLANDETUR 2020, Resumen Ejecutivo, p. 17.

Por otro lado, es importante destacar que no se puede describir con exactitud cuántos turistas nacionales o extranjeros ingresan al cantón semanalmente, mensualmente o de forma anual. En el cantón Píllaro no existe ninguna empresa o institución pública o privada que posea esta clase de información.

Según los propietarios de los establecimientos hoteleros la clase de personas o turistas que pernoctan eventualmente en estos establecimientos son comerciantes. Sin embargo durante

los días de fiestas como son la Diablada Pillareña (enero), Cantonización (julio), y la fiesta de la Niña Maria de Jerusalén en San Miguelito (septiembre), se registra más afluencia de pernoctantes, produciendo un fenómeno estacional de empleo, motivo por el que se genera una desocupación casi total durante el resto de meses del año, en los cuales no existen acontecimientos festivos.

2.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA PROYECTADA

Al no contar con datos únicos para el cantón de Píllaro es necesario realizar demandas proyectadas tanto para el entorno nacional (nivel país) como para la Provincia de Tungurahua, y de ahí realizar proyecciones para determinar una base de demanda para este Cantón.

2.1.2.1 Demanda Receptiva Nacional

a. Cálculo de la Demanda Receptiva Nacional Actual

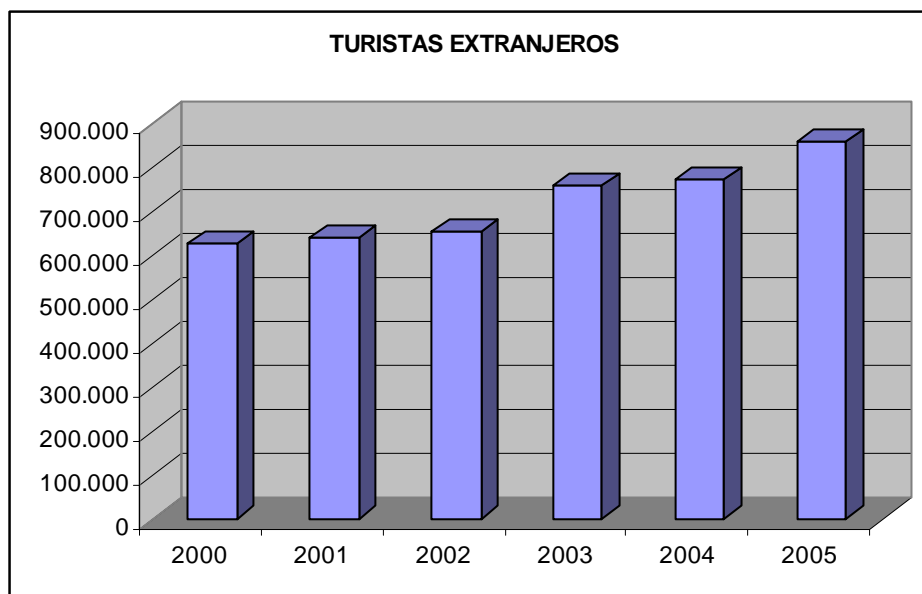
Para ello es necesario partir de un análisis del Movimiento Migratorio en el Ecuador de acuerdo con estos datos:

CUADRO No. 21
MOVIMIENTO MIGRATORIO DEL ECUADOR

AÑOS	TURISTAS EXTRANJEROS
2000	627.000
2001	640.581
2002	653.993
2003	759.638
2004	774.149
2005	860.784

Fuente: Ministerio de Turismo, 2008

Gráfico N° 7



Fuente: Ministerio de Turismo, 2008

A través de esta información, se calcula la tasa promedio anual de crecimiento de llegadas de turistas extranjeros al Ecuador, de acuerdo al siguiente modelo geométrico:³¹

$$r = (pf / pi)^{1/n} - 1$$

Donde:

r = Tasa promedio de crecimiento anual

pf = Población final de la serie

pi = Población inicial de la serie

n = número de años del período analizado

Entonces:

$$r = (860.784 / 627.090)^{1/5} - 1 = 0,0654$$

³¹ Viracucha, Betty y Carranco, David, Tesis: Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Agro turístico en la Parroquia de Lloa, UNITA, 2007

Dicho resultado significa que en el transcurso de los años 2000 al 2005 el crecimiento del turismo receptivo ha sido de 6,54%

b. Demanda Receptiva Nacional Futura

Se calcula con base a la tasa anual de crecimiento promedio obtenida anteriormente (6,54%), utilizando el método geométrico³²:

$$P = pf(1 + r)^n$$

Donde:

P = Proyección

pf = última población de turistas

r = tasa anual de crecimiento

n = número de años a proyectarse (2010)

$$P = 860.784(1 + 0,0654)^5 = 1'181.565$$

CUADRO No. 22
MOVIMIENTO MIGRATORIO DEL ECUADOR PROYECTADO

AÑOS	TURISTAS EXTRANJEROS
2006	917.079,27
2007	977.056,26
2008	1.040.955,74
2009	1.109.034,24
2010	1.181.565,08

Fuente: Ministerio de Turismo, PROYECTADA

³² *Ibíd.*, p. 56

2.1.2.2 Demanda Receptiva Tungurahua

Se ha realizada una estimación de la demanda potencial que existirá en el proyecto en forma deductiva, a través de datos otorgados por el Ministerio de Turismo.

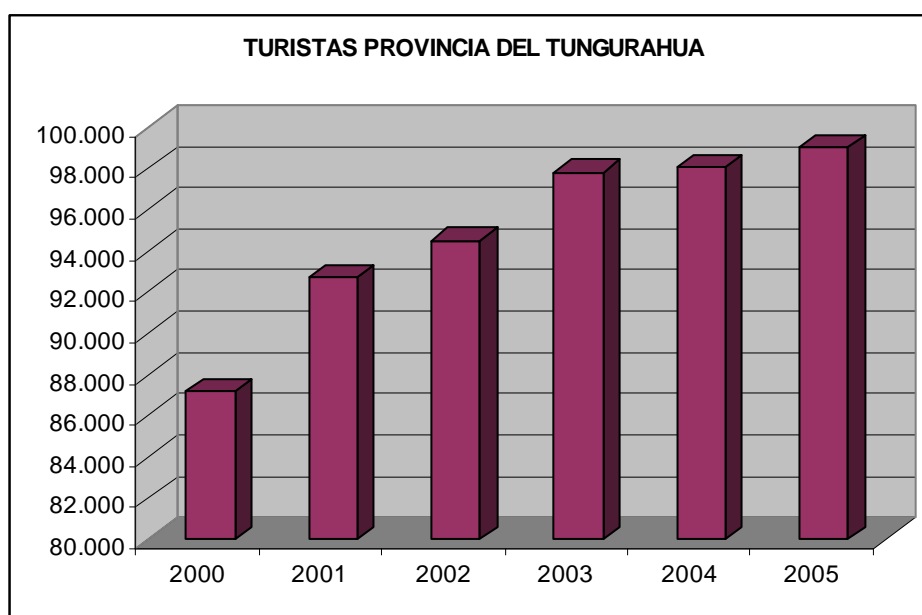
Primero se partirá por las llegadas de turistas a la provincia del Tungurahua, que de acuerdo con los datos investigados se demuestran así:

CUADRO No. 23
DEMANDA RECEPTIVA HISTÓRICA DE TUNGURAHUA

AÑOS	TURISTAS
2000	87.200
2001	92.700
2002	94.520
2003	97.800
2004	98.052
2005	99.020

Fuente: Ministerio de Turismo, 2008.

Gráfico No. 8



Fuente: Ministerio de Turismo, 2008.

A partir de esta información se aplicará la misma fórmula utilizada para conocer cual la Tasa de Promedio Anual de Crecimiento, y aplicando se tiene:

$$r = (pf / pi)^{1/n} - 1$$

$$r = (99.020/87.2000)^{1/5} - 1 = 0,02575$$

Dicho resultado significa que en el transcurso de los años 2001 al 2005 el crecimiento del turismo receptivo para la provincia ha sido del 2,57%.

Ahora se pueden realizar las proyecciones de la demanda futura de la provincia del Tungurahua, reemplazando en las fórmulas utilizadas anteriormente, así:

$$P = 93.020(1 + 0,02575)^5 = 99.225$$

CUADRO No. 24
PROYECCIONES DE LLEGADA DE TURISTAS A LA PROVINCIA DEL
TUNGURAHUA

AÑOS	TURISTAS
2006	94.229
2007	95.454
2008	96.695
2009	97.952
2010	99.225

Fuente: Ministerio de Turismo, PROYECTADA

2.1.2.3 Demanda Receptiva Potencial de la Hostería en el Sector de su Influencia

a) Demanda Receptiva del Cantón Píllaro Potencial

Al ubicarse el sitio en un sector cercano al Cantón de Píllaro es importante realizar una puntualización más exacta de la demanda del sector, así tenemos:

CUADRO No. 25
TAMAÑO DE LA DEMANDA RECEPTIVA DEL CANTÓN PÍLLARO

DETALLE	%	No. TURISTAS
Total Turistas que llegan a Tungurahua (2008)	100	96.695
Turistas que SI les gustaría visitar Píllaro	94,69	91.560
Turistas que tienen como motivo de viaje la relajación y tranquilidad	44,76	43.281
TOTAL		231.536

El total de turistas que visitan la Provincia del Tungurahua (96.695) para el año 2008 representa el 100% del número de turistas potenciales. De este valor se realizan las operaciones de regla de tres simple para obtener el número de turistas que según el estudio de mercado les gustaría viajar a Píllaro (94,69%), así como aquellos turistas que tienen como motivo los viajes de relajación y tranquilidad (44,76%)

Con este cálculo se determina que el Cantón Píllaro tendría una demanda potencial de 231.536 al año, siendo una oportunidad para el proyecto pues mediante estrategias de servicio y gracias a la importancia que se ha dado a festividades del cantón, se puede cubrir las necesidades de una gran mayoría.

b) Demanda Interna Potencial del Cantón Píllaro

La demanda interna potencial se relaciona con la llegada de turistas nacionales o residentes al sitio de la Hostería, para este cálculo se tomará como referencia a los habitantes del sector (todo el Cantón Píllaro), de acuerdo con estos antecedentes:

- Población Económicamente Activa –PEA- del Cantón

Con estas referencias se puede realizar el cálculo siguiente:

CUADRO No. 26
ANTECEDENTES PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA INTERNA DEL
LA HOSTERÍA “EL REMANSO”

DETALLE	No. PERSONAS
Población económicamente activa del Cantón Píllaro	15.285
TOTAL	15.285

Se consideró únicamente la PEA de Píllaro (15.285 h.), es decir los habitantes que trabajan, como demanda interna de la Hostería El Remanso.

Para determinar la demanda potencial es necesario sumar las demandas parciales que se han obtenido anteriormente.

CUADRO No. 27
RESUMEN GENERAL DE LA DEMANDA POTENCIAL TOTAL

RESUMEN	DEMANDA
Demanda Potencial Receptiva	231.536
Demanda Potencial Interna	15.285
DEMANDA POTENCIAL TOTAL	246.821

2.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

En múltiples ocasiones se ha indicado que el Ecuador tiene potencia para posicionarse como el país con mayor megabiodiversidad del planeta ya que cuenta con la mayor biodiversidad por unidad e superficie a escala mundial. Esta característica se hace más evidente si se considera los 256.000 km² que tiene nuestro país.

El presente estudio de la oferta turística contemplará un análisis de la región propia del Cantón Santiago de Píllaro donde se realizará la propuesta planteada

2.2.1.1 Portafolio de Atractivos Turísticos en el Cantón Píllaro

Para detallar los recursos culturales en el cantón de Píllaro, en sus distintas parroquias, se enumera brevemente los más importantes:

CUADRO No. 28
LISTA DE ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO

ATRACTIVOS	CATEGORÍAS	TIPO	SUBTIPO
Diablada pillareña	Manifestación Cultural	Acontecimientos programados	Danza tradicional
Eventos deportivos con los barrios del cantón Píllaro	Manifestación Cultural	Acontecimientos programados	Eventos deportivos
Eventos deportivos con los jóvenes de los colegios del cantón	Manifestación Cultural	Acontecimientos programados	Eventos deportivos
Concurso de juegos pirotécnicos, 8 de septiembre	Manifestación Cultural	Acontecimientos programados	Fiesta: concurso
Toros en la cantonización de Píllaro	Manifestación Cultural	Acontecimientos programados	Fiesta: corrida de toros
Máscaras de la diablada pillareña	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanía de máscaras
Pelotas de cuero	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanía en cuero
Talabartería	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanía en cuero y pieles
Champús	Manifestación Cultural	Etnografía	Bebida típica
Jucho de capulí	Manifestación Cultural	Etnografía	Bebida típica
Papas con cuy	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Caldo de gallina	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Mote con hornado	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Fritada	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Roscones de yema de huevo	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Chigüiles	Manifestación Cultural	Etnografía	Comida típica
Cantonización de Píllaro	Manifestación Cultural	Etnografía	Creencias populares
Feria de los domingos en Píllaro	Manifestación Cultural	Etnografía	Feria
Ebanistería	Manifestación Cultural	Etnografía	Instrumentos musicales
Imagen de la Niña María de Jerusalén	Manifestación Cultural	Etnografía	Manifestaciones religiosas y creencias populares /
Diablada pillareña	Manifestación Cultural	Etnografía	Manifestaciones religiosas y creencias populares /
Pillareñita	Manifestación Cultural	Etnografía	Música
Píllaro viejo	Manifestación Cultural	Etnografía	Música
Viva Píllaro	Manifestación Cultural	Etnografía	Música
¡Píllaro! Bella tierra	Manifestación Cultural	Etnografía	Música
Juegos pirotécnicos	Manifestación Cultural	Etnografía	Objetos de pirotecnia
Casa de hacienda	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura civil
Mausoleos del Padre José Cobo Robalino	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura funeraria - mausoleo
Iglesia de la Niña María de Jerusalén	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura religiosa
Fachada de la iglesia de San Andrés	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura religiosa
Ex casa de los hermanos Miño Naranjo	Manifestación Cultural	Histórica	Casa tradicional
Gruta de la Niña María de Jerusalén	Manifestación Cultural	Histórica	Gruta religiosa
Monumento a Rumiñahui	Manifestación Cultural	Histórica	Monumento
Monumento a José María Urbina	Manifestación Cultural	Histórica	Monumento

Museo de Píllaro	Manifestación Cultural	Histórica	Museo arqueológico
Vestigios arqueológicos de Huaynacurí	Manifestación Cultural	Histórica	Zona histórica, conjuntos parciales arqueológicos.
Pileta perteneciente al Crnl. Luís Fernando Ortega	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas de ingeniería
Pileta de la plaza de Hno. Miguel	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas de ingeniería
Plaza a la resistencia indígena	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas de ingeniería

Fuente: Torres, Valeria del Rosario, Tesis: Propuesta para la Recuperación y Valoración del Patrimonio Cultural del Cantón Santiago de Píllaro Dirigido a Jóvenes de Educación Secundaria, UNITA, 2008, en base a las Investigaciones de campo realizadas conjuntamente; y otros estudios técnicos realizados por INPC, 2005.

2.2.1.2 *Superestructura Turística*

El Municipio del Cantón Píllaro es la única institución pública que por el momento se está involucrando en el tema del turismo, colaborando desde al año 2007 en la creación de una agencia de viajes denominada “Ecovida”, la misma que ofrece paquetes turísticos, con el objetivo de visitar los atractivos naturales con que cuenta el cantón Píllaro, principalmente: el Sistema Lacustre de Pisayambo, el Valle de Quillán, las cascadas en Baquerizo Moreno, las aguas termales en Guapante, el Parque Nacional Llanganates, entre otros; además brinda la oportunidad de practicar una gran variedad de deportes de aventura como el trekking, cabalgatas, observación de aves, pesca deportiva, escalada en roca, canyoning.

2.2.1.3 *Infraestructura Turística*

La comunicación en el cantón Píllaro es muy buena ya que se cuenta con servicio de Internet, telefonía celular (ALEGRO, MOVISTAR Y PORTA), transporte local (camionetas) e intercantonal (buses). Además cuenta con un canal de televisión llamado “Barro TV” y dos radios denominadas “La voz de los Llanganates” y “Píllaro”, las mismas que prestan un buen servicio de información local, nacional e internacional.

El cantón Píllaro cuenta con todos los servicios básicos como son agua potable, luz eléctrica, telefonía (local, nacional y para el exterior), las mismas que se encuentran en perfecto estado para el consumo y uso de todos los pobladores pillareños y para los visitantes que llegan a disfrutar de las bellezas del cantón.

Respecto a la accesibilidad, Píllaro cuenta con varias vías de acceso, “de acuerdo a su función se han podido establecer cinco tipos de vías:

CUADRO No. 29
SISTEMA VIAL DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO³³

TIPO DE VÍA	NOMBRE
1. Primer Orden	Vía intercantonal Ambato - Píllaro, nexo de unión con la capital provincial y con la Panamericana al resto del País. Vía intercantonal e interprovincial –Salcedo Píllaro- Patate-Baños.
2. Segundo Orden	Píllaro - San José de Poaló; y por esta vía al proyecto Hidroeléctrico Pisayambo – Pucará. Vías de enlaces del centro Cantonal con las cabeceras parroquiales; y son: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Píllaro- Urbina. ✓ Píllaro- San Andrés. ✓ Píllaro- Marcos Espinel. ✓ Píllaro- San Miguelito. ✓ Píllaro- Emilio María Terán. ✓ Píllaro- Baquerizo Moreno.
3. Tercer Orden	Vías de enlace de los centros parroquiales con diferentes caseríos barrios o comunidades
4. Cuarto Orden	Vías de enlaces entre barrios y/o comunidades, o ingresos exclusivos a estos”.

2.2.1.4 *Planta Hotelera*

Píllaro es un cantón que recién está abriendo sus puertas al turismo, por tal razón no cuenta con una buena infraestructura hotelera, ya que en la mayoría de los casos los hoteles son utilizados por comerciantes o turistas que llegan a Píllaro por motivo de fiestas, debido a esto no se cuenta con muchos establecimientos que puedan prestar un buen servicio en la parte de alojamiento.

³³ Municipio de Píllaro, Plan Estratégico Participativo del Cantón Píllaro, 2004, 81 Pág, Citado por Torres, Valeria del Rosario, Op. Cit., p. 65.

CUADRO No. 30
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PÍLLARO

No.	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD	DIRECCIÓN
Planta Hotelera				
1	Hotel	Chelo's	30	Calles Rodríguez de Guzmán y Montalvo (Píllaro)
2	Hostal	Novo	15	Calles Rocafuerte y Sucre (Píllaro)
3	Pensión	Acapulco	20	Calles Urbina y Bolívar (Píllaro)
4	Hotel	Casa de los Abuelos	15	Vía Patate – Ambato (San Miguelito)
Complejos Turísticos y Recreacionales				
1	Complejo turístico	El Porvenir	45	Vía a Pisayambo
2	Complejo recreacional	Lic. "Alirio Wilson Gómez"	40	En el colegio Jorge Álvarez
3	Complejo piscícola	Quillán	49	En el barrio Quillán "La Planta" parroquia de San Miguelito
4	Complejo recreacional	El Olimpo	n.d	En la parroquia urbana Ciudad Nueva
5	Complejo Recreacional	Agua Azul	n.d	En el sector de Huapante, parroquia San Andrés
6	Complejo piscícola	El Porvenir	30	En el barrio Santa Rita parroquia San Andrés
Restaurantes y Cafeterías				
1	Restaurante	La Garza		Calle Rumiñahui
2	Cafetería – heladería	Centro		Calle Rumiñahui
3	Heladería	Dulce Beso		Calle Rumiñahui
4	Restaurante	Pollos al carbón de la Rumiñahui		Calle Rumiñahui
5	Marisquería	Brisas del Mar		Calle Rumiñahui
6	Restaurante	Huracán del Sabor		Calle Rumiñahui
7	Restaurante	Rumiñahui		Calle Rumiñahui
8	Restaurante	El Venezolano		Calle Rumiñahui
9	Restaurante	Casa Blanca		Calle Montalvo
10	Restaurante	El Costeñito		Calle Urbina
11	Bar – restaurante	El Sabrosito		Calle Urbina
12	Restaurante	Asadero el Fogón		Calle Urbina
13	Picantería	Mama Luz		Calle Urbina
14	Picantería	Charito		Calles Urbina y Bolívar
15	Restaurante	el Pillareñito		Calle Flores
16	Restaurante	Chifa Asia		Calle Carlos Tamayo
17	Restaurante	Broaster		Calle Bolívar
18	Restaurante	Fast Food Dikat		Calle Rodríguez de Guzmán
19	Restaurante	El Papi		Calle Rodríguez de Guzmán
20	Restaurante	Fanisita		Calle Sucre
21	Restaurante	Pollos a la brasa Ranger		Calle Sucre
22	Mercado	Mercado Municipal de Píllaro		Calles Flores, Urbina, Montalvo y Rumiñahui.
Discoteca y Bar				
	Discoteca	New Way's		Calle Urbina
	Bar	La Luciérnaga		Calle Urbina

Fuente: Estudio de campo, 2007

Elaborado por: Valeria del Rosario Torres V. y Renato Cevallos. Recogido en Torres, Valeria del Rosario, Op. Cit., p. 67.

2.2.1.5 Competencia

El cantón Píllaro tiene dos tipos de competencias: la directa e indirecta. La competencia directa es Ambato y Baños, ya que en los últimos años ha gestionado y dirigido apropiadamente su planta turística y hotelera con el objetivo de dar un buen servicio a sus visitantes.

Por otro lado, la competencia indirecta podría ser Guayaquil, la misma que tiene una excelente planta turística y hotelera que recibe a una gran cantidad de turistas que acuden a la ciudad para observar los espectaculares paisajes naturales y culturales que posee y además se ha verificado en Guayaquil un apropiado manejo en la administración turística por parte de la empresa privada y pública.

Otras ciudades como Patate, Pelileo, Mocha y Quero son ciudades con importantes atractivos naturales y constituyen una competencia indirecta importantísima, sin embargo no tienen un portafolio de atractivos turísticos conocido.

2.3 DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO OBJETIVO

2.3.1 PERFIL DEL TURISTA Y SEGMENTO DE MERCADO

El tipo de turista que determinado para la zona de la sierra central del Ecuador, por el Ministerio de Turismo en el Cantón Píllaro, está definido con los siguientes segmentos y características:

CUADRO No. 31
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Jóvenes de 16 a 25 años - Adultos 25 a 35 y de 36 a 50 años - Familias completas (padres e hijos)
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Ecuador - América (Ecuador, Estados Unidos, Canadá, Colombia, Centro América) - Europeos (Holanda, Francia, Alemania, España, Inglaterra principalmente) - Australia
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> - Motivaciones recreativas y de descanso (turista nacional) - Motivaciones de naturaleza y cultura (turismo nacional y extranjero) - Motivaciones de aventura y misticismo (turismo nacional y extranjero)
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas interesados por la naturaleza y la leyenda. - Turistas que gusten de actividades grupales - Turistas con actitud y comportamiento de conocimiento y conservación del ambiente - Turistas interesados en aprendizaje de actividades manuales, económicas, productivas, científicas, educativas.

Fuente: CEVALLOS, Renato, Tesis: Propuesta para el Diseño y la Planificación de una Ecoaldea en la Comunidad Santa Marianita, Parroquia Nanegal, Cantón Quito, Ecuador, Universidad de Cooperación Internacional, UCI, San José, Costa Rica, 2008, adaptado de Kotler, 2007 & Fundación Maquipucuna, 2005.

Adaptación y ajuste al caso: El autor

Para la elaboración de este perfil psicográfico del turista se ha trabajado con la metodología citada en la tesis del Ing. Renato Cevallos³⁴ donde se profundizan en características similares del consumidor meta, considerando aspectos psicográficos y conductuales, basado en estudios de expertos en el tema. En este sentido se presenta estas características puntuales:

a) *Consumidores sin lealtad a la marca:* Para el presente trabajo, se reconoce que los clientes definidos para la Hostería “El Remanso” constituyen un producto de estancia vacacional. Atraídos por la novedad en el viaje y en el servicio.

b) *Consumidores con motivaciones preferentes:* De acuerdo a los estudios de Cevallos, en lo que respecta a “Motivaciones Vacacionales Agrupadas” el consumidor meta para este tipo de alojamientos se caracteriza por tener **motivaciones preferentes** (en la que se incluye el disfrute de clima, paisaje, cultura y cambio).

³⁴ Cevallos, Renato, Tesis: Op. Cit., 2008, p. 56.

c) *Consumidores con motivaciones turísticas tipológicas*: También Cevallos cita la óptica del autor Borja Solé (2004), donde se puede considerar los consumidores que tienen **Motivaciones Turísticas Tipológicas** basado en el clima, paisaje, cultura y contacto humano, y por otra parte los factores de decisión (precio, accesibilidad, publicidad, entre otros) que le permiten indicarle dónde hacerlo.

d) *Consumidores con estilo de vida definido*: Según el concepto de **estilo de vida**, el perfil del turista que disfrutará de los servicios de la Hostería “El Remanso” pertenece a la categoría “Turista vivencial” que disfruta mezclarse con la población autóctona para vivir como ellos por un período de tiempo.

e) *Consumidores según Ryan (1988)*: Clasifica a los grupos en tres dimensiones: filosofía de viaje, beneficios buscados y productos turísticos escogidos. Para nuestro caso la **filosofía de viaje** existen los viajeros de paquetes turísticos, de viajes familiares y viajeros independientes; según los **beneficios buscados** los viajeros de contacto social y natural; y según los **productos turísticos escogidos** los viajeros de naturaleza y cultura.

f) *Consumidores alocéntricos*: Son turistas que prefieren los destinos exóticos, las vacaciones no programadas, es activo y se involucra con la cultura autóctona del destino.

Los criterios expuestos permiten definir el perfil del consumidor meta a quien se pretende dirigir este producto turístico. Por tanto el perfil del consumidor meta es:

“Un turista alocéntrico cuya motivación y preferencia se encuentra relacionada con el turismo cultural – vivencial, con enfoque a la modalidad rural, de aventura y agroturismo. Se lo considera un turista vivencial y puede realizar su viaje a través de la compra de paquetes turísticos o en forma independiente. Este tipo de turista puede viajar solo o en familia, no tiene lealtad a la marca pero está completamente satisfecho por la calidad del producto adquirido”.

2.4 BALANCE OFERTA – DEMANDA

2.4.1 PROCESO DE INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado sirva a las empresas para tomar decisiones e introducir un producto o servicio en un sector. Para el presente trabajo se presentan los resultados de las encuestas realizadas al cliente potencial.

Las preguntas se han dividido en dos tipos: por un lado se toma en cuenta la presencia de turistas del sector de la provincia de Tungurahua y sus alrededores y por otro de zonas diferentes como: Quito y turistas extranjeros sobre conocimientos del Cantón Píllaro o algunas de sus festividades; asimismo se refieren a gustos y atractivos de forma general, preferencias en cuanto a productos y precios, conductas de compras, y criterios de satisfacción respecto a los servicios que esperan encontrar.

Para ello se define los objetivos de la investigación, se desarrolla el plan investigativo, el cual recabará información, para luego tabularla y por último analizarla en base de los requerimientos.

2.4.1.1 Objetivos de la Investigación

- Identificar la existencia de la necesidad insatisfecha del mercado o la posibilidad de brindar un mejor servicio del ya existente.
- Determinar el porcentaje de aceptación del mercado meta con respecto al servicio ofrecido
- Analizar a la oferta con sus respectivas ventajas competitivas para establecer precios en función de este análisis.

2.4.1.2 *Métodos a aplicarse*

Para la ejecución del estudio de mercado se utilizó la investigación descriptiva y la observación directa, de este modo la recolección de datos se hizo mediante encuestas al consumidor final, cuyo objetivo principal es delinear las características fundamentales del mercado.

Para determinar la oferta se realizó una investigación de campo en las instalaciones de la competencia, logrando precisar las características más relevantes de su servicio y poder establecer estrategias competitivas para nuestro proyecto.

2.4.1.3 *Diseño Muestral*

Para el cálculo de la muestra se tomó como referencia el libro: Investigación de mercado de Laura Fisher, 3ra. Edición y el software informático *DYANE*.

Universo turistas nacionales: 96.965 (2008)

El cálculo del tamaño de la muestra se realiza mediante la fórmula para una población infinita por medio de los siguientes pasos:

- a. Se determinó el grado de confianza con el que se trabajará (X = promedio del Universo), y con un intervalo $Z = 1,99$, igual al 99%;
- b. 50% para p (probabilidad a favor) y 50% a q (probabilidad en contra)
- c. Se trabajará con un error en la estimación del 5% para que la información tenga validez.

La combinación de los elementos calculados en los literales a, b y c permitió obtener la fórmula para una población infinita, que es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

Z = Nivel de confianza

p = Estándar poblacional

q = Estándar de calidad

e = error de estimación (no debe ser mayor al 10%), equivale en este caso al 5%

De acuerdo a estos datos la muestra es:

Z = 1,99

p = 0, 50

q = 0, 50

e = 5%

Reemplazando la fórmula tenemos

$$n = \frac{1,99 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2}$$

n = 396

2.4.1.4 *Diseño de Instrumentos de Captación de Información*

Para ejecutar la investigación se ha planteado dos tipos de encuestas, una para los turistas nacionales y otra para los turistas extranjeros, pues cada uno tiene diferente criterio, además porque el turista extranjero posee un leve conocimiento de lugares como el Cantón Píllaro, por ello las preguntas han sido aludidas en relación con el parque Nacional Llanganates y la Reserva Sangay así como las diferentes manifestaciones culturales, especialmente, la Diablada Pillareña.

2.4.1.5 *Prueba Piloto*

Antes que inicie la investigación, se realizó condiciones de campo que consistió en aplicar una pequeña muestra de personas similares a las que van a ser entrevistadas en la investigación.

Esta prueba piloto tiene como objetivo asegurar que las preguntas sean claras y estén en un orden lógico y sucesivo, limitar la extensión del cuestionario, conocer el tiempo en que se realiza el mismo, describir cualquier problema que pueda presentarse al editar, codificar y tabular los cuestionarios.

Para ello también se ha programado el uso del software Dyane, de uso libre, que permite elaborar los instrumentos (cuestionarios) así como tabularlos y presentar sus resultados.

Para la ejecución de esta prueba se tomo un 3% de la muestra, es decir doce (12), de las cuales se observa que los resultados cumplen con el objetivo planteado en la prueba piloto.

2.4.1.6 *Operación de Campo y Resultados*

Realizado el Piloto de operación, se determina dos cuestionarios con preguntas claras y limitadas, con orden lógico y limitada extensión (cinco a seis minutos por persona), se realizó la aplicación a un total de 414 para turistas nacionales.

Su aplicación duró alrededor de 15 días y la tabulación 5 días más.

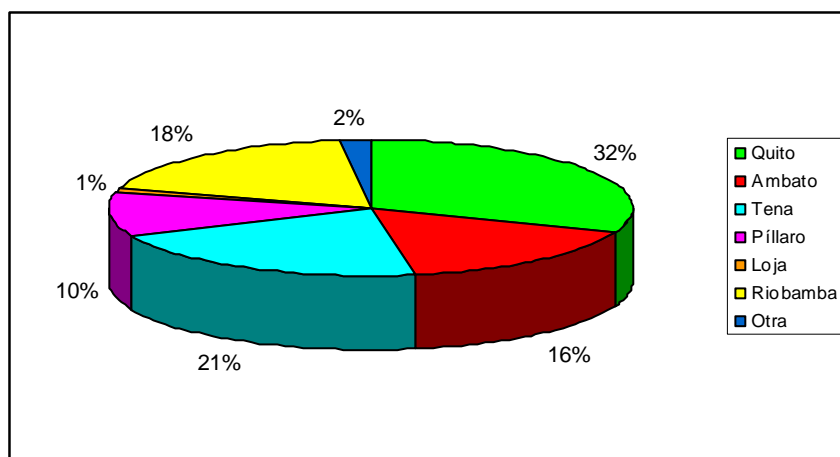
A partir del análisis de cada una de las preguntas, se presentan los siguientes resultados:

Pregunta 1: Lugar de Residencia**CUADRO No. 32****LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS ENCUESTADOS**

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Quito	128	30,92
2	Ambato	68	16,43
3	Tena	87	21,01
4	Píllaro	43	10,39
5	Loja	4	0,97
6	Riobamba	76	18,36
7	Otra	8	1,92
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 9**LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS ENCUESTADOS**

Análisis: La mayor parte de encuestados tiene su lugar de residencia en la Capital, Quito. Sin embargo se ha realizado esta investigación en cuatro de las ciudades más grandes, dinámicas y próximas a la Propuesta: Ambato (16,43%), Tena (21,01%), Riobamba (18,36%) y Píllaro (10,39%), lo que suma alrededor de un 67% de estudio en campo.

Pregunta 2: Género

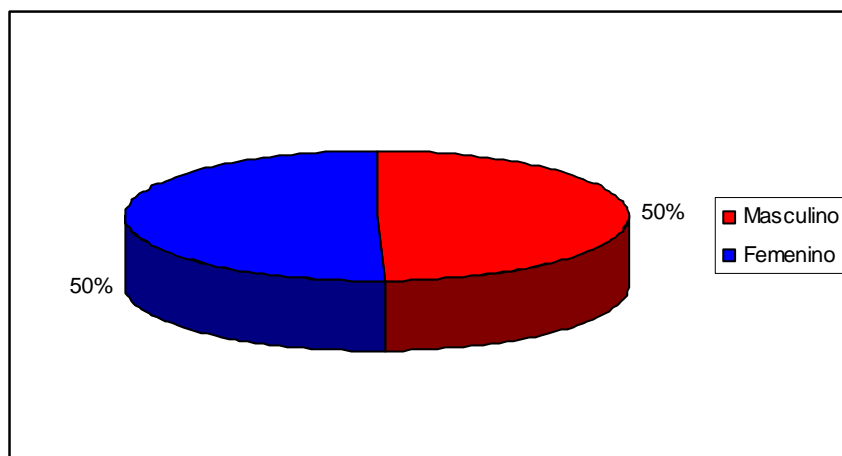
CUADRO No. 33
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Masculino	205	49,52
2	Femenino	209	50,48
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 10
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



Análisis: La mayor parte de los encuestados (50,48%) pertenecen al género femenino.

Pregunta 3: Edad

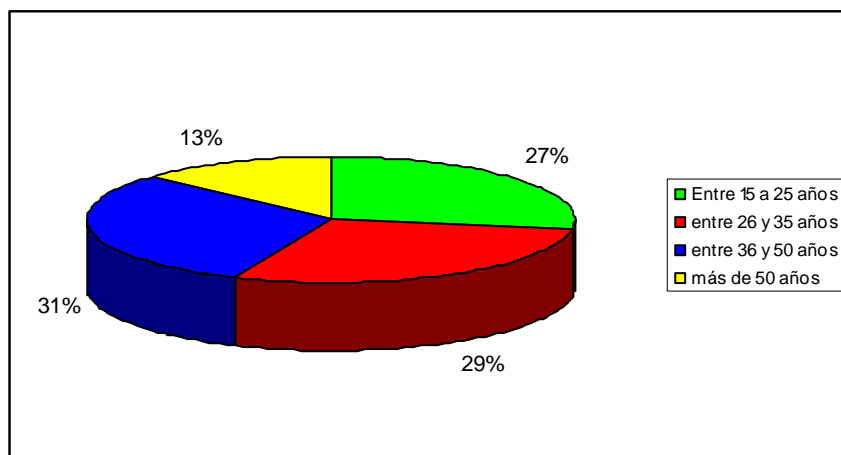
CUADRO No. 34
EDAD DE LOS ENCUESTADOS, DE ACUERDO CON RANGOS

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Entre 15 a 25 años	113	27,29
2	entre 26 y 35 años	120	28,99
3	entre 36 y 50 años	127	30,68
4	más de 50 años	54	13,04
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 11
EDAD DE LOS ENCUESTADOS, DE ACUERDO CON RANGOS



Análisis: Se ha procurado realizar una investigación por igual entre los grupos etáreos que fluctúan entre los 15-25, 26-35, 36-50 años que forman parte del mercado objetivo de esta propuesta. La proporción que se ha tomado se encuentra cercana al 30% para todos los casos. Solamente en el grupo etáreo de más de 50 años, su proporción es del 13%, principalmente por que no constituyen la primera opción de mercado.

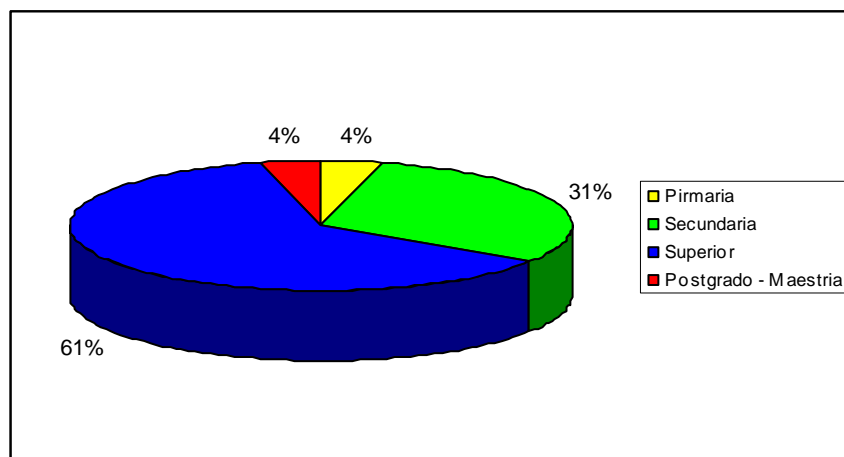
Pregunta 4: Nivel de Instrucción

CUADRO No. 35
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Primaria	16	3,86
2	Secundaria	127	30,68
3	Superior	255	61,59
4	Postgrado - Maestría	16	3,86
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,
Elaboración: El autor

Gráfico No. 12
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Análisis: Gran parte de los encuestados (61%) constituyen personas con una formación o estudios de educación superior. Esto conlleva a agrupar el segmento de mercado a este tipo de consumidores potenciales.

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia realiza actividades relacionadas con el turismo y la recreación?

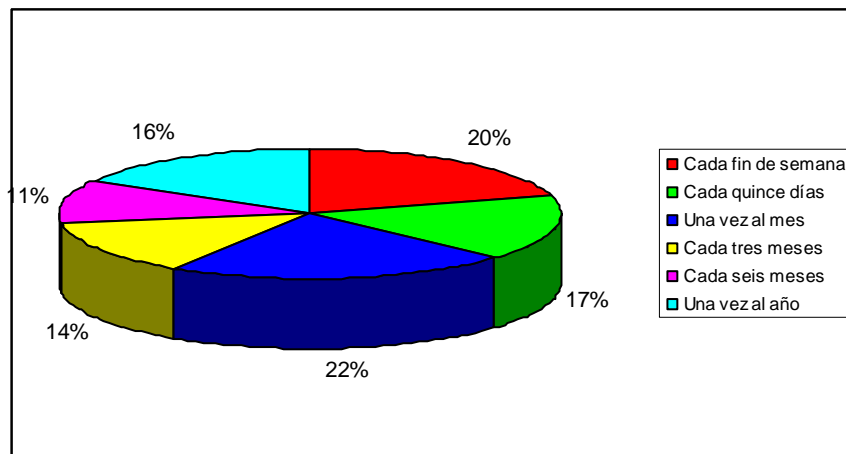
CUADRO No. 36
FRECUENCIA CON QUE SE REALIZA ACTIVIDADES DE
TURISMO Y RECREACIÓN

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Cada fin de semana	88	20,47	21,26
2	Cada quince días	71	16,51	17,15
3	Una vez al mes	95	22,09	22,95
4	Cada tres meses	59	13,72	14,25
5	Cada seis meses	47	10,93	11,35
6	Una vez al año	70	16,28	16,91
	Total Frecuencias	430	100,00	103,87
	TOTAL MUESTRA	414		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 13
FRECUENCIA CON QUE SE REALIZA ACTIVIDADES DE
TURISMO Y RECREACIÓN



De la muestra determinada, se analiza que la mayor parte de las personas encuestadas prefieren realizar actividades turísticas por lo menos una vez cada mes.

Pregunta 6: ¿Cuáles son sus motivaciones al momento de elegir un lugar para visitar?

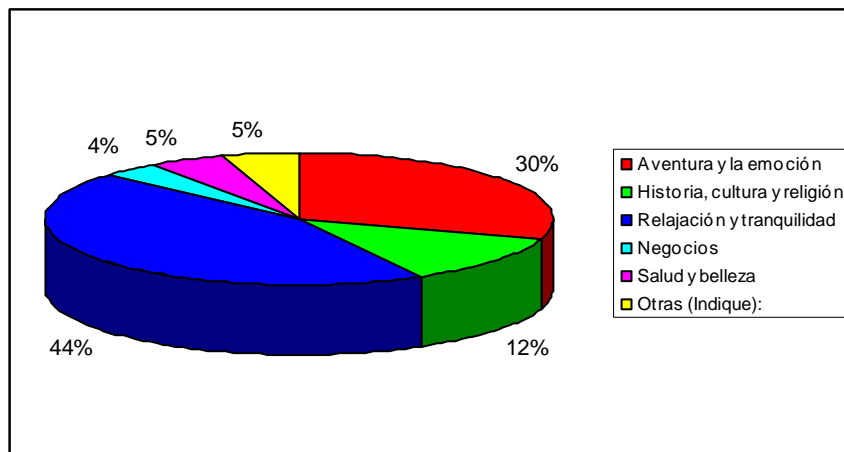
CUADRO No. 37
MOTIVACIONES DE LOS ENCUESTADOS AL MOMENTO DE ELEGIR UN
LUGAR PARA VISITAR

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Aventura y la emoción	157	29,90	37,92
2	Historia, cultura y religión	63	12,00	15,22
3	Relajación y tranquilidad	235	44,76	56,76
4	Negocios	19	3,62	4,59
5	Salud y belleza	25	4,76	6,04
6	Otras (Indique):	26	4,95	6,28
	Total Frecuencias	525	100,00	126,81
	TOTAL MUESTRA	414		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 14
MOTIVACIONES DE LOS ENCUESTADOS AL MOMENTO DE ELEGIR UN
LUGAR PARA VISITAR



Análisis: La preferencia de los encuestados se orienta a actividades turísticas que permitan un espacio para la relajación y la tranquilidad, a fin de distanciarse aunque sea un momento, de la rutina diaria y de sus hogares.

Pregunta 7: Generalmente cuando sale lo hace acompañado de:

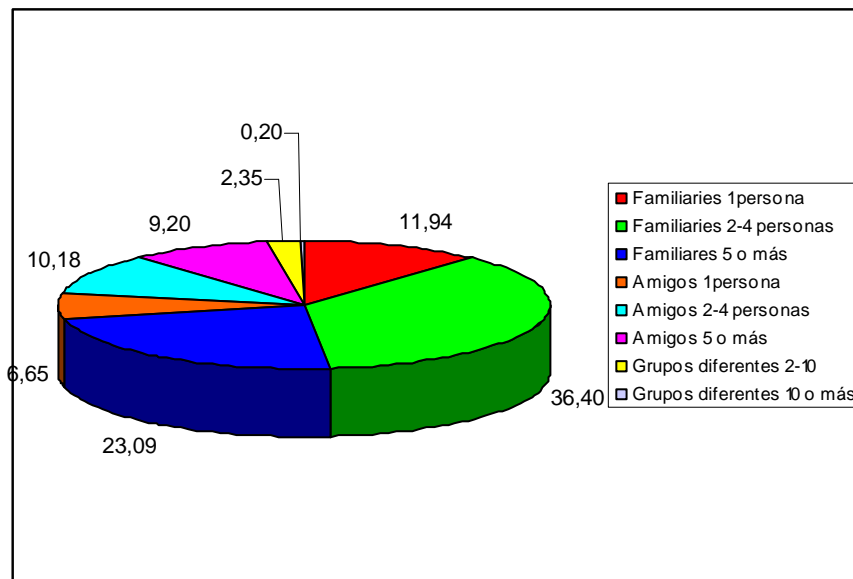
CUADRO No. 38
PREFERENCIAS DE LOS ENCUESTADO PARA SER ACOMPAÑADO CUANDO
REALIZAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Familiares 1 persona	61	11,94	14,73
2	Familiares 2-4 personas	186	36,40	44,93
3	Familiares 5 o más	118	23,09	28,50
4	Amigos 1 persona	34	6,65	8,21
5	Amigos 2-4 personas	52	10,18	12,56
6	Amigos 5 o más	47	9,20	11,35
7	Grupos diferentes 2-10	12	2,35	2,90
8	Grupos diferentes 10 o más	1	0,20	0,24
	Total Frecuencias	511	100,00	123,43
	TOTAL MUESTRA	414		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 15
PREFERENCIAS DE LOS ENCUESTADO PARA SER ACOMPAÑADO CUANDO
REALIZAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Análisis: Definitivamente un alto porcentaje (71% aprox) de los encuestados prefiere realizar cualquier actividad turística en compañía de sus familiares, sea cual fuere el número de miembros en cada familia, o por lo menos con una persona de ella. Esto demuestra que los lazos de familiaridad en el grupo de encuestados son importantes y son incluidos dentro de decisiones como la de *¿a dónde ir de vacaciones?*.

Pregunta 8: ...y, por un tiempo de?:

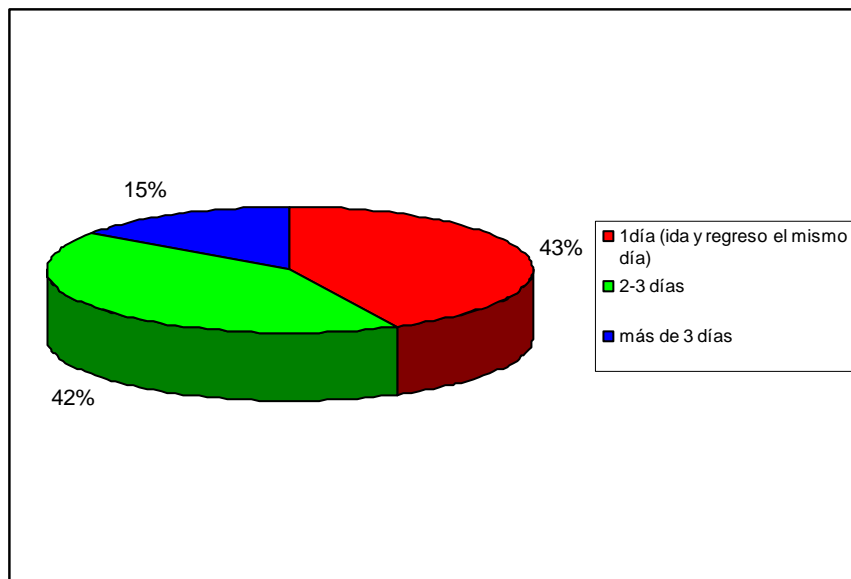
CUADRO No. 39
PREFERENCIA EN CUANTO A LOS DÍAS DE PERMANENCIA EN
ACTIVIDADES DE TURISMO

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	1 día (ida y regreso el mismo día)	186	42,66	44,93
2	2-3 días	183	41,97	44,20
3	más de 3 días	67	15,37	16,18
	Total Frecuencias	436	100,00	105,31
	TOTAL MUESTRA	414		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 16
PREFERENCIA EN CUANTO A LOS DÍAS DE PERMANENCIA EN
ACTIVIDADES DE TURISMO



Análisis: El encuestado en su mayoría prefiere actividades de un día o de 2 a 3 días. Esto se puede interpretar como la preferencia para hacer turismo en los fines de semana.

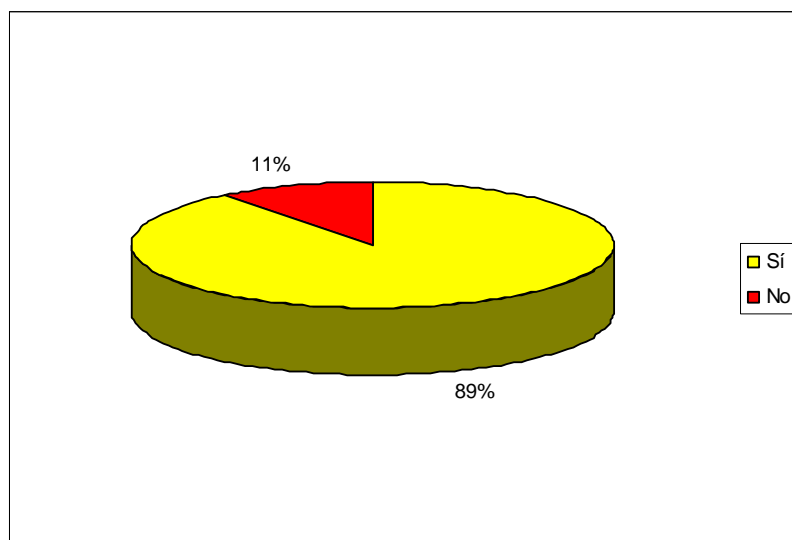
Pregunta 9: ¿Se ha encontrado interesado, alguna vez, en involucrarse en actividades al aire libre?

CUADRO No. 40
CONTESTACIÓN RESPECTO A INVOLUCRARSE EN ACTIVIDADES
AL AIRE LIBRE

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Sí	370	89,37
2	No	44	10,63
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,
Elaboración: El autor

Gráfico No. 17
CONTESTACIÓN RESPECTO A INVOLUCRARSE EN ACTIVIDADES
AL AIRE LIBRE



Análisis: Definitivamente, un altísimo porcentaje de los encuestados ha pensado o prefiere realizar actividades turísticas y recreativas al aire libre. Esta tendencia es importante para esta investigación ya que permite determinar que los encuestados, y por inferencia estadística el universo total, se sienten interesados por un encuentro con la naturaleza, en cualquiera de sus expresiones.

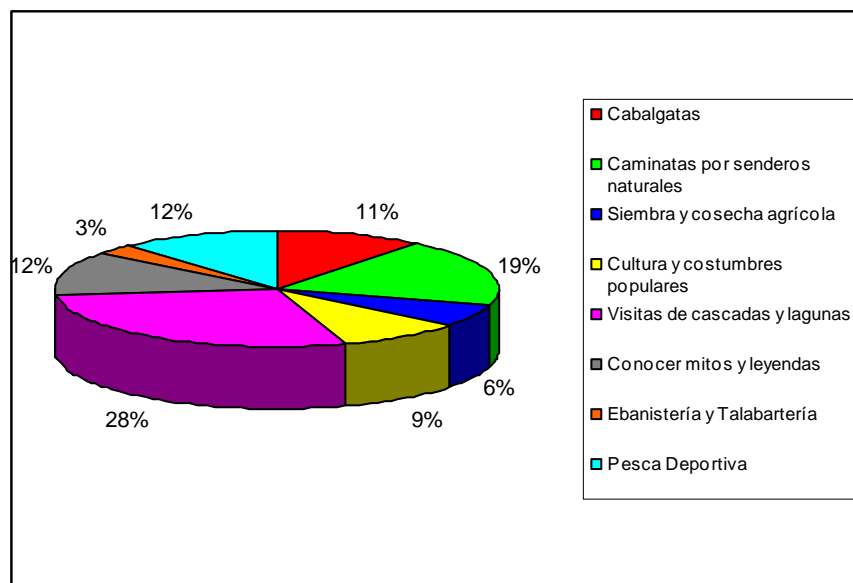
Pregunta 10: ¿Le gustaría involucrarse en alguna de estas actividades?

CUADRO No. 41
PREFERENCIAS PARA INVOLUCRARSE EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Cabalgatas	89	10,95	24,05
2	Caminatas por senderos naturales	153	18,82	41,35
3	Siembra y cosecha agrícola	50	6,15	13,51
4	Cultura y costumbres populares	74	9,10	20,00
5	Visitas de cascadas y lagunas	230	28,29	62,16
6	Conocer mitos y leyendas	100	12,30	27,03
7	Ebanistería y Talabartería	22	2,71	5,95
8	Pesca Deportiva	95	11,69	25,68
	Total Frecuencias	813	100,00	219,73
	TOTAL MUESTRA	370		
	No contestan	44		

Fuente: Estudio de campo,
Elaboración: El autor

Gráfico No. 18
PREFERENCIAS PARA INVOLUCRARSE EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS



Análisis: Del 89% de personas encuestadas en la pregunta 9, en la siguiente pregunta se realiza un sondeo a fin de conocer a cuál de las actividades turísticas asociadas con cultura, recreación, aventura y ecoturismo se sienten más atraídos. En este sentido, la mayor cantidad de encuestados siente preferencia por la visita de cascadas y lagunas (28%), seguido por la caminata por senderos naturales (19%) y por el conocimiento de mitos y leyendas (12%). Es importante recalcar que estas actividades turísticas son exclusivas de las estribaciones de la región interandina, por lo que se destaca la importancia que ha tenido en el imaginario de los encuestados mantener un contacto con la naturaleza en este tipo de climas.

Pregunta 11: ¿Ha escuchado acerca de la ciudad de Píllaro?

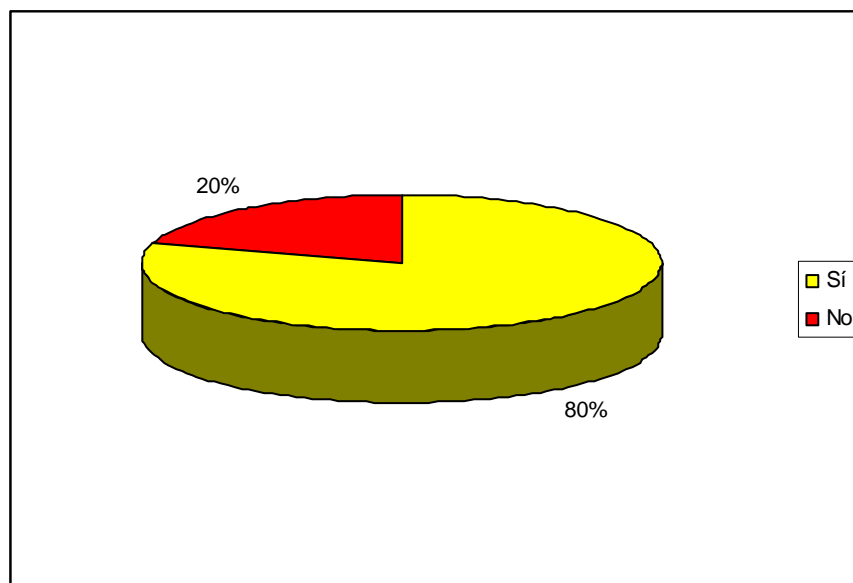
CUADRO No. 42
PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO DE PÍLLARO

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Sí	330	79,71
2	No	84	20,29
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 19
PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO DE PÍLLARO



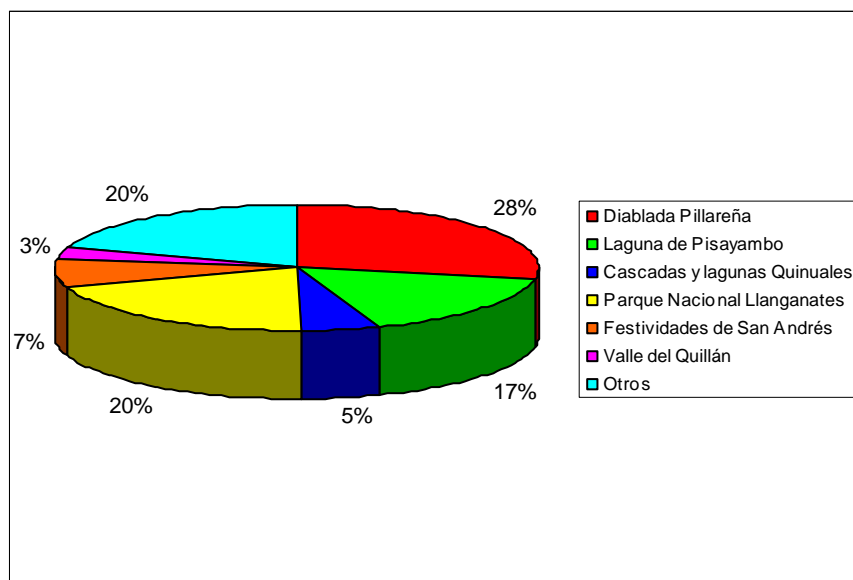
Análisis: Un dato que resulta fundamental es que el 80% de los encuestados han visitado, conocen o han escuchado de la ciudad de Píllaro, o cualquiera de sus manifestaciones culturales, religiosas o naturales.

Pregunta 12: ¿Cuál de estos sitios o festividades ha escuchado de Píllaro?

CUADRO No. 43
SITIOS O FESTIVIDADES QUE CONOCE DE PÍLLARO

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Diablada Pillareña	161	27,66	38,89
2	Laguna de Pisayambo	97	16,67	23,43
3	Cascadas y lagunas Quinuales	31	5,33	7,49
4	Parque Nacional Llanganates	118	20,27	28,50
5	Festividades de San Andrés	43	7,39	10,39
6	Valle del Quillán	18	3,09	4,35
7	Otros	119	19,59	27,54
	Total Frecuencias	587	100,00	140,58
	TOTAL MUESTRA	330		

Gráfico No. 20
SITIOS O FESTIVIDADES QUE CONOCE DE PÍLLARO



Análisis: Del 80% anterior, se destaca que un 28% ha escuchado y conoce de la celebración cultural de la Diablada Pillareña, un 20% sabe acerca del Parque Nacional Llanganates, hecho que comparte con otros atractivos turísticos no definidos en la encuesta de los que resaltan las Festividades Cantonal y Religiosas del Cantón Píllaro o su cabeceras parroquiales, y un 17% ha tenido la posibilidad de saber acerca de la laguna de Pisayambo o de los proyectos que se llevan a cabo en ella. Aquí se destaca la importancia que va tomando una fiesta cultural como la Diablada Pillareña, la misma que estos últimos meses ha tenido una gran cobertura mediática nacional e internacional, así como ha sido presentada por el Ministerio de Turismo como una de las festividades emblemáticas del Ecuador en Ferias Internacionales como la Berlín, Alemania.

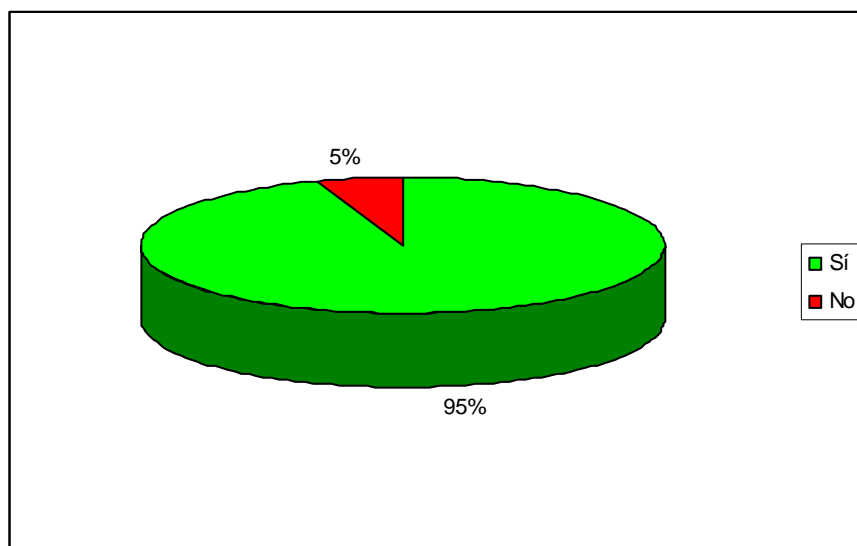
Pregunta 13: ¿Le gustaría visitar alguna de los sitios o festividades anteriores, y además disfrutar de actividades de aventura y recreación?

CUADRO No. 44
CONTESTACIÓN ACERCA DE LA PREDISPOSICIÓN PARA CONOCER
PÍLLARO Y DISFRUTAR DE ACTIVIDADES DE AVENTURA Y RECREACIÓN

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Sí	392	94,69
2	No	22	5,31
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,
Elaboración: El autor

Gráfico No. 21
CONTESTACIÓN ACERCA DE PREDISPOSICIÓN PARA CONOCER PÍLLARO
Y DISFRUTAR DE ACTIVIDADES DE AVENTURA Y RECREACIÓN



Análisis: Un dato fundamental para la propuesta es la altísima preferencia que tendrían los encuestados para visitar los atractivos turísticos del Cantón Píllaro. Con ello se puede augurar un éxito en los proyectos que en adelante tomen esta decisión. Un factor importante que no se debe olvidar es que las actividades turísticas deben considerar actividades de aventura y emoción dentro de sus propuestas.

Pregunta 14: ¿En el sitio donde Ud. decida alojarse le gustaría encontrar además de los servicios de parqueadero, alimentos y bebidas, las siguientes instalaciones?

CUADRO No. 45

PREFERENCIAS DE SERVICIOS ADICIONALES EN LA HOSTERÍA

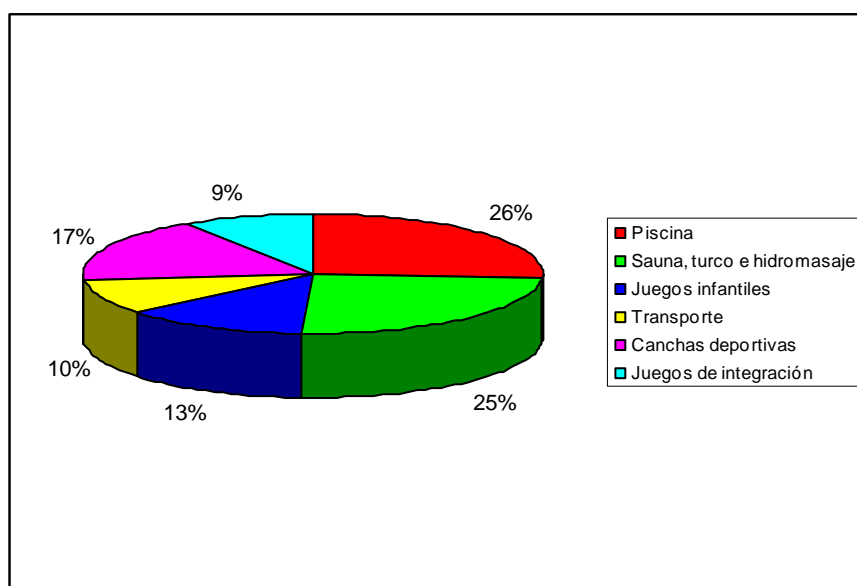
Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Piscina	275	26,22	70,15
2	Sauna, turco e hidromasaje	259	24,69	66,07
3	Juegos infantiles	135	12,87	34,44
4	Transporte	101	9,63	25,77
5	Canchas deportivas	182	17,35	46,43
6	Juegos de integración	97	9,25	24,74
	Total Frecuencias	1049	100,00	267,60
	TOTAL MUESTRA	392		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 22

PREFERENCIAS DE SERVICIOS ADICIONALES EN LA HOSTERÍA



Análisis: El 95% de los encuestados de la pregunta 13, se ha realizado una investigación a fin de conocer cuáles son los servicios hoteleros complementarios que gustaría tener a más de los consabidos en cualquier sitio de hospedaje, arrojando una altísima preferencia por la piscina de agua temperada o caliente, el sauna, turco e hidromasaje y las canchas deportivas. Estas preferencias son fundamentales al momento de diseñar la propuesta técnica para la Hostería.

Pregunta 15: ¿Cuál es la forma de pago que utilizaría si decide realizar este viaje?

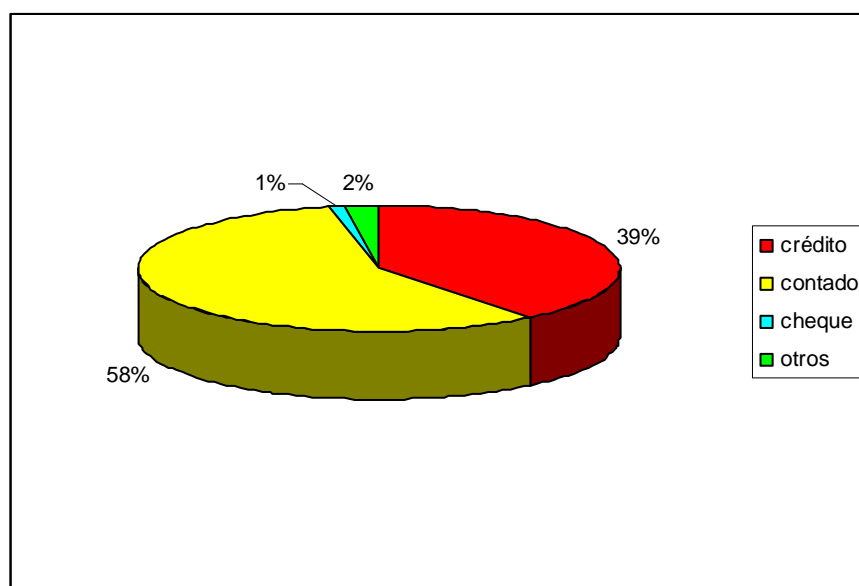
CUADRO No. 46
PREFERENCIAS DE FORMAS DE PAGO

Valor	Significado	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	crédito	166	39,06	42,35
2	contado	245	57,65	62,50
3	cheque	4	0,94	1,02
4	otros	10	2,35	2,55
	Total Frecuencias	425	100,00	108,42
	TOTAL MUESTRA	392		

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 23
PREFERENCIAS DE FORMAS DE PAGO



Análisis: El 95% de los encuestados de la pregunta 13, se ha realizado una investigación a fin de conocer cuales son las preferencias al momento de realizar la cancelación de los servicios hoteleros y turísticos prestados. En su gran mayoría prefieren realizarlo al contado, por lo que la proporción de dinero que deben llevar al momento de cancelar estos valores no debe ser muy representativa.

Pregunta 16: Realice un estimado de gastos diarios por persona, de acuerdo con su última salida

CUADRO No. 47

ESTIMADO DE GASTOS DIARIOS POR PERSONA

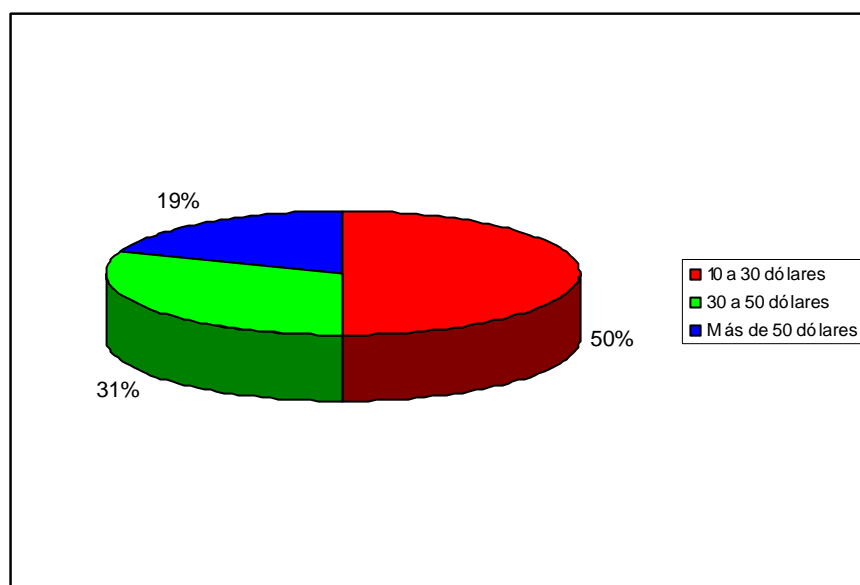
Valor	Significado	Frecuencia	%
1	10 a 30 dólares	196	50,00
2	30 a 50 dólares	120	30,61
3	Más de 50 dólares	76	19,39
	TOTAL	392	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No. 24

PREFERENCIAS DE SERVICIOS ADICIONALES EN LA HOSTERÍA



Análisis: Los encuestados han realizado un análisis de cual han sido los precios por persona que se encuentran dispuestos a pagar, de acuerdo con su última salida, e indican que entre el rango de 10 a 30 dólares son los valores que podrían aportar. Hay un hecho particular. El 31% de los encuestados estaría dispuesto a cancelar entre 30 a 50 dólares por persona, lo que indica una posibilidad a futuro de emprender en propuestas con un mercado más exclusivo y selecto que el actual.

Pregunta 17: En su vida personal el grado de importancia por hacer turismo es...

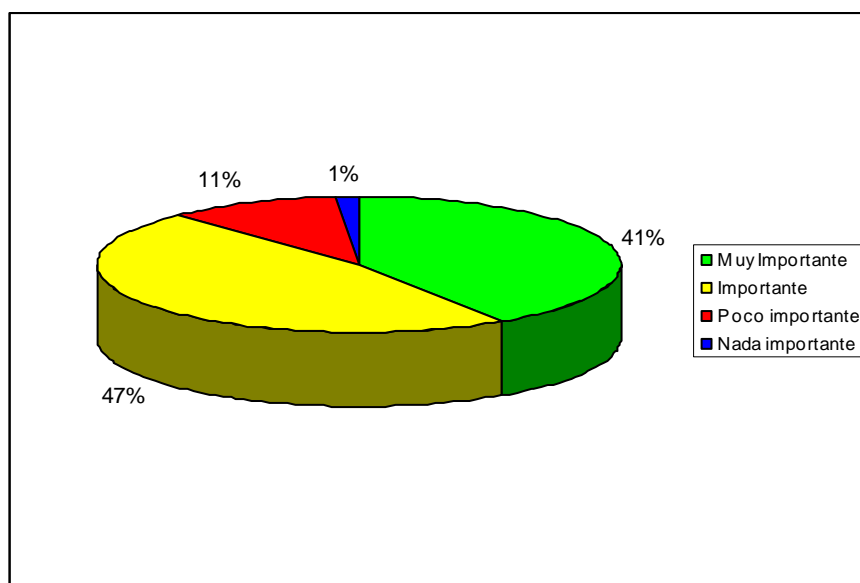
CUADRO No. 48
GRADO DE IMPORTANCIA POR HACER TURISMO

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Muy Importante	169	40,82
2	Importante	194	46,86
3	Poco importante	45	10,87
4	Nada importante	6	1,45
	TOTAL	414	100,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

Gráfico No 25
GRADO DE IMPORTANCIA POR HACER TURISMO



Análisis: Finalmente, un 47% de los encuestados considera que el turismo es su vida personal tiene el grado de *Importante*, seguido con el un 41% por la característica de *Muy Importante*. Esto da a conocer que en su gran mayoría los encuestados dan una alta consideración a las actividades turísticas, cualquiera que estas sean.

Nota: Como Anexo No 9. Se encuentra el formulario de aplicación de las encuestas de campo

2.4.2 CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para saber la existencia de una demanda insatisfecha se toma los datos tanto de la oferta directa e indirecta como de la demanda proyectada, que han sido calculados anteriormente

CUADRO No. 49
CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

OFERTA DIRECTA	OFERTA INDIRECTA	TOTAL OFERTA	TOTAL DEMANDA ANUAL
28.800	72.000	100.800	246.821
DEMANDA INSATISFECHA			146.021

Como se observa la oferta directa e indirecta del cantón por año Píllaro suma 100.800, y el total demandado anualmente se proyecta en 246.821 por lo que existe una demanda insatisfecha de **146.021** que constituye el **59,16%** de la demanda total.

2.5 ANÁLISIS Y DISEÑO DE SERVICIOS HOTELEROS – TURÍSTICOS

Con la información proporcionada por el estudio de mercado, se puede diseñar cuáles son los productos turísticos y las opciones que pueden ofertarse a los potenciales clientes.

En este sentido se ofertan cuatro productos turísticos principales, con opciones dirigidas a turistas nacionales y otras dirigidas turistas extranjeros.

Tres de estos productos corresponden a experiencias ecológicas y culturales, y el último a la experiencia de descanso y relajación.

A continuación se detallan los productos y otros detalles importantes:

Producto No. 1

<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Parque Nacional Llanganates: Tras el Tesoro del Inca Rumiñahui</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de aventura y naturaleza.</p>	<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Parque Nacional Llanganates: Tras el Tesoro del Inca Rumiñahui</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas europeos y asiáticos con motivaciones de aventura y naturaleza.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Opción # 1:</u></p> <p>Nombre del tour: Tras las huellas del Inca Rumiñahui # de pax: 15 # de días: 2 días, 1 noche Código: H&T 001</p> <p><u>Día 1:</u> Contactos. Recepción y registro. De la Hostería hacía el nororiente hasta la parroquia de San José de Poaló (la puerta de entrada a los Llanganates). Avance en transporte hasta embalse de Pisayambo. Caminata paramera por senderos ecológicos hasta el sector de El Mirador para observar páramos circundantes. Lunch. Descenso hasta la laguna de Yanacocha y laguna de los Leones. Regreso a San José de Poaló para disfrutar de los “baños de cajón” que <i>curan cuerpo y el alma</i>. Transporte hasta la Hostería. Descanso y Merienda</p> <p><u>Día 2:</u> Caminata a las lagunas de Cochas Negras, Aucacocha, de los Leones y Yanacocha para efectuar pesca deportiva. Visita de el Cerro Hermoso, principal elevación del parque Llanganates. Regreso</p> <p><u>Incluye:</u> Transporte, Acampaje, Alimentación (4 comidas), Guía, entrada al Parque, guía y asistencia para la caminata.</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, ponchos de agua, linterna, zapatos cómodos, útiles de aseo, linterna, bloqueador solar, libreta de campo, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 85 usd (individual)</p>	<p style="text-align: center;"><u>Opción # 2:</u></p> <p>Nombre del tour: Tras las huellas del General Inca Rumiñahui y su increíble tesoro. # de pax: 15 # de días: 3 días, 2 noches Código: H&T 002</p> <p><u>Día 1:</u> Contactos. Recepción y registro. Se visita la población de Píllaro, la Comunidad de Huanacauri con un mirador del sector. Camino a Plazuela donde se realiza una parada para observar las artesanías del Sector, Lunch y provisiones; visita a la Laguna de Pisayambo sitio natural de gran interés. Se elaboran campamentos y se pernocta en el sector.</p> <p><u>Día 2:</u> De la Hostería hacía el nororiente hasta la parroquia de San José de Poaló (la puerta de entrada a los Llanganates). Avance en transporte hasta embalse de Pisayambo. Caminata paramera por senderos ecológicos hasta el sector de El Mirador para observar páramos circundantes. Lunch. Descenso hasta la laguna de Yanacocha y laguna de los Leones. Regreso a San José de Poaló para disfrutar de los “baños de cajón” que <i>curan cuerpo y el alma</i>. Transporte hasta la Hostería. Descanso y Merienda</p> <p><u>Día 3:</u> Caminata a las lagunas de Cochas Negras, Aucacocha, de los Leones y Yanacocha para efectuar pesca deportiva. Visita de el Cerro Hermoso, principal elevación del parque Llanganates. Regreso</p> <p><u>Incluye:</u> Transporte, Acampaje, Alimentación (8 comidas), Guía, entrada al Parque</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, ponchos de agua, linterna, zapatos cómodos, útiles de aseo, linterna, bloqueador solar, libreta de campo, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 165 usd por pax</p>

Producto No. 2

<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Quinuales, una experiencia ecológica inolvidable</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de aventura y naturaleza. Deportistas extremos.</p>	<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Quinuales, una experiencia ecológica inolvidable</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de aventura y naturaleza. Deportistas extremos.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Opción # 1:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuatoriana # de pax: 15 # de días: 1 Código: H&T 003</p> <p><u>Día 1:</u> Recepción y registro. Recorrido ecológico por el Páramo Quinuales por senderos determinados, observación de Cascadas. Lunch. Opcional el alquiler de bicicletas para recorrido ecológico. Opcional recorrido de down hill</p> <p><u>Include:</u> Transporte, Alimentación (1 comida), Guía.</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, zapatos cómodos, útiles de aseo, bloqueador solar, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 10 USD (individual)</p>	<p style="text-align: center;"><u>Opción # 2:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuatoriana # de pax: 15 # de días: 1 Código: H&T 004</p> <p><u>Día 1:</u> Recepción y registro. Recorrido ecológico por el Páramo Quinuales por senderos determinados, observación de Cascadas. Lunch. Opcional el alquiler de bicicletas para recorrido ecológico. Opcional recorrido de down hill</p> <p><u>Include:</u> Transporte, Alimentación (1 comida), Guía.</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, ponchos de agua, linterna, zapatos cómodos, útiles de aseo, linterna, bloqueador solar, libreta de campo, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 15 USD por pax</p>

Producto No. 3

<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Píllaro, legado de cultura y tradición, en el corazón del Ecuador</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de conocimiento cultural, aprendizaje y descanso.</p>	<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Píllaro, legado de cultura y tradición, en el corazón del Ecuador</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas americanos, europeos y asiáticos con motivaciones de aventura y naturaleza.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Paquete # 1:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> La cultura y tradición en el corazón del Ecuador # de pax: 15 # de días: 1 Código: H&T 005</p> <p><u>Día 1:</u> Registro. Visita a los talleres de ebanistería de la zona, posibilidad de realizar prácticas vivenciales. Visita a los talleres de talabartería cultural, prácticas con zamarros y cuerdas. Lunch. Visita a los campos de flores de la región, posibilidad de realizar prácticas vivenciales de plantación y recolección. Opcional, visita al jardín botánico de la hostería para reconocimiento de especímenes florales y frutales de la región y</p>	<p style="text-align: center;"><u>Paquete # 1:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> La cultura y tradición en el corazón del Ecuador # de pax: 15 # de días: 1 Código: H&T 006</p> <p><u>Día 1:</u> Registro. Visita a los talleres de ebanistería de la zona, posibilidad de realizar prácticas vivenciales. Visita a los talleres de talabartería cultural, prácticas con zamarros y cuerdas. Lunch. Visita a los campos de flores de la región, posibilidad de realizar prácticas vivenciales de plantación y recolección. Opcional, visita al jardín botánico de la hostería para reconocimiento de especímenes florales y frutales de la región y</p>

<p>explicación de procesos de sembradío, cuidado, recolección y tratamiento de plantas ornamentales y naturales.</p> <p><u>Incluye:</u> Transporte, Alimentación (2 comidas), Guía.</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, zapatos cómodos, bloqueador solar, libreta de campo, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 7 USD (individual)</p>	<p>explicación de procesos de sembradío, cuidado, recolección y tratamiento de plantas ornamentales y naturales.</p> <p><u>Incluye:</u> Transporte, Alimentación (2 comidas), Guía.</p> <p><u>No incluye:</u> Bebidas adicionales y gastos personales.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa abrigada e impermeable, zapatos cómodos, bloqueador solar, libreta de campo, cámara fotográfica.</p> <p><u>Costo aproximado del tour:</u> 15 USD (individual)</p>
--	---

Producto No. 4

<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Hostería El Remanso, sitio de distracción.</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de recreación y descanso. Comensales y personas que se dirijan a Baños por vía Píllaro – Patate. Ciudadanía de Píllaro y sus alrededores</p>	<p><u>Nombre del Producto Turístico:</u> Hostería El Remanso, sitio de distracción.</p> <p><u>Dirigido a:</u> Turistas ecuatorianos con motivaciones de recreación y descanso. Comensales y personas que se dirijan a Baños por vía Píllaro – Patate. Ciudadanía de Píllaro y sus alrededores</p>
<p style="text-align: center;"><u>Paquete # 1:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> La cultura y tradición en el corazón del Ecuador # de pax: ilimitado # de días: s/n Código: H&T 007 <u>Día Único:</u> Registro. Uso de las instalaciones de la Hostería El Remanso: sauna, turco, hidromasaje, alimentos y bebidas, jardín botánico, compra de artesanías del sector</p> <p><u>Incluye:</u></p> <p><u>No incluye:</u> Los gastos serán determinados de acuerdo con el servicio que se haga uso.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa acorde al servicio que se haga uso, para la piscina, sauna, turco e hidromasaje es necesario usar ropa adecuada, zapatos cómodos, bloqueador solar.</p> <p><u>Costo aproximado:</u> De acuerdo al servicio: Ingreso a las instalaciones de la hostería, <u>sin sauna, turco e hidromasaje:</u> 3 USD Ingreso a las instalaciones, piscina, sauna, turco e hidromasaje: 5 USD Restaurante: Precios de acuerdo a menú Jardín Botánico: Precios de acuerdo con especímenes naturales requeridos (listado de precios) Artesanías de la localidad: Precio por artículo Actividades adicionales no tendrán precio</p>	<p style="text-align: center;"><u>Paquete # 1:</u></p> <p><u>Nombre del tour:</u> La cultura y tradición en el corazón del Ecuador # de pax: ilimitado # de días: s/n Código: H&T 008 <u>Día Único:</u> Registro. Uso de las instalaciones de la Hostería El Remanso: sauna, turco, hidromasaje, alimentos y bebidas, jardín botánico, compra de artesanías del sector</p> <p><u>Incluye:</u></p> <p><u>No incluye:</u> Los gastos serán determinados de acuerdo con el servicio que se haga uso.</p> <p><u>Recomendaciones:</u> Llevar ropa acorde al servicio que se haga uso, para la piscina, sauna, turco e hidromasaje es necesario usar ropa adecuada, zapatos cómodos, bloqueador solar.</p> <p><u>Costo aproximado:</u> De acuerdo al servicio: Ingreso a las instalaciones de la hostería, <u>sin sauna, turco e hidromasaje:</u> 3 USD Ingreso a las instalaciones, piscina, sauna, turco e hidromasaje: 5 USD Restaurante: Precios de acuerdo a menú Jardín Botánico: Precios de acuerdo con especímenes naturales requeridos (listado de precios) Artesanías de la localidad: Precio por artículo Actividades adicionales no tendrán precio</p>

CAPITULO III: FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 TURISMO

3.1.1 Definición de Turismo

Existen varias definiciones de turismo, de las cuales se pueden destacar:

Según La Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define como el acto que supone un desplazamiento mayor a 24 horas, que conlleva un gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicio, que se ofrece a través de una actividad productiva generada por una inversión propia.

Ley Nacional para su fomento y promoción la define así: “... *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*”³⁵

La actividad turística encierra varios factores importantes como son el alojamiento, la alimentación, las visitas, los recorridos, las caminatas, los deportes, la historia, entre otros, que hace que el turismo se convierta en un estilo de vida para los seres humanos, ya que muchas personas realizan turismo con la finalidad de conocer otras culturas y también para descansar o recrearse. Pero el turismo no solo se refiere distracción y diversión sino que constituye un factor económico importante en muchos países del mundo que trabajan y viven de éste.

3.1.2 Producto Turístico

“Está formado por los mismos bienes y servicios que integran la oferta turística, a lo que debemos sumar las motivaciones que determinan o ayudan a la toma de decisiones básicas y el factor elemental que influencia casi todas las compras son el surgimiento de la

³⁵ Ecuador, Ley de Turismo (Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733 de 27 de Diciembre del 2002), Art. 2, SILEC.

necesidad o un deseo. Las necesidades son la diferencia percibida entre un estado actual y otro que se desea alcanzar”.³⁶

Es decir el producto turístico es el conjunto de servicios materiales e inmateriales que se ofrece en el mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor, en este caso el turista.

3.1.3 Turismo Sostenible

“El turismo sostenible se define como un modelo de desarrollo económico concebido para:

- a) Mejorar la calidad de vida de la comunidad y receptora.
- b) Facilitar al visitante una experiencia de alta calidad.
- c) Mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.³⁷

El turismo sostenible estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los entornos naturales, culturales y humanos; garantiza una distribución justa de costos y beneficios, generando empleo local, tanto en el sector turístico como en diversos sectores de apoyo y de gestión de recursos, estimula las industrias nacionales como: hoteles, restaurantes, sistema de transporte, artesanías y servicio de guía. Diversifica la economía local (zonas rurales), requiere la adopción de todos los sectores sociales.

3.1.4 Tipos de Turismo

Existen numerosas clasificaciones con respecto al turismo, pero la clasificación más general es la siguiente:

³⁶ FUENTES Aníbal, Guía didáctica para Teoría Del Turismo – modalidad semipresencial UNITA,

³⁷ OMT, 2001.

CUADRO No. 50
TIPOS DE TURISMO

TIPOS DE TURISMO	DEFINICIÓN
Turismo internacional:	Se refiere al turismo realizado por los residentes de un país (turismo interno y emisor), y el realizado por visitantes que llegan a un país (turismo receptor).
Turismo interno	Se refiere al realizado por los residentes de un país que visita su propio país.
Turismo receptor	Se refiere al realizado por los visitantes que llegan a un país en el que no son residentes.
Turismo emisor	Se refiere a los residentes de un país que visitan otros países”

Fuente: Fuentes, Aníbal, Op. Cit., p. 4.

Elaboración: El autor

Además, existen otros tipos de turismo más específicos que surgen debido a las motivaciones puntuales de visita que tienen los turistas que acceden a una zona determinada, por ejemplo se enumera los siguientes³⁸:

CUADRO No. 51
TIPOS DE TURISMO ESPECÍFICOS

TIPOS DE TURISMO ESPECÍFICOS	DEFINICIÓN
Turismo religioso	Es la visita a sitios religiosos para la oración y el culto.
Turismo deportivo	Debe distinguirse entre el deporte practicado por el turista y el deporte como espectáculo.
Turismo cultural	Tiene por objeto conocer otro país y el ambiente en que se manifiestan sus habitantes.
Turismo sanitario	Comprende la visita a lugares a favor de la salud, la prevención y el tratamiento de enfermedades.
Turismo vacacional	Es el turismo practicado por aquellas personas que se desplazan de un lugar a otro por motivo de placer, distracción y ocio
Turismo de negocios	Es el viaje motivado por todo aquello que es el objeto de una materia o una ocupación lucrativa.
Turismo político	Es el traslado por el motivo de reuniones de partidos políticos y sindicatos.
Turismo social	Está formado por personas que se desplazan de un lugar a otro, por motivo de parentescos o amistad.
Turismo científico	Practicado por científicos e investigadores cuando asisten a congresos, conferencias o realizan una investigación prolongada entre otro país.

³⁸ Cuesta, G. 1996

Turismo de bienestar	Constituido por programas y actividades desarrolladas para mejorar o equilibrar las condiciones físicas o espirituales de un individuo, o grupo de personas. (Yoga, clínica para desintoxicación)
Turismo de Estudio	Constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o aplicación de conocimientos in situ, en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales
Turismo de incentivo	Constituido por programas y actividades para empresas u organizaciones para motivar o premiar a funcionarios y equipos a fin de alcanzar las metas de producción o calidad.
Turismo profesional	constituido por programas y actividades que permiten a los profesionales un contacto directo in situ, con el tema al que se dedican y en el que puedan aplicar conocimientos con otros profesionales” ³⁹
Turismo alternativo	“Es la forma integrada de vivenciar una zona con el fin de realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que la envuelven, con una actitud de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de sus recursos naturales y culturales”. ⁴⁰
Turismo rural	“Es aquella actividad que se basa en el desarrollo aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural”.
Turismo de naturaleza	“Es el conjunto de actividades turísticas bajo cualquier modalidad que se ejecutan en áreas naturales que formen o no parte del Patrimonio de áreas naturales del Estado, sin la participación de las comunidades locales”. ⁴¹
Ecoturismo	“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consiste en viajar y visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales y culturales, provocando el menor impacto ambiental y cultural, y propicie un involucramiento activo de la comunidad en la conservación”. ⁴²
Turismo comunitario	“Es la actividad turística planificada e implementada por la misma organización comunal, estando los residentes presentes en su gestión y desarrollo y obteniendo un máximo de beneficios”. ⁴³

Elaboración: El autor

3.1.5 Inventario de Atractivos Turísticos⁴⁴

El Inventario de Atractivos Turísticos, es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, constituyen a conforma la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

³⁹ Vargas, G. 1996

⁴⁰ Cross, Melinton. “El turismo alternativo y la recreación” en: Los paradigmas de la Investigación recreativa, México, 2001.

⁴¹ Andrade, Diego. “El Marco legal del ecoturismo” en: El Ecoturismo en los páramos, Quito, 2001

⁴² Ceballos Lascurain, Héctor, Ecoturismo, Naturaleza y desarrollo sostenible, México, 1998.

⁴³ Solano, Leyla, Ecoturismo comunitario en Costa Rica, Nuevos enfoques y actores, Costa Rica, 2001.

⁴⁴ División Programación y Estudios de la Dirección de Planificación de CETUR

Los Atractivos Turísticos, son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. La clasificación de las **Categorías** (Se define a los atributos que tiene un elemento y motivan las visitas turísticas), dependiendo de su naturaleza de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales. Ambas categorías se agrupan en **Tipo** (Son los elementos de características similares en una categoría) y **Subtipo** (Son los elementos que caracterizan los tipos).

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

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

3.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y DE RECURSOS HUMANOS

3.2.1 MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

La visión moderna de la Administración Contemporánea distingue la importancia de entender a la Administración como un Sistema en el que interactúan diferentes elementos a los que generalmente los denominamos “recursos” con el fin de conseguir con ellos “resultados”.

Para llegar a formular mucho de estas concepciones, el mundo tuvo que vivir más o menos 80 años de una ciencia social que muchos la definen como “joven” y con mucho potencial. Y, en realidad, la Administración frente a otras ciencias como la Matemática, la Medicina, el Cálculo o la Literatura, y aún de ciencias sociales como la psicología, o la misma Economía, no tiene sus años y experiencia pero de su aplicación y evolución.

El *Proceso Administrativo* como tal es la esencia de la administración. Sus principales elementos: La *Planeación, Organización, Dirección y Control*, han ido evolucionando e innovándose según la perspectiva el conocimiento de los estudiosos del tema.

Como se ve, la Planificación, o Planeación como se la conoce en los muchos de los países latinoamericanos, constituye el inicio del proceso administrativo y el fundamento de las etapas siguientes. Por consiguiente la Planeación es la función necesaria e imprescindible de la administración en todas sus formas.

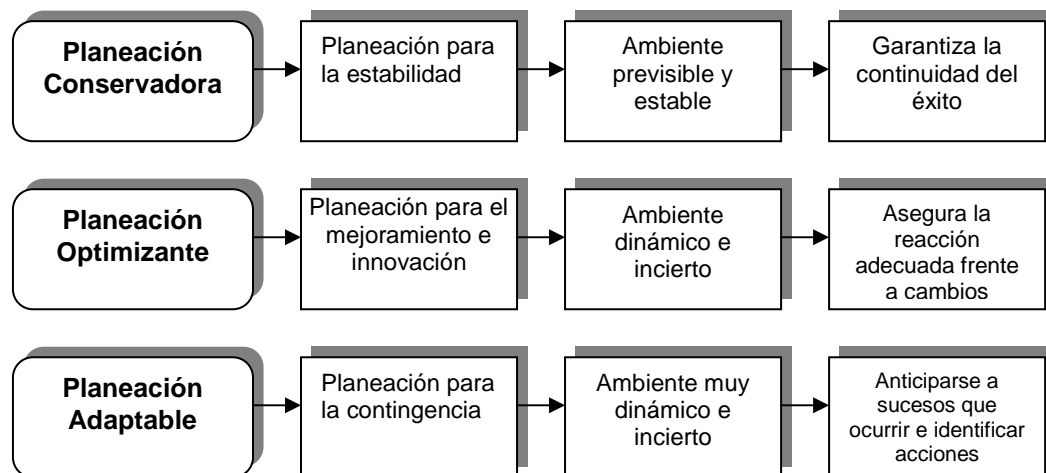
La Planificación nace como una necesidad prioritaria de definir, anticipadamente, que rumbo debe tomar una empresa o institución. Como parte integrante del proceso administrativo, descrito varios años atrás por H. Fayol, constituye el instante preciso para plantear “las metas y objetivos” de las empresas.

Sería interesante establecer algunas definiciones preliminares de Planificación para orientar mejor la presente investigación. Para S. Certo, enunciado en su libro “Administración Moderna”, considera a la planeación o planificación como: “el proceso de determinar cómo el sistema administrativo alcanzará sus objetivos. En otras palabras, como puede la organización llegar adonde quiere llegar”⁴⁵.

En función a estos temas se define a la planeación como un ejercicio administrativo que determina la orientación de la empresa, entidad u organización quiere tomar, para lo cual se determina sus posibles vías o caminos de acción.

⁴⁵ Certo, Samuel, Administración Moderna, Bogotá, Ed. Pretence Hall, 2001, p. 126.

Gráfico No. 26

LAS TRES ORIENTACIONES DE LA PLANEACIÓN.

Fuente: Chiavenato, Idalberto, Administración en los Nuevos Tiempos, San Pablo, Mc Graw-Hill, 2002, p. 218.

Como instrumento para ejecutar la planeación se considera a los “planes”. Estos planes tienen distinta connotación en el tiempo y a los temas a los cuales se pretenda tratar. Estas son llamadas por muchos autores como “las características de la planeación” o “los tipos de planeación”.

Una organización debe mantener una gran actividad, pero esta no solo incluye la planeación. A nivel operativo se elabora planes a inmediato o corto plazo que guía la gerencia de estos, a nivel intermedio se elaboran planes táctico o de mediana duración y a nivel institucional (considerándole a la organización como un todo) planes estratégicos o a largo plazo.

CUADRO No. 52

LA PLANEACIÓN EN LOS TRES NIVELES ORGANIZACIONALES

NIVEL ORGANIZACIONAL	TIPO DE PLANEACIÓN	CONTENIDO	TIEMPO	AMPLITUD
Institucional	Estrategia	Genérico y sintético	Largo plazo	Macroorientado. Aborda la organización como un todo
Intermedio	Táctica	Menos genérico y más detalles	Mediano Plazo	Aborda cada unidad organizacional por separado
Operacional	Operacional	Detallado y analítico	Corto Plazo	Microorientado. Aborda cada operación por separado

Fuente: Chiavenato, Idalberto, Administración: teoría, proceso y práctica, San Pablo, Makron Books, 1994, p. 184.

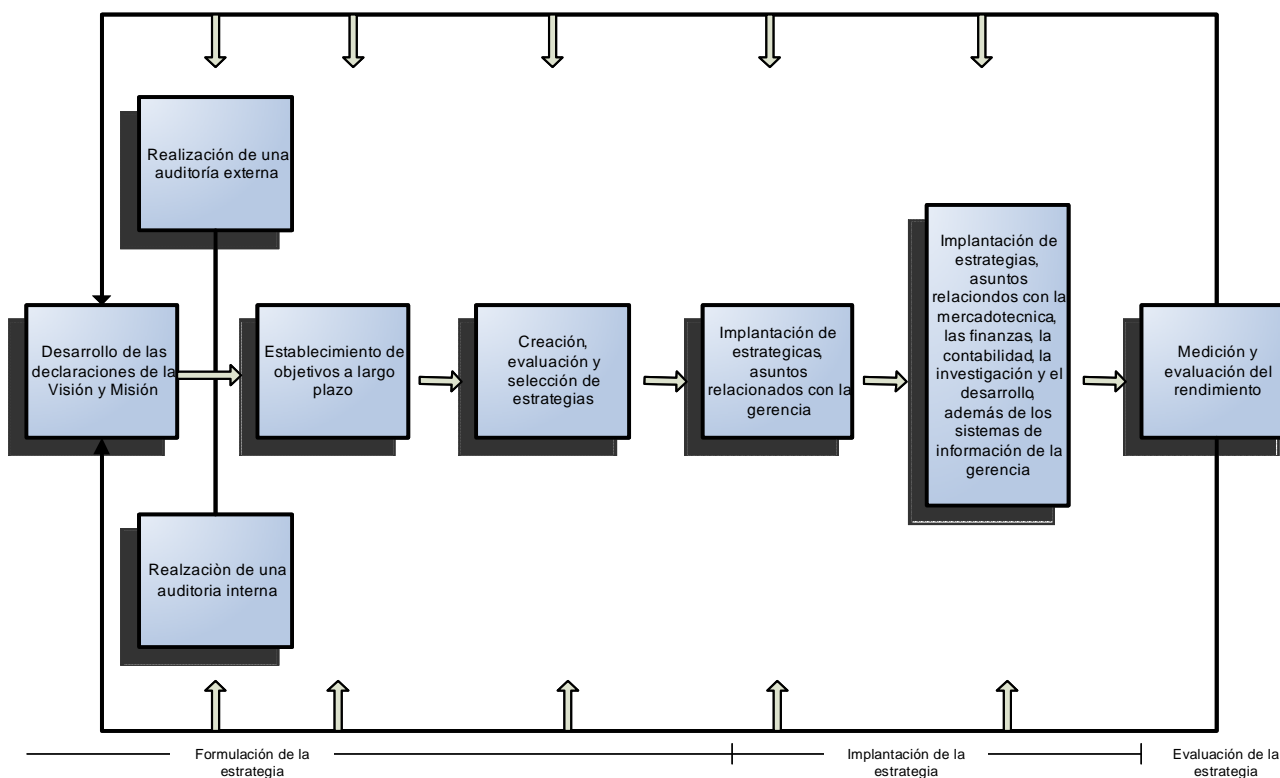
El avance en la jerarquía administrativa exige habilidades conceptuales para trabajar, así como una visión proyectada a largo plazo. Esta es pues la puerta de una planificación de carácter global y de larga duración, la Planificación Estratégica.

Finalmente, el modelo escogido para realizar esta planificación o de Dirección estratégica es aquel expuesto por Fred David⁴⁶, quien afirma que la planificación se estudia y aplica mejor usando un “modelo que representa cierto tipo de proceso.”, matizando a la planificación como un proceso dinámico y continuo.

De hecho, este autor representa las relaciones entre los componentes principales del proceso de dirección estratégica (visión, misión, objetivos y estrategias) por medio de un diagrama de las siguientes características

⁴⁶ Torres V., Paúl, Tesis: Planificación Estratégica y Administración por Procesos en el Área de Salud No. 21 “Calderón”, de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha, tomado de David, Fred, Conceptos de Administración Estratégica.

Gráfico No. 27
MODELO INTEGRAL DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA



Fuente: David, Op. Cit., p. 12.

Este autor, la dirección estratégica permite una empresa más “... *proactiva, que se reactiva al definir su propio futuro*”.

A fin de describir este modelo, es necesario dar una explicación de sus componentes:

3.2.1.1 Desarrollo de la Visión y la Misión.

David, parafraseando a Peter Drucker, afirma que la *misión* es “una declaración duradera sobre el propósito que distingue a una empresa de otra similar, es la declaración de la ‘razón de ser’ de una empresa...Responde a la pregunta clave ‘cuál es el negocio?’”. Para la visión, este autor utiliza la pregunta *¿qué queremos llegar a ser?* como el inicio de una declaración de futuro acerca de los aciertos que se deberán generar en la gestión empresarial y que serán reconocidos por el medio y sí misma.

En el presente ejercicio, al no existir una estructura formal como sostiene David, se formulará en función de la actividad misma que realizará la Hostería El Remanso: el descanso y el esparcimiento.

3.2.1.2. Auditoría Externa.

La Auditoría externa se centra en la identificación y evaluación de las tendencias y acontecimientos que están más allá del control de una sola empresa. En este sentido, David, señala que se debe “*crear una lista definida de oportunidades que podrían beneficiar a una empresa y de las amenazas que deben evitarse*”. Para ello determina cinco categorías principales:

- i. *Fuerzas económicas.*
- ii. *Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales,*
- iii. *Fuerzas competitivas,*
- iv. *Fuerzas tecnológicas, y,*
- v. *Fuerzas políticas, gubernamentales y legales.*

Una vez definidos las oportunidades y amenazas existentes para este estudio, se debe seguir con la aplicación de la *Matriz de Evaluación del Factor Externo –EFE–*, cuya aplicación se dará a partir de los siguientes criterios expuestos por David⁴⁷:

1. Elaborar una lista de los factores externos que se identificaron en el proceso de auditoría externa (10 a 20 factores), tanto oportunidades como amenazas, que afectan el trabajo potencial de la Hostería y al sector Turismo relacionado. Este listado deberá ser lo más específico posible.
2. Asignar a cada factor un valor que varíe de 0,0 a 1,0 de acuerdo a su mayor grado de importancia. Este factor se deberá atribuir de acuerdo con la importancia relativa para tener éxito en el sector de Turismo por parte de la Hostería, con una consideración, las oportunidades recibirán grados más altos que las amenazas, a menos que estas últimas sean consideradas demasiado adversas o severas. Además

⁴⁷ David, Op. Cit., p. 110

los valores adecuados se determinan comparando a los competidores exitosos con los no exitosos (hoteles y complejos turísticos del sector) y luego realizando una revisión final de consenso. Al final, el valor asignado a cada factor deberá ser igual a 1,0.

3. Finalmente, se asigna una clasificación de uno a cuatro a cada factor externo analizado para indicar con cuánta eficacia responde a las estrategias que serán definidas considerando que cuatro es *una respuesta excelente*, tres es *una respuesta por arriba del promedio*, dos es *una a nivel promedio* y uno es *deficiente*.
4. Se Multiplica el valor de cada factor por su clasificación para determinar un valor ponderado
5. Y, se suma los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa

3.2.1.3. Auditoria Interna

Para el levantamiento de la auditoria interna se partirá de una premisa obvia, la empresa “Hostería El Remanso” es una propuesta de negocio. En este sentido, se evaluarán los aspectos más aproximados o relacionados con la naciente empresa, a fin de que sean considerados dentro del análisis FODA y su interacción generen estrategias diferenciadas de gran efectividad.

Al igual que para la Auditoria Externa, el Análisis Interno cuenta aspectos que deben ser tomados en cuenta, y que son:

1. Integración de la Estrategia y la cultura
2. Gerencia
3. Mercadotecnia
4. Análisis de oportunidades
5. Finanzas y Contabilidad
6. Productividad y Operaciones, y,

7. Sistemas de Información Gerencial

Una vez determinadas las fortalezas y debilidades existentes para este estudio, se debe seguir con la aplicación de la *Matriz de Evaluación del Factor Interno –EFI–*, cuya aplicación se dará a partir de los siguientes criterios expuestos por David⁴⁸

1. Elaborar una lista de los factores internos que se identificaron en el proceso de auditoria interna (10 a 20 factores), tanto fortalezas como debilidades, que afectan el trabajo potencial de la Hostería y al sector Turismo relacionado. Este listado deberá ser lo más específico posible.
2. Asignar a cada factor un valor que varíe de 0,0 a 1,0 de acuerdo a su mayor grado de importancia. Este factor se deberá atribuir de acuerdo con la importancia relativa para tener éxito en el sector de Turismo por parte de la Hostería, con una consideración, sin importar si es fortaleza o debilidad. Al final, el valor asignado a cada factor deberá ser igual a 1,0.
3. Se asigna una clasificación de uno a cuatro a cada factor interno indicando si se trata de una debilidad mayor (clasificada como uno), una debilidad menor (clasificada dos), una fortaleza menor (clasificación de tres) o una fortaleza mayor (clasificación de cuatro).
4. Se Multiplica el valor de cada factor por su clasificación para determinar un valor ponderado
5. Y, se suma los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa

3.2.2 LA GESTIÓN EMPRESARIAL POR PROCESOS

El concepto de *proceso* no es ajeno en la vida de los seres humanos. La vida, como el concepto de existencia, atraviesa un ciclo de actividades *coherentes* y *lógicas* que son

⁴⁸ *Ibíd.*, p. 140 y 150.

irrenunciables e irrevocables: nacer, crecer, reproducirse y morir. El ciclo de la vida de un ser humano se encuentra atravesado siempre por una serie de actividades predeterminadas con anticipación que obligan a seguir un orden y periodicidad determinado. Un ejemplo de ello es el sistema escolar, establecido con tres componentes fundamentales: jardín, escuela y colegio; y, a su vez, cada uno de ellos establecido con una serie de requisitos consecuentes y lógicos que se deben cumplirse para acceder a una siguiente instancia.

De otro lado, nuestro cuerpo, como la máquina perfecta que es, se encuentra organizado de tal manera que existe en él una serie de procesos y actividades que debe seguir para su normal funcionamiento. Para la digestión, el proceso comienza con el encuentro del individuo con el alimento, sensación perceptible por medio de la vista y el olfato, lo que induce a la producción de saliva y a la predisposición de nuestra lengua (sentido del gusto) para recibir un alimento. Posteriormente, se lo mastica y engulle para que pase al esófago, luego al estómago donde será digerido por una serie de jugos gástricos, para luego continuar por el intestino delgado que completará la asimilación de los nutrientes que sean considerados necesarios. Aquellos residuos que sobreviene este proceso son transportados por el intestino grueso y de aquí son expulsados del cuerpo humano.

Como se observa en estos ejemplos, existen conceptos fundamentales que se encuentran inmersos en el estudio de un proceso y que serán materia de un breve análisis en la presente investigación.

Fundamentos de la Gestión por Procesos. Sus fundamentos se encuentran determinados en varias teorías administrativas y científicas que han sido aglutinadas en forma organizada para gestionar este conocimiento:

- a. *Teoría General de los Sistemas.* Esta teoría nace a partir de las investigaciones de Bertalanfy que pretende explicar de manera completa como interactúan los diferentes fenómenos naturales. De aquí, la gestión por procesos se sirve de algunos elementos importantes como *la visión sistémica* es decir la concepción integral que hace pensar en una organización completa, conformada por elementos que: interactúan, se interrelacionan y son interdependientes. Además, asigna categorías (niveles de complejidad en las relaciones), clasificaciones (de

acuerdo al grado de contribución y generación con el medio) y dos principios fundamentales: la entropía y la homeostasis;

- b. *La Gestión de Calidad.* Un tema recurrente en las organizaciones desde los años 80`s ha sido el tema de Gestión de la Calidad. Básicamente, se lo puede definir como el cumplimiento de estándares o pautas generales en los procesos institucionales que representan una garantía al momento de proveer de bienes y servicios a los consumidores.
- c. *El método Inductivo-Deductivo.* Consiste en un modelo de análisis cuyo punto de partida constituye observaciones de carácter particular que llevan a conclusiones generales sobre un mismo fenómeno observado. Es muy común utilizarlo en ciencias exactas donde a raíz de observaciones o experimentos simulando las mismas condiciones pero con diferentes variables, se obtienen similares resultados
- d. *El principio de Causalidad.* Es conocido como una de las Leyes de la Física Moderna: “a toda acción le corresponde una reacción igual y opuesta”, es decir toda acción o decisión tomada causa un efecto sobre algún fenómeno observado. En este sentido, es muy importante utilizar este principio para analizar la raíz o el corazón de problemas que enfrentan las organizaciones, que derivan en distintos efectos. Atacando la raíz, los efectos se minimizan o desaparecen haciendo más rápida o fácil la implementación de una idea o un plan

3.2.2.1 Definiciones de Procesos

Vale destacar que se entenderá por proceso un conjunto ordenado, coherente y consecutivo de actividades que constantemente agregaran valor mediante una transformación, suministrando un producto o servicio para los clientes.

Dentro de la metodología propuesta se considerará que los procesos se direccionarán u orientarán a los clientes, sean internos o externos. Los *clientes internos* se considerarán a aquellos que ejecutan sus actividades dentro de nuestra empresa y que son usuarios o

beneficiarios de productos y servicios derivados de los procesos. Los *clientes externos* lo conformarán el segmento de población a dónde orientamos nuestra atención, y que por lo tanto, se encuentran fuera de nuestra organización.

Como beneficios de la Administración por Procesos, se pretende conseguir⁴⁹:


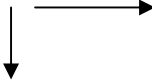
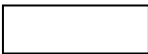



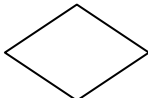
- Definir el tiempo de respuesta ante las variadas necesidades de nuestros clientes,
- Definir responsables de cada una de las actividades,
- Identificar y disminuir aquellos costos totales, fijos y variables, que afectan nuestra producción de bienes y servicios,
- Generar una mayor satisfacción del cliente interno y externo, e,
- Fomentar un clima organizacional donde el talento humano, fomente una actitud asertiva y solidaria para el trabajo en equipo.

Con la finalidad de brindar un servicio integrado, la Hostería organizará y guiará su accionar a través de cinco principales flujogramas donde se describen las actividades a seguir en cada una de las áreas que se relacionan al cliente.

A continuación se identifican los símbolos a ser utilizados en la graficación de los flujogramas

⁴⁹ Mejía G., Kléber, 2006

CUADRO No. 53
SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Inicio o fin del proceso		Dirección del proceso
	Representa una etapa del proceso. Se anota el nombre de quien la ejecuta		Verificación de la información
	Documento resultante de la operación respectiva		Distribución de la información
	Punto de decisión		

Fuente: Tomado por Viracucha, B., y Carranco, F., Op. Cít., p 66., del Programa de Calidad Total del Ministerio del Ministerio de Industrias, Turismo, Integración MITINCI, 2007.

3.2.3 LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO

3.2.3.1 Metodología para el Levantamiento de Perfiles de Puestos por Competencias

El modelo que se ha utilizado para la descripción, valoración y clasificación de puestos por competencias en la Hostería El Remanso, parte de un compendio de las actividades esenciales y conocimientos establecidas por el INEN y la FENACAPTUR en su proyecto “Sistema de Certificación de Competencias Laborales en el Sector Turismo”, y construido y adaptado bajo las herramientas metodológicas de la consultora Alfredo Paredes y Asociados y de la Secretaría Nacional Técnica de Remuneraciones y Recursos Humanos del Sector Público –SENRES- en su Norma de Clasificación y Valoración de Puestos del Servicio Civil. Es importante anotar que esta última a obtenido muy buenos comentarios fuera del país, así como por consultores privados como PriceWaterHouse Coopers y Ernest & Young.

El término *competencia* es considerada como una palabra polisémica, es decir con distintos significados, de acuerdo a la materia o disciplina que lo utilice. Por ejemplo, dentro de los términos legales, una *competencia* es el ámbito de acción, facultad o potestad para tratar un

asunto; para el Marketing, la *competencia* es aquella rivalidad que se mantiene con personas o instituciones que ofrecen un servicio similar al de nuestra empresa; y, en el deporte, una *competencia* básicamente está relacionada con la lid deportiva.

Para efectos de este trabajo, se entenderá como *competencia* a todas aquellas “características personales requeridas para desempeñar un conjunto de actividades claves en el más alto nivel de rendimiento”⁵⁰.

El enfoque de competencias integra varios fundamentos teóricos entregados por autores como: David McClelland relacionado con las necesidades básicas del ser humano, *logro, motivación y poder* contenidas en su libro *Testing for competence rather than for intelligence* (1973), quien acuñó el término *competencia*. Posteriormente, algunos autores como Bloom y Gagné (Psicología Educativa), Gardner (Inteligencias múltiples, 1983), Prahalad & Hamel (Planificación Estratégica) abonaron con muchos elementos conductuales, técnicos y psicológicos al campo de las competencias. Más tarde se crea un enfoque Europeo que reconoce una serie de competencias generales indispensables, elaborado por el Consejo Nacional de Cualificaciones Profesionales, con sede en el Reino Unido.

Tanto la SENRES como Paredes y Aso. concuerdan en un modelo de competencias conocido como el *Modelo del Témpano*. Este integra el enfoque europeo mediante el cual se relacionan a las competencias con las funciones principales que se deben dar en la institución (conductas observables y comportamientos laborales), así como el enfoque americano, donde se resaltan características puntuales que se requiere para hacer una labor (conocimiento, aptitudes, rasgos, actitudes, creencias, valores y motivos).

Para Paredes y Aso. la definición de competencias corporativas comienza con la determinación de *competencias comunes* y *competencias estratégicas*. Las competencias comunes son aquellas que se encuentran en todos los puestos o cargos de la organización; las estratégicas son aquellas que se derivan de las directrices institucionales. Para SENRES las competencias son determinadas para cada uno de los puestos de conformidad

⁵⁰ Paredes y Asociados, Programa de Capacitación: Gestión de Recursos Humanos por Competencias, Primer Módulo, 2006, p. 9.

con sus características fundamentales. En cualquiera de los dos casos para levantar información de los puestos institucionales se debe aplicar una entrevista de eventos conductuales de acuerdo con la siguiente característica:

- ✓ *Datos de Identificación.* Relacionado con datos generales de la organización: Nombre, puesto analizado, unidad, código, puntos, grado, etc.
- ✓ *Misión del Puesto:* Relacionado con la “razón de ser” del puesto dentro de la estructura institucional
- ✓ *Actividades del Puesto.* Referente a la descripción de las actividades que ejecuta el puesto analizado. Aquí, conjuntamente se llenan tres criterios adicionales:
 - *Frecuencia (F):* Relaciona de mayor a menor (5 a 1) el grado de repetición de esta actividad dentro de la naturaleza del puesto,
 - *Causa de Omisión (CO):* Relación de mayor a menor (5 a 1) el grado de afectación que tendría el puesto si se omitiera la actividad analizada
 - *Complejidad (CM):* Represente de mayor a menor (5 a 1) el grado de dificultad de la actividad realizada
 - *Total:* Es un valor originado por una fórmula donde se multiplica la *Complejidad* por la *Causa de Omisión* y se suma la *Frecuencia*.
- ✓ Determinados los totales se deben escoger de cinco a diez actividades que obtengan el mayor puntaje, a las que se denominarán *Actividades Esenciales* y que contribuirán al levantamiento de los demás datos del puesto.
- ✓ Posteriormente, para cada *actividad esencial* se determina un *Interfaz* o relación (clientes, proveedores, usuarios, etc., que se beneficien de la actividad analizada); y, finalmente, con estos datos se determina una interfaz del puesto.
- ✓ Posteriormente, se determina un tipo de conocimiento científico, técnico o artesanal necesario para la realización de cada actividad.
- ✓ Con estos antecedentes, se encuentra en condiciones de determinar aspectos fundamentales como: el Nivel de Instrucción necesario, título requerido, años

de estudio y conocimientos. Cada uno de estos factores tiene una ponderación en puntos, establecidas en tablas predeterminadas.

3.3 INGENIERÍA Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PROPUESTA

3.3.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN UTILIZADOS EN LA PROPUESTA DE UBICACIÓN DE HOSTERÍA EL REMANSO

Existen muchos factores que se deben considerar dentro del proceso de localización. Dichos factores se dividen en:

- a) **Factores Decisivos.** Son factores indispensables, ya que si falta alguno de ellos sería nula o quizás no exista, pues, la presencia de estos factores dependen de terceros y no del proyecto. Entre los principales factores decisivos están: existencia de vías de acceso o comunicación, seguridad en carreteras, disponibilidad de servicios básicos, atractivos turísticos, salubridad, entre otros

- b) **Factores Importantes.** Son factores significativos para el proyecto, con la diferencia de que si no existieren, estos pueden ser adecuados por el proyecto para obtenerlos. Es necesario evaluar las proximidades de las vías principales para obtención de materiales, urgencias; topografía y condiciones de subsuelo para la construcción del edificio.

- c) **Factores Deseables.** Son factores de los cuales se puede prescindir. Se toma en cuenta para la evaluación la existencia de materiales y mano de obra para optimizar costos, se evalúa además el estado del clima y facilidades de desagües

Según Fabio Cárdenas en su libro “Proyectos turísticos” tomado por Betty Viraducha y Freddy Carranco⁵¹, los factores de localización tienen su respectivo valor porcentual según su importancia para su evaluación, como se aprecia a continuación

CUADRO No. 54
VALOR PORCENTUAL DE LOCALIZACIÓN

FACTORES	PONDERACIÓN	PUNTOS
Decisivos	60%	60
Importantes	30%	30
Deseables	10%	10
TOTAL	100%	100

Fuente: Cárdenas, Fabio, tomado por Viracucha Betty y Carranco David, Op. Cit., p. 107

Elaboración: El autor

Los límites para efectuar la evaluación individual de cada factor van desde cero (0) hasta (5), de la forma siguiente:

CUADRO No. 55
VALORACIÓN DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

PUNTOS	SIGNIFICADO DEL FACTOR
0	Inexistente
1	Pobre
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente
5	Óptimo

Fuente: Cárdenas, Fabio, tomado por Viracucha Betty y Carranco David, Op. Cit., p. 107

Elaboración: El autor.

Al efectuarse la suma de los puntos para todos los grupos de actores, se podrán establecer las comparaciones cuantitativas entre las diferentes posibilidades que se están estudiando. La calificación final se obtiene en base a los siguientes Criterios

⁵¹ Viracucha, B. y Carranco, F., Op. Cit. p. 56.

CUADRO No. 56
CALIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

UBICACIÓN	PUNTUACIÓN TOTAL
Descartable	De 0 a 15
Malo	De 16 a 35
Regular	De 36 a 55
Bueno	De 56 a 75
Excelente	De 76 a 95
Óptimo	De 96 a 100

Fuente: Cárdenas, Fabio, tomado por Viracucha Betty y Carranco David, Op. Cit., p. 107

Elaboración: El Autor

3.3.2 CONCEPTOS DEL ANÁLISIS DE LOS FACTORES AMBIENTALES

3.3.2.1 *Impacto ambiental*

Desde el punto de vista de Canter, Larry, el *impacto ambiental* es el resultado de toda

“...modificación positiva o negativa de la calidad del ambiente causada por un proyecto o por una acción determinada, ya que si la cantidad de turistas excede la capacidad de acogida, si la renovación de los recursos naturales excede su capacidad de carga o si llegamos a niveles de saturación del espacio construido y del espacio natural, nos encontraremos frente a un gran problema que atentará no solo al desarrollo económico de la ciudad sino también a su bienes social y físico”⁵²

En este sentido la Evaluación del Impacto Ambiental, EIA, comprende la estimación de los efectos que pueden ocurrir sobre la vida humana, la fauna, flora, el suelo, el agua, aire, el clima, el paisaje y la estructuración de los ecosistemas presentes en el área de la propuesta. Estas estimaciones pueden ser identificadas y medidas a través de varios métodos de valoración de impactos ambientales. Para la presente propuesta, se utilizará la Matriz de LEOPOLD.

⁵² CANTER W., Larry, Manual de Evaluación de Impacto Ambiental, 2da Edición, Colombia, 2001, p. 46.

3.3.2.2 Matriz de LEOPOLD

Según el concepto de Canter, la Matriz de Leopold:

“Está compuesta en la parte horizontal del cuadro por las acciones derivadas de las actividades, los procesos o los proyectos que ocasionan Impactos Ambientales y/o Ecológicos y en la parte vertical por las condiciones, los procesos, los factores naturales, sociales, culturales y económicos afectados por las tareas indicadas.

La suma de las columnas y los reglones dan una idea del impacto global generado por una actividad o recibido por una característica (Condición, proceso o factor)”⁵³

En este sentido es fundamental contar con un levantamiento de *Línea de Base* que permite identificar gráficamente todos los factores ambientales que influyen en la evaluación del impacto ambiental de la zona de estudio.

3.4 PROCESO DE MERCADO Y MERCADEO

3.4.1 DEFINICIONES GENERALES

Es importante partir de conceptos fundamentales utilizados en esta propuesta:

- Mercadotecnia. *“Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, distribución y venta de bienes o servicios que una empresa ofrece”⁵⁴*
- Investigación de Mercado. *“Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos”⁵⁵*

⁵³ *Ibíd.*, p. 60.

⁵⁴ Fisher, Laura, Introducción a la Investigación de Mercados, Ed. Mc Graw Hill, México, 2004, p. 10.

⁵⁵ GULTIMAN, Joseph y GORDON, Paul, administración de Mercadeo, Ed. Mc Graw Hill, México, 2005, p. 71.

- Tamaño del mercado. “Establece cuántos clientes posibles pueden tener la empresa dónde están ubicados y quienes son. Detalla información como: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual y otros aspectos”⁵⁶
- Demanda potencial. “En base al consumo aparente se proyecta el crecimiento promedio del mercado en corto, mediano y largo plazo”.⁵⁷
- Publicidad. “Consiste en realizar una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta. Su objeto es crear un impacto directo sobre el cliente, para que compre un producto o servicio y la empresa pueda incrementar sus ventas.”⁵⁸

3.4.2 DEFINICIÓN DE LA TIPOLOGÍA DEL TURISTA

Para establecer el perfil del consumidor meta se debe profundizar el aspecto psicográfico (perfiles y presencias de visitas de turistas) y conductual, se toma en cuenta los siguientes criterios, basado en los estudios de expertos en el tema y parafraseados por el Ing. Renato Cevallos B.⁵⁹:

a) *Consumidores sin lealtad a la marca:*

- No se pretende que los consumidores tengan lealtad de marca ya que el producto naturales no constituye un producto de estancia vacacional sino mas bien un producto de aprendizaje sobre la cultura y la naturaleza,
- Se deben revisar los niveles de satisfacción alcanzado por los consumidores, siempre van a buscar la novedad en el viaje, es decir algo nuevo y diferente.

b) *Consumidores con motivaciones preferentes:* De acuerdo a los estudios de L. De Borja (1980), en lo que respecta a “Motivaciones Vacacionales Agrupadas”

⁵⁶ *Ibíd.*, p. 59.

⁵⁷ *Ibíd.*, p. 56.

⁵⁸ Viracucha B, y Carranco D., Op. Cít., p. 68.

⁵⁹ Cevallos, Renato, Tesis: Propuesta para el Diseño y la Planificación de una Ecoaldea en la Comunidad Santa Marianita, Parroquia Nanegal, Cantón Quito, Ecuador, Universidad de Cooperación Internacional, UCI, San José, Costa Rica, 2008, p. 13.

- El consumidor meta de productos de turismo natural se caracteriza por tener **motivaciones preferentes** (en la que se incluye el disfrute de clima, paisaje, cultura y cambio).

c) *Consumidores con motivaciones turísticas tipológicas*: Desde la óptica del autor Borja Solé (2004), se puede considerar que:

- Los consumidores que tienen **Motivaciones Turísticas Tipológicas** basado en el clima, paisaje, cultura y contacto humano,
- Por otra parte los factores de decisión (precio, accesibilidad, publicidad, entre otros) que le permiten indicarle dónde hacerlo.

d) *Consumidores con estilo de vida definido*: Según el concepto de **estilo de vida** (basado en el estudio de Mazanck, Yannakis y Gibson), pertenece a la categoría “Turista vivencial” aquel que disfruta mezclarse con la población autóctona, convivir como ellos por un período de tiempo, para pasar sus vacaciones en paz y tranquilidad.

e) *Consumidores según Ryan (1988)*: Clasifica a los grupos en tres dimensiones: filosofía de viaje, beneficios buscados y productos turísticos escogidos

g) *Consumidores alocéntricos*: Son turistas que prefieren los destinos exóticos, las vacaciones no programadas, es activo y se involucra con la cultura autóctona del destino.

3.5 MARCO LEGAL

3.5.1 CONSTITUCIÓN LEGAL

3.5.1.1 Constitución Legal

Para la constitución de la Hostería El Remanso, al ser concebida como una compañía anónima, se debe establecer la necesidad de proceder de conformidad con las directrices determinadas en la Ley de Compañías.

Para ello es necesario contar con un *Nombre o Razón Social*, que consiste en un nombre de uno o más socios, o un nombre no real (de fantasía), a efecto de identificar la empresa y diferenciarla de las demás. Este debe ser presentado en la Superintendencia de Compañías por lo menos con otros cuatro nombres posibles, a fin de conocer si estos no han sido registrados en esta institución de estado.

En este sentido la Figura que se pretende ocupar para conformar la compañía es la *Sociedad de Responsabilidad Limitada*. Su característica es⁶⁰:

- Debe estar conformada por tres o más personas, hasta un máximo de 15,
- La responsabilidad por las obligaciones sociales contraídas es hasta el monto de sus aportaciones individuales,
- Realizan el comercio bajo una razón social añadiendo las palabras “compañía limitada o su abreviatura “*Cía. Ltda.*”
- El capital de constitución mínimo es de USD 400, dividido en participaciones de 100 cada una

3.5.1.2 Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo

De conformidad con este Reglamento se define los siguientes conceptos de importancia (artículo 43):

a) Alojamiento

“Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;”

b) Servicio de alimentos y bebidas

⁶⁰ Superintendencia de Compañías, Instructivo para la constitución, aumento de capital y más actos societarios de compañías mercantiles, 2007.

“Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;”

c) Transportación

“Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación”;

d) Operación

“La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;”

Además el artículo 57 define cuáles son los requisitos para su funcionamiento:

“Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la

licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

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

3.5.1.3 Reglamento General de Operaciones Turísticas

De conformidad con el Artículo 3 de este reglamento, se encuentra la clasificación de los establecimientos de alojamiento en estos grupos

CUADRO No. 57

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

GRUPO	SUBGRUPOS	ESTABLECIMIENTOS	NOMENCLATURA
Alojamientos Hoteleros	Hoteles	▪ Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas)	H
		▪ Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).	HR
		▪ Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).	HA
	Hostales y pensiones	▪ Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas)	HS
		▪ Hostales Residencias (de 3 a 1 estrella plateadas)	HSR
		▪ Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas)	P
	Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	▪ Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas)	HT
		▪ Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas)	M
		▪ Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas)	RF
		▪ Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).	C
Alojamientos Extrahoteleros.	Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas)		CV
	Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).		Silueta frontal de carpa
	Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).		AP

Fuente: Reglamento de Operaciones Turísticas, 2002

Elaborado por: El Autor

En este sentido, la propuesta se orienta a la creación de una HOSTERÍA, que de acuerdo con el artículo 23 del Reglamento de Operaciones Turística se define como:

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

Además de acuerdo al artículo 27 del citado Reglamento deberán contar con las siguientes condiciones:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción; y,
- c) Botiquín de primeros auxilios.

3.5.1.4 Obligaciones Tributarias.

Toda compañía o empresa que inicie sus actividades comerciales en el Ecuador, debe estar sujeta permanentemente a las reglas de tributación nacionales. En este sentido, la empresa debe obtener el Registro Único de Contribuyentes, RUC, que constituye un instrumento de identificación de la empresa y de su actividad comercial.

El Servicio de Rentas Internas, SRI, como la autoridad tributaria del país es el encargado de velar por la correcta declaración y especificación de los movimientos financieros fruto de la actividad de comercio. Por ello es fundamental que dentro de los 30 días hábiles

siguientes a la constitución de la empresa o iniciada realmente la actividad por parte de la empresa se realice la inscripción en este organismo público del correspondiente RUC⁶¹

3.5.1.5 Obligaciones con el Concejo Municipal de Píllaro

A través de ordenanzas municipales, el Concejo Municipal de Santiago de Píllaro ha determinado la cancelación de la especie valorada de *Línea de Fábrica*. Este servicio autoriza el levantamiento de construcciones o cerramientos a los propietarios de predios Urbanos basados en el Plan Estratégico cantonal.

Posteriormente, se debe adquirir el *permiso de construcción*. Este es utilizado para autorizar que el propietario realice cualquier cambio, modificación o construcción en el predio.

Y, finalmente, una vez que se inicie las actividades comerciales se debe obtener la “Patente municipal”. Esta es una obligación para todos los comerciantes e industriales que operen en el cantón, dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en el que se inicia la actividad comercial o 30 días siguientes al día final del mes en el que termina el año

3.5.1.6 Control Sanitario

La autoridad Sanitaria ejercida por el Ministerio de Salud, y específicamente por el Área de Salud No. 8, Píllaro, de la Dirección Provincial de Salud de Tungurahua, solicítale permiso sanitario de funcionamiento para las actividades comerciales que tengan que ver con alimentos y bebidas.

⁶¹ www.sri.gov.ec, Servicio de Rentas Internas, SRI, Registro Único de Contribuyentes para Sociedades

CAPÍTULO 4 PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PRODUCTIVA

4.1 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

4.1.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

4.1.1.1 *Direccionamiento Estratégico*

a) *Misión*

La Hostería “El Remanso” es un centro de recreación donde se busca generar una experiencia vivencial única para nuestros visitantes, así como un centro de encuentro empresarial, de negocios y familiar.

b) *Visión*

Constituirse en un referente de servicios recreacionales en el centro del país, donde se induzca a una comunión entre el hombre y la naturaleza.

c) *Objetivos:*

Financieros

- ◆ Lograr ingresos por ventas anuales que permitan mantener un superávit inicial de al menos un 3%;
- ◆ Tener un máximo de 30 días de cobro por ventas y hasta de 45 de pago proveedores;

Clientes

- ◆ Ofrecer un servicio diferenciado de atención turística y hotelera, que permita un crecimiento anual de al menos un 4% anual;
- ◆ Reconocimiento de organización sustentable y responsable: “amiga del ambiente y de la sociedad”

Procesos

- ◆ Fomentar una Calidad en la atención con cero incidentes críticos

Aprendizaje

- ◆ Mantener un número de horas de capacitación, por puesto, conforme sus responsabilidades

A continuación se realiza el despliegue correspondiente:

CUADRO No. 58
DESPLIEGUE DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS GERENCIALES

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS "RESPONSABLES"	INDICADORES	FUENTES	ÁREA	FECHA CUMPLIMIENTO			RESPONSABLE DEL CUMPLIMIENTO
						Año	Mes	Día	
Financieros	Lograr ingresos por ventas anuales que permitan mantener un superávit inicial de al menos un 3%;	Fijación de los precios en torno a estudio permanente mercado Eficiencia administrativa	Ingreso por ventas	Informe de investigación mercados	Administración y Marketing	Año	Mes	Día	Administrador
	Tener un máximo de 30 días de cobro por ventas y hasta de 45 de pago proveedores	Generar una política de cartera clara y precisa	Días cartera	Libro de proveedores	Contabilidad	Año	Mes	Día	Contador
Clientes	Ofrecer un servicio diferenciado de atención turística y hotelera, que permita un crecimiento anual de al menos un 4% anual	Fomentar el turismo ecológico y de aventura como una experiencia distinta de recreación, donde existe un encuentro vivencial con la naturaleza, en la zona de su influencia (Quinuales, Quillán y Llanganates)	Experiencia vivencial	Encuesta de opinión única	Recepción	Año	Mes	Día	Encargado
		Fomentar y mantener elementos de las variedades gastronómicas, culturales, étnicas y naturales del cantón Pillaro y la provincia de Tungurahua	Variedad de la carta ofrecida al usuario	Carta de restaurante	Alimentos y Bebidas	Año	Mes	Día	Encargado
		Búsqueda de alianzas con empresarios turísticos extranjeros que busquen nuevos sitios turísticos míticos y naturales como el Parque Nacional Llanganates, Quinuales y Quillán dentro de su oferta de productos en el país.	Número de alianzas realizadas	Contratos de participación y base de datos	Administración	Año	Mes	Día	Administrador
		Constituirse en un sitio de encuentro o descanso en el trayecto a la vía Patate – Baños.	Visitantes del sector Uso de espacio	Check in Simple inspección	Recepción Esparcimiento y recreación	Año	Mes	Día	Encargado

	Reconocimiento de organización sustentable y responsable: "amiga del ambiente y de la sociedad"	Fomentar el nombre de Hostería El Remanso como una organización sustentable y responsable, es decir amiga del ambiente y a fin con la responsabilidad social	Opinión	Encuesta de opinión única (clientes) Encuesta en el sector	Marketing	Año	Mes	Día	Encargado
		Sobre la base de las relaciones con el MINTUR, servir de enlace entre el Municipio de Píllaro y el Ministerio de Turismo para realizar acciones conjuntas a fin de aumentar la promoción del cantón.	Opinión	Entrevista	Administración	Año	Mes	Día	Administrador
		El uso de fuentes de trabajo del sector así como la asociación con productores agrícolas para proveer a la hostería de insumos a precios altamente competitivos	Personal del sector en relación al personal total de la hostería	Contratos y documentos personales	Recepción y Administración	Año	Mes	Día	Recepcionista y administrador
Procesos Internos	Fomentar una Calidad en la atención con cero incidentes críticos	Contar con un servicio personalizado de atención, transporte y de cuidado del turista nacional y extranjero	Opinión	Encuesta de opinión única (clientes) Encuesta en el sector	Recepción	Año	Mes	Día	
		Mantenimiento y servicio impecable de las instalaciones	Inspecciones realizadas	cuadro de servicio	Regiduría	Año	Mes	Día	Ama de llaves
		Garantizar seguridad y vigilancia para los turistas extranjeros así como una política de seguridad para las instalaciones de la Hostería	Reporte de novedades	Informe de novedades	Administración	Año	Mes	Día	Administrador
Aprendizaje y desarrollo del personal	Mantener un número de horas de capacitación, por puesto, conforme sus responsabilidades	Preocupación permanente (motivación y capacitación) del talento humano de la hostería, a través de un sistema estructurado de manejo de recursos humanos,	Horas de capacitación y recapitación	Informe de eventos	Cada área	Año	Mes	Día	Encargado

4.1.1.2 Principios y Valores Institucionales

- **FLEXIBILIDAD.** La Hostería “El Remanso” mantiene una estructura organizacional flexible, que se adapta a cambios del medio, los compartimentos del mercado y el desarrollo de nuevos servicios.
- **RESPECTO POR EL AMBIENTE.** Dentro de su funcionamiento, La Hostería “El Remanso” propenderá al uso adecuado de los recursos; respeto por el agua, del suelo, el medio que lo rodea. Por ello, desde su construcción contemplará el abastecimiento de materia prima y recursos que guarden concordancia con el paisaje de la zona, y sean provistos por habitantes de la localidad, excepto cuando los requerimientos de materiales no dispongan tales proveedores se buscará en la ciudad.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL.** Porque el desarrollo empresarial es más fructífero si va de la mano con la responsabilidad social. Por ello, es necesario que la hostería integre mecanismos de responsabilidad social, que permitan generar alternativas a ciertos problemas de la comunidad del cantón Píllaro
- **EL DESCANSO COMO UN MEDIO DE VIDA.** Las actividades diarias obligan a un desgaste físico y mental. Por ello, El Remanso propone generar la idea del *Descanso* como un mecanismo fundamental para la vida de nuestros visitantes, que se constituya en el cambio de actividades rutinarias por otras más saludables, en contacto con la naturaleza y el medio.

4.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS INTERNOS

Para su gestión interna, se prevé que la Hostería El Remanso cuente con un Modelo de Administración por Procesos. Para ello, en fases posteriores es necesario levantar íntegramente un Manual de Procesos y un Manual de Procedimientos que definan el conjunto de actividades que emplearán insumos o recursos organizacionales.

4.1.2.1 Procesos organizacionales

En este sentido, es necesario proceder a identificar los procesos de la organización:

CUADRO No. 59

PROCESOS ORGANIZACIONALES DE LA HOSTERÍA EL REMANSO

No	NOMBRE DEL PROCESO	DEFINICIÓN	PROCESOS EMPRESARIALES DEFINIDOS	DEFINICIÓN	SUBPROCESOS	RESPONSABILIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS A ENTREGAR
1	Gobernadores	Dirigen y orientan la Gestión empresarial	Alta Decisión Empresarial (Junta de Accionistas)	Se constituirá en el proceso legislativo del más alto nivel en la empresa, responsable de brindar las orientaciones de carácter general para su funcionamiento		<ul style="list-style-type: none"> - Acudir a las Asambleas ordinarias y extraordinarias convocadas; - Aprobar y rechazar los balances financieros y estados consolidados, así como solicitar informes detallados sobre los movimientos económicos y financieros de la empresa; - Decidir el ingreso o salida de los socios, de conformidad con la Ley de Compañías; - Decidir sobre nuevos proyectos o iniciativas planteadas por la Administración u otras instancias de la empresa. Se plantea que sus reuniones sean semestrales, salvo necesidades emergentes determinadas por los socios o por el Administrador
			Gestión Empresarial (Administrador de la Hostería)	Este proceso administrará y tomará decisiones en base a las políticas emanadas por su superior, planificando las actividades de la hostería, con el efectivo uso y registro de los recursos asignados, el cumplimiento de objetivos y la promoción y publicidad de la Hostería		<ul style="list-style-type: none"> - Representación legal de la Hostería - Definir los objetivos y estrategias de la hostería - Gestión del talento humano y los recursos de la empresa. - Establecer estrategias de marketing y acciones de mercado - Contacto con operadoras, agencias de viajes y proveedores turísticos; - Definir los procedimientos de seguridad y mantenimiento de la hostería, - Analizar y evaluar los resultados de las gestión y proponer acciones correctivas; - Monitorear y controlar la satisfacción del cliente. - Actualización de la página de Internet de la Hostería
					Recepción	<ul style="list-style-type: none"> - Atención a clientes, personalmente - Atención de llamadas telefónicas y reservaciones - Visitas rápidas acompañando a los clientes para que observen la Hostería
2	Claves o Generadores de Valor	Generan los productos y servicios orientados al cliente externo	Alimentos y Bebidas	Encargado de la provisión adecuada de alimentación, licores y bebidas de la hostería.	Cocina	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de comidas diarias: desayunos, almuerzos, meriendas, de acuerdo a planificación de menús establecida. - Preparación de comidas para eventos especiales, de tipo gourmet o preparaciones de garnish para adornar eventos.
					Bar – Restaurante	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de Restaurante (alimentación) - Montaje de mesas y sillas para eventos y servicio, - Preparación de cócteles según carta y recomendaciones,

						<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de equipos de sonido, luces, cd y accesorios para sonido de eventos,
			Operaciones Turísticas	Brindarán el componente recreativo fuera de las instalaciones de la hostería, aprovechando las bondades turísticas del Cantón Píllaro	Recorridos Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de Paquetes turísticos: agroturismo, cabalgatas, recorridos culturales, - Programación de recorridos turísticos, según planificación diaria y pedidos. - Señalética y mantenimiento de senderos - Coordinación con proveedores comunitarios para eventos
					Deportes y Aventura	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de paquetes turísticos: Trekking, climbing, Subida en cuerdas de cascadas. - Programación de recorridos, según planificación, - Preparación de equipo y seguridades para el uso.
			Esparcimiento y Recreación	Se centrará en la atención adecuada del turista en cuanto al uso y operación de las instalaciones recreativas internas, así como de su mantenimiento	Jardín Botánico	<ul style="list-style-type: none"> - Plantación de especies autóctonas y del sector - Cuidado de las especies, - Establecer programación de eventos relacionados con su responsabilidad. - Adecantamiento de los espacios verdes de la Hostería con plantas del sector
					Sauna, Turco e Hidromasaje	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento de las instalaciones - Limpieza y desinfección, - Provisión de esencias y aromatizantes para relajación
					Juegos y Esparcimiento (Interno)	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades lúdicas y recreativas para niños - Actividades de integración y recreación para adultos
4	Habilitantes	Habilitantes Brindan bienes o servicios que permiten la realización de otros procesos y de sí mismos	Servicios Financieros	Contabilizará las actividades en la que incurse la provisión de bienes y servicios, monitoreará los ingresos y gastos de la operación e informará de la situación financiera de la hostería	Contabilidad y Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Registros contables por varios conceptos - Pagos de impuestos - Pagos de nómina y proveedores - Balances y estados
			Mantenimiento y Regiduría de Pisos	Encargados del aseo, limpieza y mantenimiento de la hostería y sus instalaciones, con excepción de aquellas determinadas para el proceso de Esparcimiento y Recreación.	Lavandería y pisos	<ul style="list-style-type: none"> - Arreglo y limpieza de las habitaciones e instalaciones. - Lavado y planchado de sábanas, cobijas, toallas - Servicio de planchado para clientes
					Servicios Generales	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento de equipos e instalaciones - Mantenimiento de computadores y redes - Limpieza de exteriores y de la clasificación de desechos de la hostería

Gráfico No. 28

MAPA DE PROCESOS DE LA HOSTERÍA EL REMANSO.

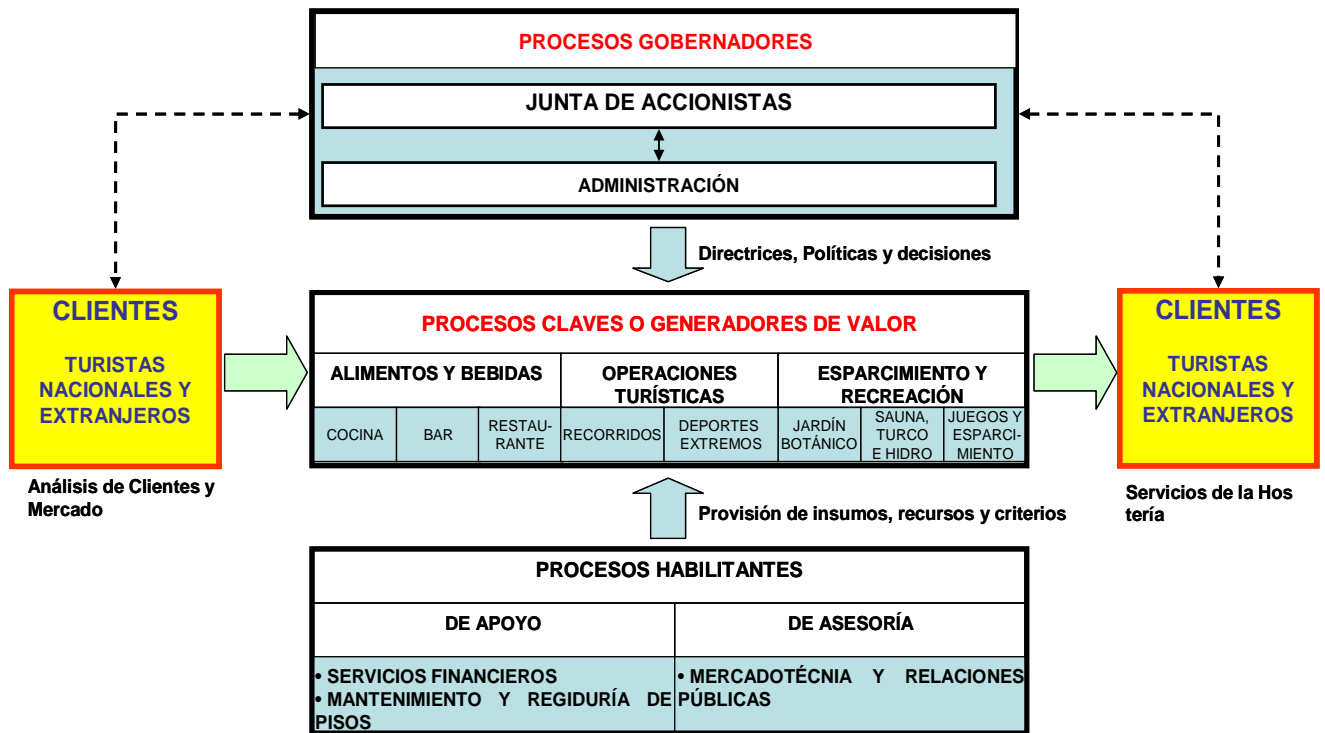
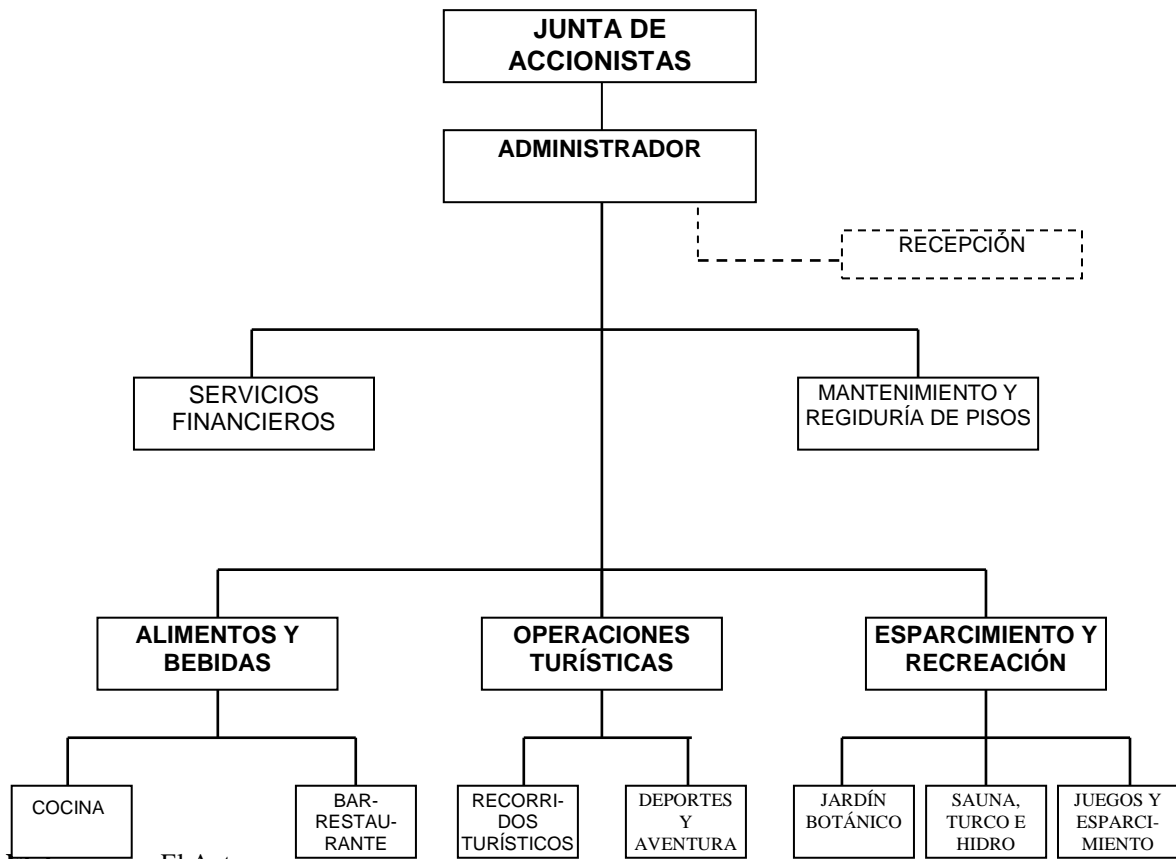


Gráfico No. 29

ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA HOSTERÍA EL REMANSO



Elaboración: El Autor

4.1.2.2 *Procedimientos de la Hostería El Remanso.*

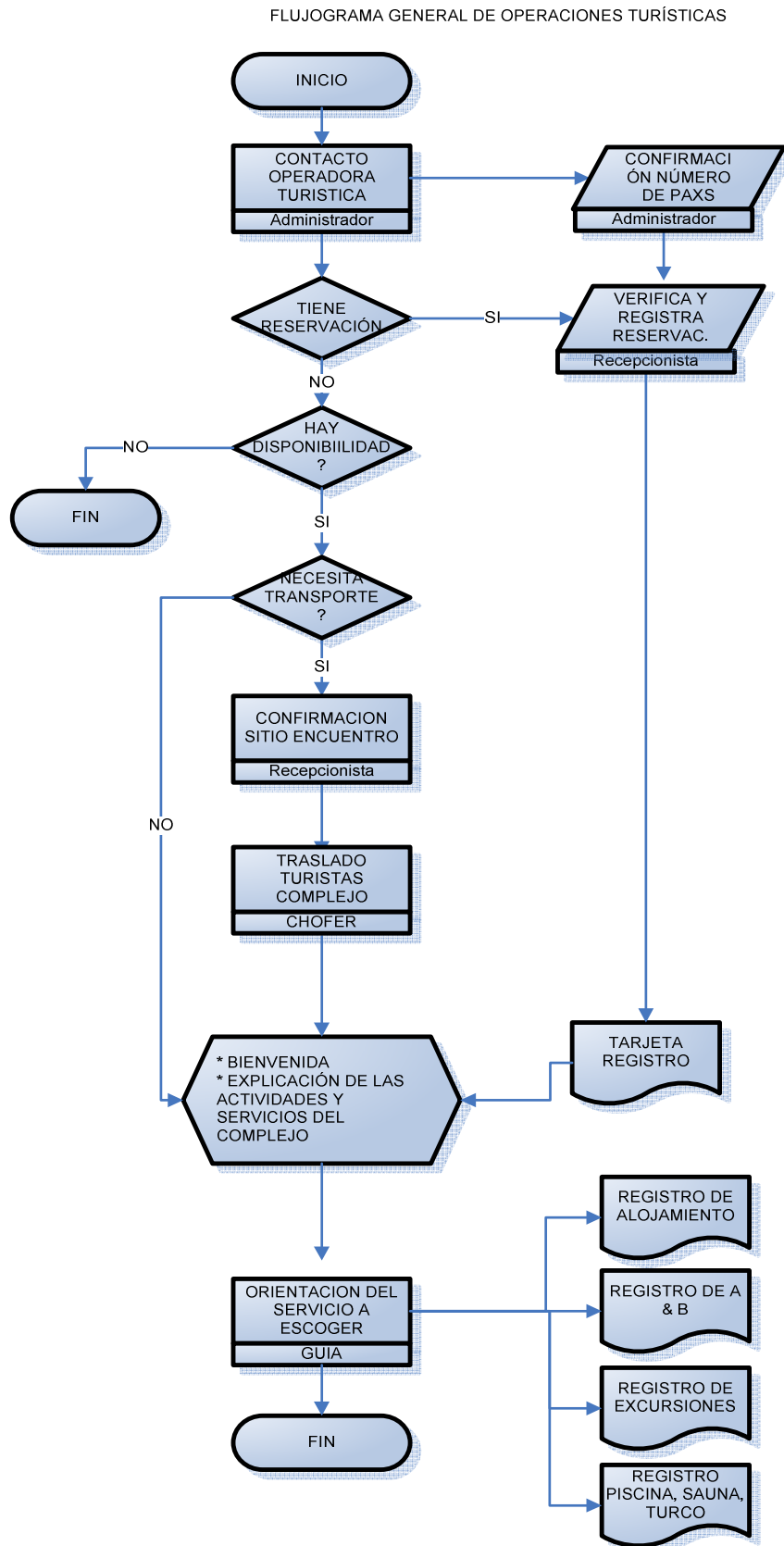
A través de una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, se pretende demostrar como se realiza cada etapa, los materiales o servicios que entran o salen del proceso, las decisiones a ser tomadas y las personas involucradas.

Con la finalidad de brindar un servicio integrado, la Hostería organizará y guiará su accionar a través de cinco principales flujogramas donde se describen las actividades a seguir en cada una de las áreas que se relacionan al cliente.

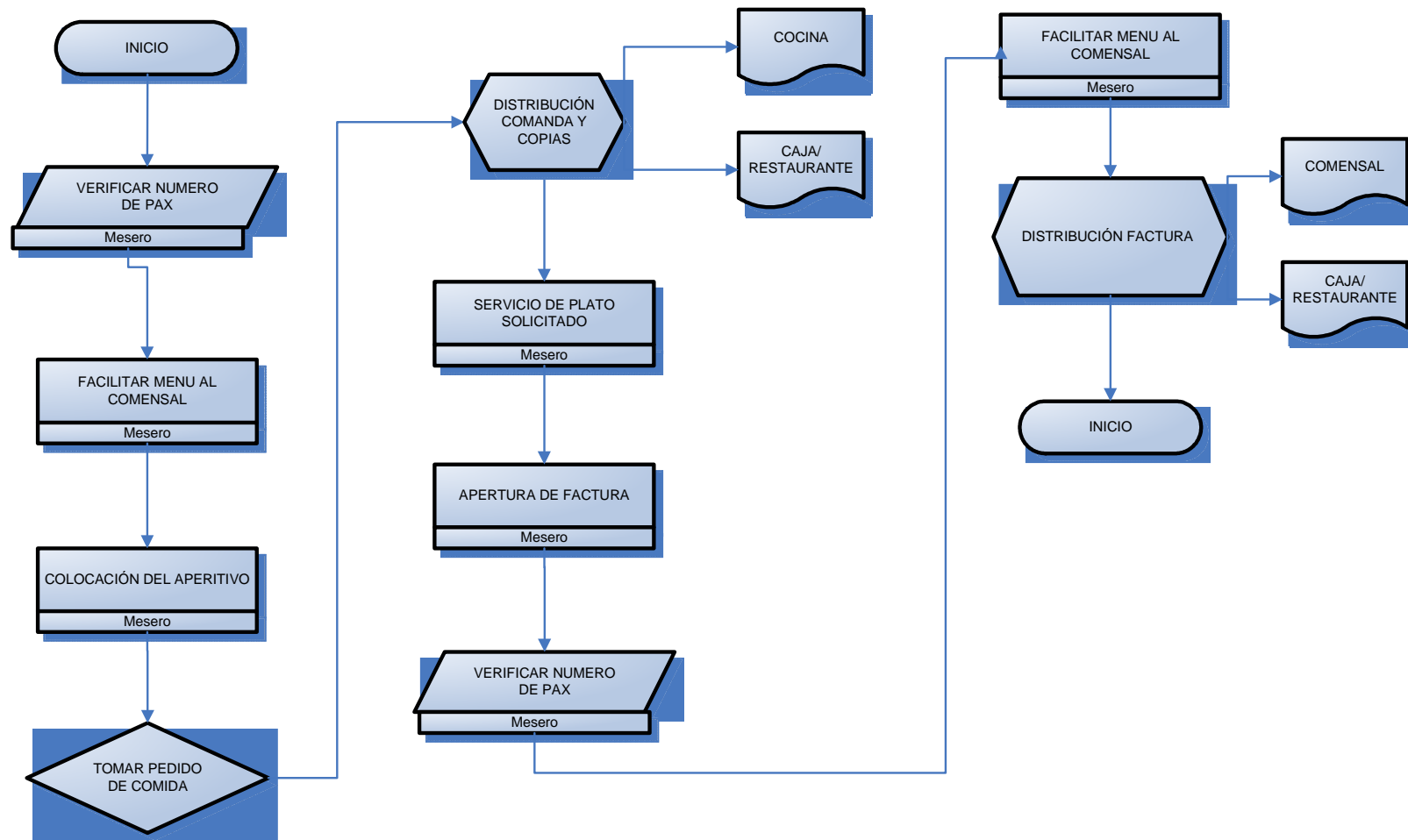
Para ello se tomará en cuenta la simbología determinada en el Cap. 3, a fin de ser utilizada en esta descripción

Formulario No. 1

FLUJOGRAMA GENERAL DE OPERACIONES TURÍSTICAS



Formulario No. 2
FLUJOGRAMA GENERAL DEL RESTAURANTE



4.1.3 ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Como se conoce, una vez establecida la estructura organizacional, los procesos de la empresa y su alcance, es necesario establecer una correcta administración del talento humano que permita manejar este importante recurso.

El fundamento de la administración del talento humano en la Hostería El Remanso está determinado por los siguientes elementos: Descripción y Valoración de Cargos; Reclutamiento, Selección y Adiestramiento; Capacitación y generación de competencias, y Evaluación del desempeño.

4.1.3.1 *Descripción y Valoración de Cargos*

En este punto es fundamental rescatar un trabajo técnico de mucha importancia que ha constituido el Sistema de Certificación de Competencias Laborales en el Sector Turismo, que constituye un esfuerzo realizado por la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo –FENACAPTUR-, co ejecutado por la Cámara de Turismo de Pichincha y Guayas y con la asesoría del Instituto Ecuatoriano de Normalización –INEN-. El objetivo general de este sistema constituye: “Impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios del sector turístico del Ecuador para elevar su competitividad como destino de clase mundial.”⁶², para ello reconoce las competencias principales del sector, fijan sus estándares para la industria turística, contribuye a la preparación y formación académica del personal, incorpora una visión estratégica a la gestión turística desde la perspectiva del recurso humano y rescata la conciencia turística y el recurso humano del sector.

⁶² www.fenacaptur.com.ec

Formulario No. 3

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE *ADMINISTRADOR DE HOSTERÍA*

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		4. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS		7. INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA			
Código:		INTERFAZ		Nivel de Instrucción:	Superior		
Denominación:	ADMINISTRADOR DE HOSTERÍA	Clientes; Junta de Accionistas, personal administrativo, operativo y de servicios de la Hostería; Autoridades de la Provincia y el Cantón; Ministerio de Turismo, MSP; moradores del cantón				Título Requerido:	Ingeniero o Licenciado
Reporta a	Junta de Accionistas						
Unidad o Proceso:	Gestion Empresarial						
No. de turnos	1						
No. de Personas a su cargo	1						
Fecha		Área de Conocimiento:		Administración Hotelera, Administración de Empresas			
2. MISIÓN		5. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		8. IDIOMAS REQUERIDOS			
Gestiona los procesos de la hostería así como su recurso humano, procurando la satisfacción del cliente y velando por el desarrollo económico y competitivo del negocio.		Tiempo de Experiencia:	3 a 4 años	INGLÉS	Suficiencia		
		Especificidad de la experiencia:	Gestión de empresas turísticas y hoteleras Contabilidad, Código del Trabajo	FRANCES	Suficiencia		
3. RESULTADOS ESPERADOS		6. ACTIVIDADES PRINCIPALES		9. CONOCIMIENTOS		10. COMPETENCIAS	
Establecer los objetivos y estrategias de la hostería		a) Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión; b) definir necesidades y prioridades de recursos (económicos, rr.hh.) c) Indicar las necesidades de inversión; d) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos;		- Procesos y procedimientos contables y administrativos - Metodología para la planificación de actividades		Planificación y gestión	
Establecer estrategias y acciones de mercado (marketing)		a) Analizar tendencias del mercado; b) Promover las ventas; c) Mantener la imagen de la empresa de alojamiento; d) negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.		- Técnicas de definición de precios, productos y servicios; - Técnicas de mercadeo		Pensamiento Estratégico	
Analizar y evaluar los resultados y proponer acciones correctivas		a) Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas y estándares b) Controlar costos; c) Analizar proyecciones financieras; d) Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad; e) Analizar resúmenes contables, financieros y de personal; f) Supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.		- Procesos de mejora continua; - métodos de evaluación de desempeño de personal; - Procesos y procedimientos contables y administrativos		Habilidad Analítica	
Alcanzar objetivos esperados:		a) Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado; b) Impulsar nuevos negocios; c) Mantener información sobre todos los aspectos del establecimiento, d) Representar a la empresa en eventos y en la comunidad; f) Establecer y mantener una red de contactos públicos y privados;		- Técnicas de negociación - aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera; - Técnicas de mercadeo		Gestión y relación	
Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:		a) Planear, organizar e implementar reformas y mejoras; b) Definir y aplicar procedimientos de seguridad; c) Promover el entrenamiento para emergencias; d) Implementar un programa de conservación ambiental; e) Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios; f) Implementar procedimientos de prevención de fraude contra el establecimiento, los huéspedes, funcionarios y colaboradores.		- aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera;		Velar por los recursos materiales	
Asegurar la satisfacción del cliente:		a) Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y procurar recursos para las mejoras; b) Mantener contacto adecuado con el cliente; c) Supervisar los servicios y atenciones dispuestas al huésped; d) Controlar estándares de calidad; e) Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente; f) Reorientar el proceso y procedimiento que eleve la calidad del servicio prestado al cliente.		- tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento;		Recopilación de información.	
Liderar el equipo humano de trabajo:		a) Incentivar la cooperación, la participación y el compromiso de sus colaboradores; b) brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo; c) definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo; d) promover el entrenamiento y desarrollo del equipo humano de trab. e) solucionar diferencias entre los colaboradores.		- Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo; - técnicas de negociación y administración de contratos; - técnicas de liderazgo y jefatura;		Desarrollo Estratégico de Recursos Humanos	

Elaboración: El autor

Formulario No. 4

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE *CAMARERA DE PISOS*

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		4. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS		7. INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:		INTERFAZ		Nivel de Instrucción:	Bachillerato
Denominación:	CAMARERA DE PISOS	Clientes; personal administrativo, operativo y de servicios de la Hostería, administrador de la Hostería			
Reporta a	Ama de Llaves				
Unidad o Proceso:	Mantenimiento y Regiduría de pisos				
No. de turnos	2				
No. de Personas a su cargo	0				
Fecha					
2. MISIÓN		5. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		8. IDIOMAS REQUERIDOS	
La Camarera de Pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales, inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material, y, atender pedidos y reclamos		Tiempo de Experiencia:	2 años	INGLÉS	Básico
		Especificidad de la experiencia:	Organización y limpieza de habitaciones; higienización	FRANCES	Básico
3. RESULTADOS ESPERADOS		6. ACTIVIDADES PRINCIPALES		9. CONOCIMIENTOS	
Limpiar, asear y ordenar las habitaciones		Barrer, aspirar, lavar, pulir, remover manchas simples de sanitarios, pisos, minibar, ventanas, paredes, muebles, espejos, cuadros, barrederas, equipos y demás elementos de la habitación y área social, aplicando procedimientos o estándares mínimos.		a) Técnicas de limpieza, ordenamiento y asear aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales; b) técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos;	
Adecuar la habitación para recibir al huésped:		a) Realizar el montaje de cama extra o cuna; b) Poner o retirar elementos extras; c) arreglar y ordenar menaje de acuerdo con los requerimientos del huésped; d) coordinar con la Recepción y alimentos y bebidas atenciones especiales a huéspedes; e) coordinar con el departamento de Mantenimiento y Regiduría de Pisos el estado de las habitaciones.		a) Técnicas de limpieza, ordenamiento y asear aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales; b) técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos;	
Inspeccionar el estado de una habitación:		a) Hacer inspección visual de la apariencia y calidad después de la finalización del servicio de ordenamiento y limpieza; b) confirmar el consumo de minibar; c) confirmar la integridad de las instalaciones, el abastecimiento de agua en el baño, la ausencia de algún elemento que perjudique la presentación final de la habitación.		procedimientos de manejo de minibares; manejo de formularios.	
Efectuar controles y registros:		a) Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería; b) controlar y registrar consumo de minibar, productos extras, fecha de caducidad y conservación del producto; c) registrar la cantidad de huéspedes por habitación y novedades; d) recoger y registrar objetos olvidados; e) hacer inventario de cada habitación y de la bodega de piso.		procedimientos de manejo de minibares; manejo de formularios.	
Operar equipos de trabajo:		a) Operar la aspiradora, enceradora, radio transistor y aparatos de uso del huésped como televisión, control remoto, aire acondicionado, secador de cabello, minibar; b) equipar y maniobrar el carro de apoyo.		operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;	
Brindar información del establecimiento al huésped:		a) Operar la aspiradora, enceradora, radio transistor y aparatos de uso del huésped como televisión, control remoto, aire acondicionado, secador de cabello, minibar; b) equipar y maniobrar el carro de apoyo.		servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;	
Velar por la seguridad y privacidad del huésped:		a) Notificar al departamento de seguridad el acceso de personas ajenas; b) observar flujo y tipo de equipaje; c) comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped; d) garantizar confidencialidad sobre los hábitos e información del huésped; e) trabajar conjuntamente con su jefatura y departamento de seguridad para solventar cualquier situación conflictiva.		procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped;	
				Manejo de recursos materiales de la Hostería	
				Manejo de recursos materiales de la Hostería	
				Comprobación	
				Recopilación de la Información	
				Operación de Equipos	
				Expresión oral	
				Servicio y confidencialidad	

Elaboración: El autor

Formulario No. 5

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE *RECEPCIONISTA*

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		4. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS		7. INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA	
Código:		INTERFAZ		Nivel de Instrucción:	Tecnología
Denominación:	RECEPCIONISTA	Clientes; Administrador de Hostería, personal administrativo, operativo y de servicios de la Hostería; moradores del cantón			
Reporta a	Administrador de Hostería				
Unidad o Proceso:	Gestión Empresarial				
No. de turnos	2				
No. de Personas a su cargo	0				
Fecha					
2. MISIÓN		5. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		8. IDIOMAS REQUERIDOS	
Cumplir con los procesos de contacto, recepción, registro, acomodación y salida del huésped, y cubrir con las actividades de botones, camarera cuando sea necesario		Tiempo de Experiencia:	1 año	INGLÉS	Suficiencia
		Especificidad de la experiencia:		FRANCÉS	Suficiencia
3. RESULTADOS ESPERADOS		6. ACTIVIDADES		9. CONOCIMIENTOS	
Registrar el ingreso del huésped (check in)		a) Dar la bienvenida al huésped; b) verificar los datos de la reserva; c) llenar la ficha, libro o registro; d) ayudar al huésped en el llenado de la ficha de registro; e) acordar la forma de pago; f) entregar la llave; g) presentar los servicios y horarios del establecimiento.		- Funciones generales de cada departamento de la hostería; - Reglas de etiqueta y protocolo; relaciones humanas; - Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para compra y relacionados	
Acomodar al huésped en la habitación:		a) Acompañar al huésped a la habitación; b) mostrar las instalaciones e instruir acerca de su uso; c) Finalizar la organización de las habitaciones, (opcional) d) orientar a las camareras de piso.		- Funciones generales de cada departamento de la hostería; - Reglas de etiqueta y protocolo; relaciones humanas;	
Controlar el acceso a las habitaciones:		a) Entregar y recoger las llaves de las habitaciones; b) controlar el acceso de visitantes.		- reglas de etiqueta y protocolo; relaciones humanas;	
Apoyar al huésped:		a) Brindar información sobre el establecimiento o la ciudad; b) aclarar dudas del huésped sobre gastos, equipaje y objetos olvidados; c) coordinar la entrega de lencería extra, pequeñas compras u objetos de promoción del establecimiento (amenities).		- Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para compra y relacionados	
Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out):		a) averiguar el consumos realizados por el huésped; b) investigar la satisfacción del huésped durante su estadía; c) apoyar al departamento de mantenimiento reportando daños o averías. d) Presentar la cuenta al huésped (ingresos y gastos detallados); e) controlar la entrega de equipaje; f) despedir al huésped de manera que comprometa su fidelidad hacia el establecimiento.		- manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet; - manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros; - Términos técnicos de hotelería relativos a la recepción;	
Efectuar turnos correspondientes		a) Manejar el libro de recepción; b) entregar arqueo de caja; c) reportar novedades adicionales. d) entregar informes requeridos por la administración, registrar novedades.		- manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet;	
Operar y mantener las instalaciones de recepción		a) Limpiar, organizar y conservar el área de recepción; b) colaborar para mantener la seguridad del área de recepción. c) Operar teléfono, central telefónica, fax, calculadora, máquina para tarjeta de crédito, alarma, radio transistor y computador.		- procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional, tarifas a cobrar, horarios con descuento, posibilidades de uso celular no local, números de teléfono útiles en caso de emergencia y uso de la guía telefónica; - términos técnicos de hotelería relativos a la recepción; - medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas;	
				Expresión Escrita	
				Organización	
				Registro y control	
				Información	
				Expresión Escrita	
				Expresión Escrita	
				Operación de equipos	

Elaboración: El autor

Formulario No. 7

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE GUÍA TURÍSTICO

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		4. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS		7. INSTRUCCIÓN FORMAL REQUERIDA							
Código:		INTERFAZ		Nivel de Instrucción:	Tecnología						
Denominación:	GUÍA TURÍSTICO	Clientes; personal administrativo, operativo y de servicios de la Hostería				Título Requerido:	Tecnología				
Reporta a	Administrador de Hostería										
Unidad o Proceso:	Gestion Empresarial										
No. de turnos	1										
No. de Personas a su cargo	0										
Fecha		Área de Conocimiento:		Guía de Turismo Nacional							
2. MISIÓN		5. EXPERIENCIA LABORAL REQUERIDA		8. IDIOMAS REQUERIDOS							
Brindar información turística acerca de los atractivos naturales, sociales y culturales del cantón Pillaro, acorde con la programación de espacios turísticos realizada por la Hostería		Tiempo de Experiencia:	2 años	INGLÉS	Suficiencia						
		Especificidad de la experiencia:	Guianza a personas adultas, bilingüe	FRANCES	Suficiencia						
3. RESULTADOS ESPERADOS		6. ACTIVIDADES PRINCIPALES		9. CONOCIMIENTOS							
Establecer las diferentes rutas turísticas a visitar, así como itinerarios y tiempos de recorrido		a) Establecer el Portafolio de Productos Turísticos de la Hostería; b) Definir cronogramas de actividades y tiempos para cada producto turístico c) Programar el presupuesto de costos de cada producto turístico, tanto para nacionales como para extranjeros; d) Establecer medidas de seguridad para el turista, en cuanto a su traslado, alimentación y alojamiento para el turista;		- Guianza - Metodología para la planificación de actividades - Atractivos Turísticos del Cantón. - Servicios de la Hostería		Planificación y gestión					
							a) Orientar al turista acerca del atractivo turístico visitado, su leyenda y tradición; b) Orientar las preguntas del turistas relacionadas con el tema; c) Mantener preocupación por el estado del turista;		- Guianza - Historia y mitos de los alrededores - Exposición y Locución verbal		Expresión oral (bilingüe)

Elaboración: El autor

4.1.3.2 Integración del Talento Humano

En esta parte se debe seleccionar el personal competente para cada uno de los puestos de la organización, quienes deben cumplir con el perfil establecido en los procesos de Descripción y Valoración de Cargos. Para ello, se definirán tres instancias fundamentales: reclutamiento, selección y adiestramiento.

a) Reclutamiento

Consiste en un proceso que identifica a los candidatos capacita citados para llenar las vacantes actuales y futuras de la empresa. Se inicia con la detección de necesidades de

personal y culmina en la recepción de las solicitudes de empleo, con ello se obtiene una base de datos de posibles candidatos donde luego de un proceso de selección se obtendrá los nuevos empleados.

Para este proceso es necesario recurrir a un cuadro explicativo

CUADRO No. 60
FUENTES Y MEDIOS DE RECLUTAMIENTO

FUENTES DE RECLUTAMIENTO	MEDIOS DE RECLUTAMIENTO
Universidades e Institutos relacionados con la carrera turística y hotelera, como son: <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Tecnológica América • Universidad Tecnológica Equinoccial • Universidad de Especialidades Turísticas • Universidad Cristiana Latinoamericana • Instituto de Hotelería y Turismo • Ministerio de Trabajo • Agencias de empleo 	Son técnicas a usarse para comunicar y solicitar el personal requerido, así tenemos: <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud escrita al Ministro de Trabajo, • Anuncio en la Prensa de Mayor circulación en Quito y Ambato, • Anuncio en las bolsas de Trabajo de Internet

Fuente: Viracucha, Betty y Carranco, David, Op. Cit., p. 48.

b) Selección

Una vez que se dispone de un banco de datos de solicitantes y realizado un escogitamiento de acuerdo a los perfiles de cada puesto, obtenido mediante el reclutamiento, se procede a seguir algunos pasos para determinar quienes serán contratados:

- Los candidatos deberán llenar una hoja de solicitud, que contendrá: datos generales del solicitante, datos de trabajos anteriores y conocimientos requeridos;
- Entrevista a los candidatos para aclarar los datos de la hoja de solicitud;
- Pruebas prácticas para averiguar el grado de conocimiento y habilidades que tengan los candidatos.

Con esta información se presentarán una lista de tres candidatos finales los cuales serán puestos a consideración del Administrador de la Hostería “El Remanso”, quien tomará la decisión del o la mejor candidat@.

c) **Entrenamiento**

Una vez que se ha elegido a una persona, ella deberá comenzar un proceso educativo aplicado de manera sistémica y organizada para que conozca las instalaciones, adquiera conocimientos relacionados a su puesto y a la organización interna de la Hostería. El entrenamiento también contemplará el uso de maquinarias, el control de su área, los productos y servicios de la empresa, lugares de los suministros y un criterio importantísimo de atención de calidad al cliente interno y externo.

Nota: Como es parte de sus políticas organizacionales, la Hostería El Remanso dará prioridad en la selección del personal que vive en el sector de Píllaro o zonas aledañas, a fin de tener una línea coherente de responsabilidad social.

4.1.3.3 *Dirección*

a) *Políticas para la Administración del Talento Humano*

- “Las personas hacen a las organizaciones”, por lo tanto se buscará la Integración y el involucramiento del personal, a todo nivel, quienes dan “vida a todas las organizaciones”
- La selección será obligatoria para todo personal. Existirá preferencia por aquel personal que sean habitantes del sector;
- El adiestramiento y la capacitación fortalecerán el desempeño del trabajador, por lo tanto es importante su impulso;
- La evaluación del personal será periódica. También se calificará el servicio que se brinda como empresa desde la percepción de sus clientes;

b) Responsabilidades del Personal

- Conocer todos los servicios que brinda la Hostería;
- Observar y cumplir las políticas y reglamentos de la Hostería;
- Observar y cumplir con las actividades designadas por el Administrador o sus supervisores;
- Observar y cumplir con los horarios de entrada, salida y alimentación, así como los turnos que sean determinados
- Cuidar de su imagen corporal,
- Brindar atención rápida y oportuna, con cortesía y respeto al cliente
- Colaborar en el trabajo y en toda actividad relacionada con la Hostería,
- Evitar las visitas personales en los horarios de trabajo;
- Respetar la señalización de cada área y sección de la Hostería;
- Solicitar permisos personales con 24 horas de anticipación y coordinar para que asuma un reemplazo su puesto.
- Procurar la limpieza en todas las instalaciones de la Hostería, especialmente en su área de trabajo;
- Prudencia en los diálogos de personal a personal, sin levantar la voz, burlarse ni tampoco gritar;
- Prudencia y confiabilidad en aspectos respectivos a los clientes;
- Mantener un sistema adecuado para la conservación de los alimentos
- Orientar al cliente en el uso de los bienes o servicios de la hostería.

c) Prohibiciones al personal:

- Fomentar actos de indisciplina y más aún frente al cliente
- Apropiarse o extraviar objetos de propiedad de los clientes
- Abrogarse atribuciones fuera de sus propias responsabilidades
- Involucrarse personalmente con el cliente, ni con sus compañeros de trabajo;
- El uso excesivo de celulares en horas de trabajo;
- Dormirse mientras está en turno de trabajo;
- Trabajar bajo la influencia del alcohol, de drogas o sustancias estupefacientes;

- Ausentarse sin previo aviso o autorización correspondiente;
- Peleas y discordias dentro de la Hostería.

d) Sanciones

- Amonestación verbal o escrita cuando no haya cumplido con sus actividades
- Cancelación del contrato de trabajo en caso de agresión por palabra u obra a los clientes, socios de la Hostería y personal de las mismas, siempre y cuando sea comprobado
- Cancelación del contrato por incumplimiento de sus actividades
- Sanción en caso de no llevar correctamente el uniforme;
- Amonestación con el descuento del sueldo por un día, en caso de falta sin justificación alguna,
- Las demás contempladas en el Código de Trabajo.

CUADRO No. 61
TURNOS PROPUESTOS

EMPLEADOS	TURNOS DE LA MAÑANA	TURNOS DE LA TARDE
Administrador	08H00 – 16H00	
Recepcionistas	07H00 – 15H00	15H00 – 23H00
Guías	09H00 – 17H00	
Cocineros	06H00 – 14H30	14H30 – 22H30
Ayudante de cocina	08H00 – 16H00	
Mesero	07H00 – 15H00	15H00 – 23H00
Técnico Agrónomo	08H00 – 16H00	
Camareras	06H30 – 14H30	14H30 – 22H30
Guardia – Conserje	07H00 – 19H00	19H00 – 07H00

Elaboración: El autor

4.2 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA PROPUESTA

4.2.1 LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

El estudio de localización define claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la Hostería. El objetivo principal será obtener una máxima producción sea de productos tangibles o intangibles, maximizando los beneficios y reduciendo al mínimo posible los costos

En la determinación de lugar dónde se ha de instalar una planta, generalmente se suelen recorrer dos pasos, primero se escoge el área geográfica en general (macro localización) y, segundo se selecciona el sitio preciso (micro localización)⁶³

Geográficamente la Hostería, como se ha anotado, se encuentra localizada en el Cantón Píllaro, provincia del Tungurahua. En el capítulo I se ha realizado un breve estudio de este cantón en varios aspectos.

Dentro de la micro localización se determina la propuesta dentro del Cantón Píllaro en la Parroquia de San Miguelito de Píllaro, en el Sector conocido como Quillán. Este sector comprende un pequeño valle fértil por donde cruza el río Quillán cuyas temperaturas oscilan entre los 14° a los 29°. Aquí constituye una zona rica en cultivos frutícolas como tomate de árbol, manzanas, melones, chirimoyas, entre otros.

4.2.1.1 *Evaluación de los Factores de Localización*

a) Factores Decisivos

⁶³ Caldas, Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, 2003, p. 108, citado por Viraducha Betty y Carranco Omar, Op. Cit., p. 103.

CUADRO No. 62
FACTORES DECISIVOS PARA LA UBICACIÓN DE LA HOSTERÍA

FACTORES DECISIVOS	EVALUACIÓN
1. Existencia de Vías de Comunicación En muy buen estado, reparación continúa hasta el trazado de la entrada a Quillán.	5
2. Seguridad de Conducción Vías con buena señalización, superficie normal, predisposición a derrumbes ocasionales	3
3. Intensidad del Tránsito Vías con poco volumen de tránsito diario; mayor circulación en días sábados, domingos y lunes	3
4. Distancia, tiempo a Centros Urbanos Mayores A 5 minutos de Píllaro, a 1 hora de Patate y 45 minutos de Ambato	4
5. Disponibilidad de Agua Potable Agua entubada por red pública, pozos naturales y agua de manantial (abastecimiento al 80%)	3
6. Disponibilidad de Energía Eléctrica Abastecimiento al 60% de la población	3
7. Disponibilidad de Comunicación Telefónica Abastecimiento al 61% de la población	3
8. Disponibilidad de Terrenos Disponibilidad para el desarrollo del proyecto, varias hectáreas sin uso	4
9. Atractivos Turísticos Variedad de atractivos turísticos naturales (Llanganates, Quinuales, agroturismo) y culturales (Diablada Pillareña, ebanistería, gastronomía)	5
10. Calidad de Desarrollos Circunvecinos Poco desarrollo urbano	5
11. Condiciones Sociales Proceso de mejoramiento a través de programas y productos. Varios proyectos económicos	3
12. Condiciones de Salubridad Proceso de mejoramiento a través de planes	3
TOTAL	44

Elaboración: El autor

b) Factores Importantes

CUADRO No. 63

FACTORES IMPORTANTES PARA LA UBICACIÓN DE LA HOSTERÍA

FACTORES IMPORTANTES	EVALUACIÓN
1. Proximidad a las vías principales Existencia de dos vías de acceso cercana a la carretera principal de Píllaro-Patate-Baños	4
2. Costo del Terreno Terreno de uno de los socios	4
3. Condiciones del subsuelo Condiciones aptas para cimentación de edificios bajo	5
2. Topografía Topografía variada, pendiente entre el 30% al 35%	4
TOTAL	17

Elaboración: El autor

c) Factores Deseables

CUADRO No. 64

FACTORES DESEABLES PARA LA UBICACIÓN DE LA HOSTERÍA

FACTORES DESEABLES	EVALUACIÓN
1. Disponibilidad de Materiales y mano de obra Existen en cantidad y disponibilidad que cumplen con la exigencia del proyecto	4
2. Condiciones Metereológicas Normales Normal	5
3. Factibilidad de Desagües Desagües que no ocasionan perjuicios o molestas internas y/o externas	2
TOTAL	11

Elaboración: El autor

CUADRO No. 65

EVALUACIÓN TOTAL DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN DE LA HOSTERÍA "EL REMANSO"

FACTORES	PUNTUACIÓN TOTAL	PORCENTAJE
Factores Decisivos	44	60%
Factores Importantes	17	23%
Factores Deseables	11	17%
TOTAL	72	100%

Elaboración: El autor

Los resultados del análisis del sector fueron los siguientes:

Se estableció una puntuación total de 70, con un porcentaje mayor en los factores decisivos (60% del modelo), tal puntuación ubica al proyecto en la calificación de bueno, lo que implica un gran potencial de producción con un adecuado mercadeo.

4.2.2 INGENIERÍA DE LA PROPUESTA

4.2.2.1 *Tamaño*

La Hostería “El Remanso” contará con una capacidad de alojamiento de 22 pax y una capacidad de esparcimiento de 120 pax, con un nivel de ocupación del 45%⁶⁴, por tratarse de un establecimiento nuevo.

CUADRO No. 66
CAPACIDAD INSTALADA “HOSTERÍA EL REMANSO”

SERVICIOS	PERSONAS
ALOJAMIENTO	22
ALIMENTACIÓN	35
RECREACIÓN	25
AGROTURISMO	20
PAQUETES TURÍSTICOS	20
TURISMO DE AVENTURA	20
TOTAL	142

Elaboración: El autor

4.2.2.2 *Diseño y distribución de la Hostería “El Remanso”*

a) *Diseño*

⁶⁴ Viraducha, Op. Cit. P. 98.

El diseño de la Hostería será de tipo rústico y ecológico, para la construcción de toda la planta se utilizará bloque con recubrimiento a media altura de madera para darle un aspecto de rústico. Su techo teja y en algunos sitios de teja cubierta de paja, con el objetivo de dar un ambiente natural

Cada cabaña dispondrá de decoraciones interiores con fotografías de paisajes de la región, animales de la región y de las fiestas populares del cantón Píllaro.

La cabaña del Restaurante Bar será decorada con fotografías de los cultivos de la región y arreglos florales, así como un ambiente tradicional con una tushpa y ruedas de carretas antiguas, con zamarros y látigos de la región. Tendrá una capacidad de 50 pax.

En el área de sauna, turco e hidromasaje se dispondrá de un cuarto para cada servicio; casilleros personales y música relajante.

En el área de jardín botánico se contará con un invernadero que contendrá especies de: tomate de árbol, manzanas, claudias, peras, duraznos, etc. de la región.

b) Distribución de la Hostería

La distribución y ubicación de la infraestructura externa e interna de la hostería se la ha dividido en los siguientes bloques

Bloque Uno

- Edificio administrativo, sala de espera y de servicios turísticos.
- Alojamiento: cabañas grande y matrimonial
- Restaurante – Bar
- Área de equipamiento
- Piscina - turco

Bloque Dos

- Áreas de esparcimiento y juegos infantiles

Bloque tres

- Área del Invernadero (Jardín Botánico),
- Criaderos de aves de coral y animales

Bloque cuatro

- Parqueadero
- Otras áreas verdes

4.2.2.3 Descripción de los servicios de la hostería “El Remanso”

a) Alojamiento

En la hostería se contempla una capacidad de alojamiento de ocho (8) habitaciones, el cual será distribuido de la siguiente manera:

CUADRO No. 67
CAPACIDAD MÁXIMA DE ALOJAMIENTO DE LA HOSTERÍA
“EL REMANSO”

HABITACIÓN	No. HABITACIONES	TOTAL NO. PAX
MATRIMONIAL	2	4
DOBLES	2	4
TRIPLES	2	6
CUÁDRUPLES	2	8
TOTAL	8	22

Elaboración: El autor

Servicios que brinda cada habitación:

CUADRO No. 68
TIPO DE HABITACIÓN Y SERVICIOS
HOSTERÍA “EL REMANSO”

TIPO DE HABITACIÓN	SERVICIOS
MATRIMONIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Cama tipo “Queen Size” (dos plazas) • Televisión con TV. Cable • Lámparas a los lados de la cama • Dos veladores de un cajón • Set de baño privado con inodoro, lavabo y ducha • Agua caliente • Luz • Teléfono (con código de marcado externo)
DOBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Dos Camas de una plaza • Televisión con TV. Cable • Lámparas a los lados de la cama • Dos veladores de un cajón • Set de baño privado con inodoro, lavabo y ducha • Agua caliente • Luz • Teléfono (con código de marcado externo)
TRIPLES	<ul style="list-style-type: none"> • Tres Camas de una plaza • Televisión con TV. Cable • Lámparas a los lados de la cama • Dos veladores de un cajón • Set de baño privado con inodoro, lavabo y ducha • Agua caliente • Luz • Teléfono (con código de marcado externo)
CUÁDRUPLES	<ul style="list-style-type: none"> • Una litera ½ plaza en un cuarto • Una cama de una plaza • Un cuarto con cama Queen Size • Televisión con TV. Cable • Lámparas a los lados de la cama • Dos veladores de un cajón • Set de baño privado con inodoro, lavabo y ducha • Agua caliente • Luz • Teléfono (con código de marcado externo)

Nota 1: Los huéspedes, además de los servicios mencionados, tendrán derecho a usar las canchas deportivas, sauna, turco e hidromasaje, piscina y a un desayuno tipo continental

Nota 2: Eventualmente, según la necesidad de las reservaciones y el número de paxes, se podrán transformar habitaciones para un mayor número de paxes.

Elaboración: El autor

b) Alimentos y Bebidas (Restaurante – Bar – Cocina)

Tendrá a cargo la preparación de comidas diarias:

- Desayunos tipo continental, con leche o agua, huevos y frutas, así como una variedad de quesos y mantequilla de la zona; el típico pan de maíz injerto y de una variedad de panes de Ambato; los famosos “chigüiles” y las “empanadas con tierra”
- Los almuerzos y meriendas servirán un plato típico de la región y trucha o pollo. Además bebidas y postres de la región (jucho, entre otros).
- Preparación de comidas para eventos especiales, de tipo gourmet o preparaciones de garnish para adornar eventos
- Preparación de cócteles según carta y recomendaciones,

c) Operaciones turísticas

Su función será:

- La determinación de itinerarios turísticos, según reservación o solicitud: agroturismo, cabalgatas, recorridos culturales, recorridos místicos y de leyenda
- Programación de recorridos turísticos, según planificación diaria y pedidos.
- Señalética y mantenimiento de senderos
- Coordinación con proveedores comunitarios para eventos
- Determinación de paquetes turísticos: Trekking, climbing, Subida en cuerdas de cascadas.
- Preparación de equipo y seguridades para el uso

d) Oficinas

En las oficinas de la Hostería “El Remanso” se encontrará la Recepción y la Administración; un hall con sillas cómodas adornada con varias fotos de las actividades turísticas de la hostería.

En este sitio se contemplará un botiquín de primeros auxilios

Cada cuarto contará con un extintor de 20 libras ubicado en un lugar visible

4.3 PLAN PUBLICITARIO

El sector turístico del Cantón Píllaro se caracteriza por una mínima planta turística, como se observa en los datos detallados en el Capítulo No. 2.

La mayoría de establecimientos existentes se han enfocado específicamente en la prestación de servicios de restauración, bares y discotecas.

4.3.1 OBJETIVOS PUBLICITARIOS

a) Corto Plazo

Introducir en el mercado turístico los servicios de la Hostería “El Remanso” como un sitio de diversión y esparcimiento, que pretenda satisfacer la necesidad del sector del turismo de aventura, cultural, agroindustrial y el ecoturismo.

b) Mediano Plazo

- Reconocimiento de organización sustentable y responsable: “amiga del ambiente y de la sociedad”.
- Ofrecer un servicio diferenciado de atención turística y hotelera, que permita un crecimiento anual de al menos un 4% anual.

4.3.2 ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

Es necesario considerar que la estrategia que debe imponerse es la de *penetración*, en cuanto a desarrollo del mercado mediante el análisis del servicio, plaza, promoción y distribución, como se describe a continuación:

a) Estrategia de Desarrollo del Servicio:

La clave para obtener éxito en una empresa es estar en constante cambio, estar innovando los servicios que en ella se ofrecen, por esta razón será necesario que la Hostería “El Remanso” cuente con características distintivas del servicio:

- ✓ El uso de fuentes de trabajo del sector así como la asociación con productores agrícolas para proveer a la hostería de insumos a precios altamente competitivos. A nivel más detallado, se debe señalar que contratar agricultores de la zona para que desarrollen las actividades productivas del Jardín Botánico y permitan a los turistas disfrutar de una experiencia única de aprender de los *expertos* como se planta, cuida y cosecha frutos de la tierra.
- ✓ Fomentar y mantener elementos de las variedades gastronómicas, culturales, étnicas y naturales del cantón Píllaro y la provincia de Tungurahua; por ejemplo: el Restaurante ofrecerá platos típicos de la zona o del sector

4.3.3 ESTRATEGIAS DEL PERSONAL

El cliente interno tiene un papel muy importante en una organización, por tal motivo se debe seleccionar, instruir y motivar al talento humano para conseguir su mejor rendimiento laboral. En torno a este contexto se ha desarrollado las siguientes estrategias:

- ✓ Preocupación permanente (motivación y capacitación) del talento humano de la hostería, a través de un sistema estructurado de manejo de recursos humanos
Capacitación permanente en aspectos técnicos, pero sobre todo en atención al cliente,
- ✓ Formar convenios con instituciones educativas que oferten la carrera en la rama turística y hotelería para la realización de pasantías en la Hostería.

Tácticas

- ✓ Establecer horarios de capacitación y temas (trimestralmente)
- ✓ Dar reconocimiento al mejor empleado a través de la designación de días libres,

- ✓ Realizar agasajos de corta duración a los clientes internos en fechas importantes como: cumpleaños, navidad, aniversario, entre otros,
- ✓ Realizar convenios con universidades mediante plantías o intercambio estudiantil, logrando el abastecimiento de personal en todas las áreas operativas.

4.3.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La Hostería debe tomar en cuenta el sistema de comunicación que llevará con los clientes, intermediarios o proveedores, ya que ellos se comunican a su vez con otras personas, dando como resultado un proceso de retroalimentación que de una u otra manera, influye en la operación de la Hostería.

La mezcla promocional de los servicios se basará en los siguientes parámetros

- a) Búsqueda de alianzas con empresarios turísticos extranjeros que busquen nuevos sitios turísticos míticos y naturales como el Parque Nacional Llanganates, Quinales y Quillán dentro de su oferta de productos en el país.

Los servicios que prestan las operadoras se detallan a continuación:

- Ofrecer información de los servicios que presta de la Hostería,
- Dar a conocer los paquetes turísticos de la Hostería
- Confirmar el contrato
- Recaudar el dinero de los turistas
- Solicitar los requerimientos a necesitarse para la ejecución de las diferentes actividades,
- Dar a conocer el Horario de Partida y Retorno
- Contratar el Transporte con la capacidad necesaria par cumplir con las actividades,
- Dar la información correspondiente a los representantes de la Hostería para la planificación correcta de las actividades a desarrollarse.

- b) Establecimiento de un Plan Publicitario: Afiches, trípticos, vídeos, cuña radial

Tácticas de Promoción

- a) Aplicar planes de ventas en épocas especiales como: feriados y temporadas vacacionales, desarrollando a su vez las fiestas de la comunidad como la Diablada Pillareña,

Esta actividad será llevada a cabo en función de los paquetes turísticos elaborados a través de una adecuada jerarquización que permita seleccionar los atractivos más idóneos de visita

- En días feriados se trabajará con el 10% de descuento por contratación de paquete para grupos que sobrepasen los 15 pax.
- Para grupos institucionales habrá un descuento del 10%, durante todos los meses del año (15 pax.)
- En temporadas vacacionales, se establecerán excursiones específicamente para grupos vacacionales, con itinerarios sencillos y a precios accesibles.
- Se establecerá un itinerario comunitario, que consiste en involucrar al turista en las fiestas populares, dando a conocer al turista tradiciones de los pobladores de la parroquia.

- b) Aplicar un adecuado plan publicitario, en base a material como trípticos, afiches, vídeos y cuñas radiales

- Para ello se aplicarán medios como trípticos y afiches los mismos que serán utilizados para la introducción de la Hostería en la mente del potencial consumidor, con este objetivo se empleará la cantidad de mil trípticos (\$170) y afiches (\$120).
- El video será utilizado específicamente en instituciones educativas donde se llevará a cabo una explicación sobre los servicios que brinda la Hostería, poniendo a disposición los atractivos turísticos del Cantón. Costo aproximado \$100.

- Para lograr una mayor captación de turistas, será necesario una cuña radial que permita al radioyente conocer los servicios que presta la Hostería, considerando que cada cuña radial está en un valor de \$15 por los cinco segundos, en radios de Ambato, se realizará dos cuñas diarias por tres días a la semana, durante un mes.

4.3.5 ESTRATEGIAS DE PRECIO

La aplicación de una buena estrategia de fijación de precio a los servicios, permitirá que la empresa tenga mayor competitividad en el mercado, pues además de cubrir sus costos y gastos para adquirir rentabilidad, la empresa debe encontrarse acorde a los precios de la competencia y los precios que de la demanda está dispuesta a pagar.

Por tal motivo, la fijación de los precios en torno a estudio permanente mercado Eficiencia administrativa

Tácticas de Fijación de precio

- Analizar los precios que las personas estarían dispuestas a pagar por cada servicio que se ofrecerá en la Hostería para cálculos de precio justo.
- Investigar precios de los servicios de la competencia directa, recolectando información importante para la determinación de precios que la demanda estaría dispuesta a pagar, por cada uno de los servicios (alojamiento, restauración y recreación), y contar con una referencia importante para el planteamiento de los precios de la Hostería.
- En base al análisis de la capacidad instalada del establecimiento se ha determinado precios accesibles al cliente posterior al análisis de factores como: número de clientes por cada área, costos de materia prima y % mínimo y máximo de ocupación de la Hostería.

4.3.6 MARCA, LOGOTIPO, ISOTIPO Y SLOGAN PUBLICITARIO

4.3.6.1 Marca y Logotipo de la Hostería “El Remanso”

El logotipo de la Hostería el Remanso es una playa en un *remanso* de río, ya que este sitio es un lugar ideal para el descanso y la tranquilidad, así como para la aventura.

Se encuentra determinado por colores verde y blanco fusionados con un celeste que representa el río.

4.3.6.2 Isotipo

El Isotipo está representado por una estatua del místico General Rumiñahui apuntando a los Llanganates, caracterizado por los colores gris, blanco, verde, azul y café.

4.3.6.3 Slogan.

“Hostería ‘El Remanso’, donde la aventura convive con la leyenda”

Este es el slogan de la Hostería con la cual se pretende llegar a posicionarlo en la mente del turista, será incluido a continuación del isotipo con colores azules y rojos

4.4 CONSIDERACIONES DE CARÁCTER LEGAL PARA SU FUNCIONAMIENTO

4.4.1 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA Y FORMALIDADES

Es necesario acotar que para la constitución de la Hostería El Remanso, se debe observar lo determinado en el marco jurídico para el funcionamiento de compañías de turismo. En este sentido, es necesario observar lo terminado en la Ley de Compañías, la Ley de Turismo y las normativas del I. Municipio de Santiago de Píllaro.

Es importante considerar que la Hostería El Remanso se constituirá como una empresa de compañía limitada.

4.4.1.1 Pasos para constituir la Hostería

1. Remitir solicitud para la aprobación del nombre (Razón Social) de la hostería, dirigida a la Superintendencia de Compañías y esperar su aprobación que dura alrededor de cinco días
2. Aperturar una cuenta de Integración de capital, por el valor mínimo de 800 USD (ochocientos dólares americanos), valor determinado para compañías de responsabilidad limitada.
3. Se determina una Escritura Pública de Constitución, ante Notaría Pública, por triplicado;
4. Presentación de las tres escrituras públicas adjuntas a oficio firmado por un abogado, que debe ser remitido a la Superintendencia de Compañías. En 48 horas esta solicitud será respondida, y en caso de ser necesario, la institución pública realizará correcciones al texto de la escritura.
5. Se debe publicar la escritura en un periódico de amplia circulación, donde conste el domicilio de la compañía, por una sola vez;
6. Se sienta razón de la Resolución emitida por la Superintendencia de Compañías en la escritura de constitución, en la misma notaría donde la obtuvo.

7. Se inscribe la escritura en el Registro Mercantil, donde se presenta tres escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías con todo los requisitos anteriores;
8. Se debe inscribir los nombramientos del Administrador de la Hostería (que es a su vez el representante legal), presentando el Acta de la Junta de Accionistas donde se realiza su nombramiento;
9. Antes de comenzar su funcionamiento, se debe obtener el Permiso Municipal para el funcionamiento o Patente Municipal.

4.4.2 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES Y LAS RENTAS OBLIGATORIAS

La Hostería “El Remanso” debe cumplir con sus obligaciones tributarias para lo cual deberá obtener su número de Registro Único de Contribuyentes –RUC-, que constituye su identificación para realizar actividades comerciales.

Su inscripción debe ser realizada dentro de los treinta días hábiles siguientes a la constitución de la empresa o de haber iniciado realmente sus actividades comerciales. Con esta inscripción adquiere la calidad de contribuyente.

Para obtener el RUC, se necesitan los siguientes requisitos:

- Copia de la Cédula de Identidad del Representante legal y del tesorero o contador;
- Copia de la Inscripción en el registro mercantil,
- Copia de la acta de nominación como representante legal

4.4.3 OBLIGACIONES CON EL MUNICIPIO DE SANTIAGO DE PÍLLARO

El Municipio de Píllaro solicita los siguientes documentos:

- Nombramiento del representante legal
- Certificado de inspección de los Bomberos de la localidad

- Cancelación de la especie valorada “Patente municipal”. Esta es una obligación para todos los comerciantes e industriales que operen en el cantón, dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en el que se inicia la actividad comercial o 30 días siguientes al día final del mes en el que termina el año
- Además es necesario cancelar el permiso de *Línea de Fábrica*. Este servicio autoriza el levantamiento de construcciones o cerramientos a los propietarios de predios Urbanos basados en el Plan Estratégico cantonal.
- Finalmente, se debe adquirir el *permiso de construcción*. Este es utilizado para autorizar que el propietario realice cualquier cambio, modificación o construcción en el predio.

4.4.4 OBLIGACIONES CON EL MINISTERIO DE SALUD (SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

En este sentido se solicita:

- Certificado de funcionamiento (anual)
- Certificados de trabajo para el personal
- Certificados médicos del personal que labora en cocina y restaurantes.

4.4.5 OBLIGACIONES CON EL MINISTERIO DE TURISMO Y GREMIOS RELACIONADOS

Toda personal natural o jurídica debe obtener el registro de turismo, previo al inicio de cualquier actividad turística descrita en el artículo 5 de la Ley de Turismo. Esta consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimiento a afines a esta rama, en el Ministerio de Turismo. El trámite se lo realizará solo una vez mediante solicitud y adjuntado los siguientes requisitos y formalidades:

- Copia certificada de la escritura de constitución, tratándose de personas jurídicas,

- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas;
- Copia del RUC;
- Copia de la Cédula de Identidad y papeleta de votación del representante legal;
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual;
- Copia del Título de Propiedad;
- Lista de precios de los servicios ofertados.

Este registro se lo realiza una sola vez. El valor a pagar es \$ 70,10, según el artículo 148 de la Ley de Turismo.

Licencia única anual de funcionamiento

Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además el registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año que se la otorgue.

4.4.6 OBLIGACIONES CON EL CUERPO DE BOMBEROS

En el Cuerpo de Bomberos se debe presentar una solicitud de inspección de la Hostería; en la inspección que se realizará se verifica que el establecimiento posea:

- Salidas de emergencias
- Instalaciones entubadas
- Señalización
- Extintores de Incendio

Una vez realizada la inspección, el cuerpo de bomberos emite el certificado de funcionamiento.

4.4.7 OBLIGACIONES CON LA INTENDENCIA DE POLICÍA

Los requisitos legales que la Intendencia de Policía solicita para el funcionamiento del establecimiento son:

- RUC
- Patente Municipal,
- Cédula de Identidad del Propietario o representante legal,
- Certificado del Cuerpo de Bomberos,
- Pago de \$8 por concepto de permiso de funcionamiento

CUADRO No. 69

PRESUPUESTO PARA EL PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE LA HOSTERÍA “EL REMANSO”

DETALLE	VALOR
• Elaboración de la Minuta	400,00
• Notarización Escritura Pública	150,00
• Publicación Extracto en el Diario La Hora de Ambato y Píllaro	90,00
• Pago de Inscripción de Escritura y nombramiento en el Registro Mercantil	78,00
• Constitución Compañía Limitada	800,00
• Pago de Patente Municipal	35,00
• Honorarios profesionales (incluyendo trámites en la Superintendencia de Compañías y otras instancias)	700,00
• Registro en el Ministerio de Turismo, Licencia Única de Funcionamiento y otros Gastos en el Municipio de Píllaro	120,10

Elaboración: El autor

4.5 CONSIDERACIONES AMBIENTALES

4.5.1 PROCESO DE ESTUDIO AMBIENTAL

Como estudio de Impacto Ambiental se considera la información técnica – científica, que permite la identificación, predicción y evaluación de los efectos positivos o negativos que puedan impactar en el medio físico, biológico o humano donde se realiza la propuesta.

En este caso, el presente estudio ambiental evaluará los posibles efectos positivos y negativos que traerán consigo la construcción de la infraestructura necesaria para el funcionamiento de la Hostería, así como desarrollar medidas de control y mitigación que permitan disminuir o reparar los daños irreversibles en el entorno, ya sea en la actualidad o en le futuro.

4.5.1.1 Delimitación del área de Estudio

La Hostería “El Remanso” estará ubicada en el Cantón de Píllaro a 10 Km. de distancia del centro principal, su extensión de terreno es de 3 hectáreas, siendo de característica regular.

4.5.1.2 Factores Abióticos

4.5.1.2.1 Pisos Altitudinales

Toda la región se caracteriza por tener un clima templado, con una temperatura media de 16° C y un piso altitudinal que varia entre los 2100 a 3000 msnm, aunque puede llegar a alturas de hasta 3500 en partes altitudinales de lo Llanganates.

Según los especialistas, se pueden encontrar los siguientes pisos altitudinales en el sector del estudio:

CUADRO No. 70
PISOS ALTITUDINALES

PISOS	RANGOS DE TEMPERATURA	RANGOS DE ALTITUD
Montano bajo (MB)	12° a 18° C	1800 a 3000 m.s.n.m
Montano (M)	6° a 12° C	3000 a 3500 m.s.n.m
Subalpino (SA)	3° a 6° C	3500 a 4000 m.s.n.m

Fuente: Enríquez Miranda, Santiago, tomado de Resúmenes de Ecología del Ecuador. 1997, citado en Cevallos, Renato; adaptado para el presente estudio.

- *Región Húmedo temperado:* Se localiza entre altitudes de 1800 y 3000 m.s.n.m, su temperatura varía entre 12 y 18° C, recibiendo precipitaciones promedias entre los 1000 y 1500 milímetros. El patrón de distribución de las lluvias es zenital, la duración de la estación seca es un tanto variable, pero corresponde mayormente a los meses de mayo y agosto. Esta región bioclimática, corresponde a la formación ecológica de bosque húmedo Montano Bajo b.h.MB.
- **Región (17) Muy húmedo temperado.** Esta localizada en las zonas externas del Llanganates, en un rango de temperatura y altitud igual a la anterior, pero se diferencia de esta última porque recibe precipitaciones entre 1500 y 2000 milímetros. Por sus límites climáticos, la región corresponde a la formación bosque húmedo Montano Bajo b.h.M.B.
- **Región (10) Húmedo Sub-temperado.** Este piso bioclimático corresponde a los paramos (sub-paramos) del Llangantes, presenta un rango altitudinal entre los 3000 y 4000 m.s.n.m, registrando una temperatura entre los 6° y 12° centígrados, recibiendo precipitaciones superiores a 500, pero inferiores a 1000 milímetros. La distribución de las lluvias tiene un carácter zenital, pero llueve a través de todo el año, aunque en forma moderada en los meses de agosto y julio.

4.5.1.2.2 Factores Físico Químicos

- **En cuanto al agua:**

- Se está procediendo al levantamiento catastral correspondiente del Sistema de recursos Hídricos del Cantón Píllaro.
- Se espera superar ciertos problemas a nivel de los procesos de captación y tratamiento del agua de fuentes y vertientes naturales. Sin embargo, es destacable el alto grado de pureza de estas fuentes.
- El cauce de los ríos está determinado y consolidado. En época invernal no se observa desbordamiento de las orillas, las mismas que para los ríos Quillán y Culapachán se encuentran bien definidas. Se ubica la quebrada de Quilimbulo un proyecto de relleno sanitario que entubó al río del mismo nombre a fin de facilitar el acceso por carretera.
- Existen dos proyectos de riego fundamentales: el Pisayambo y el Llanganates-Libertad, que aseguran una importante provisión de agua para este sector eminentemente agrícola.
- Se aprecian mínimas variaciones del pH., con un promedio general considerado “ligeramente ácido”.
- La tasa de oxígeno disuelto asegura un óptimo desarrollo de las funciones vitales de los peces en el río Quillán, aprovechado para el desarrollo de actividades piscícolas. Por otro lado, la pendiente del río Culapachan relativamente fuerte, garantiza el oxígeno necesario para la supervivencia de las especies.
- Según el departamento de Medio Ambiente del Municipio de Píllaro, en la zona de influencia del proyecto, las concentraciones de los diferentes componentes químicos, se encuentran dentro de los límites de tolerancia aceptados como normales.
- Variación térmica muy reducida.

- La capacidad biogénica es buena, significando aguas ricas en aportes nutritivos asimilables por los salmónidos.
- Existe un problema de contaminación aguas abajo de la zona del proyecto, generada por una falta de proyectos de alcantarillado y saneamiento ambiental en el sector. La principal fuente de contaminación son las aguas servidas domésticas y aquellas relacionadas con las plantaciones de flores, fabricación de lácteos y de uso agrícola que mantienen una alta dosis de agentes bactericidas y pesticidas.

- **Aire**

En la zona del proyecto no existe un estudio o referencias que determinen, de manera detallada, de la contaminación del aire. Se observa que la contaminación se debe principalmente a la concentración de gases producida por los proyectos de desechos sanitarios y la contaminación del río Quillán

- **Suelo**

Es notable la riqueza del suelo para cultivo de varias especies de frutos, flores y vegetales, sin embargo existe una tendencia de monocultivo sobre todo de papas, tomates de árbol, manzanas y peras. Así también, es común el uso de pesticidas y germicidas para los campos.

- **Características del terreno donde se implementa el proyecto**

El terreno presenta características ricas para un cultivo intensivo. Se encuentra en una zona de explotación agrícola importante en el valle de Quillán y ofrece las condiciones necesarias para considerar un proyecto que aproveche al máximo las condiciones naturales del mismo.

El subsuelo es compacto y no se observan mayores filtraciones. Sus accesos a través de la carretera permiten la circulación de vehículos livianos y medianos. La

provisión de servicios está asegurada ya que se cuenta con una red de agua potable, luz eléctrica y telefonía y comunicación.

- **Ruido**

Las características del ruido es mínima circunscrita a vehículos livianos y medianos que circulan en el sector. Se considera que el sitio es “apacible”.

- **Proceso de intervención**

Actualmente, se presenta una serie de tratamientos para los problemas de agua, aire y suelo fruto de la contaminación ambiental que se encuentran presentes en los proyectos de Manejo Sustentable de Píllaro, manejado por la Municipalidad

c) Factores Ecológicos

- **Flora.**

Es importante destacar que la flora es uno de los factores ambientales significativos del cantón. Su clima, tipo de suelo, humedad y nivel de acidez facilitan el crecimiento de múltiples especies endémicas y productivas en el sector.

- **Fauna.**

La distribución faunística está íntimamente relacionada con su hábitat natural, esto es, directamente asociada a los conjuntos de flora que definen las distintas unidades de vegetación del entorno, asó como los otros factores varios tal como es la altura.

d) Factor Socio-económico

Se encuentran explicados en el nivel de Cantón de Píllaro

e) Factor Paisajístico

El paisaje de la zona está formado por una serie de variables ambientales que lo definen, como el clima, la geología, los cursos de agua y manantiales, pero lo que influye en forma más directa en la calidad y tipos de paisaje de un entorno, son la pendiente y la asociación o unidad de flora que lo caracteriza, aspectos en general muy relacionados.

- Paisajes naturales

Al constituirse en su cantón cuya vía principal debe sortear la quebrada del Quilimbulo, en una ruta que desciende aproximadamente cuatro kilómetros hasta cerca de la ribera del río y luego vuelve a ascender otros cuatro kilómetros, produce una sensación paisajística única. Además, la característica florida de sus terrenos y casas y la presencia de etnias autóctonas de las diversas zonas parroquiales, hacen un mosaico de interesante atractivo.

Goza de un clima templado frío, en la cabecera cantonal, y un clima templado en sitios como Quinuales y la Merced.

Desde Píllaro se puede visitar el Parque Nacional Llanganates y el complejo lacustre del Pisayambo, el Páramo de Quinuales, el valle de Quillán, y la carretera conecta con la ciudad de Pelileo y Patate, sitios obligados para acceder a Baños.

4.5.2 ANÁLISIS AMBIENTAL DEL PROYECTO

Para el análisis ambiental se ha recurrido a una herramienta muy útil para la descripción comparativa de los impactos, llamada *Matriz de Leopold*, la cual permite valorar a los factores receptivos y emisivos, según el impacto que se cause, de forma clara y ponderada

4.5.2.1 Matriz (Leopold)

Esta matriz está compuesta en la parte horizontal del cuadro por las acciones derivadas de las actividades, los procesos o los proyectos que ocasionan impactos ambientales y/o

ecológicos y en la parte vertical por las condiciones, los procesos, los factores naturales, sociales, culturales y económicos afectados por las áreas indicadas.

La suma de las columnas y los renglones dan un valor del impacto global generado por una actividad o recibido por una característica (condición, proceso o factor).

ANÁLISIS AMBIENTAL DE LA PROPUESTA

CUADRO No. 71

MATRIZ LEOPOLD

MÉTODO DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL, EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA HOSTERÍA EL REMANSO

Emisor Receptor	RUIDO	RETIRO DE CUBIERTA VEGETAL	RESIDUOS ORGÁNICOS	RESIDUOS DE BASURA	ACULTURA- CIÓN	INGRESO DE TURISTAS	TRABAJADO RES EVENTUALES	TOTAL
AGUA		-4 +3	-2 +1	-1 +1				-15
SUELO		-4 +4	-2 +4	-3 +1				-27
AIRE		-4 +4	-1 +1	-2 +3				-23
FAUNA	-2 +2		-2 +1	-1 +1				-7
FLORA	-2 +3		-3 +1	-1 +1				-10
EMPLEO					-2 +4	-2 +5	-2 +3	-24
POBLACIÓN					-2 +4	-2 +4		-16
TOTAL	-10	-44	-16	-12	-16	-18	-6	

Elaboración: El Autor

4.5.3 VALORACIÓN DE IMPACTOS

Una vez identificados los impactos, procedemos a la valoración de estos, en la que se desarrollan todas las especificaciones, acordes con el tipo de proyecto y medio. El estudio de valoración de efectos ambientales lo realizaremos, en base a los que mayor alteración causa de acuerdo a la matriz de Leopold.

a) Retiro de Cubierta Vegetal

La construcción de la infraestructura necesaria para la atención a los turistas va a suponer la modificación de las condiciones del suelo en toda su longitud.

La modificación de los perfiles del suelo por la necesidad de ejecutar la excavación necesaria para albergar las cimentaciones de las edificaciones, así como la ocupación del terreno por parte de la planta son las principales incidencias.

Los excedentes de tierras excavadas los repartiremos por una parte en la rasante del terreno. Por el contrario las tierras sobrantes de esta operación las trasladaremos a rellenos sobre los que efectuaremos actuaciones de regeneración y de reacondicionamiento paisajístico.

El referido impacto se califica como: negativo, directo, puntual, a corto plazo, permanente, irreversible, recuperable y discontinuo, pudiendo establecerse como dictamen que la actuación no afecta a recursos protegidos o de gran valor, su probabilidad de ocurrencia es alta y se considera admisible mediante la adopción de medidas correctoras expuestas, siendo su incidencia de moderada magnitud.

b) Ingresos de turistas.

El ingreso de turistas supondrá un efecto importante sobre los factores físicos-químicos, sobre la vegetación y la fauna, así como sobre los factores

socio-económicos de la población, pero no significará un grado mayor de alteración de hábitat, por el estado de la parcela sobre la que se llevará a cabo la implantación de la actividad.

Esta alteración o modificación, origina que el impacto se clasifique como negativo, directo, puntual, largo plazo, permanente, irreversible, recuperable y discontinuo pudiendo establecerse que, por una parte no afecta a recursos protegidos o de valor ambiental alto, la probabilidad de ocurrencia es alta, es admisible y no necesita medidas correctoras, pudiendo por tanto calificarse como de magnitud compatible.

c) Residuos orgánicos

Uno de los impactos ambientales graves es el manejo de residuos orgánicos tanto de turistas como de los extraídos de las granjas, que ocasionan altos índices de contaminación ambiental a largo plazo afectando directamente al aire y agua.

Esta alteración, origina que el impacto se clasifique como negativo, directo, puntual, largo plazo, permanente, irreversible, recuperable y discontinuo pudiéndose establecerse que, por una parte no afecta a recursos protegidos o de valor ambiental alto, la probabilidad de ocurrencia es alta, es admisible y necesita medidas correctoras, pudiendo por tanto calificarse como de magnitud compatible.

d) Aculturación

Con la construcción de la Hostería y en consecuencia la gran afluencia de turistas al sector de Quillán, la comunidad se verá afectada por un proceso de aculturación, dicha situación provocará que la población económicamente activa del sector prefiera trasladarse a las grandes ciudades, cambiando su estilo de vida de agricultor y ganadero por la de comerciante o empleado público, dejando de lado el desarrollo agro turístico del lugar

e) Residuos de Basura

Es un impacto de menores proporciones y más fácil de controlar si se le da el tratamiento adecuado.

Esta alteración o modificación, origina que el impacto se clasifique como negativo, directo, puntual, largo plazo, permanente, irreversible, recuperable y discontinuo pudiendo establecerse que, por una parte no afecta a recursos protegidos o de valor ambiental alto, la probabilidad de ocurrencia es alta, es admisible y necesita medidas correctoras, pudiendo por tanto calificarse como de magnitud compatible.

4.5.4 PLAN DE MEJORAS

El objetivo es de establecer todas aquellas medidas correctoras que consideramos necesarias para minimizar, compensar o cambiar la condición de los impactos producidos o susceptibles de producirse por la realización del proyecto analizado sobre el medio que lo acoge.

Se procede a de la siguiente manera

a) Medidas correctoras sobre retiro de cubierta vegetal

Como medida dirigida a minimizar el impacto que se producirá sobre los suelos, como consecuencia de las labores de excavación necesarias para la realización de las distintas construcciones, se propone reponer la cubierta vegetal en un sitio cercano a la construcción de la Hostería, utilizando especies propias del lugar.

Esta labor tendrá una duración de cuatro fines de semana, utilizando la mano de obras de los empleados para su desarrollo; se procederá a sembrar 100 árboles de la zona distribuidos en una extensión de una hectárea, con un costo unitario de \$2 USD, lo que totalizará \$200 USD

b) Medidas correctoras que aseguren la calidad ambiental por el ingreso de turistas

Para evitar que exista afectación considerable por el ingreso de turistas, se ha logrado establecer la capacidad instalada del establecimiento, permitiendo hacer uso adecuado de las instalaciones sin afectar el ecosistema de la zona.

Para el traslado de turistas por las diferentes áreas que poseerá la Hostería, se establecerá señalización vial ecológica, a fin de prevenir la destrucción de la vegetación por el paso constante de los turistas.

En el proceso de señalización se utilizará madera de la zona para la elaboración de letreros, los mismos que serán ubicados en cada una de las áreas recreativas de la Hostería, teniendo un costo de \$180.

Además se establecerá excursiones por los alrededores en grupos no mayores a 15 personas, acompañado de un guía capacitado que promueva la conservación y cuidado de los recursos de la zona.

Con la colaboración del técnico agrónomo, el turista tendrá la oportunidad de aprender sobre los cuidados básicos de la flora y fauna del lugar, técnicas de plantaciones simples, las cuales podrán ser puestas en práctica en sus propios hogares dentro de estrictos controles de prevención de contaminación.

c) Medidas correctoras por el uso de residuos orgánicos

Como se dijo anteriormente, con el ingreso de turistas se producirá una serie de alteraciones, y modificaciones que deberán ser controladas.

En caso de los residuos orgánicos producidos por los turistas, será necesaria la construcción de un pozo séptico de 3,5 metros de profundidad, el cual deberá contener un adecuado tratamiento (cal, tierra, arcilla, arena, ripio y sobre este material estará ubicada una capa de aproximadamente 50 cm. de tierra. Dicha

construcción tendrá un costo de \$900 (este gastos e incluirá en la cuenta de activos fijos, en el estudio financiero)

Los residuos producidos por las granjas integrales serán sometidos a un tratamiento adecuado que permita su posterior utilización en el jardín botánico como abono natural, dicho proceso tendrá un costo de \$200.

d) Medidas correctoras por el proceso de aculturación

Promover el turismo sostenible, mediante programas de capacitación donde la comunidad participe activamente en función de un manejo adecuado de sus recursos, esta actividad será desarrollada en dos talleres: el primero servirá para dar pautas a los agricultores de la zona sobre el manejo y aprovechamiento de sus tierras; el segundo taller consistirá en un seguimiento profundo sobre la puesta en marcha de dichas pautas y en función de este seguimiento se otorgará a los agricultores interesados formas de financiamiento para su desarrollo.

El objetivo es impulsar al agricultor a trabajar en su propia tierra sin tener que abandonar sus costumbres o peor aún migrar a las grandes ciudades en busca de mejores oportunidades de trabajo.

Esta medida tendrá un costo de \$400.

e) Medidas correctoras por la expulsión de residuos de basura

Las medidas correctoras a tomar a este punto consisten en la utilización de un plan de reciclaje como política del establecimiento, para la implementación de esta medida se utilizará doce tanques de tres colores diferentes (azul, amarillo y verde), con su respectivo mensaje.

AZUL: Residuos inflamables (botellas, vidrio, plástico)

AMARILLO: Residuos Inorgánicos (cartón, papel)

VERDE: Residuos Orgánicos (todo lo corrosible)

Estos últimos serán seleccionados y reutilizados como abono en el jardín botánico, luego de haber sido tratados. La Medida tendrá un costo de \$110

Se pretende orientar al turista/visitante en el manejo adecuado de los desechos de basura, principalmente a los grupos de estudiantes que visitan la hostería.

En conclusión el plan de mitigación tendrá un costo de \$1.390 USD.

4.6 FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

El estudio de este capítulo permitirá evaluar la propuesta de creación de la Hostería “El Remanso”, mediante el análisis de los indicadores financieros

4.6.1 INVERSIÓN INICIAL

CUADRO No. 72
INVERSIÓN INICIAL

INVERSIONES	
Capital de Trabajo	17.640,70
Terreno	75.000,00
Edificios	70.400,00
Instalaciones, Maquinaria, Muebles y Equipos	22.511,15
Equipos de Computación y Software	1.437,00
Vehículos, Equipos de Transporte y Equipo Caminero Móvil	47.000,00
Total Activos Fijos Tangible	-
Gastos de Organización	6.233,00
Intereses pre operativos	-

Elaboración: El autor

4.6.1.1 Capital de Trabajo

Previo a abrir sus puertas al mercado, toda empresa deberá contar con un monto suficientemente que cubra los costos y gastos durante su primer periodo de funcionamiento, ya que esta en su inicio no se encontrará en condiciones de liquidarlos con el flujo normal de ingresos.

CUADRO No. 73
CAPITAL DE TRABAJO

RUBRO	AÑO 0
Materia Prima	
Mano de Obra Directa	-
Mano de Obra Indirecta	13.860,00
Combustibles	2.600,00
Útiles de Oficina	290,00
Útiles de Limpieza	544,80
Servicios Básicos	
Imprevistos (2%)	345,90
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	17.640,70

Elaboración: El autor

En el presente estudio, es importante determinar el capital de trabajo proyectado, lo que posibilitará la disposición de Circulante para el pago año a año de las obligaciones. Contablemente se registrará en la cuenta de Caja.

4.6.1.2 Terreno

Para el presente estudio es importante indicar que no se realizará única compra de este activo, ya que se cuenta con una propiedad perteneciente a la familia inversionista, quienes constituirán como accionistas de esta compañía, el mismo que tiene alrededor de 8 mil metros cuadrados, con un valor comercial fijo y no depreciable de 75.000 USD.

4.6.1.3 Construcciones de la Planta Hotelera

Para la construcción de la infraestructura de la Hostería El Remanso, se ha estimado el siguiente rubro de acuerdo con las características de la edificación que se va a realizar.

CUADRO No. 74
PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cabaña Administrativa, Restaurante y Convenciones	1	20.000,00	20.000,00
Cabaña Matrimonial	1	13.000,00	13.000,00
Cabañas Alojamientos	2	10.000,00	20.000,00
Piscina, Sauna, Turco e Hidromasaje	1	10.000,00	10.000,00
Canchas y juegos infantiles	1	4.000,00	4.000,00
Jardín Botánico y criadero	1	2.000,00	2.000,00
Pozo Séptico	1	900,00	900,00
Parqueadero	1	500,00	500,00
		TOTAL	70.400,00

Como se observa en el cuadro anterior, la primera cabaña constituirá la edificación más grande y albergará las oficinas administrativas, el restaurante y el salón de convenciones o charlas estimado; la segunda cabaña contará con las dos habitaciones matrimoniales con las que contará la Hostería; en la tercera cabaña se ubicarán las demás habitaciones

de acuerdo con el número de pax previstos; además una cuarta cabaña constituirá el sitio de sauna, turco e hidromasaje, así como anexo tendrá la piscina; los juegos infantiles y las canchas, el jardín botánico, pozo séptico y parqueadero constituirán construcciones contiguos a estas construcciones.

4.6.1.4 Inversiones en activos fijos

A continuación se realiza un desglose de las inversiones fijas, depreciables o no en las que incurrirá la Hostería previo a su operación, al detalle.

4.6.1.4.1 Cocina

CUADRO No. 75
MAQUINARIA PARA LA COCINA

ARTICULO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial Venegas	1	Cuatro quemadores	200,00	200,00
Refrigeradora	1	Durex	677,28	677,28
Licuada Oster 5 velocidades	2	Marca Oster 5 velocidades	85,00	170,00
Microondas	1	Daewoo 700 wats	150,00	150,00
Congelador	1	General Electric	895,00	895,00
Batidora Oster grande	1	Oster Grande	69,52	69,52
TOTAL				2.161,80

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 76
UTENSILLOS DE COCINA

ARTÍCULO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ollas acero inoxidable pequeñas	3	Umco, 50 lt.	71,95	215,85
Ollas acero inoxidable grande	3	Umco, 80 lt.	78,00	234,00
Juego Ollas pequeñas	1	Juego 5, Mancero	35,00	35,00
Paila recortada #30	1	Tramex	21,04	21,04
Paila recortada # 42	1	Tramex	25,21	25,21
Sarten teflón	2	Tramex	29,68	59,36
Olla de Presión	1	Umco	24,68	24,68
Tabla para picar grande	1	Pica	10,53	10,53
Bandejas	3	Pica	2,15	6,45
Colador de acero inoxidable	1	26 cm.	8,50	8,50
Cucharón 8 oz.	3	Pica	4,34	13,02
Cuchillo cebollero	2	Pica	8,62	17,24
Juego de Coladores de plástico (x 3)	1	Pica	3,00	3,00

Juego de ensaladera de plástico (x 3)	1	Pica	5,82	5,82
Pirex medianos	2	Pica	16,00	32,00
Juego de paletas (x 3), de hierro inoxidable	1	Pica	5,00	5,00
TOTAL				716,70

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.2 Lavandería

CUADRO No. 77

MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LAVANDERÍA

ARTÍCULO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora de 30 libras	1	Indurama	576,99	576,99
Secadora 21 libras	1	Indurama	387,49	387,49
Plancha Oster Rociador vapor	4	Oster	32,50	130,00
Planchador	4	Varios	11,00	44,00
TOTAL				1.138,48

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.3 Alojamiento

CUADRO No. 78

ALOJAMIENTO

ARTÍCULO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cama Queen Size de metal y madera	4	Muebles Metálicos (María Espinosa Rivas)	90,00	360,00
Cama una plaza	8	"	65,00	520,00
Cama litera	6	"	98,00	588,00
Colchón Paraiso - 2 plazas	4	"	98,00	392,00
Colchón Paraiso - 1 plaza	8	"	70,00	560,00
Colchón Paraiso -1 1/2 plaza	6	"	52,99	317,94
Veldores de madera X 2	9	"	30,00	270,00
Lámparas de mesa	6	"	12,99	77,94
				0,00
Cobijas de 2 plazas	6	Almacen Espinosa	10,00	60,00
Cobijas de 1 1/2 plaza	18	"	8,50	153,00
Cobija de 1 plaza	14	"	7,50	105,00
Juego de sábanas de 2	6	"	15,00	90,00
Juego de sábanas de 1 1/2 plaza	10	"	13,00	130,00
Juego de sábanas de 1 plaza	6	"	11,00	66,00
Cubrecamas de 2 plazas	6	"	20,00	120,00
Cubrecamas de 1 1/2 plaza	18	"	19,00	342,00

Cubre camas de 1 plaza	14	"	18,00	252,00
Almohadas	26	"	5,00	130,00
juego de cortinas de baño	8	"	26,00	208,00
cortinas de bajo	9	"	5,00	45,00
Juego de toallas de 4 piezas (toallas de baño, toallas de manos, facial y de pie de baño)	16	"	8,50	136,00
TOTAL				4.922,88

Literas se incluyen 4 adicionales

EQUIPOS DE ALOJAMIENTO

ARTÍCULO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Televisiones	8		250,00	2000,00
Teléfonos	8		12,00	96,00
				2096,00

4.6.1.4.4 Recepción y Administración

CUADRO No. 79

MUEBLES Y ENSERES DE RECEPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Archivador	1	125,00	125,00
Teléfono TCLT	2	12,90	25,80
Reloj de Pared	1	6,50	6,50
Fax	1	96,00	96,00
Equipo médico básico	1	60,00	60,00
TOTAL			313,30
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Counter	1	250,00	250,00
Juego de sala	1	175,00	175,00
Escritorio ejecutivo	1	145,00	145,00
Silla	1	6,00	6,00
TOTAL			576,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.5 Equipos de Computación

CUADRO No. 80
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores	2	675,00	1350,00
Impresoras	1	87,00	87,00
TOTAL			1437,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.6 *Restaurante*

CUADRO No. 81
MUEBLES Y ENSERES DEL RESTAURANTE

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Barra	1	98,00	98,00
Anaquele de licores	1	63,00	63,00
Butacas	5	25,00	125,00
Mini congelador	1	100,00	100,00
Anaquele restaurante	1	150,00	150,00
Juego de mesa y sillas (4 personas)	6	100,00	600,00
Mostrador pequeño	1	250,00	250,00
Caja registradora	1	250,00	250,00
			1.636,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 82
UTENSILLOS PARA EL RESTAURANTE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cucharones	3	1,30	3,90
Recipientes para microondas 12 piezas	1	17,75	17,75
Juego de cuchillos de acero inoxidable	1	49,90	49,90
Tablas de Picar	6	1,00	6,00
Ralladores	3	1,00	3,00
Charoles de plástico	8	2,50	20,00
Jarras plásticas 2 litros	7	1,52	10,64
Jarras plásticas de 1 litro	7	1,00	7,00
Carta – Menú	48	2,50	120,00
			238,19

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 83
MANTELERÍA

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Manteles para mesas	10	9,50	95,00
Cubremanteles	10	10,00	100,00
TOTAL			195,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.7 *Menaje*

CUADRO No. 84
LOZA

ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plato base (26 cm)	60	2,42	145,20
Plato tendido grande	82	3,00	246,00
Plato sopero grande	32	2,42	77,44
Plato postre	82	0,99	81,18
Tazas para café (6 unidades)	32	1,00	32,00
Plato tendido pequeño	32	0,99	31,68
TOTAL			613,50

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 85
CUBERTERÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cucharas soperas	82	0,37	30,34
Cucharas para café	32	0,31	9,92
Cucharas para postre	82	0,23	18,86
Tenedores trincherero	82	0,37	30,34
Cuchillo trincherero	82	0,49	40,18
TOTAL			129,64

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 86
CRISTALERÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vasos Long drink	82	0,41	33,62
Copa de agua	60	0,45	27,00
Copa para tinto	60	0,40	24,00
Copa para vino blanco	60	0,40	24,00
Copa Flauta	60	0,40	24,00
Vasos diamante rocks	20	0,30	6,00
Jarra de vidrio 1,5 L	6	1,80	10,80
Ceniceros	12	0,38	4,56
Saleros	6	0,55	3,30
Azucarera	6	1,85	11,10
TOTAL			168,38

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.8 *Salón de Convenciones*

CUADRO No. 87

MENAJE – SALÓN DE CONVENCIONES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tablero capacidad 8 pax	8	20,00	160,00
Sillas Plásticas	60	6,00	360,00
Mantelería	-	300,00	300,00
Pizarrón Tiza Líquida	1	38,98	38,98
Marcadores docenas	5	5,50	27,50
Borrador Pizarrón	2	3,00	6,00
Lámparas colgante	5	120,00	600,00
Floreros	8	15,00	120,00
Adornos en general	--	300,00	300,00
Cortinas	30	30,00	900,00
TOTAL			2812,48

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 88

EQUIPOS – SALÓN DE CONVENCIONES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Sonido Sony	1	600,00	600,00
Retroproyector tipo Infocus	2	450,00	900,00
Micrófonos	4	50,00	200,00
			1700,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.9 Uniformes del Personal

CUADRO No. 89
UNIFORMES DEL PERSONAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Uniforme de Chef	4	45,00	180,00
Uniforme de mesero (pantalón de casimir y camisa con logotipo)	4	45,00	180,00
Uniforme de recepcionista (terno)	2	40,00	80,00
Uniforme de camareras	4	6,00	24,00
Uniforme de técnico	3	6,00	18,00
Uniforme otros	4	40,00	160,00
TOTAL			642,00

4.6.1.4.10 Vehículos

CUADRO No. 90
VEHÍCULOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Furgoneta Hyundai 15 p, ajustada	1	25.000,00	25.000,00
Camioneta doble cabina MAZDA 2200	1	22.000,00	22.000,00
			47.000,00

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

4.6.1.4.11 Artículos y Herramientas para animación

CUADRO No. 91
HERRAMIENTAS PARA ANIMACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Botas de caucho (38)	5	6,20	31,00
Botas de caucho (39)	5	6,50	32,50
Botas de caucho (40)	5	7,00	35,00
Ponchos de agua	15	10,00	150,00
Carpas	4	75,00	300,00
Aislantes	4	7,00	28,00
Cantimploras	15	3,00	45,00
Boyas	5	2,00	10,00
Red Volley	2	8,00	16,00
Balón Volley	2	20,00	40,00
Balón Fútbol	2	25,00	50,00
herramientas de uso general			300
			1037,50

Fuente: Estudio de campo,

Elaboración: El autor

CUADRO No. 92
EQUIPOS PARA ANIMACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de sonido	1	600,00	600,00
Micrófonos	4	50,00	200,00
			800,00

Fuente: Estudio de campo,
Elaboración: El autor

Las depreciaciones de estas inversiones fijas se realizaron proyectando a cinco años y efectuando la reposición respectiva cada vez que termina el período de vida útil del activo. A continuación se demuestra el cuadro de depreciaciones:

CUADRO No. 93
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	Años del Proyecto						
	TOTAL	AÑOS	1	2	3	4	5
Edificios	70.400,00	20	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00
Instalaciones, Maquinarias, Muebles y Equipos	22.511,15	10	2.251,12	2.251,12	2.251,12	2.251,12	2.251,12
Equipos de computación	1.437,00	3	479,00	479,00	479,00		
Vehículos	47.000,00	5	9.400,00	9.400,00	9.400,00	9.400,00	9.400,00
TOTAL			15.650,12	15.650,12	15.650,12	15.171,12	15.171,12

Elaboración: El autor

4.6.2 OTROS GASTOS

4.6.2.1 Gastos de Prefactibilidad y Constitución

Aquí se van a ubicar a los gastos relacionadas con la investigación y generación de la Hostería, y entre los más comunes tenemos: trámites legales, tasas para funcionamiento, entre otros. Estos gastos constituyen la inversión intangible de la empresa.

CUADRO No. 94
GASTOS DE PREFACTIBILIDAD Y DE CONSTITUCIÓN
(AMORTIZACIÓN)

DETALLE	Años del Proyecto						
	RUBRO	AÑOS	1	2	3	4	5
Gastos de Prefactibilidad							
Gastos de Estudio	1.890,00	5	378,00	378,00	378,00	378,00	378,00
Gastos Preoperativos	1.970,00	5	394,00	394,00	394,00	394,00	394,00
<i>Subtotal</i>	<i>3.860,00</i>	<i>5</i>	<i>772,00</i>	<i>772,00</i>	<i>772,00</i>	<i>772,00</i>	<i>772,00</i>
Gastos Legales	2.373,00	5	474,60	474,60	474,60	474,60	474,60
TOTAL GASTOS DIFERIDOS	6.233,00		1.246,60	1.246,60	1.246,60	1.246,60	1.246,60

Elaboración: El autor

4.6.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El monto total de la inversión, \$ 240.221,85 USD, tendrá la siguiente composición:

- La familia asociada contribuirá con un valor de \$23.873,7 USD para el funcionamiento de la Hostería;
- El terreno entregado por parte de la familia asociada tiene un valor de \$75.000 USD, el mismo que forma parte del patrimonio de la nueva empresa.
- Se ha hecho la investigación necesaria, y el Banco del Pichincha, de acuerdo a los antecedentes bancarios y crediticios de la familia, ha decidido entregar un préstamo por el valor de \$ 141.348,15 USD, a cambio de la hipoteca de tres bienes inmuebles propiedad de los socios. Este préstamo tendrá la característica de tener una tasa del 14% anual por un plazo de cinco (5) años. A continuación se demuestra la tabla de amortización estimada para este escenario.

CUADRO No. 95
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Monto	141.348,15
Tasa de Interés	12,00%
Plazo	60
Frecuencia en el año	12 Mensual

Fecha de inicio de la tabla	Mes	Día	Año
	1	1	2009
Periodo de gracia en meses	0		

Número pagos	FECHA	Saldo Capital	Pago de Capital	Pago de Interés	DIVIDENDO
1	29-ene-09	141.348,15	1.730,73	1.413,48	3.144,21
2	28-feb-09	139.617,42	1.748,04	1.396,17	3.144,21
3	29-mar-09	137.869,38	1.765,52	1.378,69	3.144,21
4	29-abr-09	136.103,86	1.783,17	1.361,04	3.144,21
5	29-may-09	134.320,69	1.801,00	1.343,21	3.144,21
6	29-jun-09	132.519,69	1.819,01	1.325,20	3.144,21
7	29-jul-09	130.700,67	1.837,20	1.307,01	3.144,21
8	29-ago-09	128.863,47	1.855,58	1.288,63	3.144,21
9	29-sep-09	127.007,89	1.874,13	1.270,08	3.144,21
10	29-oct-09	125.133,76	1.892,87	1.251,34	3.144,21
11	29-nov-09	123.240,88	1.911,80	1.232,41	3.144,21
12	29-dic-09	121.329,08	1.930,92	1.213,29	3.144,21
			21.949,99	15.780,55	37.730,54
13	29-ene-10	119.398,16	1.950,23	1.193,98	3.144,21
14	28-feb-10	117.447,93	1.969,73	1.174,48	3.144,21
15	29-mar-10	115.478,20	1.989,43	1.154,78	3.144,21
16	29-abr-10	113.488,77	2.009,32	1.134,89	3.144,21
17	29-may-10	111.479,45	2.029,42	1.114,79	3.144,21
18	29-jun-10	109.450,03	2.049,71	1.094,50	3.144,21
19	29-jul-10	107.400,32	2.070,21	1.074,00	3.144,21
20	29-ago-10	105.330,11	2.090,91	1.053,30	3.144,21
21	29-sep-10	103.239,20	2.111,82	1.032,39	3.144,21
22	29-oct-10	101.127,38	2.132,94	1.011,27	3.144,21
23	29-nov-10	98.994,44	2.154,27	989,94	3.144,21
24	29-dic-10	96.840,17	2.175,81	968,40	3.144,21
			24.733,80	12.996,74	37.730,54
25	29-ene-11	94.664,36	2.197,57	946,64	3.144,21
26	28-feb-11	92.466,80	2.219,54	924,67	3.144,21
27	29-mar-11	90.247,25	2.241,74	902,47	3.144,21
28	29-abr-11	88.005,51	2.264,16	880,06	3.144,21
29	29-may-11	85.741,36	2.286,80	857,41	3.144,21
30	29-jun-11	83.454,56	2.309,67	834,55	3.144,21
31	29-jul-11	81.144,89	2.332,76	811,45	3.144,21
32	29-ago-11	78.812,13	2.356,09	788,12	3.144,21

33	29-sep-11	76.456,04	2.379,65	764,56	3.144,21
34	29-oct-11	74.076,39	2.403,45	740,76	3.144,21
35	29-nov-11	71.672,94	2.427,48	716,73	3.144,21
36	29-dic-11	69.245,46	2.451,76	692,45	3.144,21
			27.870,66	9.859,88	37.730,54
37	29-ene-12	66.793,70	2.476,27	667,94	3.144,21
38	29-feb-12	64.317,43	2.501,04	643,17	3.144,21
39	29-mar-12	61.816,39	2.526,05	618,16	3.144,21
40	29-abr-12	59.290,34	2.551,31	592,90	3.144,21
41	29-may-12	56.739,04	2.576,82	567,39	3.144,21
42	29-jun-12	54.162,21	2.602,59	541,62	3.144,21
43	29-jul-12	51.559,63	2.628,62	515,60	3.144,21
44	29-ago-12	48.931,01	2.654,90	489,31	3.144,21
45	29-sep-12	46.276,11	2.681,45	462,76	3.144,21
46	29-oct-12	43.594,66	2.708,26	435,95	3.144,21
47	29-nov-12	40.886,39	2.735,35	408,86	3.144,21
48	29-dic-12	38.151,05	2.762,70	381,51	3.144,21
			31.405,36	6.325,18	37.730,54
49	29-ene-13	35.388,34	2.790,33	353,88	3.144,21
50	28-feb-13	32.598,02	2.818,23	325,98	3.144,21
51	29-mar-13	29.779,78	2.846,41	297,80	3.144,21
52	29-abr-13	26.933,37	2.874,88	269,33	3.144,21
53	29-may-13	24.058,49	2.903,63	240,58	3.144,21
54	29-jun-13	21.154,87	2.932,66	211,55	3.144,21
55	29-jul-13	18.222,20	2.961,99	182,22	3.144,21
56	29-ago-13	15.260,21	2.991,61	152,60	3.144,21
57	29-sep-13	12.268,61	3.021,53	122,69	3.144,21
58	29-oct-13	9.247,08	3.051,74	92,47	3.144,21
59	29-nov-13	6.195,34	3.082,26	61,95	3.144,21
60	29-dic-13	3.113,08	3.113,08	31,13	3.144,21
		0,00	0,00		0,00
			35.388,34	2.342,19	37.730,54
TOTAL					

Elaboración: El autor

4.6.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

4.6.4.1 Estado de Situación Inicial (Balance General) y Estados de Situación Proyectados.

Con los datos expuestos en los temas anteriores, es pertinente realizar una ilustración del Estado de Situación Inicial de la Hostería El Remanso, donde se incluyan los Activos, Pasivos y Patrimonio de esta organización

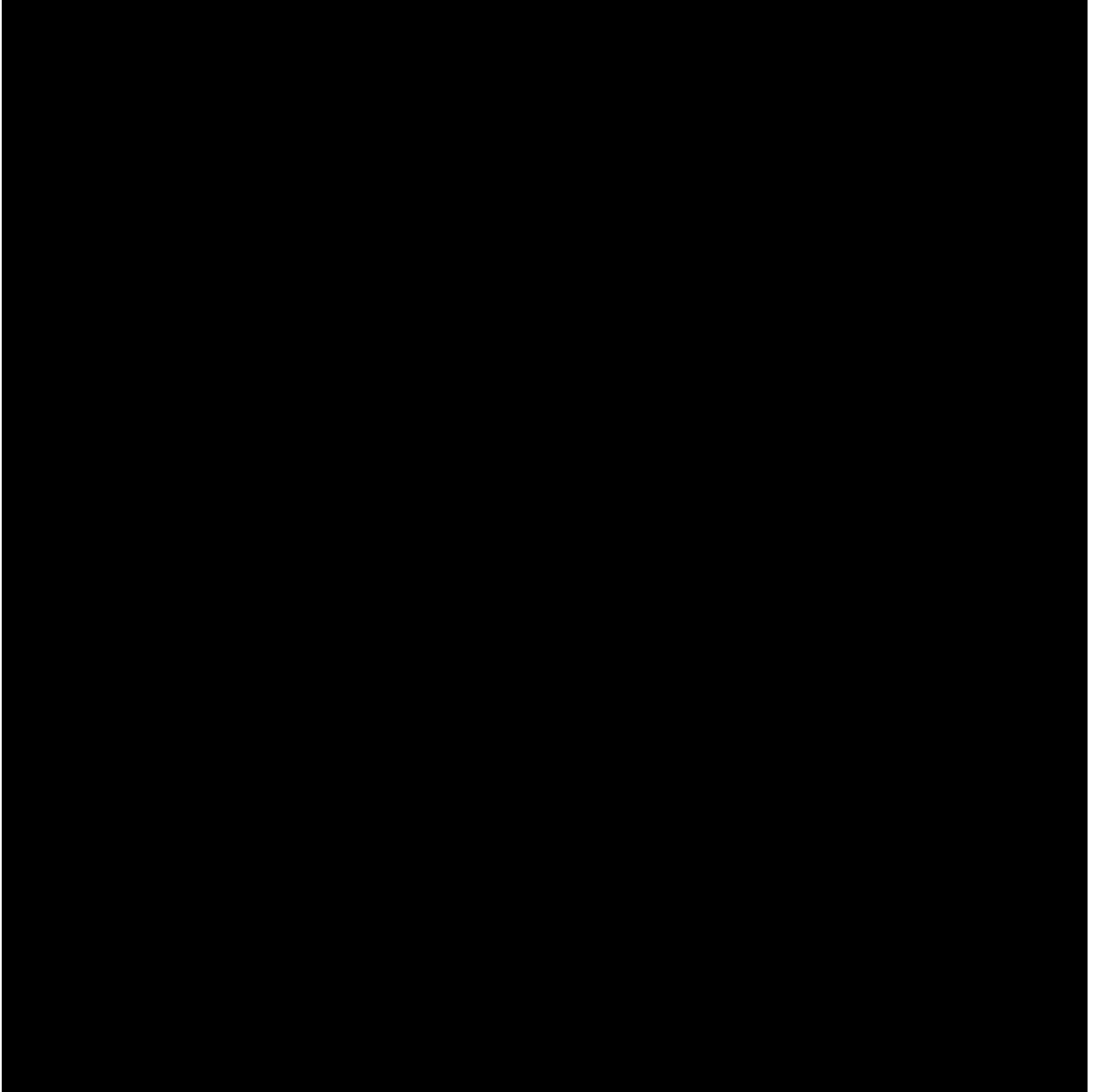
CUADRO No. 96
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

INVERSIONES	-	240.221,85
Capital de Trabajo	17.640,70	17.640,70
Terreno	75.000,00	-
Edificios	70.400,00	-
Instalaciones, Maquinaria, Muebles y Equipos	22.511,15	-
Equipos de Computación y Software	1.437,00	-
Vehículos, Equipos de Transporte y Equipo Caminero Móvil	47.000,00	-
Total Activos Fijos Tangible	-	216.348,15
Gastos de Organización	6.233,00	6.233,00
Intereses pre operativos	-	-

Cuentas	AÑO 0
ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	
CAJA	17.640,70
ACTIVO FIJO	
Activo Fijo Tangible No Depreciable	
Terreno	75.000,00
Activo Fijo Tangible Depreciable	
Edificios	70.400,00
Instalaciones, maquinaria, muebles y equipos	22.511,15
Maquinaria Cocina	2.161,80
Maquinaria y Equipo de Lavandería	1.138,48
Equipos de Oficina (administración)	313,30
Equipo de Alojamiento	2.096,00
Equipos de Salón	1.700,00
Equipos de Animación	800,00
Utensillos de Cocina	716,70
Camas, cobijas, literas y otros	4.922,88
Recepción y Administración (muebles y enseres)	889,30
Restaurante (muebles y enseres)	1.636,00
Utensillos de Restaurante	238,19
Manteles	195,00
Menaje	911,52
Muebles y Enseres	2.812,48
Uniformes	642,00
Insumos para animación	1.037,50
Herramientas de uso general	300,00
Equipos de Computación (admin.)	1.437,00
Vehículos	47.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Totales Diferidos	6.233,00
TOTAL ACTIVOS	240.221,85

PASIVOS	
A CORTO PLAZO	
15% Participación Trabajadores	
25% Impuesto a la Renta	
PASIVO LARGO PLAZO	
Cuentas por Pagar Entidad Bancaria	141.348,15
TOTAL PASIVOS	141.348,15
PATRIMONIO	
Capital Socios	98.873,70
Utilidades Acumuladas	
Utilidad/Pérdida neta	
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	240.221,85
Elaboración: El autor	

Es importante indicar que para los siguientes cinco (5) años se realizará una estimación del Estado de Situación Inicial, donde se incluyan entre otros aumentos y disminuciones que correspondan, de acuerdo con la siguiente tabla:

CUADRO No. 97



Como se puede observar en el Balance Projectado, los activos corrientes van incrementándose en comparación con los activos fijos, esto debido a la depreciación de estos últimos. Además, los pasivos

van disminuyendo conforme se avanza en los años ya que se asumen para cada mes el capital y el correspondiente interés para los pagos al banco.

4.6.4.2 Ingresos Anuales Proyectados

Para este caso, se ha procedido al cálculo de los ingresos proyectados anuales fruto del funcionamiento de la Hostería El Remanso, basándose en la demanda, precio y el crecimiento del mercado que tendrá en cada servicio a ofertar, así como en el aumento de la capacidad ocupada de los servicios.

Ingresos Anuales Proyectados – Alojamiento

CUADRO No. 98
CAPACIDAD MÁXIMA ANUAL DE LA HOSTERÍA EL REMANSO

No.	HABITACIONES	PVP**	No. HAB.	CAP. PAX C/HAB	CAP. MÁX* HABITACIÓN
1	MATRIMONIAL (SGL)	25,00	2	4	1.440
2	DOBLES (DBL)	40,00	2	4	1.440
3	TRIPLES (TPL)	55,00	2	6	2.160
4	CUÁDRUPLES (CPL)	60,00	2	8	2.880
TOTAL CAP. MÁX. ANUAL					7.920

* Es el resultado de multiplicar la Capacidad de pax por habitación por 360 días.

** Este valor incluye desayuno por persona

SGL: habitaciones para una persona,

DBL: Habitaciones dobles

TPL: Habitaciones triples

CPL: Habitaciones cuádruples

Elaboración: El autor

Según la capacidad instalada de la Hostería “El Remanso”, esta receptorá 7.920 huéspedes considerando el 100% de ocupación anual en todas sus habitaciones (SGL, DBL, TPL, CPL) y el número de pax (personas) que pueden alojarse en cada una de ellas, por el año calendario comercial equivalente a 360 días (SGL = 4 * 360 = 1.440)

CUADRO No. 99
NÚMERO DE CLIENTES BASADO EN EL PORCENTAJE PROMEDIO DE
OCUPACIÓN⁶⁵

VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
No. PAX. HAB. MATRIMONIAL (SGL)	1.440	432	504	648	720	792
No. PAX. HAB. DOBLES (DBL)	1.440	432	504	648	720	792
No. PAX. HAB. TRIPLES (TPL)	2.160	648	756	972	1.080	1.188
No. PAX. HAB. CUÁDRUPLES (CPL)	2.880	864	1.008	1.296	1.440	1.584
% OCUPACIÓN	100%	30%	35%	45%	50%	55%
TOTAL	7.920	2.376	2.772	3.564	3.960	4.356

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
No. PAX. HAB. MATRIMONIAL (SGL)	1.440	144	216	288	288	360
No. PAX. HAB. DOBLES (DBL)	1.440	144	216	288	288	360
No. PAX. HAB. TRIPLES (TPL)	2.160	216	324	432	432	540
No. PAX. HAB. CUÁDRUPLES (CPL)	2.880	288	432	576	576	720
% OCUPACIÓN	100%	10%	15%	20%	20%	25%
TOTAL	7.920	792	1.188	1.584	1.584	1.980

TOTAL PAX LUN - DOM.	3.168	3.960	5.148	5.544	6.336
-----------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Para el cálculo se tomó en cuenta dos porcentajes de ocupación, pues de acuerdo a lo determinado en las investigaciones realizadas se determinó que los días de mayor acogida son los fines de semana; por ello se establece un porcentaje inicial de ocupación por semana de 30% (suma de % *Ocupación* de ambos cuadros) para iniciar las operaciones, de los cuales 10% corresponden a *Lunes, Martes, Miércoles y Jueves*, y un

⁶⁵ Promedios definidos por la Asociación de Hoteleros del Ecuador – AHOTEC, y referenciados por Viracucha, D. y Carranco, D., Op. Cít., p. 148.

porcentaje del 30% corresponde a *Viernes, Sábado y Domingo*. Con ello, se deduce que la Hostería en el término del primer año tendrá 3.168 huéspedes hasta lograr acogida en el mercado, creciendo en un 5% en el segundo año y manteniendo ciertos porcentajes hasta el año 5 donde el porcentaje de ocupación estimado será del 55% en fines de semana y 25 de lunes a jueves.

Estos porcentajes de ocupación nos arrojarán los siguientes beneficios:

CUADRO No. 100
TOTAL VENTAS EN EL ÁREA DE ALOJAMIENTO

HABITACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
No. PAX. HAB. MATRIMONIAL (SGL)	14.400,00	18.000,00	23.400,00	25.200,00	28.800,00
No. PAX. HAB. DOBLES (DBL)	23.040,00	28.800,00	37.440,00	40.320,00	46.080,00
No. PAX. HAB. TRIPLES (TPL)	47.520,00	59.400,00	77.220,00	83.160,00	95.040,00
No. PAX. HAB. CUÁDRUPLES (CPL)	69.120,00	86.400,00	112.320,00	120.960,00	138.240,00
TOTAL VALORES/HAB.	154.080,00	192.600,00	250.380,00	269.640,00	308.160,00

Elaboración: El autor

El cuadro anterior se extracta de la siguiente operación: Número de huéspedes totales por habitación * PVP de cada habitación.

4.6.4.2.1 Ingresos Anuales Proyectados – Alimentos y Bebidas

CUADRO No. 101
CAPACIDAD MÁXIMA ALIMENTOS Y BEBIDAS

SERVICIO	PVP	CAP. PAX C/HAB	CAP. MÁX* HABITACIÓN
RESTAURANTE	10,00	52	18.720
BAR	3,00	6	2.160
TOTAL CAP. MÁX. ANUAL		58	20.880

Elaboración: El autor

Para este análisis es importante conocer cual es la capacidad máxima anual de ocupación en el Área de Alimentos y Bebidas, para lo cual se realizó una operación similar al ítem anterior. Se toma la capacidad total de pax en el restaurante (comensales) y se lo multiplica por 360 días (52 pax * 360 d), resultando como total 20.880 pax.

A continuación se calcula los clientes (comensales) según el porcentaje de ocupación:

CUADRO No. 102
NÚMERO DE CLIENTES BASADO EN EL PORCENTAJE PROMEDIO DE OCUPACIÓN

VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANTE	18.720	4.680	5.616	6.552	7.488	7.488
BAR	2.160	540	648	756	864	864
% OCUPACIÓN	100%	25%	30%	35%	40%	40%
TOTAL	20.880	5.220	6.264	7.308	8.352	8.352

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANTE	18.720	2.808	3.744	4.680	4.680	4.680
BAR	2.160	324	432	540	540	540
% OCUPACIÓN	100%	15%	20%	25%	25%	25%
TOTAL	20.880	3.132	4.176	5.220	5.220	5.220

TOTAL PAX LUN - DOM.	8.352	10.440	12.528	13.572	13.572
-----------------------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------

La capacidad anual total del área de A & B de la hostería será 8.352 clientes en el primer año de operaciones, que determina un rango de ocupación del 40% (sumado los dos cuadros para Año 1) y extendiéndose hasta un 65% en el año 5to con 13.572 pax.

CUADRO No. 103
TOTAL VENTAS EN EL ÁREA DE A & B

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANTE	74.880,00	93.600,00	112.320,00	121.680,00	121.680,00
BAR	2.592,00	3.240,00	3.888,00	4.212,00	4.212,00
TOTAL VALORES / SERVICIO A&B	77.472,00	96.840,00	116.208,00	125.892,00	125.892,00

Elaboración: El autor

Nota: Es importante aclarar dos cosas: la proyección realizada se basa en la ocupación a nivel de la segunda comida o plato fuerte del medio día (almuerzo) y puede estimarse conveniente que la Hostería ofrezca el servicio de *merienda*, previo requerimiento de los pax de alojamiento o de los comensales ocasionales que pueda tener; y, en este cálculo no se encuentran contemplados a los desayunos ofrecidos para los clientes de *alojamiento*, que como se explicó en cuadros anteriores, entran dentro de ese rubro.

4.6.4.2.2 Ingresos Anuales Proyectados – Recreación

CUADRO No. 104
CAPACIDAD MÁXIMA DEL ÁREA DE RECREACIÓN

SERVICIO	PVP	CAP. PAX C/HAB	CAP. MÁX* HABITACIÓN
PISCINA, SAUNA, TURCO, HIDRO	8,00	46	16.560
ENTRADA GENERAL	2,00	46	16.560
TOTAL CAP. MÁX. ANUAL		92	33.120

Elaboración: El autor

El área de recreación tendrá una capacidad máxima de 33.120 pax al año, misma que es obtenida luego de analizar los resultados de las encuestas que demuestran un interesante porcentaje de ocupación.

La entrada general será \$2 USD, sin embargo para quienes deseen utilizar las instalaciones de la piscina, sauna, turco e hidromasaje, el valor total será \$8 USD. Este

valor no aplica para las personas que hacen uso del *servicio de alojamiento* para quien el uso de las instalaciones es gratuito.

Como capacidad máxima de ocupación se han establecido 46 pax tanto en la piscina, sauna, turco e hidromasaje, como en los exteriores de la Hostería donde los clientes pueden hacer uso de las áreas verdes, de camping y pic nic, sin ningún costo adicional. Luego este valor se lo multiplica por 360 días (46 pax * 360 días) y nos da 16.500 pax al año.

CUADRO No. 105

NÚMERO DE CLIENTES BASADO EN EL PORCENTAJE PROMEDIO DE OCUPACIÓN PARA EL ÁREA DE RECREACIÓN

VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PISCINA, SAUNA, TURCO, HIDRO	16.560	4.968	5.796	5.796	6.624	6.624
ENTRADA GENERAL	16.560	4.968	5.796	5.796	6.624	6.624
% OCUPACIÓN	100%	30%	35%	35%	40%	40%
TOTAL	33.120	9.936	11.592	11.592	13.248	13.248

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PISCINA, SAUNA, TURCO, HIDRO	16.560	2.484	3.312	4.140	4.968	4.968
ENTRADA GENERAL	16.560	2.484	3.312	4.140	4.968	4.968
% OCUPACIÓN	100%	15%	20%	25%	30%	30%
TOTAL	33.120	4.968	6.624	8.280	9.936	9.936

TOTAL PAX LUN - DOM.	14.904	18.216	19.872	23.184	23.184
-----------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Se establece como porcentaje promedio de ocupación el 45% para el primer año (de lunes a domingo) de acuerdo con estimaciones realizadas en base a las encuestas y trabajo de campo, obteniendo 11.426 pax para el primer año hasta llegar a 21.031 pax en el 5to año con una capacidad ocupada del 57%.

CUADRO No. 106
TOTAL VENTAS EN EL ÁREA DE RECREACIÓN

ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PISCINA, SAUNA, TURCO, HIDRO	59.616,00	72.864,00	79.488,00	92.736,00	92.736,00
ENTRADA GENERAL	14.904,00	18.216,00	19.872,00	23.184,00	23.184,00
TOTAL VENTAS ÁREA RECREACIÓN	74.520,00	91.080,00	99.360,00	115.920,00	115.920,00

Elaboración: El autor

De esta manera se establece la proyección en ventas, que para el año 1 será de 74.520,00 USD, hasta llegar a \$115.920,00 en el 5to año.

4.6.4.2.3 Ingresos Anuales Proyectados – Agroturismo

CUADRO No. 107
CAPACIDAD MÁXIMA EN AGROTURISMO

SERVICIO	PVP promedio	CAP. PAX C/HAB	CAP. MÁX* HABITACIÓN
Plantas y artículos relacionados	7,00	15	5.400
TOTAL CAP. MÁX. ANUAL		15	5.400

Elaboración: El autor

En el área de jardín botánico, conocido también como agroturismo, se proyecta tener una capacidad máxima de 15 pax diarios, y eso multiplicado por el año comercial (360 días) no da la capacidad máxima de clientes anuales.

CUADRO No. 108
NÚMERO DE CLIENTES BASADO EN EL PORCENTAJE PROMEDIO DE OCUPACIÓN PARA EL ÁREA DE AGROTURISMO

VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plantas y artículos relacionados	5.400	1.053	378	1.323	1.458	1.458
% OCUPACIÓN	100%	5%	7%	10%	12%	15%
TOTAL	5.400	1.053	378	1.323	1.458	1.458

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES		CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
SERVICIOS	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plantas y artículos relacionados	5.400	810	1.080	1.350	1.620	1.620
% OCUPACIÓN	100%	15%	20%	25%	30%	30%
TOTAL	5.400	810	1.080	1.350	1.620	1.620

Se establece como porcentaje promedio de ocupación en el primer año el 20% para esta área, distribuido en dos rangos (por días) de acuerdo con el análisis de información y las encuestas. Para el año 5to se aspira llegar a 45% de ocupación lo que determinará la presencia de 1.620 pax para que puedan adquirir plantas, productos y artículos de la zona.

CUADRO No. 109
TOTAL VENTAS EN EL ÁREA DE AGROTURISMO

ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Plantas y artículos relacionados	17.010,00	10.206,00	22.680,00	26.460,00	26.460,00
TOTAL VENTAS ÁREA AGROTURISMO	17.010,00	10.206,00	22.680,00	26.460,00	26.460,00

Elaboración: El autor

El total de ventas proyectado para el área de agroturismo será \$17.010 USD, y proyectado para el 5to. año llegará a \$26.460 USD.

4.6.4.2.4 Ingresos Anuales Proyectados – Paquetes Turísticos

CUADRO No. 110
NÚMERO DE CLIENTES ANUALES EN PAQUETES TURÍSTICOS

PAQUETE TURÍSTICO	PRODUCTO TURÍSTICO	PVP	CAP. PAX C/HAB	CAP. MÁX* HABITACIÓN
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui (Nac.)	85,00	1	180
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui y su ext. tesoro (Ext.)	165,00	1	120
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Nac.)	10,00	2	720

QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Extran.)	15,00	2	720
PÍLLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN DEL ECUADOR	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Nac.)	7,00	2	720
PÍLLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN DEL ECUADOR	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Extran.)	15,00	2	720
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Nacionales	-	3	-
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Extranjeros	-	3	-
TOTAL CAP. MÁX. ANUAL				3.180

Elaboración: El autor

CUADRO No. 111
NÚMERO DE CLIENTES BASADO EN EL PORCENTAJE PROMEDIO DE
OCUPACIÓN

VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO			CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
PAQUETE TURÍSTICO	PRODUCTO TURÍSTICO	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui (nac)	180	54	63	63	68	68
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui y su ext. tesoro (Ext.)	120	36	42	42	46	46
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Nac.)	720	216	252	252	274	274
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Extran.)	720	216	252	252	274	274
PÍLLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Nac.)	720	216	252	252	274	274
PÍLLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Extran.)	720	216	252	252	274	274
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Nacionales	-	-	-	-	-	-
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Extranjeros	-	-	-	-	-	-
% OCUPACIÓN		100%	30%	35%	35%	38%	38%
TOTAL		3.180	954	1.113	1.113	1.208	1.208

LUNES, MARTES, MIÉRCOLES, JUEVES			CAPACIDAD HOSTERÍA EL REMANSO POR AÑO				
PAQUETE TURÍSTICO	PRODUCTO TURÍSTICO	CAPACIDAD MÁXIMA (100%)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui (nac)	180	18	36	45	54	54
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui y su ext. tesoro (Ext.)	120	12	24	30	36	36
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Nac.)	720	72	144	180	216	216
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Extran.)	720	72	144	180	216	216
PILLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Nac.)	720	72	144	180	216	216
PILLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Extran.)	720	72	144	180	216	216
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Nacionales	-	-	-	-	-	-
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Extranjeros	-	-	-	-	-	-
% OCUPACIÓN		100%	10%	20%	25%	30%	30%
TOTAL		300	30	60	75	90	90

CUADRO No. 112

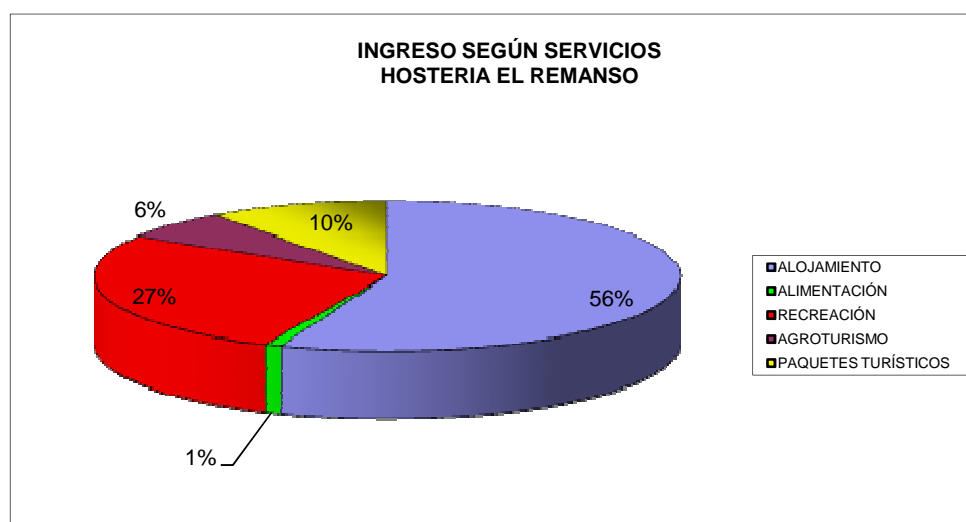
CUADRO DE VENTAS DE PAQUETES TURÍSTICOS

PAQUETE TURÍSTICO	PRODUCTO TURÍSTICO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui (nac)	6.120,00	8.415,00	9.180,00	10.404,00	10.404,00
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	Tras las Huellas del General Inca Rumiñahui y su ext. tesoro (Ext.)	7.920,00	10.890,00	11.880,00	13.464,00	13.464,00
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Nac.)	2.880,00	3.960,00	4.320,00	4.896,00	4.896,00
QUINUALES, UNA EXPERIENCIA ECOLÓGICA INOLVIDABLE	Recorrido de las cascadas, en el corazón de la sierra ecuat. (Extran.)	4.320,00	5.940,00	6.480,00	7.344,00	7.344,00
PILLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Nac.)	2.016,00	2.772,00	3.024,00	3.427,20	3.427,20
PILLARO, LEGADO DE CULTURA Y TRADICIÓN, EN EL CORAZÓN	La Cultura y Tradición en el corazón del Ecuador (Extran.)	4.320,00	5.940,00	6.480,00	7.344,00	7.344,00
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Nacionales	-	-	-	-	-
HOSTERÍA EL REMANSO, UN SITIO DE PURA DISTRACCIÓN	Extranjeros	-	-	-	-	-
TOTAL VENTAS ÁREA RECREACIÓN		27.576,00	37.917,00	41.364,00	46.879,20	46.879,20

CUADRO No. 113**RESUMEN DE INGRESOS PROYECTADOS POR CADA ÁREA OPERATIVA**

No.	SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ALOJAMIENTO	154.080,00	192.600,00	250.380,00	269.640,00	308.160,00
2	ALIMENTACIÓN	2.592,00	3.240,00	3.888,00	4.212,00	4.212,00
3	RECREACIÓN	74.520,00	91.080,00	99.360,00	115.920,00	115.920,00
4	AGROTURISMO	17.010,00	10.206,00	22.680,00	26.460,00	26.460,00
5	PAQUETES TURÍSTICOS	27.576,00	37.917,00	41.364,00	46.879,20	46.879,20
5	TOTAL	275.778,00	335.043,00	417.672,00	463.111,20	501.631,20

Elaboración: El autor

Gráfico No. 30

Elaboración: El autor

4.6.4.3 Costo de Ventas

4.6.4.3.1 Costos de Materia Prima e Insumos

El uso de la materia prima de la Hostería El Remanso se lo hará en base de porcentajes estándares de insumos establecidos en la hotelería, los cuales están determinados en la siguiente manera:

CUADRO No. 114
PORCENTAJES ESTÁNDARES PARA CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA
E INSUMOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA⁶⁶

Detalle	% Mínimo	% Máximo
Alojamiento	30%	43%
Alimentación	40%	70%
Recreación	40%	60%
Agroturismo	40%	65%
Paquetes Promocionales	30%	41%

Elaboración: El autor

Con el fin de obtener una estimación de este costo de producción, especialmente cuando se inicia las operaciones o se van a proyectar las mismas, se utiliza el porcentaje mínimo establecido, ya que a ciencia cierta no se conoce cuales van a ser los costos reales

CUADRO No. 115
CÁLCULO DE COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL PARA LA
HOSTERÍA EL REMANSO

%	DETALLE	AÑOS					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
37%	Alojamiento	46.224,00	56.239,20	70.299,00	91.388,70	98.418,60	112.478,40
55%	Alimentación	1.036,80	1.425,60	1.782,00	2.138,40	2.316,60	2.316,60
50%	Recreación	29.808,00	37.260,00	45.540,00	49.680,00	57.960,00	57.960,00
53%	Agroturismo	6.804,00	8.930,25	5.358,15	11.907,00	13.891,50	13.891,50
36%	Paquetes Promocionales	8.272,80	9.789,48	13.460,54	14.684,22	16.642,12	16.642,12
	TOTAL	92.145,60	113.644,53	136.439,69	169.798,32	189.228,82	203.288,62

Elaboración: El autor

En el cuadro anterior, tan solo el Año 0 mantiene el porcentaje mínimo de costo de ventas. Para los siguientes años, se realiza el cálculo con el porcentaje más alto establecido para el cálculo de costo de ventas, tratando de simular un escenario lo más extremo posible.

⁶⁶ Viracucha B. y Carranco D., Op. Cit., p. 141

Para el estado de Resultados se utilizarán los costos históricos asumidos en el cuadro anterior

4.6.4.3.2 Mano de Obra Directa

Para el cálculo de la Mano de Obra Directa se deben tomar en cuenta los siguientes cargos que participan directamente en la prestación de los servicios

CUADRO No. 116
CALCULO DE MANO DE OBRA DIRECTA

PERSONAL	No. DE PERSONAS	R.M.U. MENSUAL	R.M.U. MENSUAL No. PUESTOS	TOTAL REMUNERACION ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	IESS EMPLEADO ANUAL	IESS PATRONAL ANUAL	VACACIONES	TOTAL ANUAL	FODOS DE RESERVA
Recepcionista	1	350,00	350,00	4.200,00	350,00	218,00	392,70	483,00	0,00	5.643,70	350,00
Camareras	2	300,00	600,00	7.200,00	600,00	436,00	673,20	828,00	0,00	9.737,20	600,00
Chef/Cocinero	1	400,00	400,00	4.800,00	400,00	218,00	448,80	552,00	0,00	6.418,80	400,00
Mesero	1	300,00	300,00	3.600,00	300,00	218,00	336,60	414,00	0,00	4.868,60	300,00
Técnico Agrónomo	1	400,00	400,00	4.800,00	400,00	218,00	448,80	552,00	0,00	6.418,80	400,00
TOTAL	6	1.750,00	2.050,00	24.600,00	2.050,00	1.308,00	2.300,10	2.829,00	-	33.087,10	2.050,00

Elaboración: El autor

CUADRO No. 117
CALCULO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

PERSONAL	No. DE PERSONAS	R.M.U. MENSUAL	R.M.U. MENSUAL No. PUESTOS	TOTAL REMUNERACION ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	IESS EMPLEADO ANUAL	IESS PATRONAL ANUAL	VACACIONES	TOTAL ANUAL	FODOS DE RESERVA
Guardia-Conserje	1	255,00	255,00	3.060,00	255,00	218,00	286,11	351,90	0,00	4.171,01	255,00
Guía	3	300,00	900,00	10.800,00	900,00	654,00	1009,80	1242,00	1,00	14.606,80	900,00
TOTAL	4	555,00	1.155,00	13.860,00	1.155,00	872,00	1.295,91	1.593,90	1,00	18.777,81	1.155,00

Elaboración: El autor

4.6.4.3.3 Útiles de Limpieza

CUADRO No. 118
ÚTILES DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/u	TOTAL
Jabón de ropa	12	0,30	3,60
Jabón de baño	12	0,35	4,20
Papel Higiénico (paca)	1	3,00	3,00
Escobas	2	4,00	8,00
Trapeadores	3	5,50	16,50
Cloro Galón	2	4,50	9,00
Desinfectante Eucailptol	2	4,00	8,00
Cepillos	2	1,67	3,34
Guantes	5	0,70	3,50
Funda Basura Tamaño Industrial	3	2,50	7,50
Funda Basura Pequeña	3	1,95	5,85
TOTAL			72,49

Elaboración: El autor

4.6.4.3.4 Costo Total de Ventas Proyectado

CUADRO No. 119
COSTO DE VENTAS PROYECTADO

%	DETALLE	AÑOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
37%	Alojamiento	56.239,20	70.299,00	91.388,70	98.418,60	112.478,40
55%	Alimentación	1.425,60	1.782,00	2.138,40	2.316,60	2.316,60
50%	Recreación	37.260,00	45.540,00	49.680,00	57.960,00	57.960,00
53%	Agroturismo	8.930,25	5.358,15	11.907,00	13.891,50	13.891,50
41%	Paquetes Promocionales	11.306,16	15.545,97	16.959,24	19.220,47	19.220,47
	TOTAL	115.161,21	138.525,12	172.073,34	191.807,17	205.866,97

Elaboración: El autor

Se considera importante mantener un “colchón” para imprevistos equivalente al 2% del total de costo de ventas por cada año.

4.6.4.4 Estado de Resultados

4.6.4.4.1 Gastos Ambientales

Son erogaciones fruto de las medidas de mitigación propuestas para la reducción del impacto ambiental que producirá la construcción de la Hostería El Remanso, que de acuerdo con el estudio ambiental realizado será de \$1.390,00 USD con mantenimiento en los siguientes años de proyecciones.

CUADRO No. 120
GASTOS AMBIENTALES

DETALLE	VALORES
Basureros	110,00
Tratamiento y recuperación terreno	200,00
Letreros	180,00
Tratamiento de residuos orgánicos	200,00
Capacitación	400,00
Plantas	300,00
TOTAL	1.390,00

Elaboración: El autor

4.6.4.4.2 Gastos de Marketing

Constituyen aquellas erogaciones que permitirán una buena promoción y posicionamiento de la Hostería El Remanso de acuerdo con las estrategias de mercado establecidas, obteniendo un presupuesto anual de acuerdo al siguiente detalle:

CUADRO No. 121
GASTOS DE MARKETING

DETALLE	VALORES
Trípticos	200,00
Afiches	175,00
Video	80,00
Cuña Radial	6.000,00
TOTAL	6.455,00

Elaboración: El autor

4.6.4.4.3 Gastos Administrativos

A continuación, la referencia de los gastos administrativos proyectados.

CUADRO No. 122
GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	VALORES
Servicios Básicos	8.100,00
Útiles de Oficina	290,00
Combustible	1.400,00
Capacitación	120,00
Imprevistos (2%)	198,20
TOTAL	10.108,20

Elaboración: El autor

4.6.4.4.4 Gastos Personal

Este es el ejemplo del cálculo del gasto de personal administrativo para la Hostería El Remanso:

CUADRO No. 123

REMUNERACIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO

Desde 2do.
año

PERSONAL	R.O. SUELDO	No. DE PERSONAS	R.M.U.	R.M.U. SEGÚN No. PUESTOS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	IESS EMPLEADO	IESS PATRONAL	VACACIONES	TOTAL ANUAL	FONDOS DE RESERVA
Administrador de Hostería	602,03	1	662,23	662,23	662,23	218,00	61,92	76,16	0,00	1.680,54	662,23
TOTAL	602,03	1	662,23	662,23	662,23	218,00	61,92	76,16	-	1.680,54	662,23

Elaboración: El autor

CUADRO No. 124
RESUMEN DEL ROL DE PAGOS DE LA HOSTERÍA EL REMANSO
(Primer año de labores)

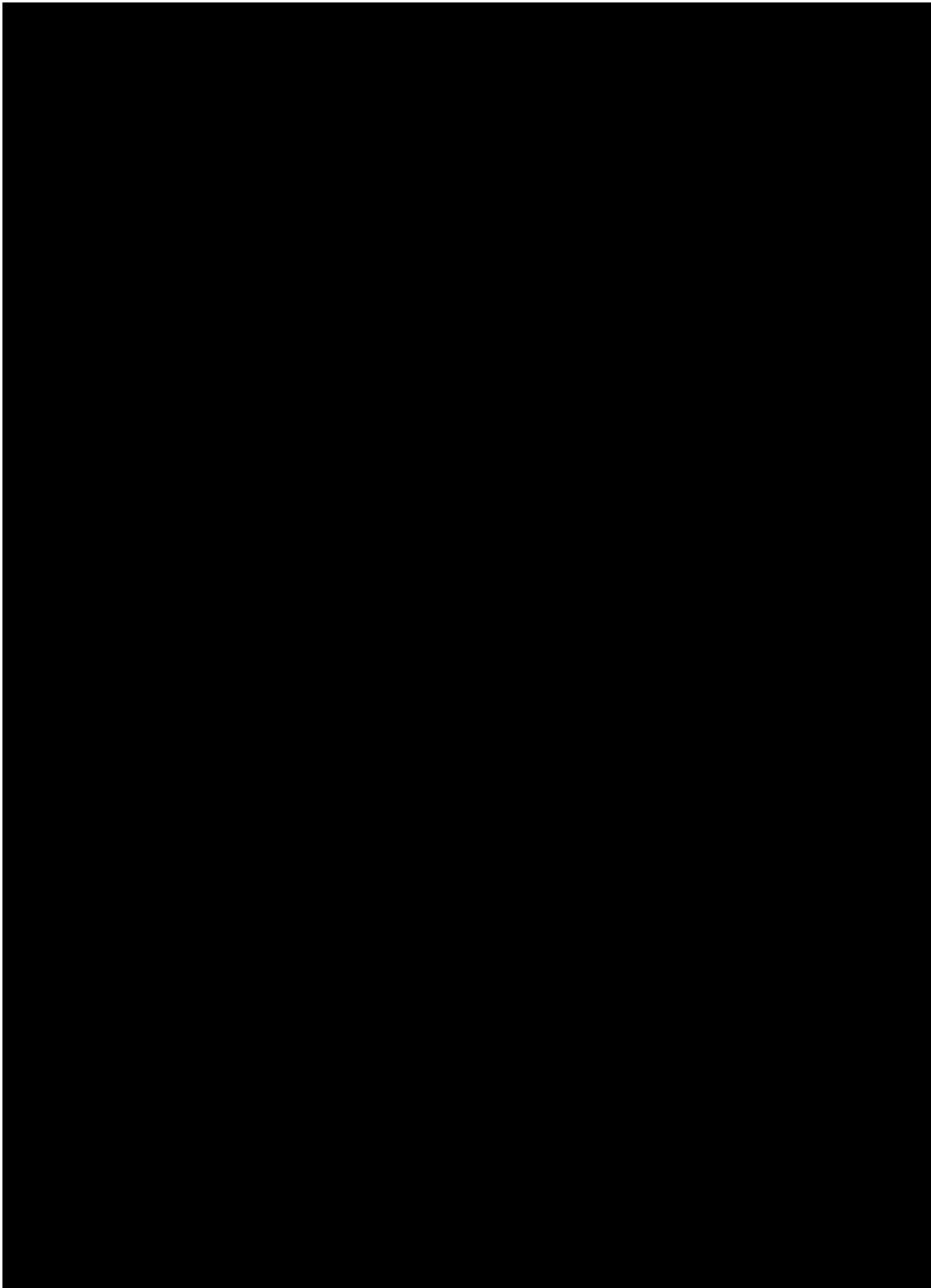
DETALLE	TOTAL
Sueldos	46.406,80
Décimo Tercero	3.867,23
Décimo Cuarto	2.398,00
Vacaciones	-
IESS patronal	5.336,78
TOTAL GASTOS PERSONALES PRIMER AÑO	58.008,81
Fondos de Reserva	3.867,23
TOTAL GASTOS DE PERSONAL A PARTIR SEGUNDO AÑO	61.876,04

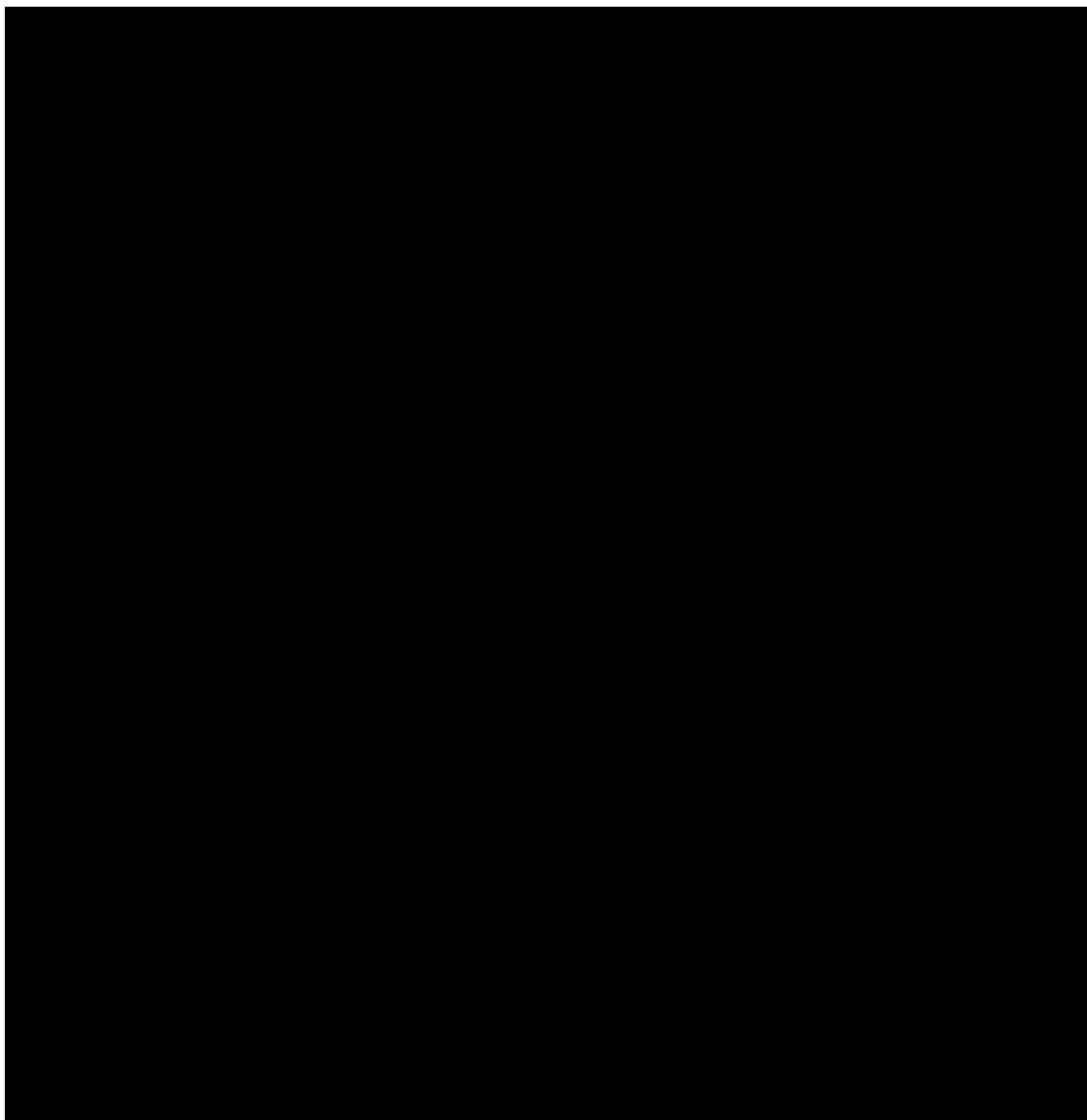
Elaboración: El autor

Nota: Se debe destacar que el valor del cuadro anterior constituyen el valor total de sueldos y salarios pagados tanto a la Mano de Obra Directa, Mano de Obra Indirecta y al personal Administrativo de la Hostería El Remanso, pero que sirve para tener una idea general de cuanto es el valor por concepto de remuneraciones se debe cancela año a año.

4.6.4.4.5 Estado de Resultados Proyectado

CUADRO No. 125
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
HOSTERÍA EL REMANSO





Elaboración: El autor

Nota: Para la presentación de este 'Estado de Resultados Proyectado' se ha utilizado el formato del Servicio de Rentas Internas

Es importante acotar que el plan de Marketing realizado ayudará a apuntalar un aumento importante de demanda a partir del 2do año de funcionamiento, razón por la cual, y en base a la demanda proyectada, se prevé un incremento sustancial de las operaciones de la Hostería.

Además, para los gastos administrativos se toma en cuenta una tasa del 8% como inflación proyectada. Asimismo se toma como política el mantenimiento de un 10% del plan ambiental para continuar con el proceso de mitigación.

4.6.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO No. 126

FLUJO DE FONDOS

TIEMPO DEL PROYECTO	INICIAL	Año	Año	Año	Año	Año
		1	2	3	4	5
CRECIMIENTO ANUAL EN VENTAS			21,49%	24,66%	10,88%	8,32%
VENTAS ANUAL TOTAL		275.778,00	335.043,00	417.672,00	463.111,20	501.631,20
% DE IMPUESTOS						

TIEMPO DEL PROYECTO	INICIAL	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
		1	2	3	4	5	
INVERSIONES	- 240.221,85	-	-	-	-	-	
Capital de Trabajo	17.640,70	17.640,70	167.116,12	190.938,37	227.725,32	248.663,98	264.572,35
Terreno	75.000,00	-	-	-	-	-	-
Edificios	70.400,00	-	-	-	-	-	-
Instalaciones, Maquinaria, Muebles y Equipos	22.511,15	-	-	-	-	-	-
Equipos de Computación y Software	1.437,00	-	-	-	-	-	-
Vehículos, Equipos de Transporte y Equipo Caminero Móvil	47.000,00	-	-	-	-	-	-
Total Activos Fijos Tangible	-	216.348,15	-	-	-	-	-
Gastos de Organización	6.233,00	6.233,00	-	-	-	-	-
Intereses pre operativos	-	-	-	-	-	-	-

FLUJO DE OPERACIÓN						
Ingresos Operacionales		275.778,00	335.043,00	417.672,00	463.111,20	501.631,20
VENTAS NETAS LOCALES GRABADAS CON IVA		275.778,00	335.043,00	417.672,00	463.111,20	501.631,20
INGRESOS POR SERVICIOS		-	-	-	-	-
OTROS INGRESOS		-	-	-	-	-
Egresos Operacionales		185.195,46	210.423,32	247.538,97	270.771,45	289.207,42
COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIAS PRIMAS		113.644,53	136.439,69	169.798,32	189.228,82	203.288,62

SUELDOS Y SALARIOS MANO DE OBRA DIRECTA	24.600,00	24.600,00	25.830,00	27.121,50	28.477,58
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES MOD	5.658,10	5.658,10	5.658,10	5.658,10	5.658,10
GASTOS PROVISIÓN PARA JUBILACIÓN PATRONAL	2.829,00	2.829,00	2.970,45	3.118,97	3.274,92
SUMINISTROS Y MATERIALES MOD	869,88	913,37	959,04	1.006,99	1.057,34
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	198,20	200,18	202,18	204,21	206,25
SUELDOS Y SALARIOS MANO DE OBRA INDIRECTA	13.860,00	13.860,00	14.553,00	15.280,65	16.044,68
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES MOI	3.322,91	4.477,91	4.701,81	4.936,90	5.183,74
GASTOS PROVISION PARA JUBILACIÓN PATRONAL	1.593,90	1.593,90	1.673,60	1.757,27	1.845,14
SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS	7.946,80	7.946,80	8.344,14	8.344,14	8.344,14
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES ADMINISTRATIVOS	1.623,26	2.285,49	2.399,77	2.519,75	2.645,74
GASTOS PROVISION PARA JUBILACIÓN PATRONAL	913,88	913,88	959,58	1.007,55	1.057,93
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	6.445,00	6.455,00	6.455,00	6.455,00	6.455,00
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	1.400,00	1.960,00	2.744,00	3.841,60	5.378,24
SUMINISTROS Y MATERIALES	290,00	290,00	290,00	290,00	290,00
SALDO CAJA POR OPERACIÓN	90.582,54	124.619,68	170.133,03	192.339,75	212.423,78
Relación Ingresos/Egresos					
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS MOD	6.250,12	6.250,12	6.250,12	5.771,12	5.771,12
DEPRECIACIÓN ACELERADA DE VEHICULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE MOD	9.400,00	9.400,00	9.400,00	9.400,00	9.400,00
PAGO FINANCIAMIENTO ENTIDAD BANCARIA	15.780,55	12.996,74	9.859,88	6.325,18	2.342,19
UTILIDAD OPERACIONAL	59.151,88	95.972,82	144.623,03	170.843,45	194.910,48
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS					
IMPUESTOS	18.390,96	30.989,66	48.479,59	57.831,44	66.395,03
PAGO A CAPITAL	21.949,99	24.733,80	27.870,66	31.405,36	35.388,34
UTILIDAD NETA	18.810,93	40.249,37	68.272,78	81.606,65	93.127,10
FLUJO NETO DEL PROYECTO					
FLUJO ACUMULADO	- 205.760,80	- 149.861,32	- 65.938,42	30.839,34	139.137,55

Elaboración: El autor

4.6.6 EVALUACIÓN FINANCIERA (VAN, TIR Y COSTO – BENEFICIO)

En adelante se presenta el cálculo de porcentajes, tasas, tendencias e indicadores que permiten conocer el desempeño financiero de la organización, a fin de tomar decisiones. Como resultados de esta evaluación financiera se presenta lo siguiente

4.6.6.1 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Constituye la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero o periodo actual. Esto se traduce en relaciones en donde el VAN es menor que cero e implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés en el proyecto o por el contrario si el VAN es mayor que cero representa una tasa determinada de ganancia.

Para Calcular el VAN acudimos a una fórmula financiera de estas características⁶⁷:

$$\text{VAN} = P(1 + r)^{-n}$$

Donde:

VAN = Valor Actual Neto

P = Capital y/o flujo neto

r = porcentaje de descuento (18% anual)

n = Número de Años

Por otra parte, para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR, en primer lugar, cual es la *Inversión Inicial* del proyecto y cuales serán los *flujos de ingreso y costo* para cada uno de los períodos. Posteriormente debemos determinar una tasa a la cual el VAN calculado sea igual a cero utilizando esta fórmula:

⁶⁷ Douglas, Everit: Finanzas Corporativas, 3ra Edición, Kapeluz, México, 2001

CUADRO No. 12
VALOR ACTUAL NETO – VAN
TÉCNICA DE VALORACIÓN

Valor del dinero en el tiempo

VA	14%
Numero de años	
Proyecto	5

TIR (C8:C14)	14%
VAN (14%)	\$ 2.817,93
MAXIMO B/C	1,01

Año	Flujo	Flujo acumulado	Factor VA	VA Flujo	VA Acumulado	B/C
Inicial	-240.221,85	-240.221,85	1,0000	-240.221,85	-240.221,85	-
1	34.461,05	-205.760,80	0,8772	30.228,99	-209.992,86	0,13
2	55.899,48	-149.861,32	0,7695	43.012,84	-166.980,02	0,30
3	83.922,89	-65.938,42	0,6750	56.645,56	-110.334,46	0,54
4	96.777,76	30.839,34	0,5921	57.300,21	-53.034,25	0,78
5	108.298,21	139.137,55	0,5194	56.246,70	3.212,45	1,01
	PRVC =	6,97				
		PRVA (14%) =	7,9			

Conforme al cuadro anterior, ejecutado el ejercicio del VAN calculado para el periodo de cinco años es de \$2817.93, observándose que la una recuperación de la inversión en valores presente es a partir del quinto período, a una tasa de descuento del 14% anual. Esto indica que el proyecto es rentable por ser un valor positivo y mayor a cero, generando beneficios.

Por otro lado, calculada la TIR se observa que su valor es igual al 14% coincidiendo con el valor establecido para el VAN.

Lo anterior constituye una oportunidad para los proyectos relacionados con el turismo y la recreación, pues en este tipo de inversiones su recuperación se da en largos periodos de tiempo (5 o más años).

4.6.6.2 Relación Beneficio – Costo

Por medio de este indicador se conocerá la relación Beneficio – Costo que tiene esta propuesta, a través de la relación matemática donde se suman el total de ingresos históricos que mantiene el proyecto para el cálculo de su TIR y se lo divide para el total de la Inversión realizada.

Como se observa, la relación beneficio-costo para esta inversión se encuentra en la proporción de 1,01, significando ello que existe un mínimo beneficio de la inversión en los cinco años de funcionamiento proyectados.

Finalmente, el periodo de recuperación de la inversión de la Hostería El Remanso se dará a partir del año cinco, coincidiendo con estándares nacionales de recuperación de inversión en proyectos turísticos.

CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El mercado turístico ecuatoriano tiene características estacionales, y en su mayoría se aprovecha de feriados y días de descanso.
- El Cantón de Santiago de Píllaro es una localidad que mantiene una riqueza cultura, natural y social de gran interés para el turista nacional y extranjero, y que hasta el momento aún no ha sido explotada turísticamente.
- Las actividades de hospedaje, en el caso puntual la Hostería, tiene la flexibilidad legal dada por las leyes y reglamentos del Ecuador, así como la flexibilidad técnica para ser considerada como un modelo exitoso de negocio turístico.
- En la ejecución del estudio de mercado de esta propuesta se determinó una demanda insatisfecha de **146.021** turistas debido a que existe un gran interés por visitar al Cantón Píllaro pero no existe la oferta turística para satisfacer este volumen de visitantes.
- De acuerdo con lo estimado en los análisis de las estructuras organizacional y el ordenamiento lógico de las actividades realizadas por cada uno de los diferentes puestos, se determina que la Hostería El Remanso puede iniciar sus operaciones con doce (12) personas, de las cuales una (Administrador de Hostería) se encargará de la parte administrativa, siete de la parte operativa (repcionistas, camarera, ama de llaves, chef/cocinero, mesero y técnico agrónomo) y cuatro de la parte de turismo y seguridad (conserje/guardián y guías de turismo). Estos puestos cuentan con una descripción de sus actividades así como una descripción de la interacción de sus procesos

- En relación con la encuesta de campo realizadas se tomaron muestras en 6 ciudades del Ecuador: Quito, Ambato, Tena, Píllaro, Loja, Riobamba, a un segmento de población objetivo entre los 15 a 50 años, con un nivel de instrucción secundario y superior en su mayoría y con aspectos psicográficos y conductuales definidos.
- De este estudio se desprende que existe una preferencia para realizar actividades de turismo con una frecuencia de por lo menos una al mes (58%) con especial atención en los fines de semana (1 día: 42%, 2-3 días: 41,97%). Sus motivaciones definidas son: relajación y tranquilidad (44%) y aventura y emoción (29%).
- El encuestado manifestó una preferencia absoluta por realizar actividades turísticas acompañados por al menos un familiar (70%), antes que amigos u otros individuos. Gusta del aire libre (89,37%) y tiene una preferencia muy variada de las cuales se destacan: la visita a las cascadas y lagunas (28,29%) y las caminatas por senderos naturales (18,82%).
- Muchísimos de los encuestados (80%) ha escuchado alguna vez de Píllaro, y aunque su conocimiento del Cantón es variado se destacan dos aspectos importantes: la festividad cultural de la Diablada Pillareña y el Parque Nacional Llanganates.
- Cualquier propuesta que incluya la visita de atractivos turísticos de Píllaro y actividades de aventura y recreación tiene un 95% de aceptación por parte de los encuestados, los mismos que gustarían de tener un sitio donde hospedarse o descansar con: Piscina (70% acumulado) y sauna, turco e hidromasaje (66% acumulado);
- La forma de pago que preferida es de contado, valores que no superen los 30 dólares por persona. 50%, aunque existe un mercado interesante para costos entre 30 a 50 dólares por persona (35%).
- Finalmente, la gran mayoría de encuestados consideran como *importante o muy importante* realizar actividades de turismo (88%).

- Estas consideraciones fueron tomadas en cuenta al momento de general el plan de marketing, así como la generación del perfil psicográfico y conductual del turista que visitaría la Hostería.
- Finalmente, se elaboraron algunas estrategias que permitan cumplir los objetivos de la Hostería. En este sentido se elaboró estrategias para el servicio, precio, plaza y promoción.

Con relación a los aspectos de la propuesta técnica de Hostería El Remanso:

- Se determina como localización ideal, la parroquia de San Miguelito en el Cantón Píllaro, resultando una evaluación de factores de localización ponderado de (72/100) considerado *alto*.
- La capacidad instalada de la Hostería El Remanso albergará a 22 pax y brindará esparcimiento a otros 82 pax más. Cabe anotar que 40 pax, adicionales, podrán disfrutar al mismo momento de paquetes turísticos y turismo de aventura.
- La obra de infraestructura se encuentra dividida en cuatro bloques: B1 Edificio Administrativo, de Restaurante, equipamiento y alojamiento, que tendrá anexo las instalaciones de piscina, sauna y turco, B2: donde se encuentran las áreas de esparcimiento e infantiles, B3: el área de Agroturismo y B4: parqueadero y otras áreas verdes.
- En el estudio legal se determinó el tipo de empresa a conformar debe ser una compañía de responsabilidad limitada, así también que es importante contar con los permisos y licencias de diferentes instituciones públicas previo a su funcionamiento, a saber: Superintendencia de Compañías, Ministerio de Turismo, Municipio de Santiago de Píllaro, Servicio de Rentas Internas, Ministerio de Salud, Cuerpo de Bomberos.
- El estudio ambiental señala que el impacto en la construcción de la infraestructura de Hostería el Remanso es *manejable*, y se encuentra dado principalmente por el retiro de la cobertura vegetal, el ingreso y salida de turistas y la generación y manejo

de la basura y residuos orgánicos. Se ha contemplado un plan de reducción de efectos que contribuirá a dar un correcto tratamiento a estos desechos previo a que salgan fuera de la hostería.

El estudio financiero arrojó las siguientes conclusiones:

- El monto total de la inversión para la presente propuesta será de \$240.221,85. Asimismo, el estudio demuestra un margen de utilidad en operaciones a partir del primer año de \$32.342,72 bajo niveles de ocupación mínimos, el mismo que irá creciendo paulatinamente según la demanda.
- La propuesta tiene un VAN para cinco años de \$122.149,12, lo que indica que de acuerdo a la medición de flujos en efectivo llevados a valor presente, la operación de hostería El Remanso es rentable pues genera una cobertura oportuna de la inversión y genera ganancias a la empresa.
- La TIR calculada para el proyecto es de 30,63% para cinco años, es atractiva para el inversionista ya que es mucho más rentable que una inversión en la banca privada.

Algunas consideraciones finales

- Con lo expuesto se debe indicar que se considera viable generar actividades de turismo y recreación complementarias a las actividades de hospedaje, y por tanto la actual propuesta de creación de la Hostería El Remanso.
- A raíz del último feriado de Carnaval 2009, se debe considerar que existen factores que por su eventualidad son difíciles de sondear en las propuestas de negocios como la infraestructura vial y de carreteras principales del Ecuador.

5.2 RECOMENDACIONES

- Monitorear y analizar de forma permanente los factores del macro y micro ambiente, ya que estos influyen en el desarrollo de los proyectos e iniciativas de inversión.
- La organización empresarial debe ser flexible, dinámica pero firme en el cumplimiento de de objetivos y en el funcionamiento organizacional.
- Se debe reforzar en el Plan de mercadeo desde una perspectiva más municipal, donde la Hostería puede jugar un papel fundamental como interesado en los datos que se desprendan.
- Realizar anticipadamente al funcionamiento de la Hostería, y en general de cualquier proyecto de hospedaje, los trámites legales necesarios para la apertura del establecimiento.
- Monitorear y evaluar constantemente la rentabilidad del proyecto, para definir correctivos adecuados y las decisiones idóneas.
- Elaborar un Estudio de responsabilidad ambiental, que permita dar orientación a las decisiones respecto a impacto ambiental que genera cada propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

ARTÍCULOS Y FOLLETOS ESPECIALIZADOS

- Administración de Agencias de Viajes, De la Torre, Francisco, México, 1994.
- El Turismo en el Ecuador: Ventajas y Desventajas hacia una nueva era, Revista Gestión, Septiembre 2004, Ecuador.
- Guzmán, Mauricio León, Etnicidad y Exclusión en el Ecuador: una mirada a partir del Censo de Población de 2001, Revista Gestión, No. 17, Septiembre de 2002
- Folleto Rutas de Compras del Municipio de Ambato, 2006.
- Norma Nacional Brasileña para Alojamientos turísticos-requisitos para la sostenibilidad. Instituto de Hospitalidade, Abril 2004, Brasil
- Mejía G., Kléber, Folletos y Apuntes de Clase, 2004
- OMT Desarrollo turístico sostenible - Proyección de necesidades de alojamiento, 2006.
- PRODUGUÍAS, Ecuador: Vial Turístico, Ed. PCAJO, Quito, Edición 2005.
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, Instructivo para la constitución, aumento de capital y más actos societarios de compañías mercantiles, 2007.

LIBROS:

- ANDRADE, Diego, El Marco legal del ecoturismo: El Ecoturismo en los páramos, Quito, 2001
- BIRDLIFE INTERNATIONAL Y CONSERVATION INTERNATIONAL. Identificando las Áreas Importantes para la Conservación de las Aves en los Andes Tropicales, Quito, 2005
- CALDAS, Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Bogotá, 2003.
- CANTER W., Larry, Manual de Evaluación de Impacto Ambiental, 2da Edición, Bogotá, 2001, p. 46.
- CEBALLOS Lascurain, Héctor, Ecoturismo, Naturaleza y desarrollo sostenible, México, 1998.

- CEVALLOS, Renato, Tesis: Propuesta para el Diseño y la Planificación de una Ecoaldea en la Comunidad Santa Marianita, Parroquia Nanegal, Cantón Quito, Ecuador, Universidad de Cooperación Internacional, UCI, San José, Costa Rica, 2008
- CÍRCULO DE LECTORES, Nueva Enciclopedia del Ecuador Tomos I al III, Ed. Planeta Colombiana, Bogotá, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración: teoría, proceso y práctica, San Pablo, Makron Books, 1994, p. 184
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración en los Nuevos Tiempos, San Pablo, Mc Graw-Hill, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto, Gestión del Talento Humano, Ed. MacGraw Hill, Bogotá, 2004
- CROSS, Melinton. El turismo alternativo y la recreación: Los paradigmas de la Investigación recreativa, México, 2001.
- ECUADOR, Ley de Turismo (Ley 97, Registro Oficial Suplemento No. 733, de 27 de Diciembre del 2002), Sistema Indexado de Legislación Ecuatoriana, SILEC.
- ECUADOR, Reglamento de Actividades Turísticas, Decreto Ejecutivo No. 3400, Registro Oficial No. 726, de 17 de Diciembre del 2002, Sistema Indexado de Legislación Ecuatoriana, SILEC.
- DAVID, Conceptos de Administración Estratégica, Ed. Prentice Hall, México, 2006
- FISHER, Laura, Introducción a la Investigación de Mercados, Ed. Mc Graw Hill, México, 2004.
- FUENTES, Aníbal, Guía didáctica para Teoría Del Turismo – modalidad semipresencial, Universidad Tecnológica América, UNITA, 2006.
- GULTIMAN, Joseph y GORDON, Paul, administración de Mercadeo, Ed. Mc Graw Hill, México, 2005.
- MINISTERIO DE TURISMO, Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 -PLANDETUR 2020- Resumen Ejecutivo, Obreval Imp., diciembre 2007.
- MOLINA, Sergio, Turismo y Ecología, Ed. Trillas, México, 1992
- MUNICIPIO DE PÍLLARO, Plan Estratégico Participativo del Cantón Píllaro, 2004.
- OCÉANO/CENTRUM EDITORES, Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes, Mini Océano Grupo Editorial, Barcelona, 2001

- PAREDES Y ASOCIADOS, Programa de Capacitación: Gestión de Recursos Humanos por Competencias, Primer Módulo, 2006.
- SALVARREDY, Julián, FRONTI, Verónica y GARCÍA, Javier, Gerenciamiento de Proyectos 1 y 2, Ed. OMICRON, Buenos Aires, 2006.
- SANTAMARÍA, Iván, Fundamentos de la Actividad Turística –Teoría-, Ed. Jumandi, Quito, 2002.
- SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Ed. McGraw Hill, 2002.
- SECRETARÍA NACIONAL TÉCNICA DE DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS Y REMUNERACIONES DEL SECTOR PÚBLICO, SENRES, Norma Técnica de Descripción y Clasificación de Puestos del Servicio Civil, formatos de aplicación, 2005.
- SECRETARÍA TÉCNICA DEL FRENTE SOCIAL –STFS-, Informe Social en el Ecuador, Desarrollo social y pobreza en el Ecuador, 1990-2001, Publicación, 2003.
- SIERRA, Rodrigo, Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF y EcoCiencia. Quito, Ecuador, 1999.
- SOLANO, Leyla, Ecoturismo comunitario en Costa Rica, Nuevos enfoques y actores, Costa Rica, 2001
- TORRES, Valeria del Rosario, Tesis: Propuesta para la Recuperación y Valoración del Patrimonio Cultural del Cantón Santiago de Píllaro Dirigido a Jóvenes de Educación Secundaria, UNITA, 2008.
- TORRES V., Paúl, Tesis: Planificación Estratégica y Administración por Procesos en el Área de Salud No. 21 “Calderón”, de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha, Universidad Central del Ecuador, 2004.
- VIRACUCHA, B. y CARRANCO, D., Tesis: Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Agro turístico en la Parroquia de Lloa, UNITA, 2007.

SOFTWARE:

- MUNICIPIO DE PÍLLARO, Software “Inventario virtual turístico” en CD, 2004
- SENRES, Modelo SUIIMBA: Descripción de Puestos, Formatos de Aplicación, 2006.

PAGINAS WEB:

www.bce.fin.ec, Página del Banco Central del Ecuador

www.captur.com.ec. Página de la Cámara de Turismo de Pichincha

www.inec.gov.ec, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador

www.mintur.gov.ec, Página web del Ministerio de Turismo del Ecuador

www.peru.org.pe , Página de PromPerú y del Proyecto FIT, Lima, Perú

www.presidencia.gov.ec, página de la Presidencia de la República del Ecuador

www.rafaelcorrea.com, Plan de Gobierno Alianza País, Ecuador.

www.sri.gov.ec, Servicio de Rentas Internas, SRI, Registro Único de Contribuyentes para Sociedades

www.vivecuador.com.ec, página del Ministerio de Turismo del Ecuador para promocionar al país como destino turístico.

www.uci.co, Página de la Universidad de Cooperación Internacional, San José, Costa Rica

ANEXOS

Anexo No. 1

COMPARACIÓN ENTRE LA UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS VERSUS LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS A NIVEL PROVINCIAL (PREPARADO POR LA CONSULTORA TOURISM & LEISURE, DENTRO DEL INFORME FINAL DEL PLAN DE DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN EL ECUADOR HACIA EL AÑO 2020 –PLANDETUR 2020-

Para establecer una comparación entre la ubicación de los atractivos VERSUS Los establecimientos turísticos a nivel de provincia se procede de la siguiente manera:

- Se suman los atractivos por categoría por provincia
- Se obtiene un puntaje de los atractivos con categoría sitios naturales ponderado por jerarquía, con el siguiente peso⁶⁸: 88 puntos para Jerarquía V1 (de gran significación); 63 puntos para Jerarquía III (con rasgos excepcionales); 38 puntos para Jerarquía II (con algún rasgo llamativo); 13 punto para Jerarquía 1 (sin merito suficiente). Con este puntaje se contuve un **índice de sitios naturales**, en donde la provincia con mayor puntaje es 1,00 y proporcionalmente para el resto de provincias.
- Se obtiene un puntaje de los atractivos con categoría manifestaciones culturales ponderado por jerarquía, con el siguiente peso: 88 puntos para Jerarquía V1 (de gran significación); 63 puntos para Jerarquía III (con rasgos excepcionales); 38 puntos para Jerarquía II (con algún rasgo llamativo); 13 puntos para Jerarquía 1 (sin merito suficiente). Con este puntaje se contuve un **índice de manifestaciones culturales**, en donde la provincia con mayor puntaje es 1,00 y proporcionalmente para el resto de provincias.
- Se suman los índices sitios naturales y manifestaciones culturales y se obtiene el **índice de atractivos turísticos**

⁶⁸ Media de puntos de la metodología de Inventarios de Atractivos Turísticos - MINTUR

- Se obtiene un puntaje de las plazas ponderado por categoría, con los siguientes valores: 5 puntos para categoría lujo; 4 puntos para categoría primera; 3 puntos para categoría segunda; 2 puntos para categoría tercera; y 1 punto para categoría cuarta. Con este puntaje se contuve un **índice de plazas**, en donde la provincia con mayor puntaje es 1,00 y proporcionalmente para el resto de provincias.
- Se obtiene un puntaje de las sillas ponderado por categoría, con los siguientes valores: 5 puntos para categoría lujo; 4 puntos para categoría primera; 3 puntos para categoría segunda; 2 puntos para categoría tercera; y 1 punto para categoría cuarta. Con este puntaje se contuve un **índice de sillas**, en donde la provincia con mayor puntaje es 1,00 y proporcionalmente para el resto de provincias.
- Se suman los índices plazas y sillas y se obtiene **índice servicios turísticos**

ANEXO No. 2

**JERARQUÍAS PARA LA DETERMINACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Y PONDERACIONES A NIVEL PROVINCIAL**

JERARQUÍA DETERMINADA	DEFINICIÓN	ELEMENTO	
		SITIOS NATURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
Jerarquía IV	Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.	Los atractivos de jerarquía 4 (de gran significación) representan el 31,12% con relación al total	Los atractivos de jerarquía 4 (de gran significación) representan el 9,45% con relación al total.
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos	Los atractivos de jerarquía 3 (con rasgos excepcionales) representan el 27,3% con relación al total.	Los atractivos de jerarquía 3 (con rasgos excepcionales) representan el 40,2% con relación al total.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.	Los atractivos de jerarquías 2 (con algún rasgo llamativo) y 1 (sin mérito suficiente) representan el 41,5%.	Los atractivos de jerarquías 2 (con algún rasgo llamativo) y 1 (sin mérito suficiente) representan el 50,42%
Jerarquía I	Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico		
CONSIDERACIONES GENERALES		En las en 10 de las 22 provincias que concentra el 72,2% de los puntos son: Galápagos, Pichincha, Manabí, Napo, Chimborazo, Esmeraldas, Guayas, Morona Santiago, Azuay e Imbabura. Las provincias que superan la media nacional (1.204 puntos) de los sitios naturales son: Galápagos, Pichincha, Napo, Manabí, Esmeraldas y Chimborazo.	En las en 7 de las 22 provincias que concentra el 77,8% de los puntos son: Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí, Cotopaxi, Loja, Pastaza, Guayas, Cañar y El Oro. Las provincias que superan la media nacional (1.342 puntos) son: Tungurahua, Pichincha, Pastaza, Manabí, Los Ríos, Loja Imbabura, Guayas, Chimborazo, Cotopaxi, y Azuay

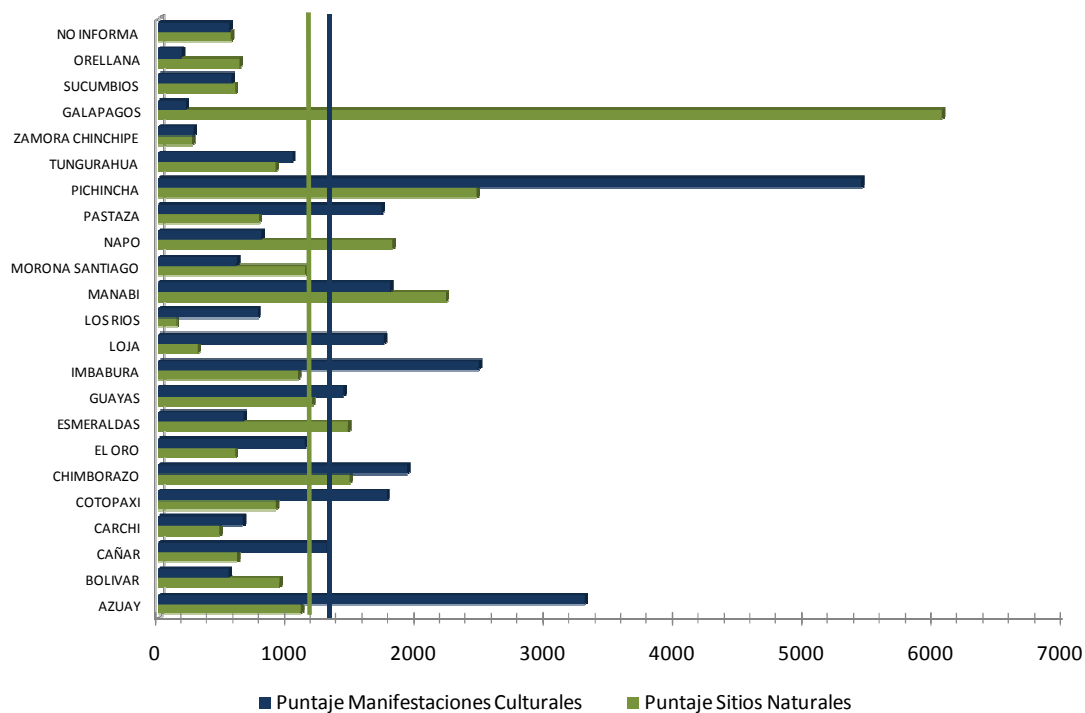
Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, 2007

Elaboración: El Autor.

Anexo No. 3

A nivel provincial, el siguiente gráfico que determina el puntaje ponderado por jerarquía de atractivo turístico a nivel nacional, desagregados por dos categorías: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales.

Gráfico No.
PONDERACIÓN DE SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES
CULTURALES POR PROVINCIA



Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p. 46.

ANEXO No. 4

LÍNEAS DE PRODUCTOS Y VARIEDADES DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS DEL ECUADOR

LÍNEAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	VARIEDADES ESPECÍFICAS	DEFINICIÓN	PROYECCIÓN	PRODUCTOS ESPECÍFICOS
Circuitos Generales	Circuitos Generales	Es el conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que puede iniciar y terminar en idéntico lugar, o en un lugar diferente.	-	-
Sol y playa	Sol y playa	Es una modalidad de gran volumen, que se practica en enclaves turísticos costeros, que pueden ser poblaciones costeras, resorts de playa de alta densidad o enclaves en entornos naturales con baja densidad. La motivación de sol y playa se complementa generalmente con diversión y relax	<ul style="list-style-type: none"> • Una expansión superior a la media de los viajes a lugares de destino lejanos. • Un aumento de los segmentos de mercado especializados, ej.: centros turísticos “todo incluido”; viajes de bodas y viajes de novios. • Vacaciones combinadas, con un componente de playa y otro de visitas turísticas de interés especial, se centra en los destinos costeros lejanos. • Un aumento de parejas que se casan en el extranjero que viajan acompañadas de su familia y amigos; o de grupos de parejas. 	Las Playas Verdes La Ruta del Sol (circuito que unifique los principales destinos de sol y playas de Ecuador)
Turismo comunitario	Turismo Comunitario	Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados	<ul style="list-style-type: none"> • Más grupos definidos por su etnia, religión o estructura social exigirán ser reconocidos y considerados importantes con sus propios derechos especiales. • Oportunidad enorme para el desarrollo de experiencias turísticas relacionadas con los recursos culturales y naturales de estos grupos de la sociedad 	-
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales Mercados y artesanías Gastronomía Shamanismo Fiestas populares	El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión del mercado del turismo cultural a medida que madure la generación de los “baby- boomers”. • Al aumentar la conciencia de los lugares protegidos de la UNESCO y su importancia cultural, se incrementará la demanda de los viajes a estos lugares. 	Ambato Cotacachi: el mercado del cuero Cuenca, patrimonio de la humanidad y sus alrededores Guaranda Guayaquil, centro internacional de negocios Hacienda La Ciénaga Hacienda San Agustín de Callo Ingapirca, la capital Inca Loja Montecristi, la tierra del sombrero de paja toquilla Otavalo (capital intercultural del Ecuador) y su mercado indígena Pujilí Quito, patrimonio de la humanidad Riobamba, la experiencia del ferrocarril andino a Alausí San Antonio de Ibarra, ciudad de los tallados de madera Santo Domingo de Los Colorados, tierra de los shamanes colorados Vilcabamba, el paraíso para la longevidad

	Turismo religioso			
	Turismo urbano			
	Turismo arqueológico			
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo			
	Haciendas históricas			
Parques temáticos	Parques temáticos	Los parques temáticos son atracciones específicas, con un objetivo concreto; centrados generalmente en un asunto específico y con una amplia oferta de esparcimiento y experiencias (como paseos, espectáculos, restaurantes y bares) en torno a un asunto en cuestión. Los parques temáticos pueden ser también de carácter educativo o informativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de atracciones y prolongación de temporadas de apertura. • Oferta de realismo, captación y mantenimiento de atención del visitante. 	Parque Histórico de Guayaquil
Turismo Urbano	Turismo Urbano	El turismo urbano hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad poblacional. Suelen ser viajes de corta duración (de uno a tres días), por lo que puede afirmarse que está estrechamente vinculado al mercado de las vacaciones cortas.	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del turismo urbano a medida que se reduzca el costo de transporte. • Desplazamiento de los turistas a lugares cada vez más lejanos para visitar ciudades durante unas vacaciones cortas. 	Ciudades principales del país
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales	Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales,	<ul style="list-style-type: none"> • El segmento del ecoturismo adquirirá mayor popularidad en el próximo decenio. 	<p>Área de Recreación Boliche Bahía de Caráquez, la experiencia de una eco-ciudad Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad de aves del mundo Bosque Nublado de San Sebastián Bosque Petrificado de Puyango Bosque Protector Cerro Blanco Isla Santa Clara La Ruta de Orellana, Amazonía Lodges Amazónicos Napo Wildlife Center Parque Nacional Cajas Parque Nacional Cotopaxi Parque Nacional Galápagos, Patrimonio de la Humanidad Parque Nacional Llanganates Parque Nacional Machalilla, el Mar y el encuentro con la historia Parque Nacional Podocarpus</p>
	Reservas y bosques privados			

	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas.		Parque Nacional Sumaco Napo-Galeras Parque Nacional Sangay, (P.N.)10 ecosistemas en la Amazonía Andina Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biósfera Puerto El Morro, observación de delfines Puerto López, observación de ballenas jorobadas Reserva Ecológica Limoncocha Reserva Ecológica Antisana Reserva Ecológica El Ángel Reserva Ecológica Cayambe-Coca Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, los manglares más altos del mundo Reserva Ecológica Maquipucuna, Reserva Ecológica Los Illinizas Reserva Ecológica Mache-Chindul Reserva Ecológica Manglares-Churute Reserva Geobotánica Pululahua Reserva de Producción Faunística Cuyabeno Reserva de Producción Faunística Chimborazo Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, bosque protector Reserva Ecológica Kapawi
	Observación de Flora y fauna			
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	El turismo deportivo puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual. El turismo de aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico. El turismo de aventura puede definirse más precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Deportes terrestres, Deportes fluviales, Deportes Aéreos, Deportes oceánicos, Otros deportes.	<ul style="list-style-type: none"> • Práctica de los tipos más comunes de turismo deportivo de pequeña envergadura son los deportes de invierno, el golf y otras actividades acuáticas y submarinas (incluyendo el surf y excursiones en submarinos turísticos). También, la práctica del senderismo, montañismo, ciclismo, tenis y otros juegos de pelota. • Un fuerte crecimiento del mercado orientado a los solteros, al igual que las parejas no casadas y sin hijos. • Una popularidad creciente del surf. • Definición de turismo de gran aventura (la práctica de escalada en roca y montañismo, parapente, submarinismo y rafting en ríos con corrientes rápidas) y turismo de pequeña aventura (la observación de aves, las excursiones en globos de aire caliente o la práctica de bicicleta). • Viajes de aventura más cortos, de máximo una semana. • Viajes combinados que incluyan senderismo, cabalgatas y haciendas especialmente orientados a grupos de familias. 	<ul style="list-style-type: none"> § Baños de Tungurahua: bunging, cabalgatas, rafting, trekking § Bucay: canyoning § Islas Galápagos: buceo § Isla de la Plata: trekking, observación de aves, observación de ballenas, buceo § Laguna de Quilotoa: trekking § La Avenida de las Cascadas: ciclismo de montaña § La Avenida de Los Volcanes: escalada, trekking y ciclismo de montaña § Manta: pesca deportiva § Misahuallí: trekking § Montañita: surf § Ríos Toachi, Blanco, Paute .Napo, Aguarico, Quijos, Upano.: rafting, kayaking § Salinas: pesca deportiva § Tena: rafting y kayaking
	Deportes fluviales			
	Deportes aéreos			
	Deportes acuáticos			
Turismo de salud	Termalismo	El turismo de la salud es "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un cambio de ubicación y de residencia de las personas para promover, estabilizar y en lo apropiado, restablecer el bienestar físico, mental y social mientras usa servicios médicos y para quién el lugar en donde él está permaneciendo no es su domicilio permanente o su lugar de trabajo. Esta definición se complementa con la definición de turismo de bienestar: "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un viaje y residencia de las personas cuya principal		<ul style="list-style-type: none"> Baños de Tungurahua: aguas termales Papallacta: termas Puyo: Shamanismo Santo Domingo de Los Colorados: Shamanismo Vilcabamba, el paraíso de la longevidad
	Medicina ancestral			

	SPA's	motivación es preservar o promover su salud. Se quedan en un hotel especializado que provee el conocimiento profesional apropiado y trato personalizado. Requieren un paquete de servicios que abarca cuidado de la salud, la belleza, una nutrición saludable, dieta, relajamiento, meditación y actividades mentales educativas.”		
Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones	Es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión. Una parte del mercado prefiere unas vacaciones personalizadas, lejos de los centros turísticos más populares. • Los agricultores establecerán mercados para vender sus productos a sus habitantes. 	Paseo de los Sabores...Cacao, Banano, Café Ruta de las Flores
Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	Las reuniones y conferencias forman parte del sector conocido como “MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions -“Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones. Pertenecen al segmento del turismo conocido como turismo de negocios. El turismo de las reuniones y conferencias se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia o de acompañar a una persona que participará en la misma. Otras variantes que incluye esta línea son negocios, congresos, seminarios, incentivos, simposios, convenciones, ferias y eventos.	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión geográfica y de la actividad lo que fomenta el establecimiento de empresas en lugares de destino de vacaciones, prolongando las temporadas y manteniendo el empleo a tiempo completo en los destinos turísticos. • Gran influencia de las videoconferencias y el uso de Internet lo que constituye también una amenaza latente. 	Cuenca, patrimonio de la humanidad Guayaquil, centro internacional de negocios, ciudad-puerto de entrada de cruceros, desarrollo urbano de interés regional Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros Quito, patrimonio de la humanidad
Turismo de cruceros	Cruceros	El turismo de los cruceros se refiere a los viajes de placer en un velero o un barco.	Se establecerán en sectores muy diversos, como el mercado de vacaciones de masas, lo mercados de los jóvenes y las personas de tercera edad, y los mercados polarizados como los cruceros educativos a destinos poco habituales.	Manta, ciudad-puerto de entrada de cruceros Río Napo: Cruceros fluviales- Ruta del Manatee

Fuente: Informe Final PLANDETUR 2020, p: 77-79

Adaptado y Elaborado: El Autor.

ANEXO No. 5

LÍNEAS DE PRODUCTOS Y VARIEDADES DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS DEL ECUADOR

Circuitos Generales	Circuitos Generales		Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo Comunitario	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de Flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA`s
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

ANEXO No. 6

Restaurante El Remanso

<i>Entrada:</i>	<i>Precio</i>
<i>Chochos con tostado</i>	1,50
<i>Mote con □hampú fritadas</i>	2,00
<i>Choclo, habas, mellocos</i>	2,50
<i>Empanada de viento</i>	1,50
<i>Plato Fuerte:</i>	<i>Precio</i>
<i>Papas con cuy</i>	6,50
<i>Papas con conejo</i>	7,50
<i>Fritada</i>	3,50
<i>Seco de chivo</i>	3,50
<i>Seco de gallina</i>	3,20
<i>Sopas:</i>	<i>Precio</i>
<i>Caldo de gallina</i>	2,00
<i>Caldo de patas</i>	2,20
<i>Yaguar loco</i>	2,50
<i>Bebidas:</i>	<i>Precio</i>
<i>Jugos naturales (tomate, mora, babaco, taxo)</i>	0,85
<i>Agua con gas</i>	0,80
<i>Agua sin gas</i>	0,50
<i>Gaseosas (personales)</i>	0,60
<i>Limonada</i>	0,85
<i>Postres:</i>	<i>Precio</i>
<i>Jucho de capulí (vaso)</i>	1,40
<i>□hampús (vaso)</i>	1,10
<i>Chiguiles</i>	1,50
<i>Roscones de yema de huevo</i>	1,00
<i>Dulce de manzana (Queso y pan)</i>	1,10
<i>Extras:</i>	<i>Precio</i>
<i>Porción de mote</i>	0,80
<i>Porción de papas cocinadas</i>	0,80
<i>Porción de arroz</i>	1,00
Los precios ya incluyen IVA	

ANEXO No. 7⁶⁹
VIDEOS PROMOCIONALES

⁶⁹ Los videos promocionales son referenciados para el Plan de marketing. Cuentan con los permisos legales para su reproducción.

ANEXO No. 8
PUBLICIDAD

