



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,

ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y

HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: “ESTUDIO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DE ALOJAMIENTO

Y SU APLICABILIDAD EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ,

PROVINCIA DE IMBABURA “

AUTORES:

VEGA CEVALLOS, LUCÍA MARILÚ

VELOZ ROMERO, ERICK DANIEL

DIRECTORA:

MSC. PAVÓN PATIÑO, MARIANA CECILIA

SANGOLQUÍ

2020



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, ***“ESTUDIO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DE ALOJAMIENTO Y SU APLICABILIDAD EN EL CANTÓN SAN MIGUEL DE URQUQUÍ PROVINCIA DE IMBABURA”*** fue realizado por la señorita ***Vega Cevallos, Lucía Marilú*** y el señor ***Veloz Romero, Erick Daniel*** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 22 de enero de 2020

Firma:

Ing. Mariana Pavón

C.C: 171034489-4



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Vega Cevallos, Lucía Marilú** y **Veloz Romero, Erick Daniel**, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: ***“Estudio de las nuevas tendencias de alojamiento y su aplicabilidad en el cantón San Miguel de Urququí provincia de Imbabura”*** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 22 de enero de 2020

Firma:

Vega Cevallos Lucía Marilú

C.C: 171843458-0

Firma:

Veloz Romero Erick Daniel

C.C: 172518832-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, ***Vega Cevallos, Lucía Marilú y Veloz Romero, Erick Daniel***, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación; ***“Estudio de las nuevas tendencias de alojamiento y su aplicabilidad en el cantón de San Miguel de Urucuquí, provincia de Imbabura”*** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 22 de enero de 2020

Firma:

Vega Cevallos Lucía Marilú

C.C: 171843458-0

Firma:

Veloz Romero Erick Daniel

C.C: 172518832-8

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación y toda mi carrera universitaria a todas las personas que supieron brindarme su apoyo, en especial, a mis padres que han sido el pilar fundamental para que sea una persona con principios y valores firmes.

De igual manera a mis tíos, mis abuelitos, mis padrinos, primos y a mi enamorada que han estado pendientes de todo mi proceso estudiantil.

De manera especial y nostálgica a Mamita Sara que desde el cielo estará viendo este logro del cual ella también ha formado parte.

A mis profesores que han sabido brindarme sus conocimientos y principalmente, a mis compañeros de clase que hemos logrado consolidar una gran amistad.

Erick Daniel Veloz Romero

El presente trabajo de titulación lo dedico a mis padres y familia que me han apoyado a lo largo de toda mi vida; desde que tengo memoria han grabado en mi mente que debo cumplir mis sueños, ser una persona bondadosa y honesta tanto en el ámbito personal como profesional. También quiero dedicarle, a todas las personas que fueron parte de mi vida y aportaron con conocimiento, experiencias o palabras de aliento para continuar y culminar mi carrera universitaria

Lucía Marilú Vega Cevallos

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por permitirme cumplir mi objetivo, por haberme guiado por el camino del bien y por haberme dado a los mejores padres del mundo.

De manera muy especial agradezco a mis padres, por haberme dado la vida, por su paciencia y por sus sabios consejos que siempre llegaron en el momento más oportuno, simplemente un inmenso Dios le pague por compartirme sus valores y principios, cosa que no se aprende en ninguna universidad, y por haberme hecho una persona de bien.

Muchas gracias a toda mi familia (abuelitos, tíos, padrinos y primos) por estar pendientes de mí y por saber apoyarme incondicionalmente, por el cariño y la unión que nos fortalece como familia.

A mi enamorada Vane, que ha sido un gran apoyo y ha llegado a ser una parte importante en mi vida, sin importar las condiciones. Gracias por darme esas palabras de aliento que en ocasiones son necesarias para seguir adelante, por tu paciencia, amor y comprensión.

A mis compañeros que se han convertido en mi segunda familia: Matheo, Robert, que han sido como mis hermanos, Shir, Karlita, Andre, Alejo, Jossfa y en especial Lu por cumplir esta meta como un gran equipo.

Dios les bendiga a todos y cada uno de los antes mencionados.

Daniel Veloz R.

Agradezco a la vida por darme la oportunidad de cumplir otro objetivo que he trazado en mi vida, a mis padres por brindarme el apoyo, consejos y medios necesarios para culminar esta etapa.

Puede sonar absurdo, pero también quiero agradecer a mi mascota Teo por acompañarme, ser un amigo fiel, ofrecerme sus ladridos y silencios en los momentos adecuados para sacarme una sonrisa.

Un eterno agradecimiento a mis amigos que se han convertido en una segunda familia, aquella que se pone feliz de tus logros, te acompaña en tus momentos difíciles y cuando es necesario te brinda un consejo.

Le agradezco al destino por darme la oportunidad de conocer el amor, vivirlo y disfrutarlo junto a la persona que cada día llena mis días de anécdotas.

Por otro lado, agradezco a todas las personas que me brindaron su apoyo, paciencia, conocimiento y su cariño durante todo este tiempo.

Lucía Marilú Vega Cevallos

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA

CERTIFICACIÓNi

AUTORÍA DE RESPONSABILIDADii

AUTORIZACIÓN.....ii

DEDICATORIAiv

AGRADECIMIENTO v

ÍNDICE DE CONTENIDOvii

ÍNDICE DE TABLAS.....xi

ÍNDICE DE FIGURAS.....xii

RESUMEN.....xv

ABSTRACT.....xvi

INTRODUCCIÓN

Importancia del proyecto..... xvii

Objetivo general: xviii

Objetivos específicos:..... xviii

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1. Marco teórico..... 1

1.1.1. Teoría general de los sistemas aplicada al sector turístico..... 1

1.1.2. Teoría de innovación aplicada al sector turístico	6
1.2. Marco referencial	8
1.2.1. Wellness	9
1.2.2. Aero hotel o skylodge	11
1.2.3. Eco-hoteles	11
1.2.4. Glampling.....	13
1.3. Marco conceptual	14
1.4. Modelo que se relaciona con el tema.....	16
1.4.1. Conjunto de relaciones Ambientales:.....	16
1.4.2. Conjunto de la organización estructural.....	17
1.4.3. Conjunto de las acciones.....	17

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. Datos generales	19
2.1.1. Historia	19
2.1.2. Datos geográficos.....	20
2.1.3. División política.....	23
2.1.4. Población.....	23
2.1.5. Actividades económicas.....	24
2.1.6. Atractivos Turísticos	26
2.1.7. Manifestaciones culturales	29

2.1.8. Gastronomía	30
--------------------------	----

2.1.9. Catastro de establecimientos de Urcuquí	30
--	----

2.2. Análisis FODA	34
--------------------------	----

CAPÍTULO III

MERCADO

3.1. Oferta	36
-------------------	----

3.1.1. Análisis de tendencias y aplicación	36
--	----

3.1.2. Análisis de la Gobernanza	40
--	----

3.2. Demanda	41
--------------------	----

3.2.1. Población de estudio	41
-----------------------------------	----

3.2.2. Resultados	42
-------------------------	----

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y PROPUESTA

4.1. Propuestas	81
-----------------------	----

4.1.1. Glamping	81
-----------------------	----

4.1.2. Sky Lodge	85
------------------------	----

4.1.3. Hotel Wellness	88
-----------------------------	----

4.1.4. Eco hotel	91
------------------------	----

4.2. Propuesta para nuevos proyectos de investigación	93
---	----

4.3. Conclusiones	95
-------------------------	----

4.4. Recomendaciones	97
----------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA	99
---------------------------	-----------

ANEXOS104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Datos Geográficos</i>	21
Tabla 2 <i>Población del Cantón Urcuquí</i>	23
Tabla 4 <i>Catastro Hoteles</i>	30
Tabla 5 <i>Catastro Hostales</i>	31
Tabla 6 <i>Catastro Hosterías</i>	31
Tabla 7 <i>Catastro Lodge</i>	32
Tabla 8 <i>Catastro Refugios</i>	32
Tabla 9 <i>Catastro Casa de Huéspedes</i>	32
Tabla 10 <i>Catastro Restaurantes</i>	33
Tabla 11 <i>Catastro Bares</i>	33
Tabla 12 <i>Catastro Cafeterías</i>	33
Tabla 13 <i>Catastro Termas y Balnearios</i>	34
Tabla 14 <i>Análisis FODA</i>	34

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Dimensiones de innovación Fuente: (EOI, 2015).....	7
<i>Figura 2.</i> Modelo de los Sistemas Fuente: (Beni, 2001).....	18
<i>Figura 3.</i> Ubicación San Miguel de Urucuquí	20
<i>Figura 4.</i> Nivel de estudios de la población Fuente: (GAD Urucuquí, 2014).....	24
<i>Figura 5.</i> Género de turistas	43
<i>Figura 6.</i> Rango de edad.....	44
<i>Figura 7.</i> Estado civil	45
<i>Figura 8.</i> Ocupación.....	46
<i>Figura 9.</i> Procedencia internacional.....	47
<i>Figura 10.</i> Procedencia nacional	48
<i>Figura 11.</i> Ingreso promedio	49
<i>Figura 12.</i> Medios de comunicación	50
<i>Figura 13.</i> Frecuencia de revisión de medios de comunicación.....	51
<i>Figura 14.</i> Motivación.....	52
<i>Figura 15.</i> Tiempo de planificación del viaje.....	53
<i>Figura 16.</i> Compañía al momento de viajar	54
<i>Figura 17.</i> Tiempo de estancia	55
<i>Figura 18.</i> Alojamiento preferencial	56
<i>Figura 19.</i> Conocimiento Nuevas tendencias de alojamiento	57
<i>Figura 20.</i> Preferencia de las nuevas tendencias de alojamiento	58
<i>Figura 21.</i> Disposición para experimentar las Nuevas Tendencias de Alojamiento.....	59

<i>Figura 22.</i> Precio tentativo	60
<i>Figura 23.</i> Tipos de habitaciones	61
<i>Figura 24.</i> Servicios complementarios	62
<i>Figura 25.</i> Estadía promedio del huésped	63
<i>Figura 26.</i> Tarifa promedio	64
<i>Figura 27.</i> Tipo de cliente	65
<i>Figura 28.</i> Rango de edad.....	66
<i>Figura 29.</i> Compañía del turista	67
<i>Figura 30.</i> Ventaja competitiva	68
<i>Figura 31.</i> Meses con más afluencia de turistas	69
<i>Figura 32.</i> Tasa de ocupación.....	70
<i>Figura 33.</i> Tiempo de anticipación en la reserva	71
<i>Figura 34.</i> Canales de reservas	72
<i>Figura 35.</i> Procedencia de los huéspedes	73
<i>Figura 36.</i> Principales países.....	74
<i>Figura 37.</i> Medios de comunicación para promocionar los servicios	75
<i>Figura 38.</i> Innovaciones en el último año	76
<i>Figura 39.</i> Realidad del turismo en la provincia	77
<i>Figura 40.</i> Ubicación Glamping	83
<i>Figura 41.</i> Lugar para implementación del glamping	84
<i>Figura 42.</i> Implementación tentativa del Glamping.....	84
<i>Figura 43.</i> Ubicación Sky Lodge	86
<i>Figura 44.</i> Lugar para la implementación de Sky Lodge	87

Figura 45. Implementación tentativa de Sky Lodge	87
Figura 46. Ubicación Hotel Wellness	89
Figura 47. Infraestructura Hotel Santagua de Chachimbiro.....	90
Figura 48. Instalaciones Termas de Chachimbiro.....	91
Figura 49. Ubicación Eco hoteles	92

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo principal analizar el potencial turístico del cantón San Miguel de Urququí para aplicar las nuevas tendencias de alojamiento (eco hotel, glamping, skylodge y wellness) con la ayuda del modelo de Beni del sistema turístico o SISTUR y la teoría de la innovación aplicada al turismo. Además, se realiza un estudio del perfil del turista que llega a la provincia de Imbabura para obtener información valiosa sobre sus inputs, como el autor Beni denomina a: las preferencias, gustos y necesidades del turista.

Con el fin de cumplir con todos los objetivos propuestos en la presente investigación, el trabajo se divide en 4 capítulos: que inicia con una revisión bibliográfica de la teoría de los sistemas y la teoría de la innovación, a su vez, se analiza los diferentes casos de éxito relacionados con las nuevas tendencias de alojamiento y sus principales características. En el análisis de resultados, se aprecia un diagnóstico de los instrumentos de investigación aplicados tanto a los turistas como a los establecimiento de alojamiento de 4 y 5 estrellas de la provincia de Imbabura; finalmente la propuesta, donde se evidencia de manera clara el lugar, diseño y características de las nuevas tendencias de alojamiento que se plantean para el cantón San Miguel de Urququí, con el fin de posicionarlo como un destino con una oferta exclusiva, innovadora y con principios ambientales.

PALABRAS CLAVES:

- **NUEVAS TENDENCIAS DE ALOJAMIENTO**
- **SISTEMA TURÍSTICO**
- **INNOVACIÓN**
- **PERFIL DEL TURISTA**

ABSTRACT

The main objective of this thesis is of analyzing the tourist potential of the canton San Miguel de Urququí to apply the new trends of accommodation (eco hotel, glamping, sky lodge and wellness) with the help of the Beni's model of the tourist system or SISTUR and the innovation theory applied to tourism. In addition, a study of the profile of the tourist who arrives in the province of Imbabura to obtain valuable information about his *inputs*, as the author Beni calls: the preferences, tastes and needs of the tourist.

In order to meet all the objectives proposed in this research, the work is divided in four chapters: theoretical framework, which start with a bibliographic review of systems theory and innovation theory, also is analyzed the different success stories related to the new housing trends and their main characteristics. The analysis of results, in this chapter a diagnostic of the research instruments applied both to tourists and to the four and five stars accommodation establishments of the province of Imbabura; finally the proposal, where you can clearly appreciate the place, design and characteristics of each of the new housing trends that arise for the canton San Miguel de Urququí, in order to position it as a destination with an exclusive offer, innovative and with environmental principles both in the construction model and in the service.

KEYWORDS:

- **NEW HOUSING TRENDS**
- **TOURIST SYSTEM**
- **INNOVATION**
- **TOURIST PROFILE**

INTRODUCCIÓN

Importancia del proyecto

Con el pasar del tiempo las nuevas tendencias de alojamiento han ganado un gran impulso en el mercado hotelero a nivel mundial, donde se ha podido evidenciar que estas han ayudado al desarrollo económico y social en los lugares donde se han ubicado, tomando en cuenta varios aspectos que han permitido llamar la atención de los turistas, principalmente en innovación de infraestructura, materiales de construcción, servicio y número de plazas.

En contexto, todas las modificaciones que se han dado el sector hotelero se enfocan en los gustos y preferencias de los turistas, mismos que han sido analizados por un grupo de expertos y se han dividido en 5 grandes grupos (generación Z, millennials, generación X, boomers y generación silenciosa), en donde cada uno presenta una gran diversidad de gustos y preferencias al momento de elegir un establecimiento para alojarse, es por ello que hoy en día la decisión del turista varía de acuerdo a la ubicación, las características principales del lugar, los servicios que posee el establecimiento y la ventaja competitiva que presenten al momento de comparar con otros establecimientos.

Es por ello que la presente investigación, pretende establecer estrategias que permita la implementación de las nuevas tendencias de alojamiento en el cantón San Miguel de Urcuquí, tomando en cuenta aspectos de vital importancia al momento de su aplicabilidad, como: el trabajo conjunto entre la gobernanza, la empresa privada y la población perteneciente al cantón con la finalidad de que se establezca un desarrollo progresivo en el ámbito económico y social, manteniendo intactos los recursos naturales y rasgos culturales.

Objetivo general:

Determinar las nuevas tendencias de alojamiento a través de un análisis situacional actualizado, con el fin de realizar un estudio para su implementación en el cantón San Miguel de Urququí, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- Analizar las características de las tendencias de alojamiento en correlación con los elementos de la teoría de sistemas para el desarrollo local.
- Establecer un diagnóstico situacional del Cantón Urququí con el fin de determinar su potencialidad para la aplicación de las nuevas tendencias de alojamiento.
- Delimitar el nicho de mercado que se interesa en las nuevas tendencias de alojamiento.
- Plantear estrategias para el desarrollo de las nuevas tendencias de alojamiento en el cantón Urququí.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1. Marco teórico

1.1.1. Teoría general de los sistemas aplicada al sector turístico

La teoría principal para sustentar la presente investigación es la “Teoría General de Sistemas”, su aplicación ayuda a entender que el turismo es un conjunto donde interactúan varios factores como es la oferta y la demanda, sin embargo, el autor Beni propone que la demanda es el pilar fundamental, y por ello el sistema debe girar de acuerdo a sus necesidades, motivaciones, gustos y preferencias (Beni, 2001).

El autor Beni, (2001) distingue tres líneas de análisis de la actividad turística:

- La primera línea hace referencia a las empresas del sector, donde unas transforman la materia prima en producto acabado y otras ofrecen bienes y servicios.
- La segunda línea se refiere a la distribución de los servicios directamente al consumidor.
- La tercera línea consiste en identificar y establecer condiciones de viaje y sus componentes.

Una definición del autor es:

“El Sistema Turístico (SISTUR) es un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente en conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo”.

El turismo no es un hecho aislado, el turista es la pieza central del sistema y esto convierte al estudio en un análisis multidisciplinar, en función de las interrelaciones entre los diferentes

sistemas en que el ser humano participa como el factor económico, social, político, cultural, ecológico y tecnológico.

El SISTUR posee tres subsistemas turísticos con funciones específicas:

- Subsistema de Organización Estructural está formado por los elementos que componen la estructura e infraestructura imprescindibles para que exista el turismo. Participan el Estado, Política nacional o local de turismo y todas las instituciones públicas.
- Subsistemas de Relaciones Ambientales se compone de un conjunto de condiciones del medio donde se desenvuelve la actividad turística y tendrá un determinado factor ambiental, económico, social, ecológico y cultural en constante movimiento e interacción.
- Subsistema Operativo de Turismo es el conjunto de acciones operacionales del mercado turístico donde existe la producción y el consumo, en otras palabras, la oferta y la demanda (Beni, 2001).

El cliente es un elemento que se debe destacar, porque con sus *inputs* (necesidades, deseos, expectativa, satisfacción) optimiza la configuración del sistema y lo retroalimentan con la participación directa en el proceso de producción-consumo-evaluación.

El autor Beni, (2001) realiza una reflexión sobre el SISTUR y el cliente:

“El punto de partida de un adecuado posicionamiento de la empresa es el cliente, lo cual es válido para muchos tipos de empresas. Raramente está eficientemente aplicado en este sector, debido a la intangibilidad de la oferta turística y su consumo. Por eso, es decisivo el papel de las empresas de intermediación en el turismo, verdaderas productoras de la oferta propiamente dicha, al menos por crear la ilusión o, simplemente, porque son capaces de conjugar las distintas opciones ofrecidas por las empresas receptoras, para satisfacer los más variados deseos e intereses”

La Teoría General de los Sistemas ayudará con la resolución del problema de investigación y mediante la aplicación de esta teoría se podrá detallar el perfil del viajero de acuerdo a las nuevas tendencias de alojamiento para el sector de alojamiento, de esta manera podrá innovar y atraer nuevos mercados para aumentar su rentabilidad en el cantón.

Es importante entender que el sistema turístico es un conjunto de interrelaciones existentes y sus impactos en un espacio, de esta manera el turismo se compone de dos elementos fundamentales (Beni, 2001):

- Sujeto: una persona, que es el centro de todo hecho turístico, que mediante sus necesidades y deseos origina diversas actividades para el turismo.
- Objeto: oferta turística, aquella persona que viaja temporalmente en busca de los elementos que forman la oferta turística.

El sistema turístico permite:

- Resaltar la interdependencia que existe de varios elementos interrelacionados del turismo que cooperan para cumplir objetivos comunes. Esto es demostrado por la teoría general de los sistemas.
- La naturaleza abierta del sistema de turismo, comprende a esta actividad como dinámica, es decir, que se encuentra en constante cambio, siempre hay nuevos conceptos y fenómenos llegando.
- Determinar la complejidad y variedad en todos los aspectos de turismo.
- Reflejar mejor el gran nivel de competitividad presente en turismo hoy en día.

A partir de lo mencionado (Beni, 2001) definió el SISTUR como: *“un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo”*. De esta manera sitúa al turismo en un esquema sintetizador con toda su amplitud, complejidad y multicausalidad para demostrar las combinaciones de fuerzas y energías.

El turismo no es un hecho aislado, pues el turista es la pieza central del sistema y también está relacionado con varias actividades humanas. El turismo comprende un análisis multidisciplinar, en función de las interrelaciones entre los diferentes procesos en que el ser humano participa como el económico, social, político, cultural, ecológico e tecnológico. Esto hace que el estudio del turismo implique el conocimiento general de estas diferentes áreas y sus interrelaciones.

De acuerdo al análisis del modelo de Beni (2001), los elementos imprescindibles del SISTUR en líneas generales son:

1. Estudio del espacio turístico, abarcando el levantamiento de:
 - Delimitación y descripción física del área receptora.
 - Recursos naturales, culturales y análisis del diferencial turístico.
 - Equipamientos receptivos: de alojamiento hotelero, extra-hotelero y complementos de alimentación y recreación.
 - Infra-estructura de apoyo a la actividad turístico-recreativa.
2. Perfil socio-económico del área receptora, comprendiendo el levantamiento de:
 - Ocupación del territorio y densidad demográfica.
 - Composición étnica de la población y organización social.

- Indicadores macroeconómicos, como: renta, inversiones de capital, consumo, importación y exportación.
 - Indicadores de sectores de actividad económica, con énfasis en el sector terciario.
 - Estudio de ordenación geopolítica y administrativa de área receptora, comprendiendo la necesidad de levantamiento de:
3. Organización institucional y legal:
- Grado de intervención estatal.
 - Políticas básicas.
4. Estudio de previsiones del comportamiento del turismo en el área receptora, analizando los clústers y levantamiento de:
- Oferta: indicadores de ocupación de los equipamientos receptivos y medidas de ocupación de espacios de recreación.
 - Demanda: calificación y cuantificación del tráfico turístico para caracterizar y clasificar los flujos en función de la permanencia, solicitudes de equipamientos y otras variables de consumo.
 - Diagnóstico de turismo en área receptora, analizándose su potencial de influencia en el desarrollo económico.

Una vez analizados los elementos antes mencionados se puede elaborar un pronóstico situacional del área receptora, que necesitará ajustes para tener un equilibrio de mercado, mismo que será alcanzado a través de la optimización de las áreas dedicadas al proceso de ocupación turística y áreas recreativas, aumentando el volumen de inversiones, nivel de empleo y cantidad de equipamientos, instalaciones y servicios ofertados para tener un destino con futuro y alto porcentaje de crecimiento.

1.1.2. Teoría de innovación aplicada al sector turístico

Existen muchas aproximaciones a la definición de innovación, donde es comúnmente aceptada aquella mencionada por la Organización para la Ocupación y Desarrollo Económico (2005), y afirma que la innovación es la implementación de un producto nuevo o mejorado significativamente, o un proceso nuevo, un nuevo método de marketing, o un método nuevo de organización en las prácticas de negocio, en la organización del sitio de trabajo o en las relaciones externas. Correspondería esta definición a un enfoque de lo que significa innovación vinculado al producto y al proceso (Cilleruelo, 2007).

En otras orientaciones se encuentran definiciones más abiertas con un enfoque amplio como la interpretación de Pavón y Goodman (1981), donde afirma que la innovación es el conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y lugar que conducen a la introducción primeriza y exitosa en el mercado, misma que posee ideas en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización. Finalmente, también se encuentra un enfoque tecnológico como el que ofrecen Pavón e Hidalgo (1997), para los cuales el proceso de innovación tecnológica se define como el conjunto de las etapas técnicas, industriales y comerciales que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de productos manufacturados, o la utilización comercial de nuevos procesos técnicos (EOI, 2015).

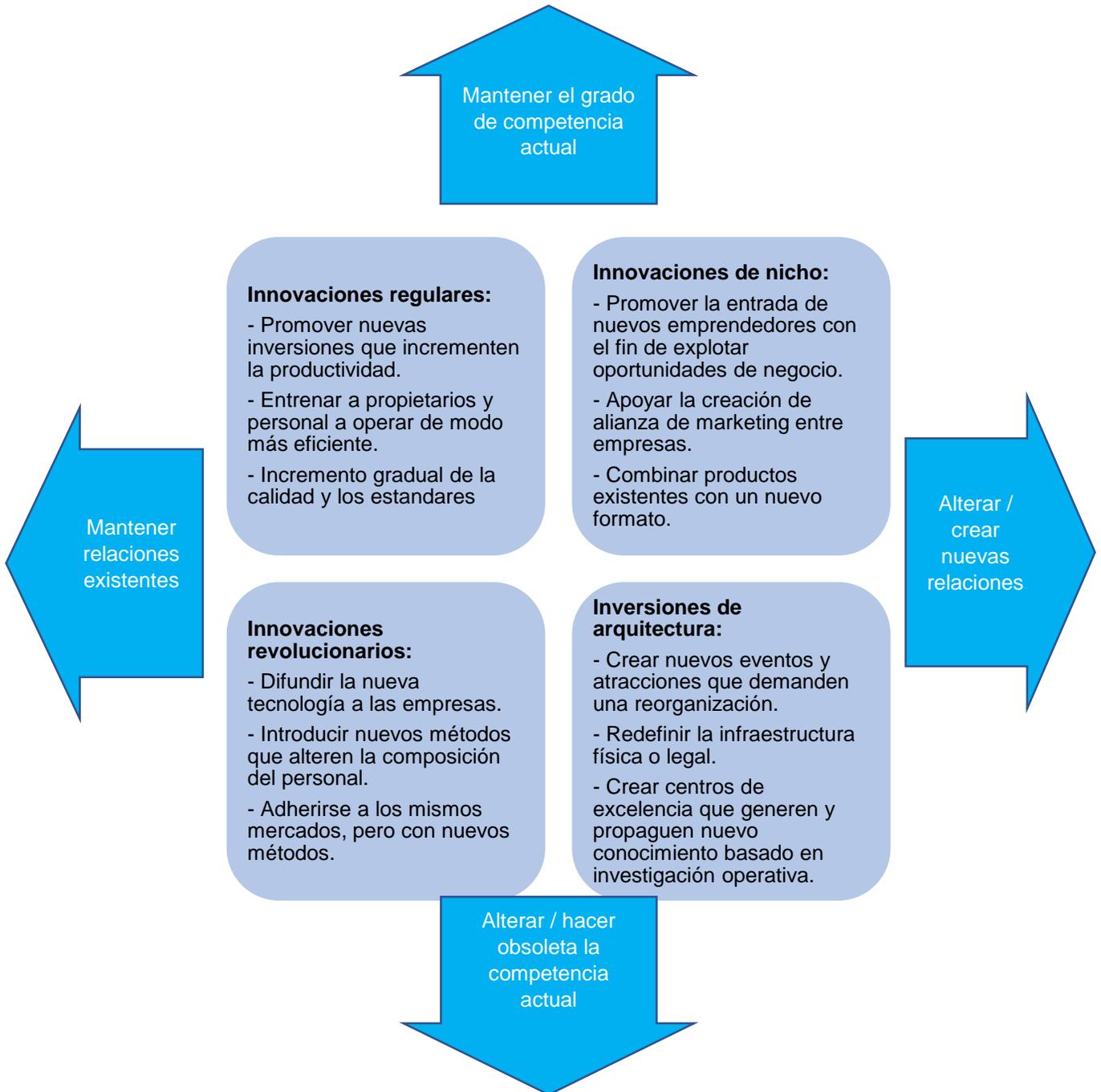


Figura 1. Dimensiones de innovación

Fuente: (EOI, 2015)

Los diferentes cambios en el mundo del turismo han afectado de manera directa a dos variables, se ha generado un crecimiento sustancial en el número de trabajadores en esta actividad económica y por otro lado se evidencia un cambio en los métodos de trabajo, la aplicación de nuevas tecnologías como: equipos informáticos, sistemas globales de distribución ayudan a cambiar los métodos de producción. Las nuevas tecnologías están ayudando a mejorar las capacidades y habilidades de los trabajadores, manejar de manera eficaz su tiempo (Pérez, 2015).

En la actualidad se están creando nuevos mercados a escala mundial, debido a una demanda creciente de nuevos productos y servicios. La capacidad de innovar para responder a estas necesidades condiciona la creación de nuevos empleos en el sector, lo que ayuda a mejorar la competitividad (Pérez, 2015).

1.2. Marco referencial

(Puij, 2006) Mencionó que la globalización es un factor importante por el cual la industria cambia, por esta razón todas las empresas que brindan servicios se ven condicionadas por una demanda que debe ser satisfecha. El mínimo cambio que se produzca en alguna parte del mundo puede producir un gran impacto en la industria hotelera y lo importante es actuar de manera inmediata con el fin de crear oportunidades para este sector.

Es en estas oportunidades nacen nuevas tendencias de alojamiento que se ajustan a los nuevos requerimientos del huésped con el fin de dejar de lado la oferta tradicional y ofrecer una experiencia única durante el viaje, por esta razón se toman como referencia las siguientes tendencias:

1.2.1. Wellness

El turismo Wellness se ha convertido en los últimos años en una oferta vacacional muy solicitada por clientes que buscan convertir su estancia en el hotel en una experiencia de bienestar. El creciente interés por un estilo de vida más saludable influye en la dieta de los consumidores, en la práctica de ejercicio y también en el modelo de vacaciones elegidas. Al mismo tiempo que se ha producido este cambio de intereses en el resto de ámbitos, las estancias y hoteles que incluyen servicios Wellness han visto aumentar su demanda de manera notable.

Como consecuencia, los hoteles que desean adaptarse a esta nueva forma de concebir el alojamiento hotelero deben ajustar su oferta. Una de las fórmulas más económicas y eficaces de ofrecer servicios de bienestar a los clientes es el outsourcing hotelero, de esta forma, sin tener que contratar plantilla adicional y sin los problemas de prever picos de demanda, los servicios externos a hoteles proporcionan ese valor añadido tan demandado en la actualidad (MASSHOTEL, 2019).

El nuevo modelo de turista wellness invierte hasta un 130% más en sus estancias en hoteles que el resto de turistas, de esta manera los hoteles comienzan a incluir servicios de masajes, spa, dietas saludables y todo tipo de programas para el bienestar y la salud. La oferta hotelera se ha llenado de nuevos conceptos, como eco-lujo, cartas aptas para celíacos, tratamientos revitalizantes o detox. Esta nueva tendencia no va dirigida solo al público femenino, al que tradicionalmente se asocia con este tipo de servicios, las estadísticas recientes muestran una tendencia al alza en el número de grupos y de hombres que demandan este tipo de hoteles que cuentan con servicios relacionados con el bienestar (MASSHOTEL, 2019).

Casos de éxito

A nivel mundial se encuentra el Hotel Gem Wellness & Spa ubicado en Lloret de Mar, España. Su principal objetivo es conseguir un mayor bienestar a través de la eficacia de sus

tratamientos y una atención muy personalizada. El establecimiento cuenta con una zona de ocio, tanto hotelera como residencial, la cual está equipada con todas las instalaciones necesarias como son: zona de balneoterapia, piscinas exteriores, fisioterapia, electroterapia, unidad de estética, gimnasio, etc. para ofrecer un servicio integral de salud. Y entre sus tratamientos ofrece: programas antiestrés, adelgazamiento, anticelulíticos, puesta en forma en el gimnasio, belleza y relax, bienestar y curas marinas (Hotel Gen Wellness y Spa, 2017).

En Puerto Rico el Hotel Asclepios Wellness & Healing Retreat ofrece a sus huéspedes 12 habitaciones rodeadas con diferentes actividades como: piscina ionizada regulada, anfiteatro, gimnasio, pabellón de yoga y meditación, cámara de flotación, sauna, baños turcos, salas de relajación y un restaurante orgánico. El establecimiento se destaca por trabajar con un equipo de terapeutas altamente calificados y con profesionales holísticos de todo el mundo. Su construcción es sostenible, posee paneles solares, ventilación natural e iluminación natural, aparte de preservar la vida salvaje del entorno del establecimiento (Asclepios, 2019).

Ecuador incursiono en la tendencia Wellness desde el 2018 con la campaña “Ecuador is Wellness” que busca ofrecer experiencias de bienestar para potenciar este segmento, entre los principales establecimientos que participaron en la feria están: Termas de Papallacta, Hosteria Montselva, Baños de Cuenca y entidades públicas que presentaron al país ante el mundo (Ministerio de Turismo , 2018).

Las Termas de Papallacta se destacan porque el agua surge de profundas capas geológicas a través de fisuras hasta llegar a la superficie con todo su potencial saludable. La temperatura de las Termas en su origen varía entre los 60 a 70 grados y la temperatura de las piscinas fluctúa entre 36 a 38 grados. Las fuentes de aguas termales que alimentan las piscinas de Papallacta provienen de agua lluvia infiltrada en la caldera volcánica Chacana, donde adquieren la energía calórica, del

magma, y sus prioridades mineromedicinales. En este establecimiento también ofrecen el servicio de spa, alojamiento y senderos para conocer el páramo (Termas de Papallacta, 2018).

1.2.2. Aero hotel o skylodge

Skylodge es una tendencia única en el mundo que nace en Perú donde la empresa Natura Vive especializada en escalada y rutas de montaña desarrolla módulos de vivienda vertical para crear una experiencia en las alturas. Tal como lo explican en su página oficial (Natura Vive , 2018) estas estructuras colgantes se encuentran en el Valle Sagrado de los Incas en Cuzco y su estructura es completamente transparente con el fin de disfrutar las vistas de la cuenca montañosa. El pequeño complejo cuenta con tres módulos, cada uno está equipado con cuatro camas, un comedor y un baño privado con una capacidad máxima de hasta 8 huéspedes por noche.

Las cabinas están fabricadas con aluminio aeroespacial y policarbonato de alta resistencia, está anclada a 21 puntos de sujeción en la montaña y soporta 25 toneladas. Sus formas poligonales, que vistas desde los laterales conforman un octógono, favorecen su inmovilidad pese al viento. Cada módulo mide 7,5 metros de largo y 2,6 metros de alto y ancho.

El cubículo ubicado a 400 metros de altura posee una sola salida y es considerado como un lugar seguro, tiene seis ventanas, cuatro conductos de ventilación y ofrece iluminación amigable con el ambiente durante todo el día debido a los paneles fotovoltaicos que almacenan energía para alimentar a las 4 lámparas que se encuentran en la estancia.

1.2.3. Eco-hoteles

La Organización Mundial del Turismo declara que el ecoturismo y sus variaciones apegadas a las diferentes áreas va mucho más allá del respeto a la naturaleza y el medio ambiente, donde se

menciona que es una nueva forma de practicar turismo que una el descanso, la cultura y la naturaleza (Federación de enseñanza Andalucía, 2010). Por su parte, el sector hotelero no se queda atrás y ha creado una nueva forma de explotación hotelera como son los eco-hoteles, con el fin de lograr que los huéspedes puedan disfrutar al máximo su estancia, a la vez que contribuyen con la naturaleza.

Un eco-hotel se define como aquel establecimiento que está plenamente integrado en el entorno, sin dañar al medio ambiente, contribuyendo de alguna forma al progreso y mejora de la comunidad local y al crecimiento sostenible de la industria turística (Cocha, 2017).

Características (Federación de enseñanza Andalucía, 2010):

- Construcción bioclimática: Reducción del uso de energía eléctrica a través de aislamientos en la infraestructura, principalmente el aprovechamiento de los recursos (sol, vegetación, lluvia, vientos, etc.). Es decir, un establecimiento que aproveche el microclima y los materiales de la zona.
- Armonía y respeto con el entorno: Consideración, fomento y respeto de las tradiciones y cultura local, el paisaje de la zona y la biodiversidad del entorno.
- Lejos de la saturación turística: Los huéspedes prefieren los lugares en los que no se evidencie mucha actividad turística, es decir, donde no se encuentre contaminación ambiental ni acústica.
- Empleo de materiales naturales: El establecimiento debe utilizar materiales no solo de construcción ecológica, sino mantener un matiz sostenible.

Casos de éxito (Valenzuela, 2015):

Voyages Longitude 131°, este singular hotel se ubica en Yulara, Australia, junto al Parque Nacional de Uluru-Kata Tjuta. Calificado con un exclusivo y privado resort, está compuesto por

15 refinadas carpas estilo safari que entregan toda la comodidad que sus pasajeros demandan con la condición que estos utilicen al máximo los recursos naturales existentes en el lugar sin interferir con el ecosistema de la zona. Ideal para ir en pareja, este complejo ofrece todas las condiciones para vivir una experiencia romántica y amigable con la naturaleza.

EcoCamp Patagonia – Parque Nacional Torres del Paine ubicado en Chile tiene instalaciones en forma de iglú que en la parte superior tienen una ventana para aprovechar la luz natural y minimizar el consumo de energía, la construcción tiene una capacidad para 56 personas.

1.2.4. Glampling

El término es relativamente nuevo, creado para nombrar un nuevo tipo de alojamiento que elimina la incomodidad de las tiendas tradicionales, pero permite el acceso a zonas naturales, a menudo en lugares impresionantes. En general, estos lugares son excepcionales, lejos de las multitudes de turistas, donde se ofrecen actividades originales bien integradas a su entorno. Esta nueva forma de alojamiento se inició en África, y se extendió rápidamente a otros países de Asia, Oceanía, América del Norte y del Sur, Oriente Medio, y en los últimos años también encontró una fuerte dinámica en Europa (Boscoboinik, 2014).

(Universidad Rovira I Virgili, 2014) menciona que acampar en la naturaleza con confort es la nueva modalidad de alojamiento y está tomando fuerza en otros países, sin embargo, en el país no se ha implementado. La inversión es baja en comparación a una infraestructura hotelera tradicional, pero el valor por noche es alto debido a la complejidad de operar este tipo de lugares y la exclusividad que ofrecen.

Casos de éxito (Acosta, 2017)

Reserva Nacional de Masai Mara ubicada en Kenia cuenta con 12 tiendas de campaña cómodas con una vista impresionante, esto se debe a la ubicación estratégica del valle que permite apreciar todo tipo de vida salvaje desde el balcón.

Patagonia Camp ubicada en Chile es el primer campamento de lujo de Suramérica, la construcción respeta la naturaleza, poseen el estilo nómada tradicional circular con cúpula central transparente que permite a los usuarios ver las estrellas y la lluvia, esto produce un contacto más cercano con la naturaleza.

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Competitividad

La competitividad es la creación de factores necesarios que ayudan a las economías sub desarrolladas a que establezcan parámetros para obtener resultados viables con procesos de desarrollo o como resultado mínimo crecimiento en sectores estratégicos que genera mayor valor agregado en las empresas, por lo que dentro de los principales autores de la competitividad tenemos a Michael Porter, mismo que establece los determinantes de la competitividad y habla de la necesidad de crear factores productivos, donde se está apuntando a un problema largamente discutido en la literatura del desarrollo, pero que había sido reconocido sólo por algunas corrientes económicas (Suñol, 2016).

1.3.2. Eco hotel

Un hotel ecológico es un establecimiento que tanto en su construcción como en su funcionamiento respeta al máximo el medio ambiente, mediante la utilización de materiales ecológicos, la incorporación de energías renovables, alimentación elaborada con productos ecológicos, entre otros aspectos (EcuRed, 2015).

1.3.3. Establecimiento hotelero

Es un establecimiento cuya actividad principal es ofrecer alojamiento a personas, mediante un precio determinado, de forma habitual y profesional, con o sin otros servicios complementarios (Hosteltur, 2012).

1.3.4. Glamping

El término es relativamente nuevo, creado para nombrar un nuevo tipo de alojamiento que elimina la incomodidad de las tiendas tradicionales, pero permite el acceso a zonas naturales, a menudo en lugares impresionantes (Boscoboinik, 2014).

1.3.5. Innovación

Para (García, 2012) la innovación es el proceso de transformar ideas en valor para la organización y los consumidores, el cual se inicia con la generación de ideas, pasando por un tamizaje de viabilidad, hasta la implementación de un nuevo, o significativamente mejorado: producto, bien o servicio, proceso, esquema de mercadeo o estructura organizacional de la empresa. Un elemento fundamental en la innovación es encontrar oportunidades ofreciendo soluciones a necesidades no satisfechas de los clientes y sobre todo, a aquellas que los clientes no están en capacidad de solventar por su cuenta.

1.3.6. Perfil del huésped o consumidor

Son una serie de características que diferencian a un consumidor de otro, ya sea por el estilo de vida, nivel socio-económico o experiencia de consumo. Esta información se obtiene describiendo las características de un producto o de los usuarios de un servicio para definir el mercado objetivo (Aguirre, 2013).

1.3.7. Skylodge

Es un refugio colgante de paredes transparentes que ofrece una impactante vista del entorno y está ubicado a más de 400 metros de altura (Natura Vive , 2018).

1.3.8. Tendencia de turismo

Es adaptar los modelos de negocio y gestión para mejorar la satisfacción del consumidor y los resultados de las operaciones. De esta manera se crean oportunidades para que se incorporen nuevos participantes en la cadena de valor del sector turístico, sobre todo nativos digitales como los buscadores de viajes en línea (Organización Mundial de Turismo, 2011)

1.3.9. Wellness

El turismo de salud es el proceso por el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside. El motivo del viaje es la búsqueda de estos servicios de salud, en un sentido amplio (Secretaría de Estado de Turismo-España, 2013, pág. 10).

1.4. Modelo que se relaciona con el tema

Para el presente proyecto se utilizará el modelo SISTUR de (Beni, 2001), mismo que nace con el fin de explicar la relación entre el turismo y demás disciplinas y actividades humanas. Por lo que este sistema se divide en tres conjuntos:

1.4.1. Conjunto de relaciones Ambientales:

Este conjunto se encuentra formado por cuatro subsistemas que son el ámbito económico, social, ecológico y cultural, que debido a sus interfaces se encuentran relacionados de manera estrecha con el ámbito turístico. A su vez, este conjunto ayuda a mostrar la importancia y la

influencia que estos cuatro subsistemas tienen sobre el desarrollo del turismo, ya sea en un determinado lugar o sector turístico.

1.4.2. Conjunto de la organización estructural

Se encuentra conformado por la supra estructura que se refiere a la organización, tanto política como privada, que permite la producción y venta de servicios turísticos. Pero también comprende las políticas y normativas que rigen al sector turístico, es decir, todas las asociaciones públicas y privadas que trabajen en la planificación estratégica del turismo.

Por otro lado, se encuentra conformado también por la infraestructura que son todos los servicios dentro del sector turístico (transporte, comunicación, organización territorial, costos e inversiones).

1.4.3. Conjunto de las acciones

En este conjunto se encuentra la dinámica del sistema de turismo, ya que se encuentra conformado por:

- Oferta: Bienes y servicios a disposición del turista
- Demanda: Cantidad de turistas que desean consumir bienes y servicios turísticos.
- Mercado: Interacción entre oferta y demanda.
- Producción: Todas las empresas encargadas de brindar bienes o servicios turísticos.
- Distribución: Medios o canales que se utiliza para la venta de bienes y servicios turísticos.
- Consumo: Cantidad y frecuencia en que los turistas adquieren productos turísticos.

Este modelo teórico del sistema turístico es considerado como uno de los más completos, debido a que engloba a todos los aspectos fundamentales dentro del turismo y por toda la visión holística que se tiene del sector.

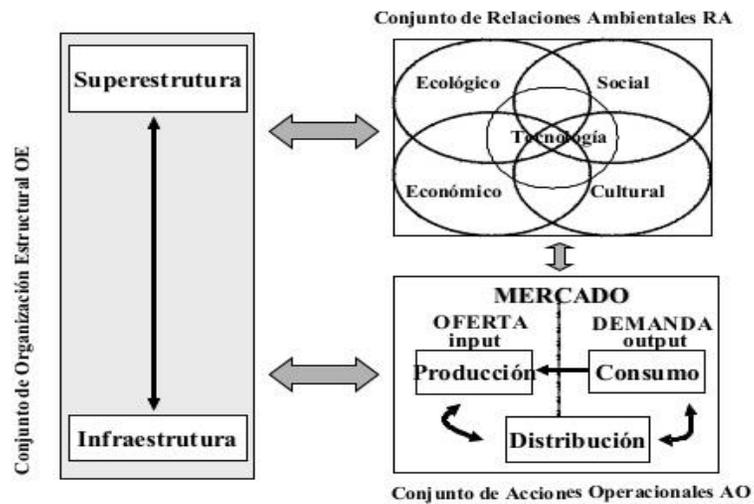


Figura 2. Modelo de los Sistemas

Fuente: (Beni, 2001)

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. Datos generales

2.1.1. Historia

El historiador Dr. Ricardo Ignacio Reyes en su obra “Ensayo de Monografía” de 1941, se expresa hacia Urcuquí como una tierra de hombres intelectuales, con suficientes recursos económicos y lugar de las mejores haciendas de Imbabura.

El nombre del cantón se origina en la antigüedad, esta zona era habitada por diversas familias indígenas o Ayllus, en esta población predominaban los *Urcuquíes*, que dieron el nombre aborigen *Urcucique* que se compone de las voces fonéticas Urcu: cerro y Cique: asiento, teniendo como resultado “asiento de cerro”, la fonética del español determinó a esta zona como Urcuquí.

Después de varios años de lucha el 09 de febrero de 1984 el plenario de las Comisiones Legislativas decreta la creación del cantón San Miguel de Urcuquí con la cabecera cantonal del mismo nombre y tuvo como primer Presidente del Consejo Municipal al Sr. Mauro Francisco López que luchó en el comité pro-cantonización (GAD San Miguel de Urcuquí, 2019).

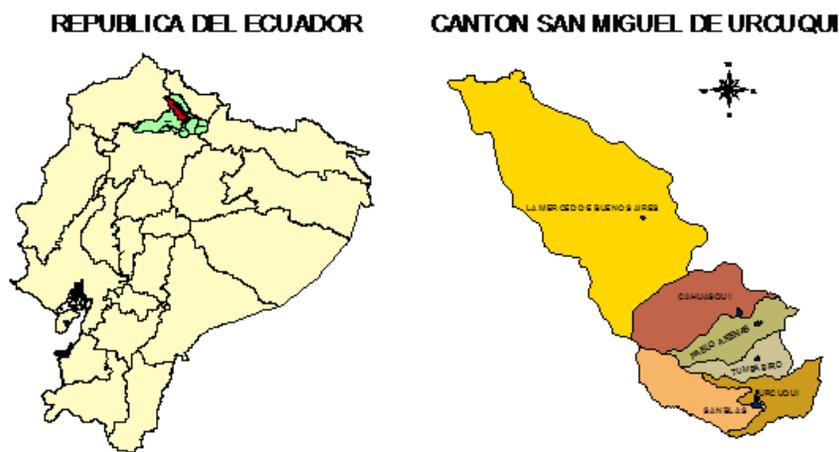


Figura 3. Ubicación San Miguel de Urququí

Fuente: (GAD Urququí, 2014)

El cantón San Miguel de Urququí está ubicado al norte del país en la provincia de Imbabura, se encuentra a 135,6 km de la capital del país y a 23,6 km de la ciudad de Ibarra. Sus límites son: al norte provincia de Esmeraldas, al sur los cantones Antonio Ante y Cotacachi, al este cantón Ibarra y al oeste cantón Cotacachi (GAD San Miguel de Urququí, 2019).

2.1.2. Datos geográficos

Después de analizar el Plan de Ordenamiento Territorial de Urququí 2014 – 2025 se obtienen los siguientes datos:

Tabla 1*Datos Geográficos*

Datos	Información
Coordenadas geográficas	Latitud Norte 0° 25' 13"
	Longitud Oeste 78° 11' 50"
Altitud	2.320 m.s.n.m.
Altura	Entre 1.600 m.s.n.m. y 3.180 m.s.n.m.
Temperatura promedio	11°C a 22°C
Estaciones meteorológicas	Cahuasquí – FAO
	Ambuqui
	Ibarra – INAMHI
	Hda. La María Anexas (Leticia)
Precipitación	Entre 1060,2 mm y 3373,9 mm
Superficie territorial	757km ²
Ecosistemas	Páramo (40 m ²) y Bosque siempreverde montano bajo del norte y dentro de la cordillera oriental de los Andes (120 m ²)
Amenazas naturales	Deslaves, sismos, erupciones volcánicas e inundaciones
Amenazas antrópicas	Quema, tala, caza, erosión y contaminación
Riesgos sísmicos de	Falla de Apuela
Imbabura	Billecocha – Huyrapungo

CONTINÚA 

	El Ángel-Mira-Otavaló
	Falla de Ambi
Riesgos volcánicos	Volcán Cotacachi
	Volcán Cuicocha
	Volcán Chachimbiro
Clases de suelos	Agroecológica II y III 8,95%
	Agroecológica I, V, y VI 18,09%
	Áreas inapropiadas VII y VIII 72,63%
	Tierras misceláneas 0,33%
Superficie bajo conservación	5283,09has de la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas
Recurso hídrico	Microcuencas principales
	Quebrada Chuspihuaycu
	Cuenca del río Ríó Cariyacu
	Mira Quebrada Pingunchuela
	Ríó Buenos Aires
	Ríó San José
Acuíferos térmicos	Aguas termales Timbuyacu
	Aguas termales Chachimbiro

Fuente: (GAD Urcuquí, 2014)

2.1.3. División política

El cantón San Miguel de Urucuquí en su página oficial (GAD San Miguel de Urucuquí, 2019) delimita sus 6 parroquias de la siguiente manera:

- San Miguel de Urucuquí (cabecera cantonal)
- Pablo Arenas
- Cahuasqui
- Buenos Aires
- San Blas
- Tumbabiro

2.1.4. Población

Tabla 2

Población del Cantón Urucuquí

	Hombres	Mujeres	Total
CAHUASQUI	936	877	1.813
LA MERCED DE BUENOS AIRES	989	904	1.893
PABLO ARENAS	1.068	1.050	2.118
SAN BLAS	1.468	1.547	3.015
TUMBABIRO	816	811	1.627
URCUQUI	2.548	2.657	5.205
Total	7.825	7.846	15.671

Fuente: (INEC, 2014)

Según el (INEC, 2014), la parroquia de Urucuquí cuenta con un total de 15.671 habitantes donde el 51.06% de la población es femenina con una cantidad de 7.846, mientras que la población masculina está representada por un 48.96% con 7.825 habitantes.

Mientras que la Población Económicamente Activa (PEA) se encuentra representada por el **39.2%** de la población, es decir que 6.144 habitantes pertenecen a este grupo. Mismo que se encuentra dividido por 4.390 hombres y 1.754 mujeres (GAD Urucuquí, 2014).

PARROQUIA		Ninguno	Centro Alfabet (EBA)	Pre escolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato Educación Media	Ciclo Post bachillerato	Superior	Post grado	Se ignora	Total
Cahuasquí	RURAL	128	4	19	998	106	247	86	12	29	1	22	1.652
La Merced de Buenos Aires	RURAL	171	13	15	768	137	447	42	7	23	1	36	1.660
Pablo Arenas	RURAL	131	24	14	1.044	217	311	81	9	47		41	1.919
San Blas	RURAL	308	41	36	1.308	364	390	112	9	94	4	34	2.700
Tumbabiro	RURAL	136	25	16	681	177	271	90	11	54	2	29	1.492
Urucuquí	URBANO	192	20	39	1.354	749	159	142	33	248	6	42	2.984
	RURAL	200	3	26	924	210	224	36	3	38	2	28	1.694
	Sub Total	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392
TOTAL	URBANO	192	20	39	1354	749	159	142	33	248	6	42	2984
	Total	1074	110	126	5723	1211	1890	447	51	285	10	190	11117

Figura 4. Nivel de estudios de la población

Fuente: (GAD Urucuquí, 2014)

2.1.5. Actividades económicas

De acuerdo al Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Urucuquí, las principales actividades económicas de la población económicamente activa o PEA son las que se detallan a continuación:

Tabla 3*Participación del PEA en las actividades económicas*

RAMA DE ACTIVIDAD	%PEA	%VAB
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	61,44%	51,50%
No declarado	7,05%	
Comercio al por mayor y menor	5,68%	5,23%
Industrias manufactureras	4,50%	0,98%
Construcción	3,86%	8,68%
Actividades de los hogares como empleadores	2,86%	
Transporte y almacenamiento	2,47%	12,25%
Administración pública y defensa	2,31%	6,57%
Trabajador nuevo	2,29%	
Enseñanza	2,24%	10,39%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1,22%	0,98%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0,99%	
Actividades de la atención de la salud humana	0,81%	
Otras actividades de servicios	0,60%	0,78%
Información y comunicación	0,42%	
Artes, entretenimiento y recreación	0,28%	
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,26%	
Actividades financieras y de seguros	0,23%	

CONTINÚA 

Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0,18%	0,02%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,15%	
Explotación de minas y canteras	0,10%	
Actividades inmobiliarias	0,05%	2,63%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	0,03%	
TOTAL	100,00%	

Fuente: (GAD Urcuquí, 2014)

2.1.6. Atractivos Turísticos

Termas de Chachimbiro

Las Termas de Chachimbiro son acuíferos termo minerales que se origina gracias al calor interior del volcán Chachimbiro, mismo que posee 12 km de diámetro y alrededor de 1.500 m de alto entre la Cordillera Occidental y el Valle Interandino. Donde las termas se encuentran a 3 km, las temperaturas varían entre 30 y 55°C, por lo que contienen una gran cantidad de minerales como cloruros y sulfuros de hierro, magnesio, cobre, flúor, cloro, bromo, yodo, sales minerales entre otros (GAD San Miguel de Urcuquí, 2019).

Dentro de los principales beneficios se encuentra, (Termas Chachimbiro, 2019):

- Actúa como regulador digestivo y purgativo, estimulante del sistema cardiovascular, estimulante diurético y del sistema nervioso central.
- Estas aguas tienen una potente acción analgésica, tónica y reconstituyente del organismo humano.

- Hidroterapéuticos múltiples, recomendadas para personas con reumatismo, ciática y gota, entre otras.

Complejo Turístico Timbuyacu

El Complejo Turístico Timbuyacu es un manantial de aguas termales, mismas que vierten desde lo más profundo de la tierra con gran contenido de diferentes minerales que sirven para el embellecimiento de la piel y fortalecen las articulaciones.

Este complejo se encuentra a 3 km de la comunidad de Irugincho, y se puede acceder a través de la Cooperativa de buses Urcuquí que se lo puede tomar desde la ciudad de Ibarra.

Entre las principales actividades que se puede realizar en este complejo tenemos: safari fotográfico, trekking, cabalgatas, hospedaje, camping, caminatas que se lo puede realizar por los senderos naturales y ecológicos junto al río Huarmiyacu y a las cascadas Conrrayaro y Guagala. Y finalmente la principal característica es la variada gastronomía que ofrece a sus visitantes.

Hacienda La Banda

Esta hacienda se mantiene desde la época pre-incaica, debido a que bajo el suelo se encontraron piezas artesanales arqueológicas y de acuerdo a estudios efectuados pertenecieron a la cultura Caranqui (GAD San Miguel de Urcuquí, 2019).

Las partes altas de esta hacienda son consideradas como sagradas y actualmente se utilizan para realizar ceremonias shamanísticas, por lo que cabe recalcar que la casa de la hacienda es considerada como patrimonio arquitectónico colonial, tiene 200 años de antigüedad y ha sido restaurada con el fin de proporcionar mejores servicios turísticos de alta calidad y conservar la armonía paisajística de la zona.

Esta hacienda se encuentra se encuentra en la parroquia Tumbabiro, a tan solo 35 minutos de Ibarra, y es de fácil acceso para todos los turistas, por lo que se ha transformado en una de las mejores haciendas del sector y de la zona norte del Ecuador.

Loma del Churo de Pucará

El Churo de pucará se encuentra ubicada al oeste de la parroquia de San Blas, cerca del Complejo Turístico de Timbuyacu, gracias a su altura se puede observar de cualquier punto de la parroquia. Esta estructura fue construida en la época Inca y se utilizaba como fuerte militar de combate, donde podemos encontrar tres zanjas circulares talladas que bordean el contorno del mismo dándole una apariencia de caracol (GAD San Miguel de Urucuquí, 2019).

Una de las principales ventajas de este atractivo turístico es que se puede acceder a través del camino que ha sido utilizado por los habitantes de la comunidad Cochapata, siguiendo la ruta Iruguincho - El Tablón – Cochapata.

Tren de la Libertad

El tren de la Libertad es un atractivo establecido por “Tren Ecuador”, que comprende la ruta desde Ibarra, conocida como la “Ciudad Blanca” hasta la parroquia Salinas de Ibarra que recibe a sus visitantes al son de bomba, para lo cual se atraviesa 6 túneles que se realizaron bajo la dirección del Gral. Eloy Alfaro y puentes que generan vértigo (Tren Ecuador, 2015).

En la mitad de la ruta se tiene una parada en la imponente universidad “Yachay”, que se encuentra ubicada al este de la cabecera cantonal de Urucuquí, esta universidad inició sus operaciones en el año 2014 y se caracteriza por ser la única universidad pública en el Ecuador que promueve las ciencias interdisciplinarias, descubrimientos e investigación (Yachay Tech, 2014).

2.1.7. Manifestaciones culturales

Fiestas de Cantonización

Las fiestas de cantonización son las fiestas que mayor realce debido a que se organiza toda la población, es decir, las diferentes parroquias y comunidades, mismas que organizan diferentes eventos: como comparsas y carros alegóricos

Este evento se celebra 15 días antes del 9 de febrero de cada año, donde destaca el pregón de las fiestas, la elección de la reina, la sesión solemne y demás manifestaciones culturales, sociales y artísticas, principalmente el tradicional paseo del chagra, fecha en la cual llegan los mejores jinetes y caballos de paso a nivel de todas las provincias del país y Colombia, para exhibir sus mejores habilidades.

San Juanes en la comunidad Pisangacho

Las abundantes cosechas de maíz son el motivo principal por el que se realiza este evento del 24 al 29 de junio, es decir, se lo realiza en el solsticio de verano. En esta manifestación cultural los pobladores se disfrazan con diferentes atuendos y los comuneros salen a bailar en las famosas “correteadas de San Juan” que constan de visitar las casas de los priostes donde se brinda la chicha de jora y los priostes componen el castillo de alimentos para ofrendar a los nuevos priostes.

Las principales manifestaciones que se realizan en este evento son: la chamarasca que es una especie de fogata grande y las comunidades bailan alrededor de ella; el famoso “Diablo Huma” o “Aya Uma” y los infaltables músicos para poner el toque de alegría.

2.1.8. Gastronomía

El cantón Urcuquí posee una gran variedad gastronómica y se diversifica día tras día como una muestra de la identidad cultural, entre sus principales platos típicos se puede destacar el cordero a la brasa o cordero asado que generalmente se sirve con: choclo, habas tiernas, mellocos, queso de la comunidad de Piñan, papas con cascara y ají de pepa de zambo molido en piedra. Entre otras preparaciones están las papas con fritada, empanadas de viento, cuy asado y el tradicional caldo de gallina.

2.1.9. Catastro de establecimientos de Urcuquí

Análisis de los establecimientos del cantón San Miguel de Urcuquí de acuerdo al catastro oficial y actualizado del Ministerio de Turismo 2019:

2.1.9.1. Alojamiento

2.1.9.1.1. Hoteles

Tabla 3

Catastro Hoteles

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Fuente de vida	3 estrellas	31	Tumbabiro
Hotel San Francisco	2 estrellas	38	Tumbabiro
Bello Amanecer	2 estrellas	71	Tumbabiro
El Labrador	1 estrella	44	Urcuquí
Residencial Sueños de Primavera	1 estrella	41	Urcuquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.1.2. Hostales

Tabla 4*Catastro Hostales*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Bello Amanecer	2 estrellas	71	Tumbabiro
El Labrador	1 estrella	44	Urcuquí
Residencial Sueños de Primavera	1 estrella	41	Urcuquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.1.3. Hosterías

Tabla 5*Catastro Hosterías*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Hacienda Chachimbiro	4 estrellas	61	Tumbabiro
Pantaví	4 estrellas	54	Tumbabiro
Hostería Rebecca	Mama 3 estrellas	37	Tumbabiro
Santagua	3 estrellas	127	Tumbabiro

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.1.4. Lodge

Tabla 6*Catastro Lodge*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Montaña de Luz	3 estrellas	22	Pablo Arenas

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.1.5. Refugios

Tabla 7*Catastro Refugios*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Agua Savia	Única	14	Pablo Arenas
La Casa Fernando	Única	20	San Blas

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.1.6. Casa de huéspedes

Tabla 8*Catastro Casa de Huéspedes*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Rana Cantó	Única	6	Cahuasquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.2. Alimentos y bebidas

2.1.9.2.1. Restaurantes

Tabla 9*Catastro Restaurantes*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Menestras del Negro	Segunda	88	Urcuquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.2.2. Bar

Tabla 10*Catastro Bares*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
Café con Aroma de Mujer	Tercera	44	Urcuquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.2.3. Cafeterías

Tabla 11*Catastro Cafeterías*

Nombre	Categoría	N° plazas	Parroquia
La Curva	Segunda	52	Urcuquí
Español	Segunda	36	Urcuquí

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.1.9.3. Centros de recreación

2.1.9.3.1. Termas y balnearios

Tabla 12*Catastro Termas y Balnearios*

Nombre	Categoría	N° plazas (restaurante)	Parroquia
Arco Iris N°2	Segunda	32	Tumbabiro

Fuente: (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019)

2.2. Análisis FODA

Tabla 13*Análisis FODA*

Fortalezas	Oportunidades
1. Potencialidad de recursos turísticos	1. Promoción turística para atraer nuevos mercados
2. Variedad de pisos climáticos	2. Integrar el sector agrícola a la actividad turística
3. Fuentes hídricas naturales (termas)	3. Atender las necesidades de los turistas extranjeros
4. Manifestaciones culturales con rasgos ancestrales	4. Fomentar una cultura de turismo y servicio en el cantón
5. Planta turística con infraestructura patrimonial	

CONTINÚA 

5. Actualizar el inventario de atractivos turísticos y pagina web

Debilidades	Amenazas
1. El turismo representa el 1.22 % de las actividades económicas del cantón	1. Naturales (deslaves, sismos, erupciones volcánicas e inundaciones)
2. Promoción turística enfocada al turista local (cantón, provincia)	2. Antrópicas (quema, tala, caza, erosión y contaminación)
3. Explotación minera ilegal	3. Impuestos y tasas de turismo
4. Escasa implementación de proyectos turísticos	4. Situación política conflictiva
5. Escaso control para uso del suelo enfocado a atractivos turísticos	5. Crisis económica del país que dificulta realizar nuevos proyectos

CAPÍTULO III

MERCADO

3.1. Oferta

3.1.1. Análisis de tendencias y aplicación

3.1.1.1. Aerohotel o skylodge

En el límite entre San Miguel de Urququí y Cotacachi inicia la vía a la comunidad de Piñán donde se pueden apreciar varias elevaciones del complejo volcánico Chachimbiro que corresponden al ecosistema bosque siempre verde montano alto de la Cordillera Occidental de los Andes con una altura que va desde los 2.129 m.s.n.m. hasta los 3.400 m.s.n.m., posee clima de páramo, pero también puede llegar a tener un clima ecuatorial de alta montaña que va en promedio desde los 13° hasta los 24°C.

Este espacio no posee una infraestructura establecida, por tal motivo no se podría indicar una temporalidad turística, sin embargo, esta cerca de una vía de primer orden a 40 minutos que conecta a Urququí con varias localidades aledañas. Se encuentra cerca de la comunidad Piñán que se destaca por ofrecer comida típica, mantener hábitos ancestrales y gran riqueza cultural a menos de 25 minutos en auto. Por otro lado, también se encuentra a menos una hora de Urququí donde se pueden encontrar varios establecimientos de alimentos y servicios extra-hoteleros como: farmacias, cajeros automáticos, mecánicas, centros de salud, entre otros.

El lugar se destaca por estar apartado de los centros poblados y albergar a varias especies de fauna como: pavo grande, oso hormiguero, conejos de monte, lagartijas, colibríes y golondrinas

entre los principales. En lo que se refiere a flora se destaca la paja de monte y romerillo debido a la altura.

3.1.1.2. Eco hotel

El cantón Urcuquí posee un gran potencial turístico que no ha sido explotado ni aprovechado al máximo, por lo que es importante que el turismo empiece a aplicarse como una de las principales actividades económicas del cantón. Sin embargo, el turismo que se debe aplicar tiene que manejar principios ambientales, tomando en cuenta que Urcuquí es un espacio con una gran extensión y en su gran mayoría es naturaleza, la aplicación de las nuevas tendencias de alojamiento en este cantón ayudará a dinamizar la economía de varios sectores económicos.

Es importante mencionar que los lugares donde se aplicara la investigación han sido elegidos estratégicamente, debido a que estas zonas poseen recursos turísticos que se deben aprovechar. Por ejemplo, las elevaciones de este cantón permiten utilizar energías alternativas como es la energía eólica tomando en cuenta las corrientes de viento que están presentes en el lugar.

Por otro lado, existen los recursos necesarios que permiten la construcción de infraestructuras eco – amigables que no dañen el recurso paisajístico que posee este cantón, tomando en cuenta a su vez que ayudarán a que exista armonía entre la planta de alojamiento y la naturaleza. A su vez, un buen manejo de principios ambientales ayudara a convivir con las diferentes especies de flora y fauna que habitan en cada localidad.

Es importante mencionar que este tipo de alojamiento maneja diferentes principios para la conservación ambiental, tales como: aprovechamiento de las aguas lluvia, tomando en cuenta que

en este cantón posee entre 1060,2 mm y 3373,9 mm, lo que permitiría el aprovechamiento máximo del agua, reduciendo en un 50% el uso del agua potable.

A su vez, es importante mencionar que este cantón se dedica principalmente a la agricultura lo que significa que posee suelos fértiles para sembríos, se considera oportuno manejar huertos donde se obtienen alimentos orgánicos mismos que servirán para ofrecer opciones sanas a los turistas.

Finalmente, el principio ecológico que se ha logrado globalizar y que se considera como el más importante: el reciclaje, sin embargo, al no existir una cultura de reciclaje los eco hoteles serían los pioneros en manejar este sistema que comprende la reutilización de residuos y la clasificación de aquellos que ya no se pueden volver a utilizar.

3.1.1.3. Glamping

La Universidad de Investigación de Tecnología Yachay Tech se encuentra ubicada en la cabecera cantonal de Urcuquí, misma que está rodeada de tolas donde se aprecia toda la belleza paisajística. El clima varía entre 15° y 22°C, con una altura de 1.993 m.s.n.m., es decir, que pertenece al piso climático templado. Entre las principales especies de flora están: la achupalla, mosquera, huaycundo, cabuya, entre otros; mientras que las especies de fauna que se pueden encontrar son: lagartijas, roedores y diferentes tipos de aves.

Uno de los principales beneficios de este lugar es que se encuentra en un campo abierto que posee un gran recurso paisajístico que incluye la vista hacia la ciudad de Ibarra, esto se complementa con la característica que se encuentra alejado del centro poblado más cercano, sin

embargo, no tiene ninguna dificultad para su acceso y cuenta con todos los servicios básicos para crear una experiencia confortable a los turistas.

La Universidad de Investigación de Tecnología Yachay Tech fue construida en el año 2013, donde se hallaron diferentes restos arqueológicos pertenecientes a la cultura de los Kilkas, mismos que se desarrollaron en el periodo de Integración, es decir, en los años 500 y 1.500 D.C., por lo que se ha dedicado un espacio de exposición de todos estos hallazgos que comprenden vasijas, artefactos de uso diario, y las diferentes formas de entierro que se realizaban en aquellas épocas.

Por otro lado, esta universidad posee un jardín botánico que se dedica a la conservación, preservación, conocimiento y valoración de la flora, mismo que se lo realiza a través de espacios de educación, cultura y esparcimiento.

Cabe recalcar que la implementación de este tipo de alojamiento en este sector estratégico se enfoca en un turista amante de la naturaleza y que busque realizar investigaciones con todos los recursos que posee este centro educativo; tomando en cuenta que existen los servicios básicos para brindar al turista el mayor confort.

3.1.1.4. Wellness

La parroquia de Tumbabiro posee una riqueza única e incomparable, las famosas Termas Santagua son manejadas por la Prefectura de Imbabura y poseen varios beneficios que convierten a este lugar en una planta de servicios completa e innovadora, como son: spa, alojamiento, restaurante, hidromasaje, sauna, cuarto de ozonificación, varias piscinas con diferentes temperaturas y decoración. El establecimiento dispone de todos los servicios básicos, incluyendo

el internet de fibra óptica en todo el complejo, también ofrece diferentes tiendas de alimentos y souvenirs.

Entre las principales características que se encontró después de aplicar la ficha de observación que se encuentra en el Anexo 1 son: tiene una altitud sobre los 2.510 m.s.n.m. con un clima templado que está en un rango de 16° a 27°C y en lo que se refiere a distancia se encuentra a 25 minutos en auto por una vía de primer orden de la cabecera cantonal Urcuquí, la misma que posee servicios extra-hoteleros que brindan comodidad al turista.

El actual Administrador el Sr. Diego Vásquez tiene definida como temporada alta a los meses de: febrero, mayo, julio, agosto, noviembre y diciembre, debido a que estos meses coinciden con las vacaciones y feriados en diferentes partes del país. El lugar se encuentra a 30 minutos de la comunidad de Salinas de Ibarra donde también se puede arribar al Tren de la Libertad de regreso a la ciudad de Ibarra o disfrutar de la cultura afro ecuatoriana que habita en esta zona.

Las Termas Santagua aparte de poseer una gran infraestructura también tienen responsabilidad social con las comunidades de su alrededor; ofrecen terapias semanales para niños con discapacidad, tienen escuelas de futbol y apoyan a diferentes comunidades, el anhelo más grande del complejo es atraer turistas extranjeros y en su mayoría de la tercera edad debido a los múltiples beneficios medicinales que ofrece el agua de las termas.

3.1.2. Análisis de la Gobernanza

El cantón San Miguel de Urcuquí fue fundado en el año de 1984, se encuentra conformado por 6 parroquias y en lo que se refiere al gobierno está conformado por el alcalde y 3 concejales. El Ing. William Chuquín está a cargo de la unidad de turismo del cantón, el mismo que se encarga

de determinar estrategias para implementar un turismo con principios amigables con el ambiente, asesorar a las personas que buscan invertir en turismo, realizar verificaciones de servicios, inventarios de atractivos, entre otras funciones que ayudan a tener un buen manejo del turismo en el sector (Chuquin, 2019).

El turismo en el cantón aun no representa la principal fuente de ingresos, sin embargo, se busca impulsar esta actividad invirtiendo en proyectos de señalización y seguridad en los diferentes puntos que pueden atraer a gran cantidad de turistas interesados en nuevos productos. Existen varias construcciones de alojamiento que se han realizado de manera empírica y sin ningún control previo, la meta del nuevo gobierno es emitir ordenanzas que ayuden a controlar los alojamientos y que cumplan con varios parámetros como: manejar principios ambientales, no dañar el paisaje y tampoco afectar al entorno (Chuquin, 2019).

3.2. Demanda

3.2.1. Población de estudio

La presente investigación se enfoca en los turistas que llegan a la provincia de Imbabura, tomando en cuenta las estadísticas de (Ministerio de Turismo, 2015), donde menciona que el año 2015 se concluyó con un aproximado de 1'560.429 turistas y de manera complementaria (MINTUR, 2015) en su anuario de estadísticas menciona que en dicho año la provincia de Imbabura tuvo una participación de 2.22% en la industria, teniendo como resultado un total de 34.641 turistas en el año y mensualmente un aproximado de **2.886 turistas**. Por consiguiente, se aplicará la siguiente fórmula de población finita para obtener la muestra:

En donde:

- N = Población (2.886)
- Z = Nivel de confianza (95%)
- p = Probabilidad de éxito (0.5)
- q = Probabilidad de fracaso (0.5)
- e = margen de error (0.5)

$$n = \frac{z^2 N p * q}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{(1.65)^2 (2.886 * 0.5 * 0.5)}{(0.5)^2 (2.886 - 1) + (1.65)^2 (0.5 * 0.5)} \quad \mathbf{n = 340}$$

Por otro lado, también se realizará un censo a los establecimientos de alojamiento que estén en la categoría de cuatro y cinco estrellas en toda la provincia, según el catastro oficial del Ministerio de Turismo actualizado son 23 prestadores de servicios en toda la provincia que cumplen con ese parámetro de investigación (Ministerio de Turismo Ecuador , 2019).

3.2.2. Resultados

3.2.2.1. Encuesta a Turistas

En base a las encuestas realizadas a los turistas que visitan a la provincia de Imbabura, se logró obtener datos importantes que aportan a la investigación varios datos significativos, mismos que serán utilizados para la propuesta y la determinación del perfil del turista que podría hacer uso de la propuesta: nuevas tendencias de alojamiento.

Es importante mencionar que el 80.6% de los turistas encuestados tienen procedencia nacional, mientras que el 19.4% de turistas son internacionales. Por consiguiente, se presentan los siguientes resultados.

3.2.2.1.1. Género

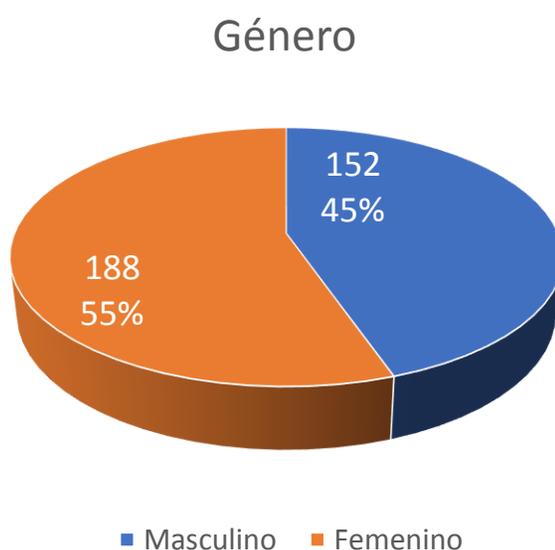


Figura 5. Género de turistas

Los turistas que predominan en visitar la provincia de Imbabura pertenecen al género femenino con un 55%, mientras que, los turistas del género masculino se encuentran con un 45% del total de encuestados.

3.2.2.1.2. Rango de edad

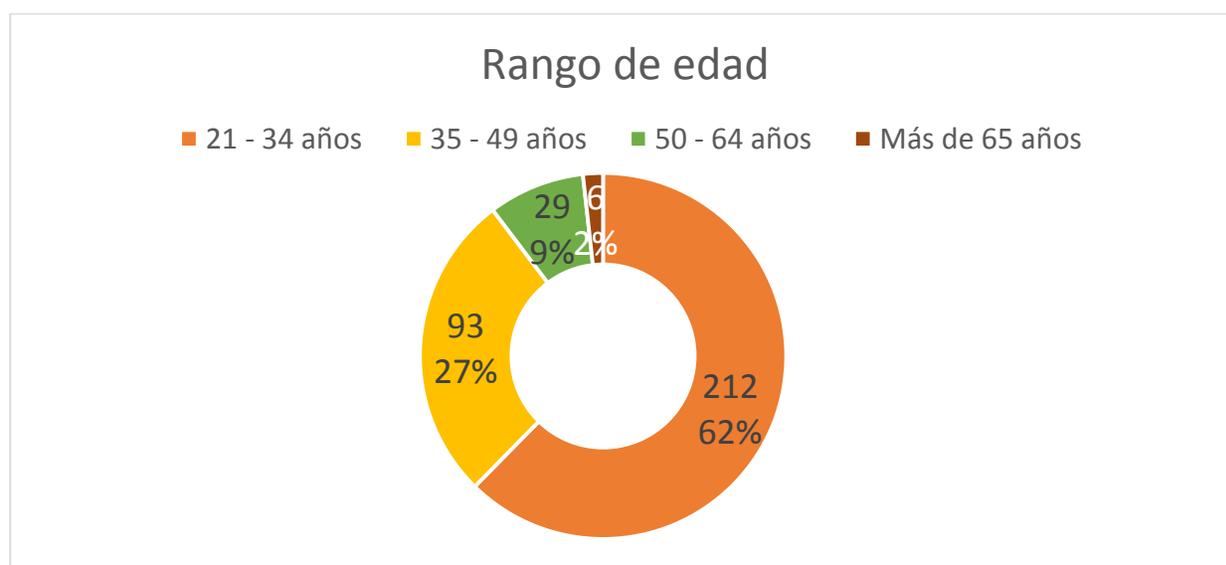


Figura 6. Rango de edad

En este punto es importante mencionar que las edades fueron divididas por generaciones, tomando en cuenta el estudio según (Compañía Nielsen, 2015), para tomar como referencia sus principales características y preferencias de consumo. Por lo tanto, el rango de edad que predomina en cuanto a las llegadas a la provincia de Imbabura es de 21 – 34 años, es decir, la generación millennial que representan el 62.4%.

Seguido de la generación X que comprende las edades de 35 – 49 años de edad, teniendo al 27.4% del total de encuestados.

En tercer lugar, se encuentra a la generación boomers que comprende la edad de 50 – 64 años, y teniendo al 8.5%. de la población de estudio.

Finalmente se encuentra a la generación silenciosa, mismos que poseen más de 65 años de edad, con un porcentaje del 1.8%.

3.2.2.1.3. Estado Civil

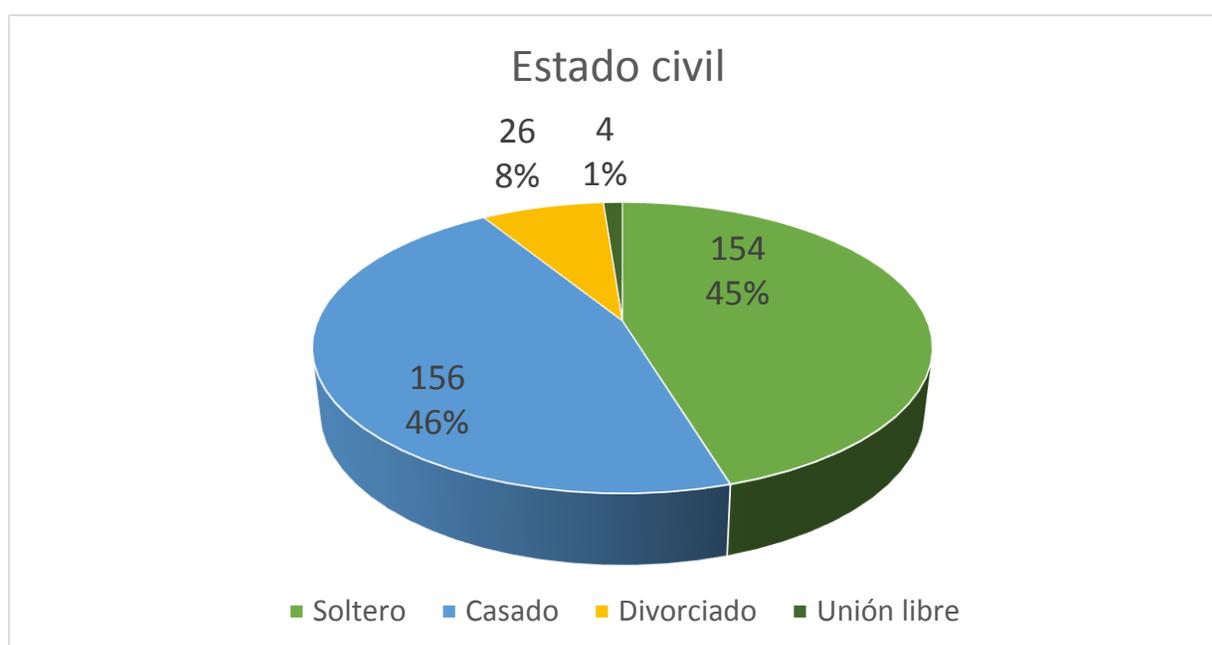


Figura 7. Estado civil

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, el estado civil de las personas que visitan la provincia de Imbabura en su mayoría son casados ya que el 45.9% pertenece a este segmento.

Por otro lado, los turistas que son solteros son significativos debido a que son el 45.3%, seguido de los turistas que son divorciados que representan el 7.6%.

Finalmente, los turistas que se encuentran en unión de hecho o unión libre, representan el 1.2%.

3.2.2.1.4. Ocupación

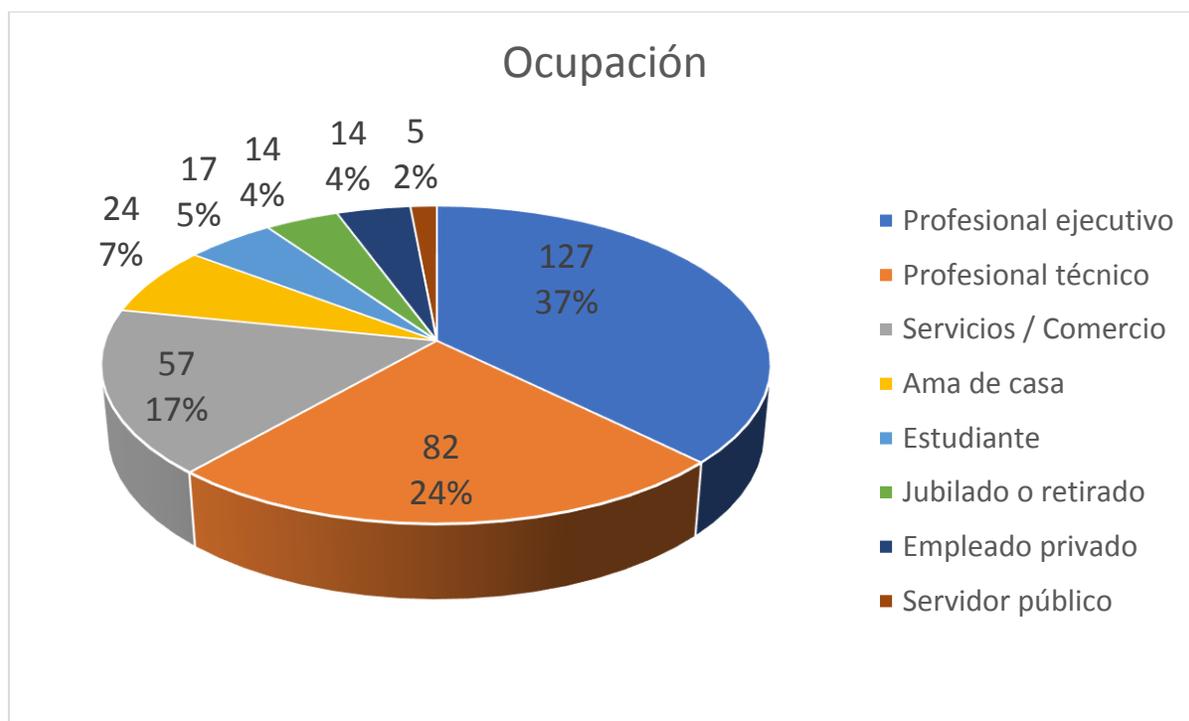


Figura 8. Ocupación

La ocupación que predomina en los turistas que llegan a la provincia de Imbabura es la de profesionales ejecutivos, siendo el segmento más grande con 37.4% del total de encuestas. Sin embargo, también se divide otro segmento significativo que es el de profesionales técnicos que representan el 24.1% del total.

Por otro lado, el 16.8% de turistas señalaron que se dedican a servicios y comercio, mientras que, en cuarto lugar, se encuentran las amas de casa con el 7.1%, de la población que se dedica a esta actividad.

En los segmentos menos significativos están estudiantes con 17% de participación en la investigación; posteriormente se encuentran los empleados privados y los turistas jubilados, donde cada uno representa el 4.1%; finalmente se encuentran los servidores públicos con tan solo 1.5% de personas.

3.2.2.1.5. Procedencia Internacional

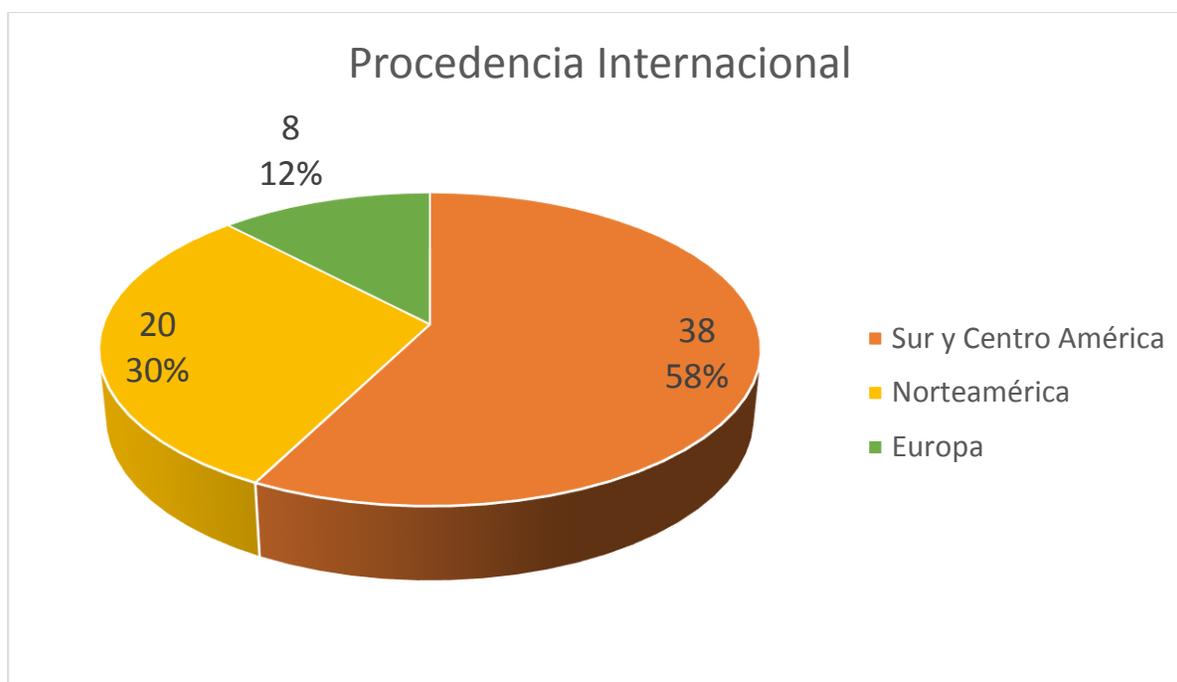


Figura 9. Procedencia internacional

Los turistas con procedencia internacional en su mayoría provienen de sur y centro América, ya que se determinó que el 57.6% pertenece a este grupo, mientras que, el 30.3% provienen de Norteamérica, tan solo el 12.1% del total de encuestados internacionales provienen de Europa

3.2.2.1.6. Procedencia Nacional

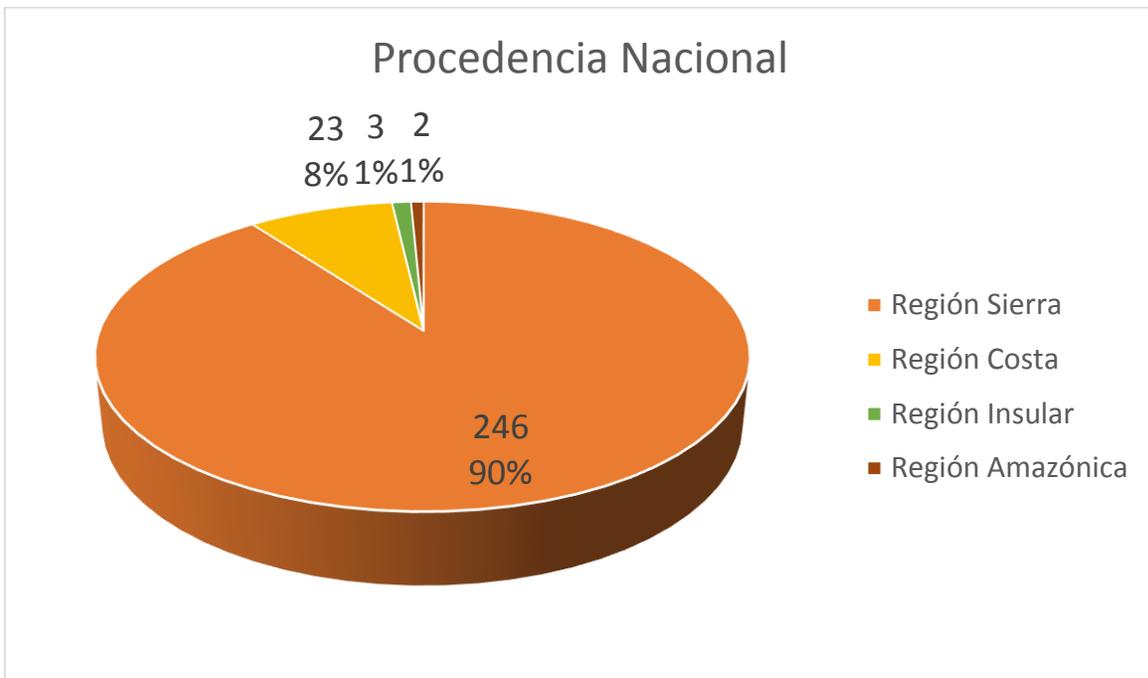


Figura 10. Procedencia nacional

Los turistas nacionales son los que más llegan a la provincia de Imbabura, donde el 89.6% de los encuestados pertenece a la región Sierra, mientras que el 8.4% son provenientes de la región Costa.

Por otro lado, el 1.1% de encuestados pertenecen a la región Insular y el 0.7% de turistas corresponden a la región Amazónica.

3.2.2.1.7. Ingreso promedio

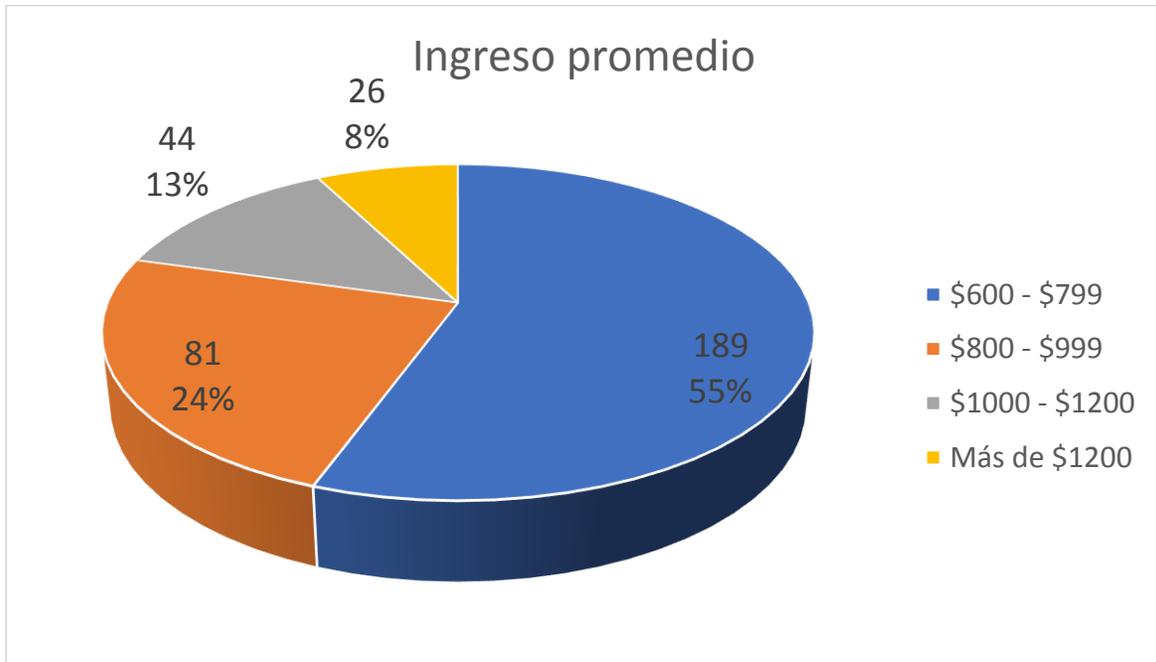


Figura 11. Ingreso promedio

El 55.6% de los turistas encuestados perciben un ingreso mensual entre \$600 y \$799, mientras que, el 23.8% recibe entre \$800 y \$999.

Por otro lado, el 12.9% de los turistas perciben un ingreso mensual entre \$1000 y \$1200. Se registró un 7.6% de turistas que reciben un ingreso mensual superior a \$1200, con lo cual se establece que la mayoría de turistas cuentan con ingresos suficientes para destinarlo a los viajes.

3.2.2.1.8. Medios de comunicación

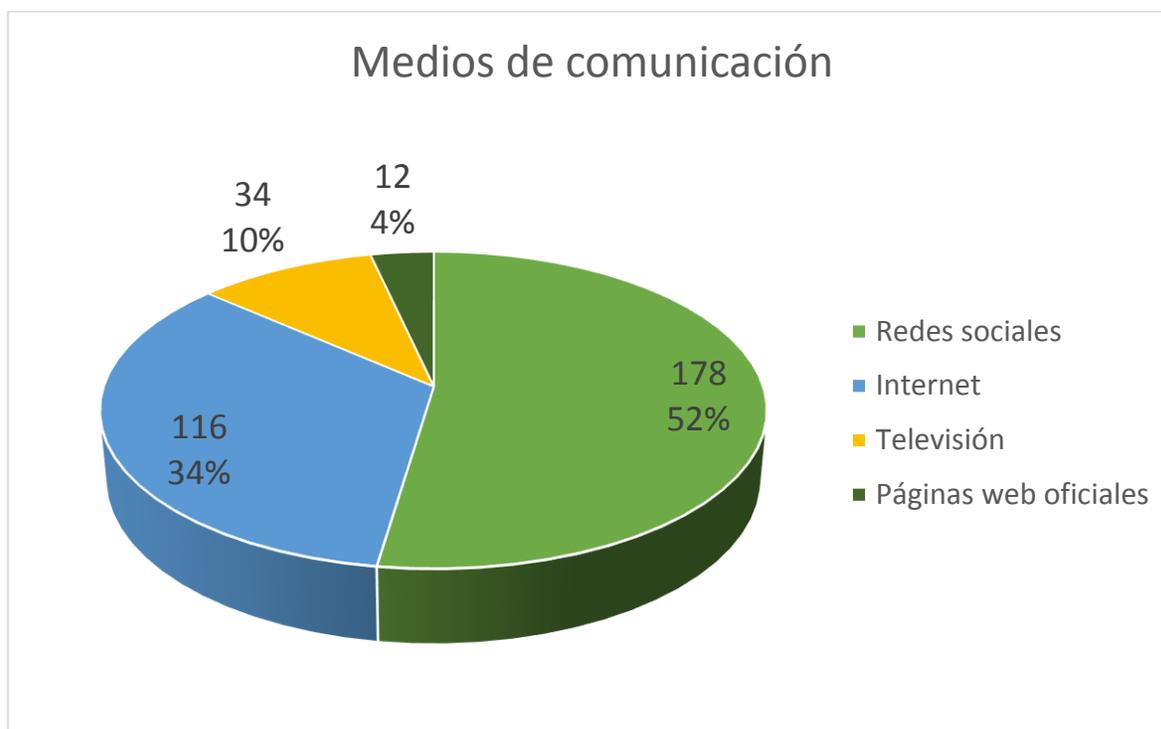


Figura 12. Medios de comunicación

Los turistas encuestados respondieron que el medio de comunicación que más revisan son las redes sociales con un 52.4%, mientras que el internet en general es revisado por el 34.1% de personas.

Sin embargo, la televisión es revisada por el 10%, y en último lugar se encuentran las visitas a páginas oficiales con un 3.5%. A través de estos resultados se puede establecer el mejor mecanismo de comunicación con los turistas.

3.2.2.1.9. Frecuencia de medios de comunicación

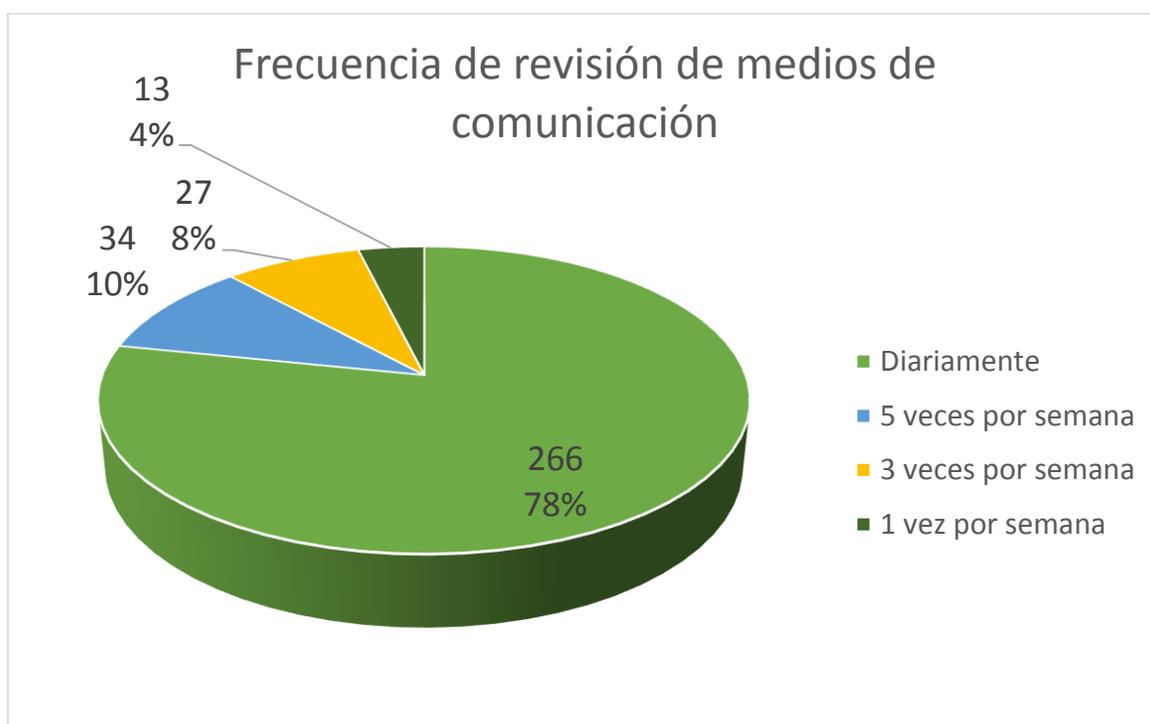


Figura 13. Frecuencia de revisión de medios de comunicación

Los medios de comunicación mencionados anteriormente manejan cierta frecuencia de visita, en donde, el 78.2% de turistas encuestados afirman que revisan sus medios de comunicación diariamente.

Por otro lado, el 10% de turistas afirman revisarlo 5 veces por semana, mientras que el 7.9% afirma revisar 3 veces por semana y con un porcentaje de 3.8% se encuentran los turistas que revisan los medios de comunicación 1 vez por semana, con lo cual, se podrá proponer la publicidad más adecuada en los diferentes medios de comunicación

3.2.2.1.10. Motivación

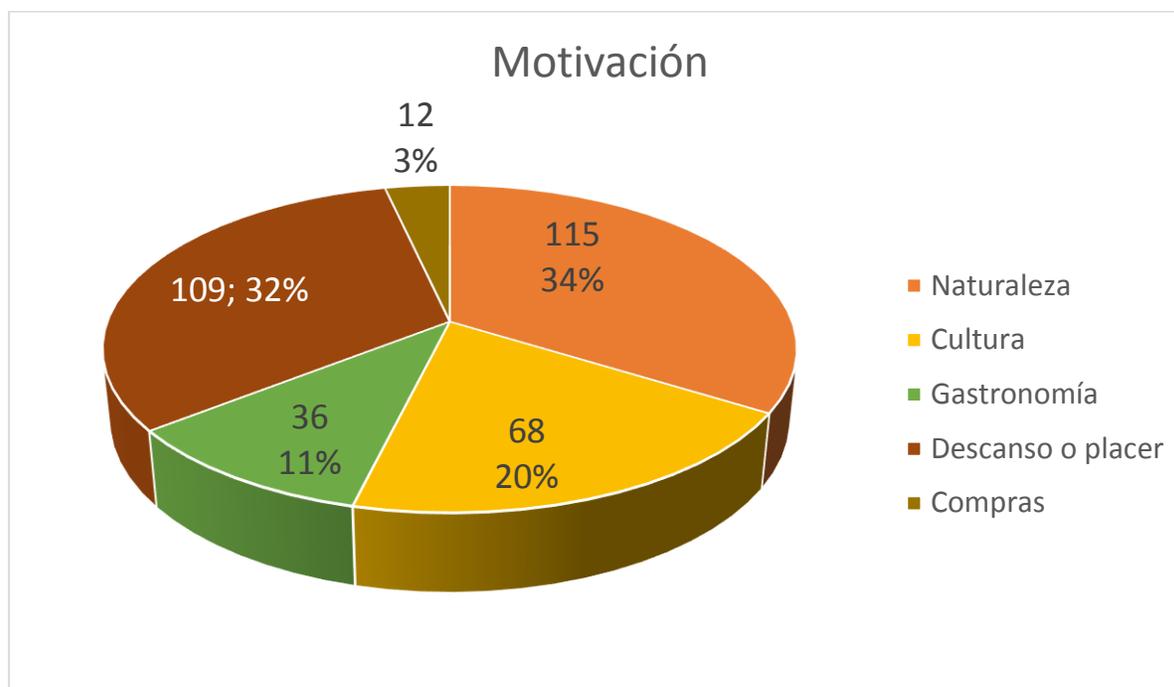


Figura 14. Motivación

Los turistas que visitan la provincia de Imbabura lo realizan motivados principalmente por la naturaleza, donde el 33.8% del total de encuestados lo mencionó así, sin embargo, el motivo de viajar por descanso o placer también es uno de los más optados con un 32.1%.

Posteriormente se encuentra la cultura como motivo de viaje con un porcentaje del 20%, la gastronomía recibió un 10.6% tomando el cuarto lugar, por último, la motivación por compras que representa el 3.5%.

3.2.2.1.11. Tiempo de planificación del viaje

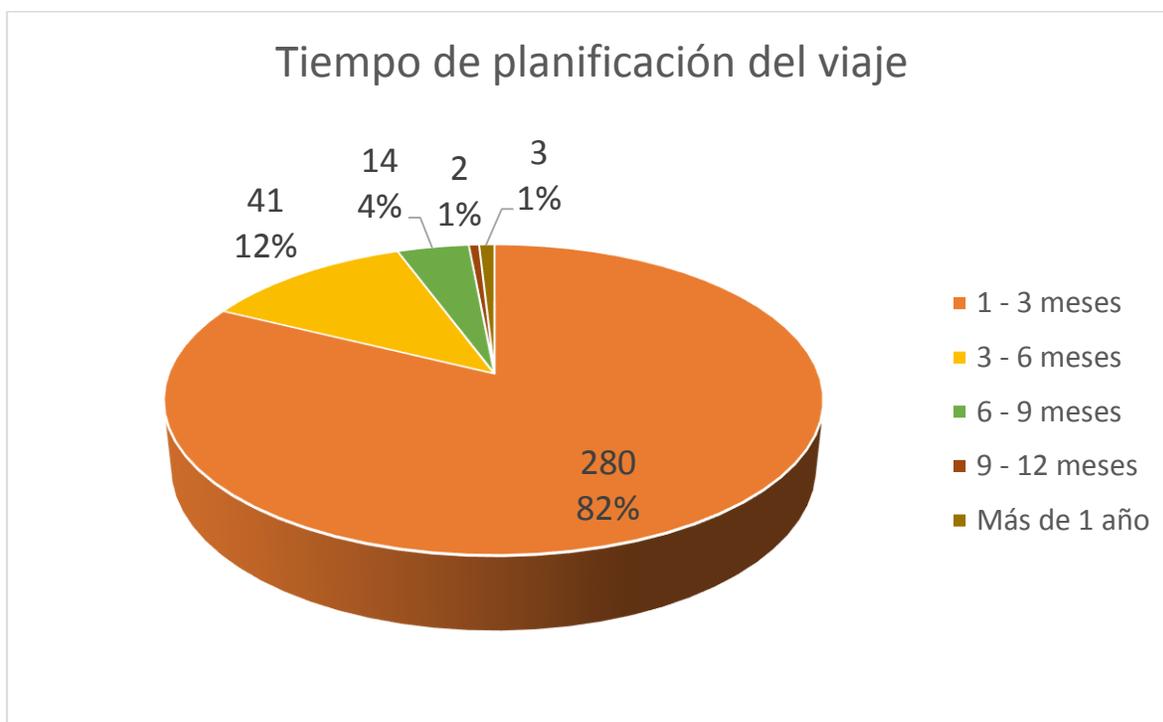


Figura 15. Tiempo de planificación del viaje

El tiempo de anticipación con el que se planea el viaje a la provincia de Imbabura, en su mayoría, es entre 1 y 3 meses de acuerdo a las respuestas del 82.4% de turistas, mientras que el 12.1% lo realiza entre 3 y 6 meses de anticipación.

Es importante mencionar que a partir de los 6 meses en adelante se obtuvo un bajo porcentaje, debido a que suman tan solo el 5.5% del total de encuestados. Este dato permite que las operadoras de turismo puedan promocionar sus paquetes en tiempos adecuados.

3.2.2.1.12. Compañía al momento de viajar

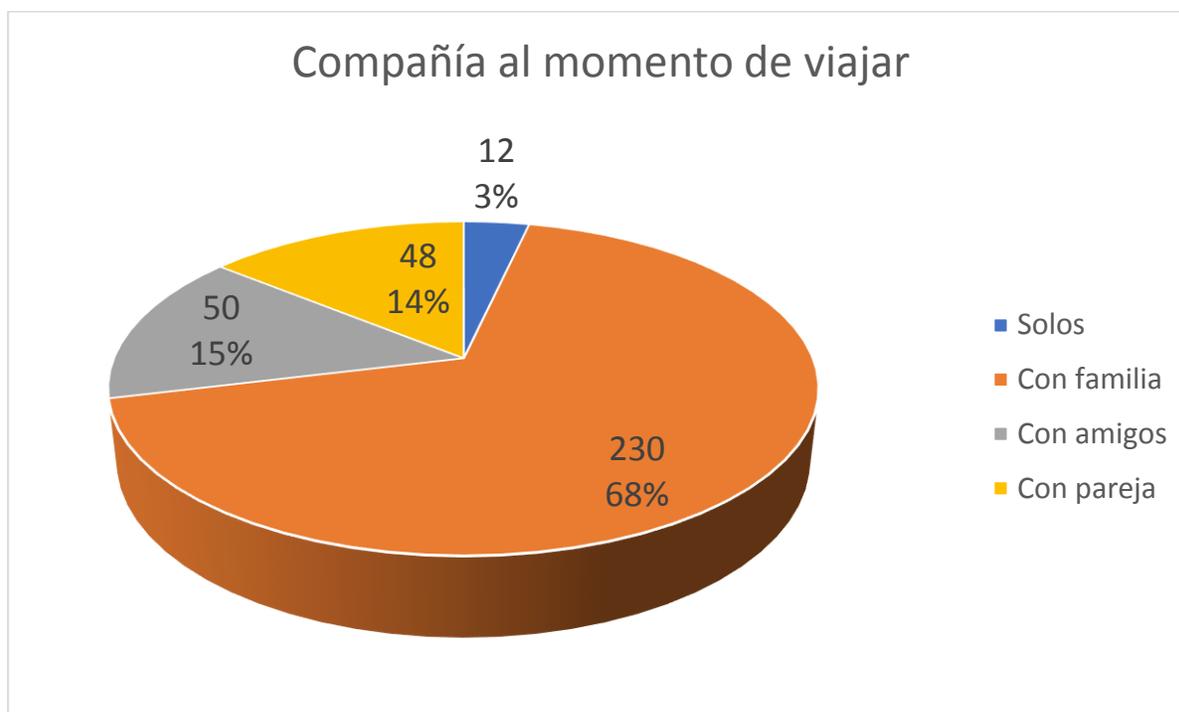


Figura 16. Compañía al momento de viajar

Los turistas que llegaron a la provincia de Imbabura, en su gran mayoría, viajaron junto a su familia, teniendo como resultado el 67.6% de la población de estudio, consecutivamente el 14.7% de turistas viajaron acompañados de amigos.

En tercer lugar, se tiene el 14.1% de turistas que viajan con su pareja y finalmente se encuentra con el 3.5% del total de encuestados aquellos turistas que viajaron solos.

3.2.2.1.13. Tiempo de estancia



Figura 17. Tiempo de estancia

Las estadísticas de las estancias en la provincia de Imbabura registraron un gran porcentaje, debido a que el 47.9% de turistas se alojó por una noche, sin embargo, los turistas que se alojaron por 2 noches o más representan el 33.8%.

Por otro lado, los turistas que consideran innecesario alojarse en la provincia se encuentran representados por el 18.2%.

3.2.2.1.14. Alojamiento preferencial

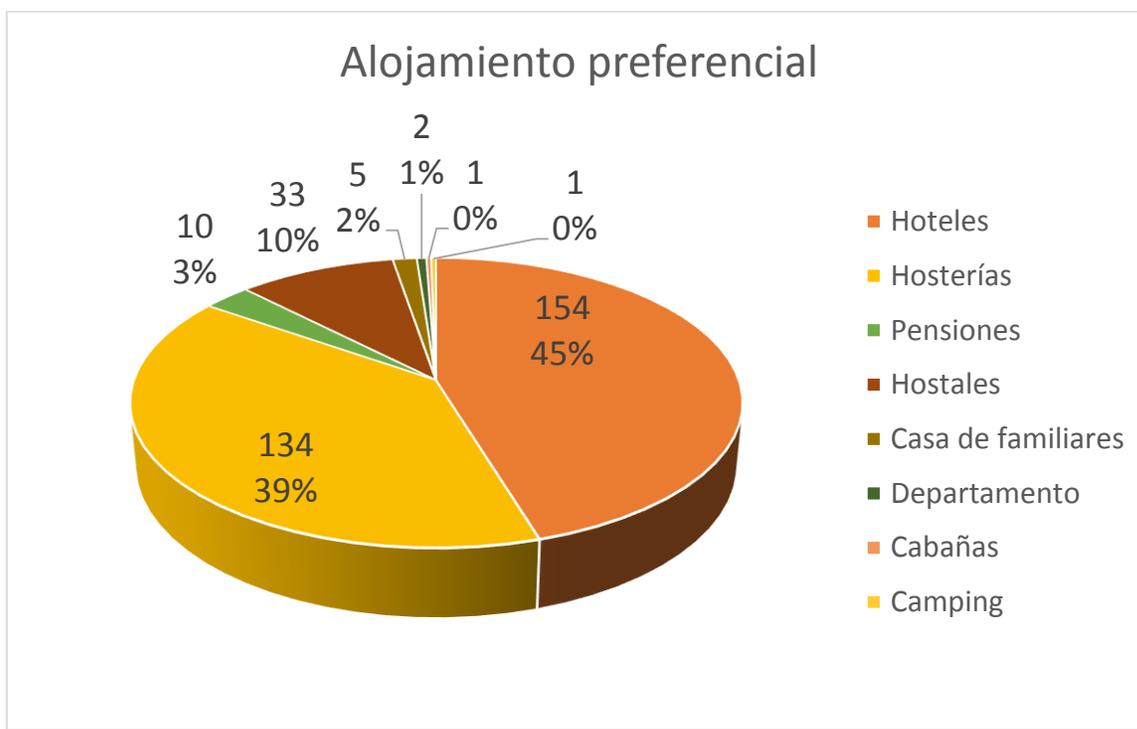


Figura 18. Alojamiento preferencial

El 45.3% de turistas prefieren los hoteles como alojamiento al momento de visitar la provincia de Imbabura, sin embargo, las hosterías también son una buena alternativa para alojarse, debido a que el 39.4% de turistas prefieren este tipo de alojamiento.

Por otro lado, el 9.7% de turistas prefieren alojarse en hostales ya que estos son más económicos, que los anteriores, y finalmente, otras alternativas de alojamiento como: pensiones, departamentos, casas de familiares, camping y cabañas representan el 5.3%.

3.2.2.1.15. Conocimiento Nuevas Tendencias de Alojamiento

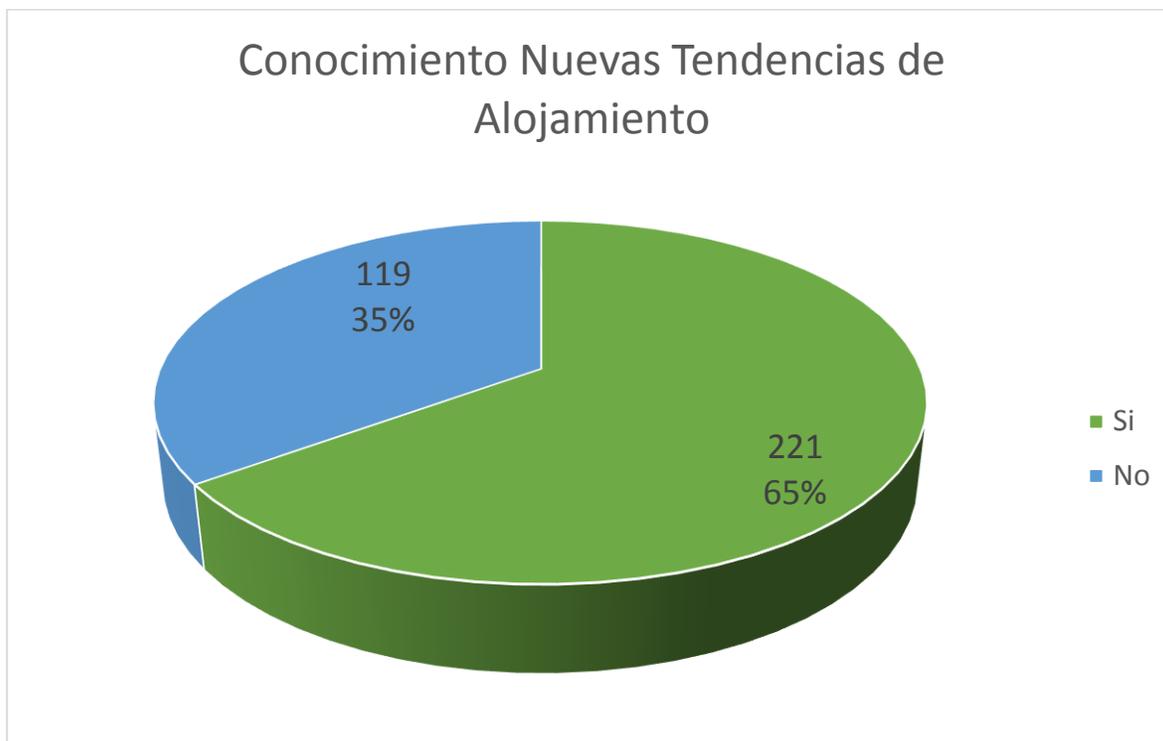


Figura 19. Conocimiento Nuevas tendencias de alojamiento

Los turistas encuestados en su gran mayoría no conocen sobre las nuevas tendencias de alojamiento, debido a que el 65% de turistas mencionaron que no poseen conocimiento sobre las mismas.

Mientras que tan solo el 35% de turistas mencionó estar al tanto de las nuevas tendencias de alojamiento.

3.2.2.1.16. Preferencia de las Nuevas Tendencias de Alojamiento

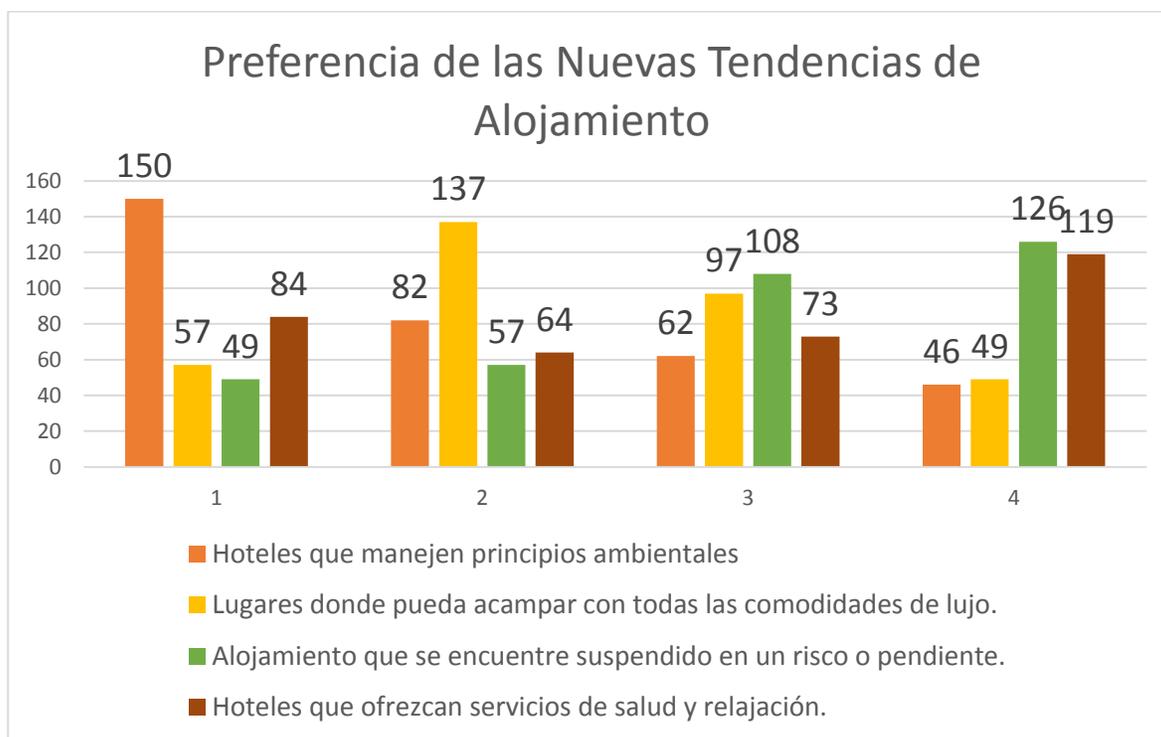


Figura 20. Preferencia de las nuevas tendencias de alojamiento

De acuerdo a las encuestas realizadas, las preferencias de las nuevas tendencias de alojamiento, se posicionó en primer lugar a los eco-hoteles, ya que el 44.1% de turistas registraron este tipo de alojamiento como primordial al momento de visitar la provincia de Imbabura.

En segundo lugar, se encuentra los hoteles Wellness, con un 24.7% de aceptación para alternativa principal este alojamiento. En tercer lugar, se encuentra el glamping teniendo al 16.8% de turistas que prefieren este tipo de alojamiento, finalmente se encuentran Sky Lodge con un 14.4% de turistas que lo prefieren como cuarta opción.

3.2.2.1.17. Disposición para experimentar las Nuevas Tendencias de Alojamiento



Figura 21. Disposición para experimentar las Nuevas Tendencias de Alojamiento

Las nuevas tendencias de alojamiento tendrían una gran acogida en la provincia de Imbabura debido a que el 94.7% de encuestados estaría dispuesto a utilizar estos tipos de alojamiento.

Mientras que tan solo el 5.3% de turistas indico que no les gustaría ser partícipes de las nuevas tendencias de alojamiento.

3.2.2.1.18. Precio Tentativo

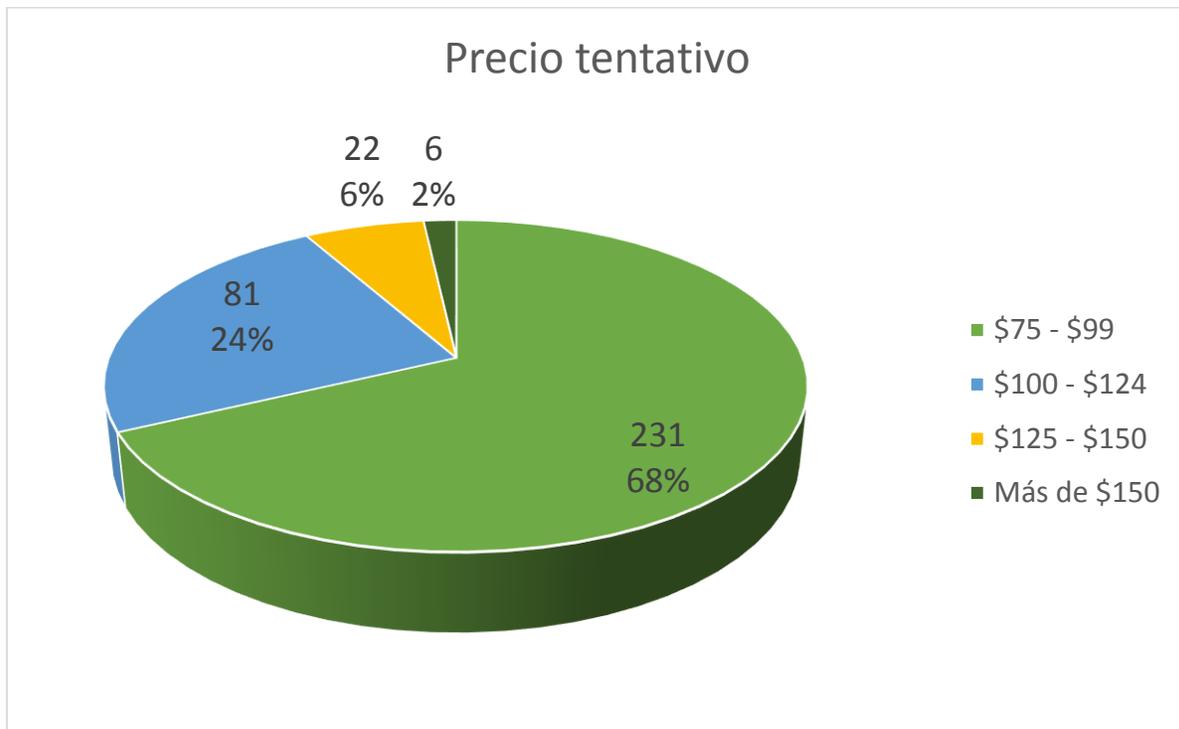


Figura 22. Precio tentativo

El 67.9% de turistas mencionaron que estarían dispuestos a pagar entre \$75 y \$99 por este tipo de alojamientos, mientras que el 23.8% de turistas estaría dispuesto a pagar entre \$100 y \$124 por una noche de alojamiento.

Por otro lado, el 6.5% de turistas mencionó que estaría dispuesto a pagar entre \$125 y \$150, finalmente, tan solo el 1.8% de encuestados mencionó que pagaría un precio mayor a \$150.

3.2.2.2. Encuestas a prestadores de servicio

Como complemento de la investigación se realizó un censo a los establecimientos que brindan el servicio de alojamiento, donde se tomó en consideración a aquellos que tienen una categoría de 4 y 5 estrellas, en donde, se pudo evidenciar la presencia de un lodge, dos haciendas turísticas, 15 hosterías y 6 hoteles, mismos que serán analizados a través de un formato de censo previamente diseñado (Anexo 5).

Es importante mencionar que estos establecimientos fueron obtenidos del catastro de establecimientos de alojamiento, diseñado por el Ministerio de Turismo. Los resultados obtenidos son los siguientes:

3.2.2.2.1. Tipos de habitaciones

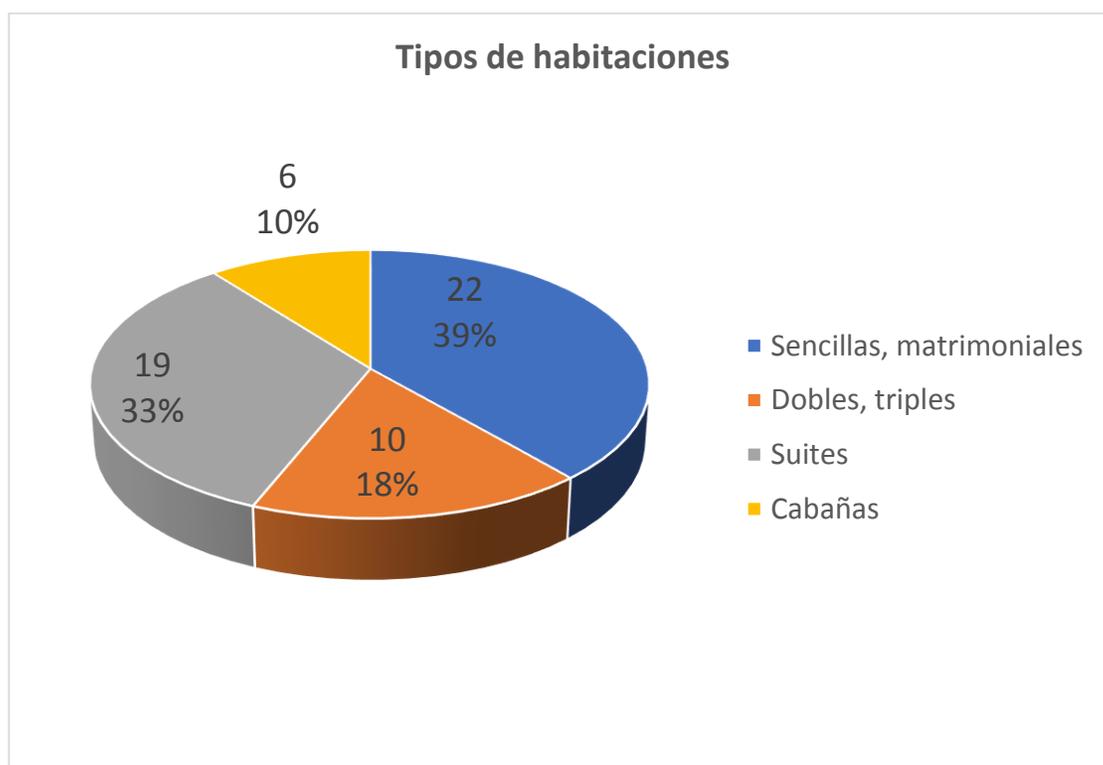


Figura 23. Tipos de habitaciones

El 39% de establecimientos tienen en su inventario habitaciones sencillas y matrimoniales, mientras que el 33% prefiere ofrecer suites.

Por otro lado, el 18% de alojamientos tienen la opción de habitaciones dobles y triples que también son consideradas como habitaciones familiares. Y finalmente el 10% ha invertido en cabañas con el fin de ofrecer más espacio a sus clientes y en lugares alejados.

3.2.2.2.2. Servicios complementarios

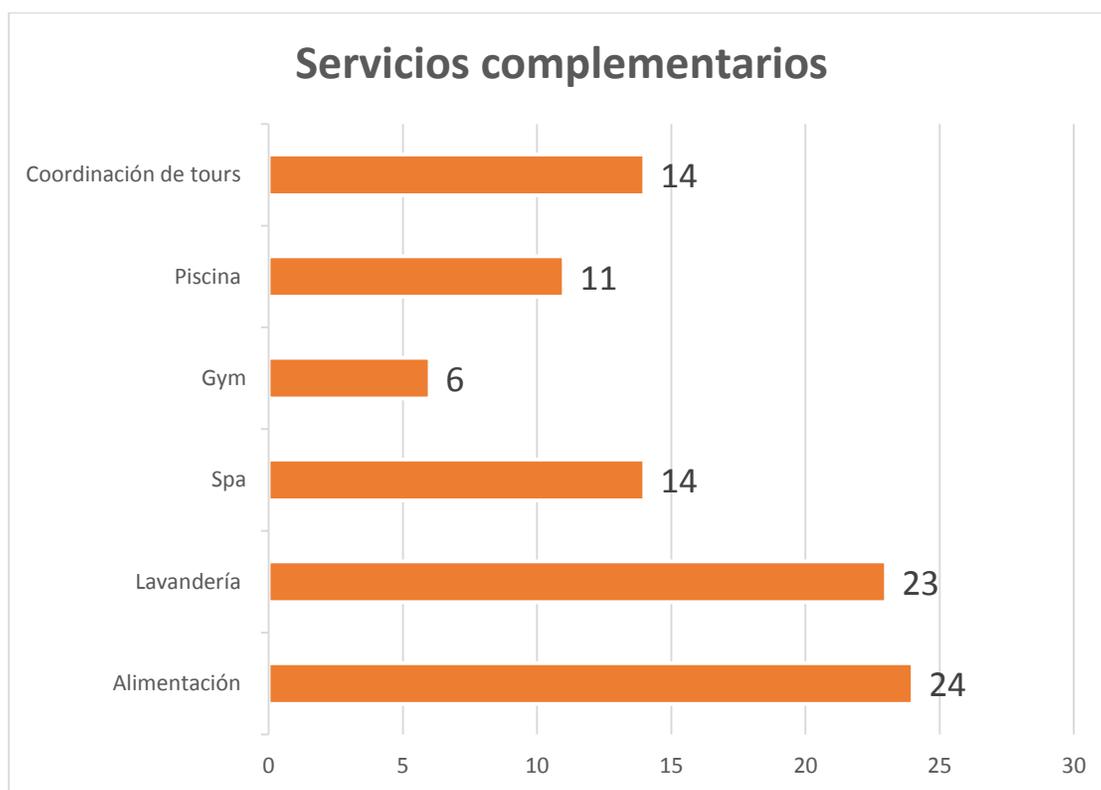


Figura 24. Servicios complementarios

Los servicios complementarios del alojamiento son un valor agregado que brinda el establecimiento al cliente para ofrecer más comodidad, en algunos casos también pueden ser un

factor de decisión, por tal motivo el 100% de establecimientos ofrecen el servicio de alimentación considerándolo imprescindible.

Seguido del servicio de lavandería que el 95.8% de establecimientos poseen, mientras que, el servicio de spa y coordinación de tours representan el 58.3% de alojamientos.

En última instancia, se tiene al 45.8% de establecimientos donde se encuentra piscina, finalmente, el 25% de establecimientos tienen gimnasio.

3.2.2.2.3. Estadía promedio del huésped

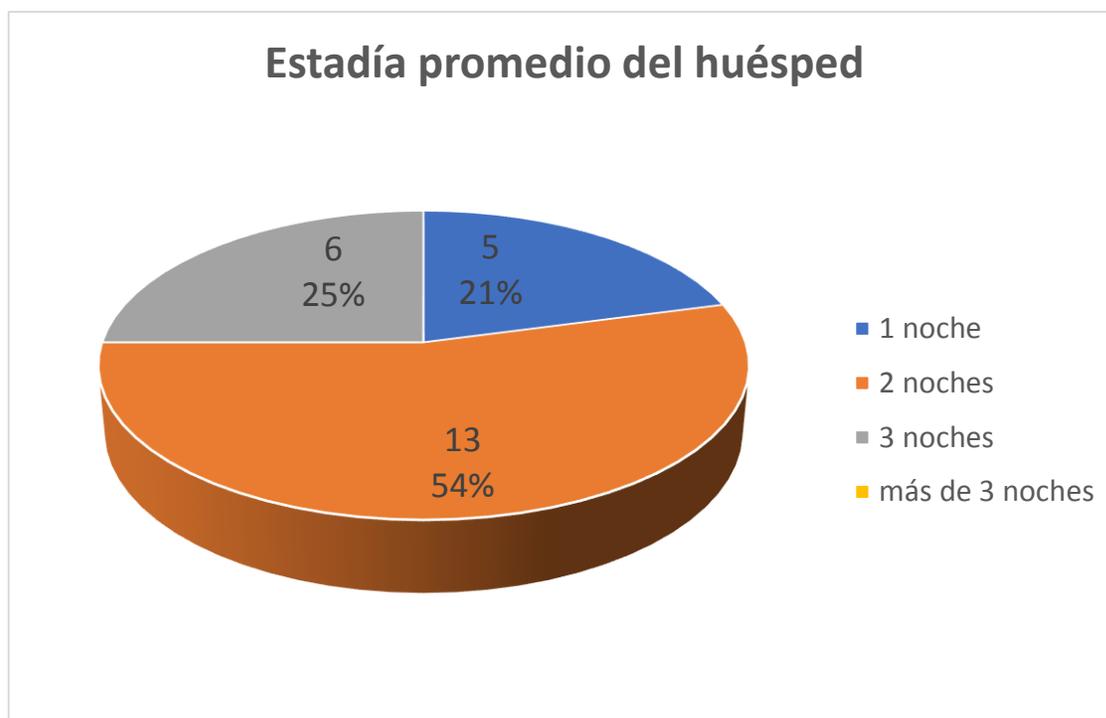


Figura 25. Estadía promedio del huésped

Los turistas que se alojan en la provincia de Imbabura tienen una estadía promedio de 2 noches con un porcentaje de 54% siendo el más alto, mientras que, en lugares alejados de la ciudad

pueden llegar a tener una estadía de hasta 3 noches, teniendo el 25% de establecimientos que manejan este tiempo de estadía.

En última instancia, en los establecimientos que se encuentran en las principales ciudades la estadía promedio en general es de 1 noche con un 21% de establecimientos.

3.2.2.2.4. Tarifa promedio

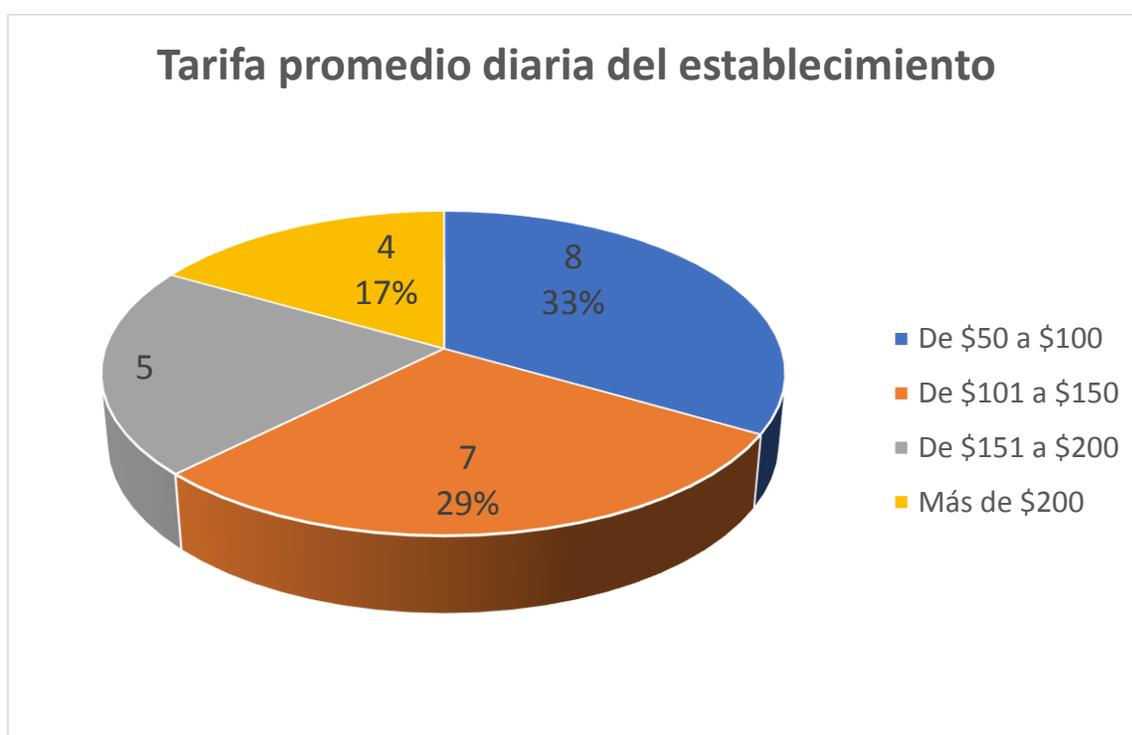


Figura 26. Tarifa promedio

La tarifa promedio diaria de los establecimientos aumenta en función del lugar donde está ubicado y el nivel de exclusividad que ofrece como es el caso del 37.5% de los establecimientos encuestados que ofrecen una tarifa promedio que puede llegar hasta más de \$200, mientras que el 29% establecimientos ofrecen una tarifa promedio de \$101 a \$150, finalmente, el 33% de establecimientos que se encuentran cerca de la ciudad manejan tarifas entre \$50 y \$100.

3.2.2.2.5. Tipo de cliente

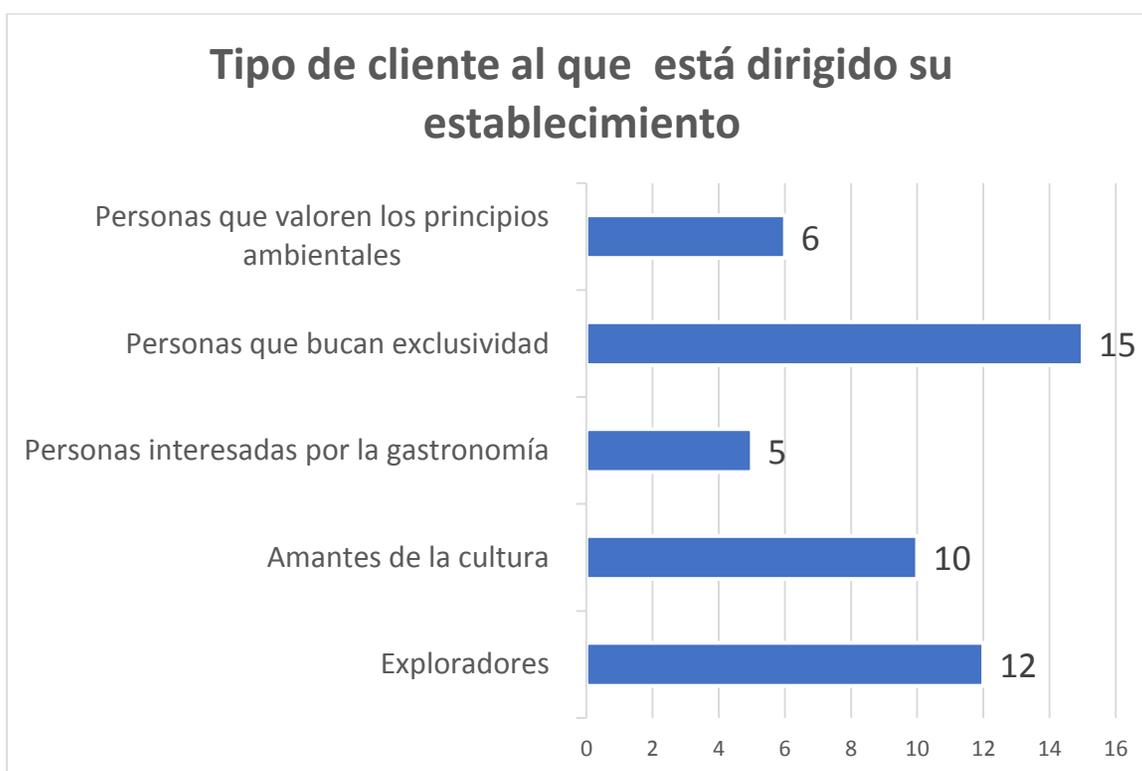


Figura 27. Tipo de cliente

En su mayoría los prestadores de servicios se enfocan a clientes que busquen exclusividad, teniendo como resultado al 62.5% de establecimientos. Seguido de clientes que son conocidos como exploradores debido a su interés por conocer y experimentar en el lugar donde se encuentran, se tiene al 50% de establecimientos.

Por otro lado, las haciendas y hosterías con infraestructura patrimonial se enfocan en clientes que sean amantes a la cultura, siendo estos el 41.6%, sin embargo, el 25% de la población

de estudio se dirige a clientes que consideren los principios ambientales, finalmente, el 20.8% de establecimientos se dirige a turistas que se interesan por la gastronomía.

3.2.2.2.6. Rango de edad

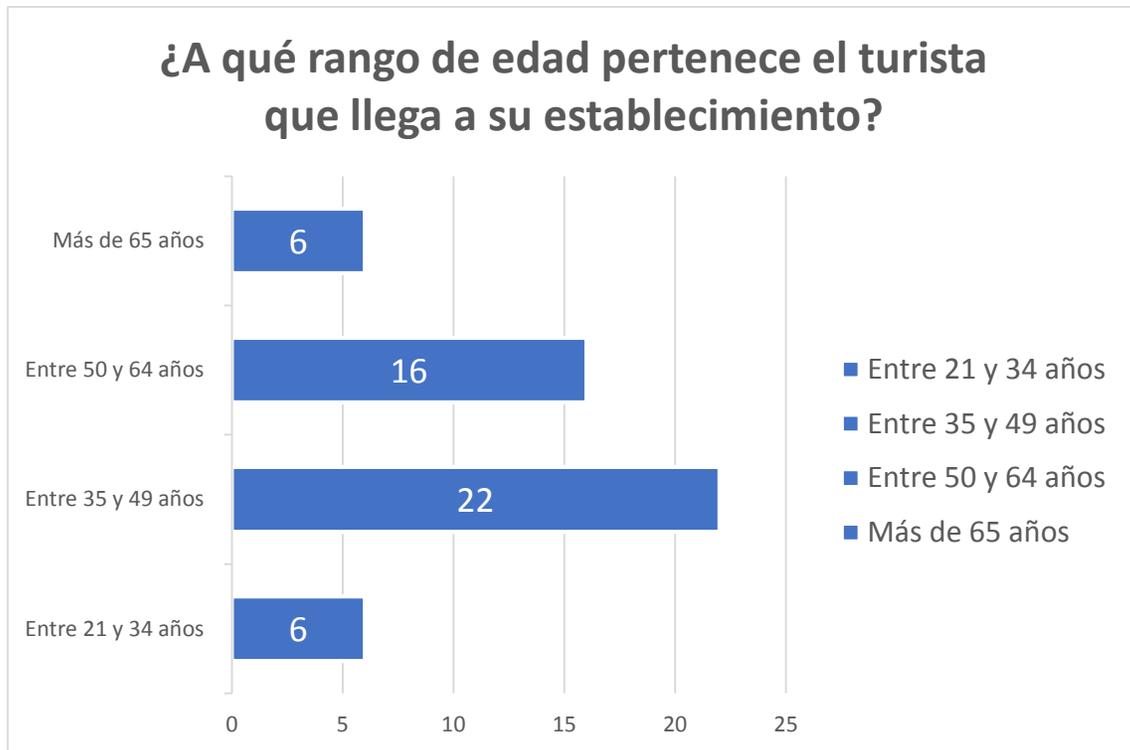


Figura 28. Rango de edad

El 91.6% de establecimientos se enfoca a un turista entre 35 y 49 años, mientras que el 66.6% de establecimientos tienen como cliente objetivo al grupo etario de 50 a 64 años.

Finalmente, el 25% de establecimientos que deciden enfocarse a clientes jóvenes entre 21 y 34 años, el 25% restante de establecimientos prefiere a clientes de la tercera edad.

3.2.2.2.7. Compañía del turista

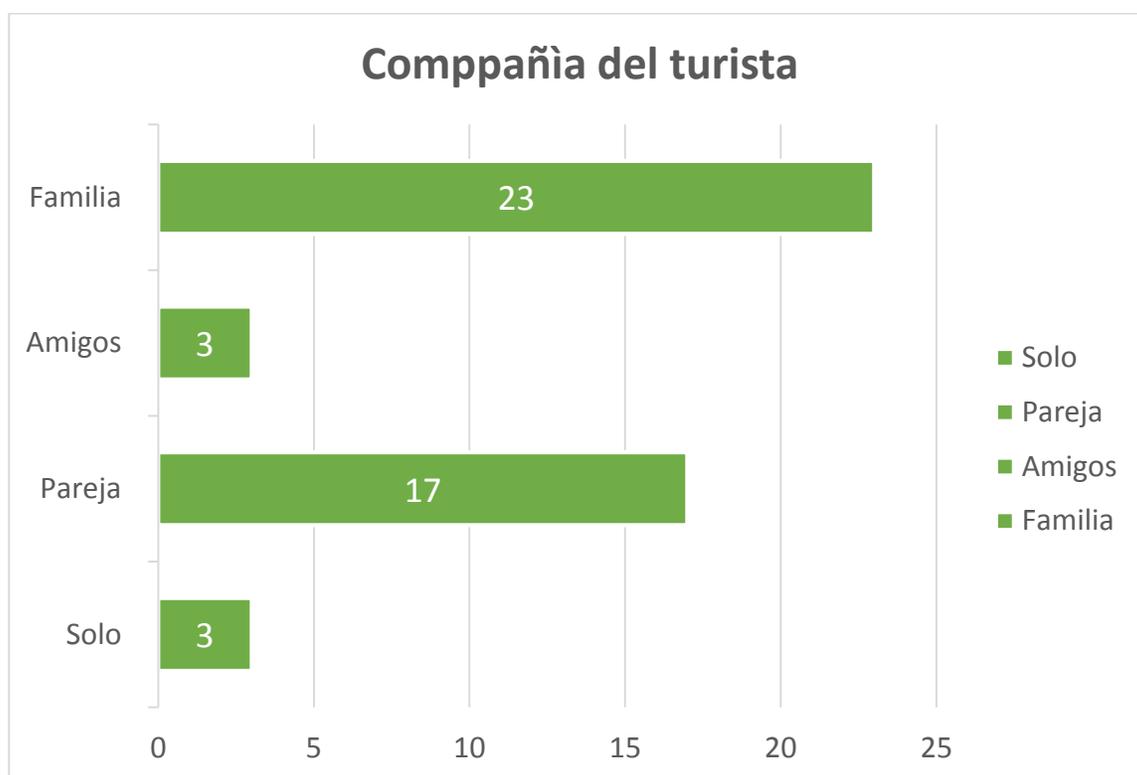


Figura 29. Compañía del turista

Los turistas que llegan a la ciudad de Imbabura viajan en su mayoría con la familia, es decir, el 95.8% de establecimientos reciben turistas de este tipo, mientras que, el 70.4% de establecimientos se evidencia que el turista prefiere viajar con su pareja.

Por otro lado, un porcentaje de 29.2% viaja acompañado de sus amigos, y otro 29.2% de establecimientos reciben turistas que prefieren viajar solos.

3.2.2.2.8. Ventaja competitiva

Para esta pregunta, se tomó la decisión de establecer una pregunta abierta con el fin de que los determinen los factores que les hace diferentes a los demás establecimientos, en donde se obtuvieron los siguientes resultados.

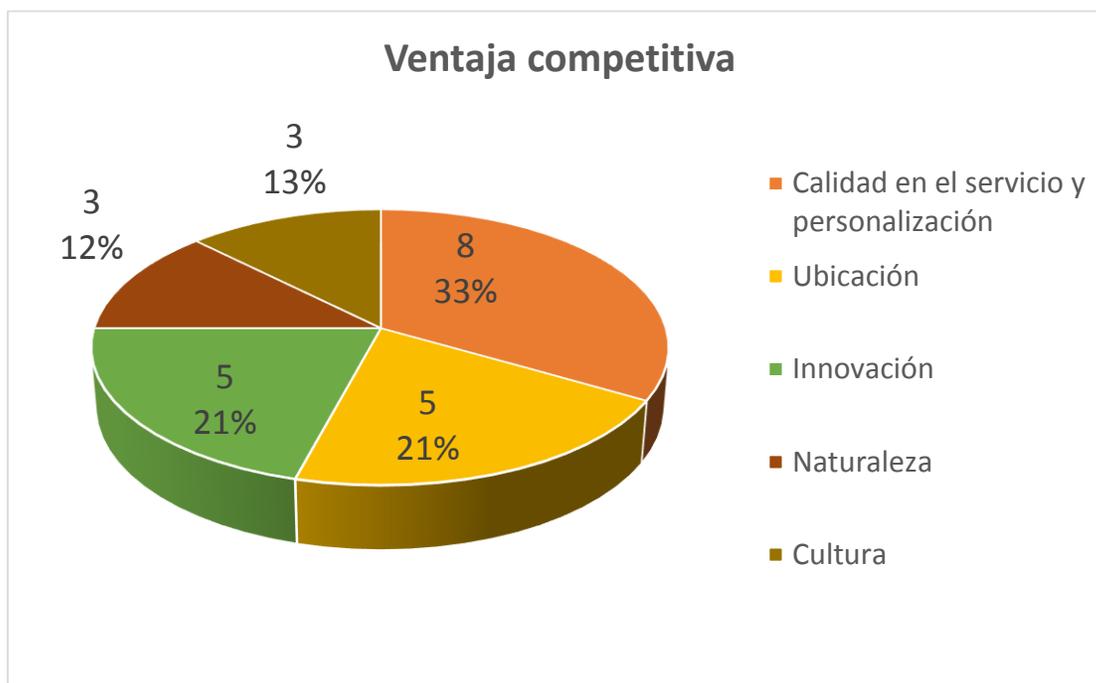


Figura 30. Ventaja competitiva

De acuerdo a los resultados obtenidos y en agrupación en relación a las opiniones de los encuestados de cada establecimiento, se logró determinar que en el 33% de alojamientos su ventaja competitiva es la calidad de servicio y personalización, mientras que la ubicación y la innovación se encuentran con un 21% cada una.

Finalmente, la naturaleza y la cultura son representados por el 12.5% de alojamientos en cada segmento.

3.2.2.2.9. Meses con más afluencia de turistas

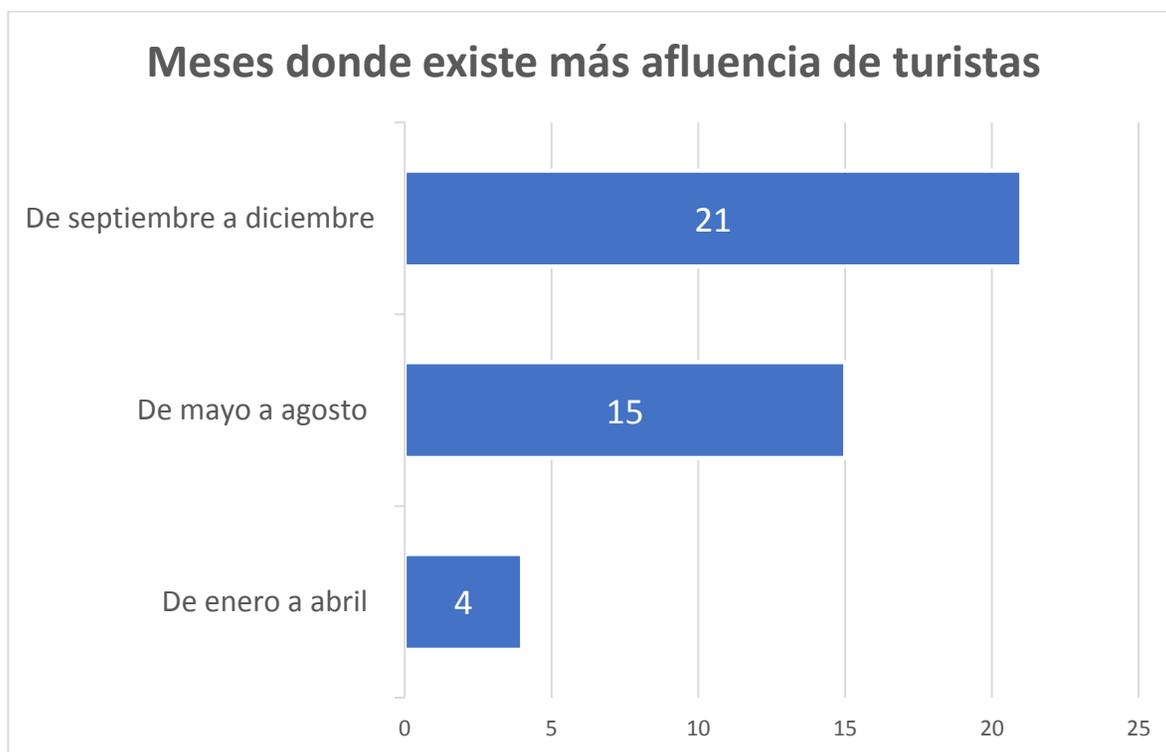


Figura 31. Meses con más afluencia de turistas

Los prestadores de servicios tienen muy marcada la temporada en la que reciben mayor afluencia de turistas, debido a que el 87.5% de establecimientos mencionan que los meses de temporada alta son los meses de septiembre a diciembre, mientras que, el 62.5% de establecimientos mencionan que de mayo a agosto se maneja la mayor afluencia.

Por último, los primeros cuatro meses del año son considerados temporada donde menos turistas llegan, debido a que el 16.6% de establecimientos ven estos meses como temporada baja.

3.2.2.2.10. Tasa de ocupación

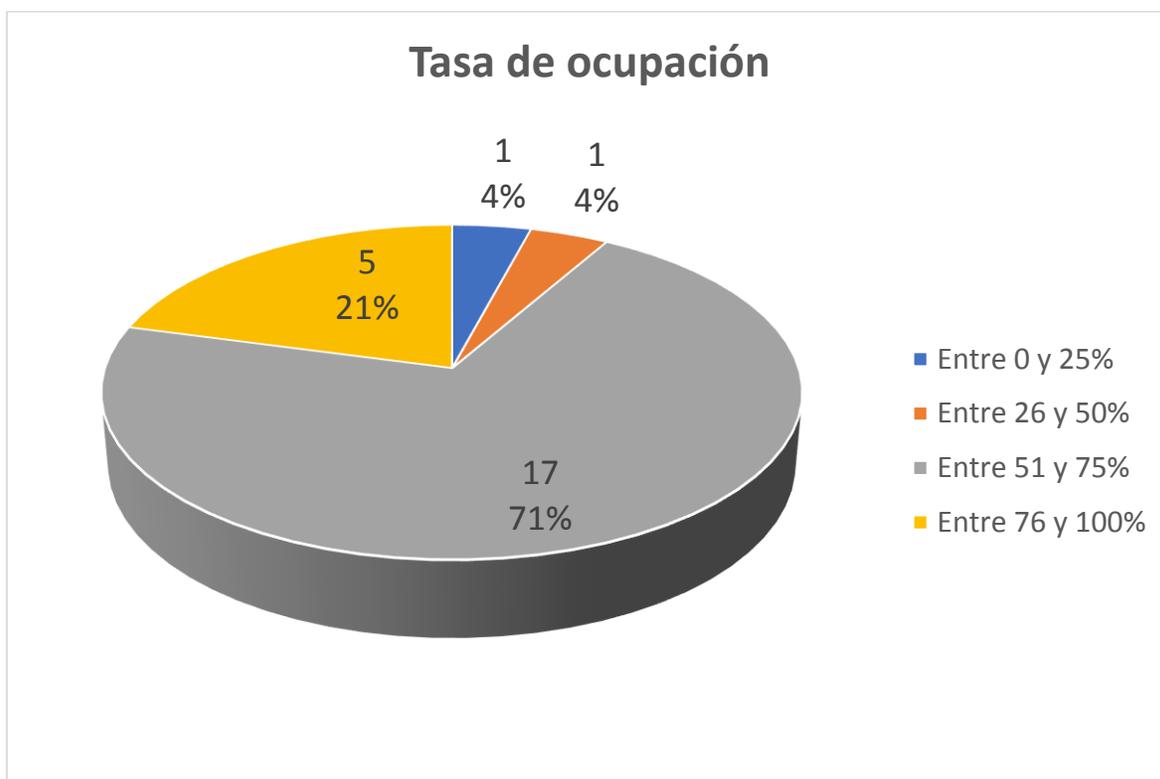


Figura 32. Tasa de ocupación

El 71% de establecimientos indica que en temporada alta puede estar con una ocupación entre 51 y 75%, por otro lado, se encuentra el 21% de establecimientos que manejan una tasa de ocupación comprendida de entre 76% y 100%.

Mientras que el 8% de establecimientos mencionaron que maneja una tasa de ocupación de 0% a 50%.

3.2.2.2.11. Tiempo de anticipación en la reserva

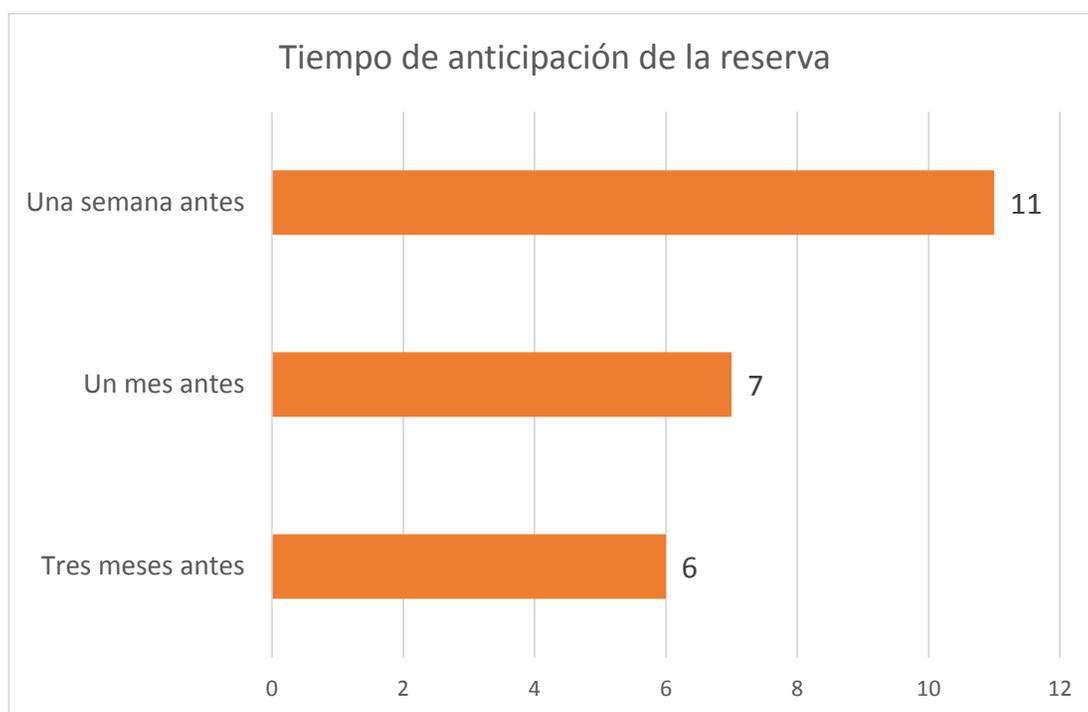


Figura 33. Tiempo de anticipación en la reserva

El 45.8% de establecimientos mencionaron que los turistas realizan sus reservas con una semana de anticipación, mientras que el 29.2% de establecimientos mencionó que los turistas realizan sus reservas con un mes de anticipación.

Finalmente, tan solo el 25% de establecimientos reciben reservas con tres meses de anticipación.

3.2.2.2.12. Canales de reservas

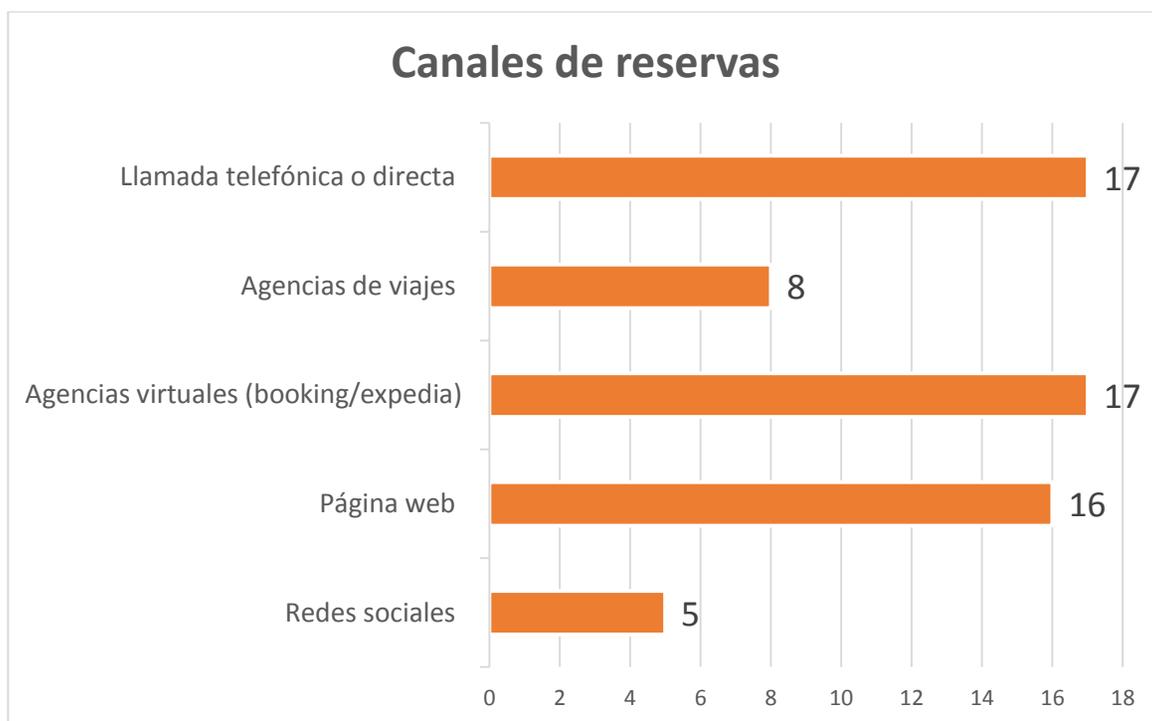


Figura 34. Canales de reservas

La llamada telefónica y las agencias virtuales son los principales medios que los turistas usan para realizar su reserva, teniendo al 70.8% de establecimientos que manejan estos canales de reserva, seguido de la página web con el 66.6% de establecimientos que reservan a través de este método.

Por otro lado, las agencias de viajes son otro medio por donde ingresan reservas, pero no es tan predominante en la actualidad, ya que el 33.3% de establecimientos utilizan este canal de reservas, y finalmente, las redes sociales son el método menos utilizado, debido a que tan solo el 20.8% de establecimientos manejan este sistema de reservas.

3.2.2.2.13. Procedencia de los huéspedes

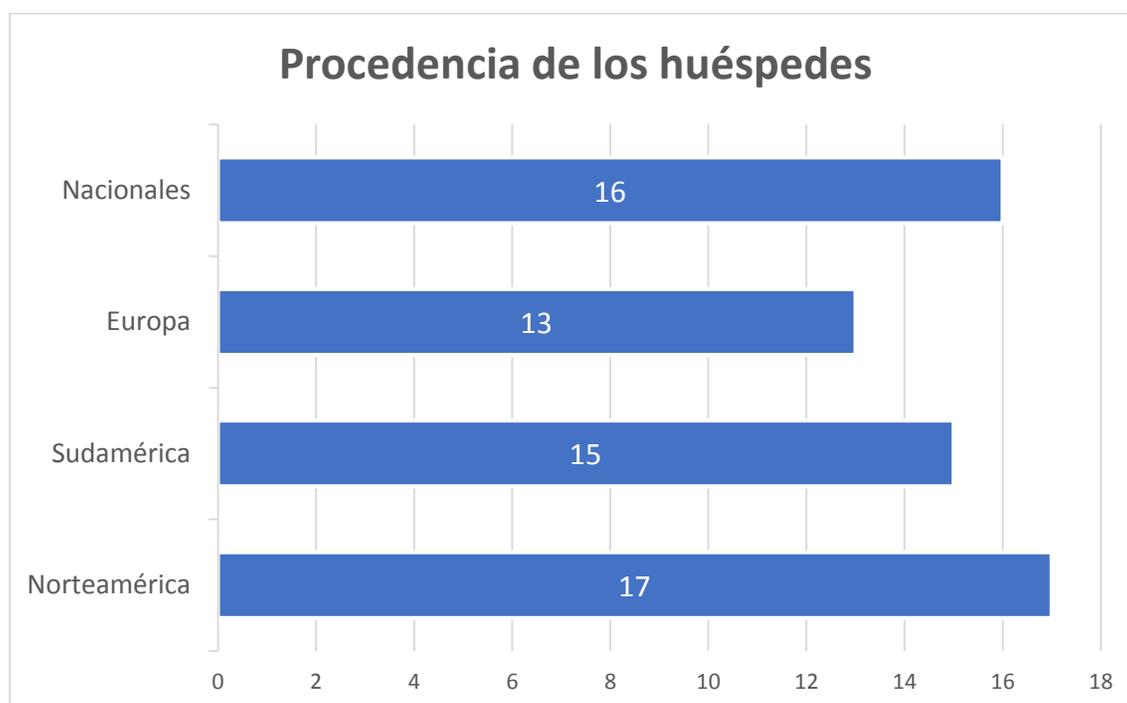


Figura 35. Procedencia de los huéspedes

La procedencia de los turistas que se registraron en los establecimientos se mantiene equilibrada, sin embargo, la mayor parte de turistas provienen de Norteamérica, teniendo al 70.8% de establecimientos que los recibe, mientras que, los turistas nacionales también representan un grupo significativo, ya que el 66.6% de establecimientos reciben a este segmento.

Por otro lado, también se encuentran los turistas de Sudamérica en donde el 62.5% de establecimientos registraron esta respuesta y finalmente, los turistas europeos llegan al 54.2% de establecimientos.

3.2.2.2.14. Principales países

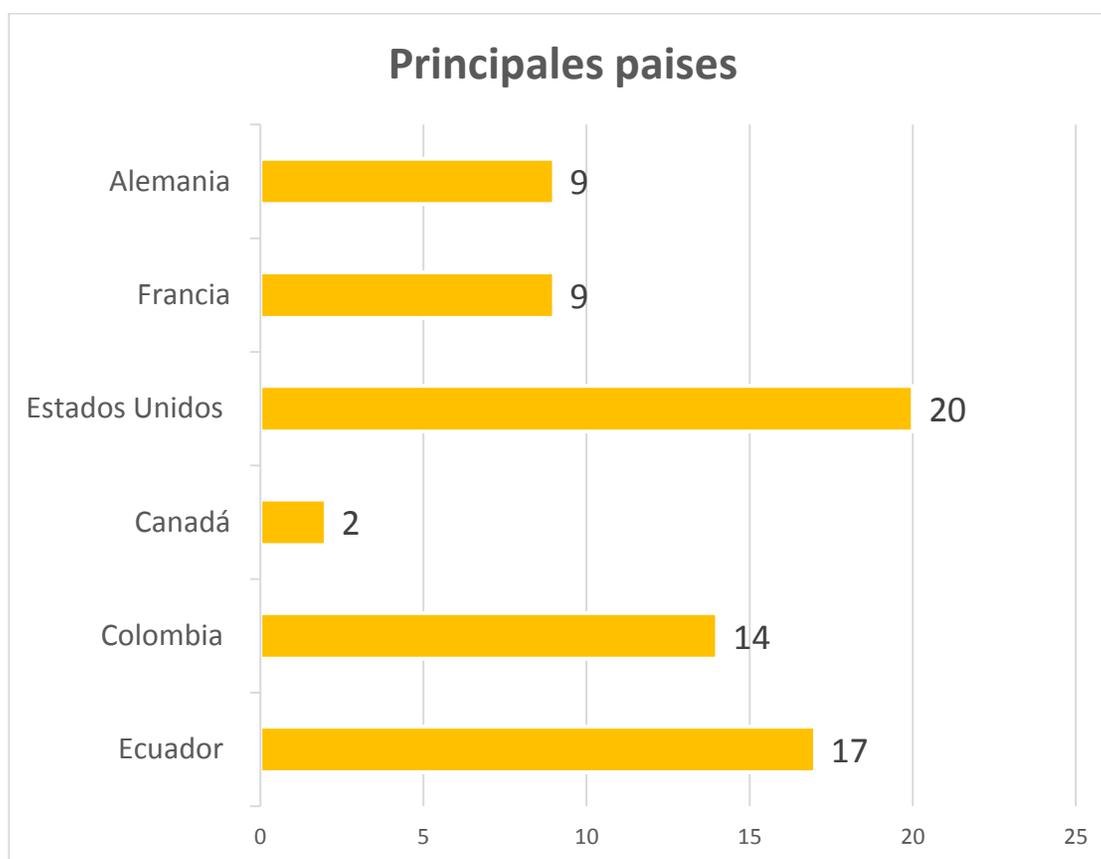


Figura 36. Principales países

La nacionalidad predominante entre los turistas que se registraron en los establecimientos de alojamiento es estadounidense, teniendo al 83.3% de establecimientos que reciben a estos turistas, seguido de los ecuatorianos con el 78.35% de establecimientos, posteriormente, los colombianos con el 58.3%.

Los alemanes y franceses comparten el mismo valor con el 37.5% de establecimientos que registran a estos turistas, finalmente, se encuentran tan solo el 8.33% de establecimientos que registran visitas de canadienses, sin embargo, en la actualidad no es un país que registre muchas visitas en la provincia, pero a largo plazo podría ser un mercado fuerte.

3.2.2.2.15. Medios de comunicación para promocionar los servicios

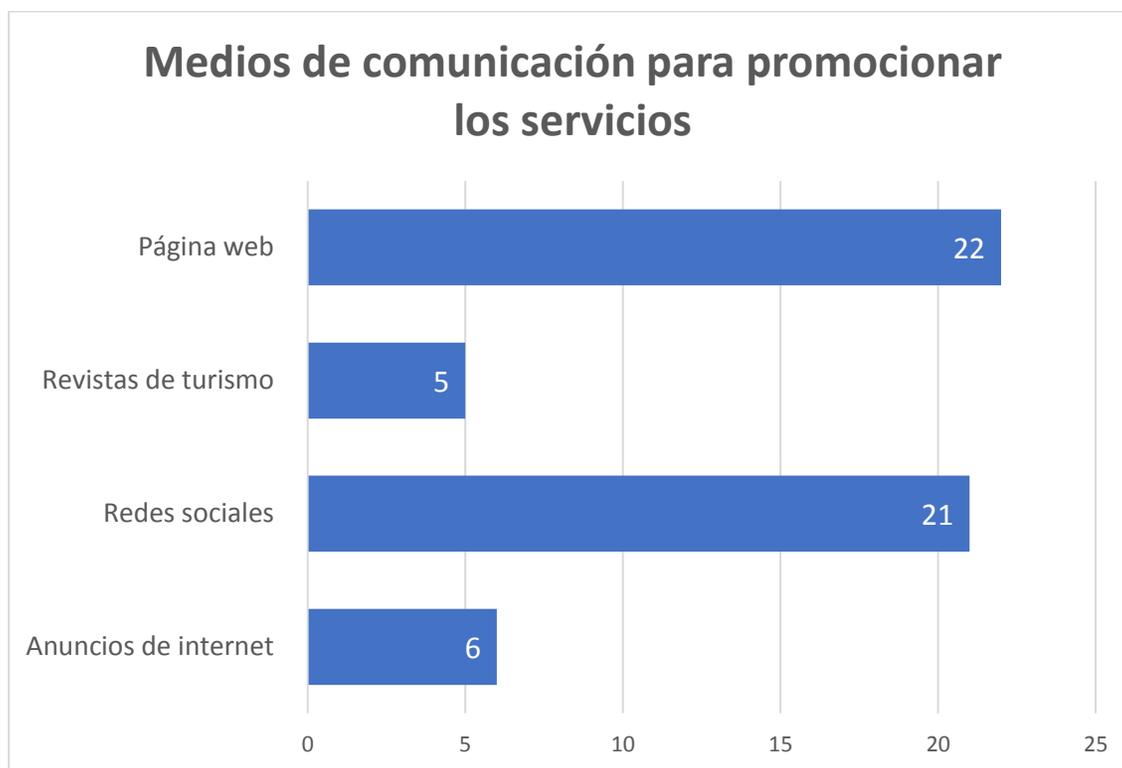


Figura 37. Medios de comunicación para promocionar los servicios

Los prestadores de servicios ven como la mejor opción para su promoción a las páginas web, debido a que 91.6% de establecimientos registraron esta respuesta, sin embargo, también consideran importante tener una constante actualización de información en las redes sociales, ya que el 87.5% de establecimientos registraron el uso de este medio.

Finalmente, apenas el 25% de establecimientos realizan anuncios pagados en internet y el 20.83% establecimientos indican que ven en las publicaciones de revistas de turismo una oportunidad para promocionar su establecimiento.

3.2.2.2.16. Innovaciones en el último año

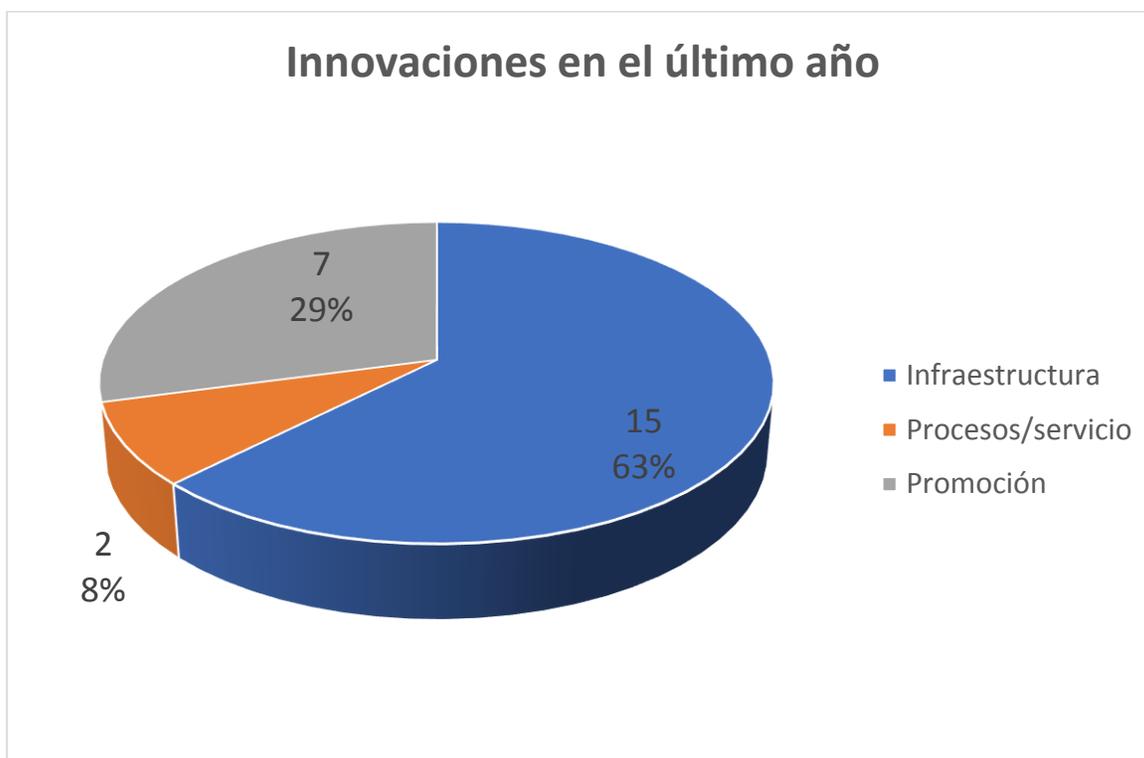


Figura 38. Innovaciones en el último año

De los 24 establecimientos que fueron parte del censo, el 63% de establecimientos indican que el último año han invertido todos sus recursos en realizar innovaciones en la infraestructura, mientras que, el 29%, de establecimientos se enfocan en mejorar su promoción en medios digitales.

Y como aspecto menos invertido se tiene a los procesos y servicios, con tan solo al 8% de establecimientos que han invertido en este aspecto.

3.2.2.2.17. Realidad del turismo en la provincia

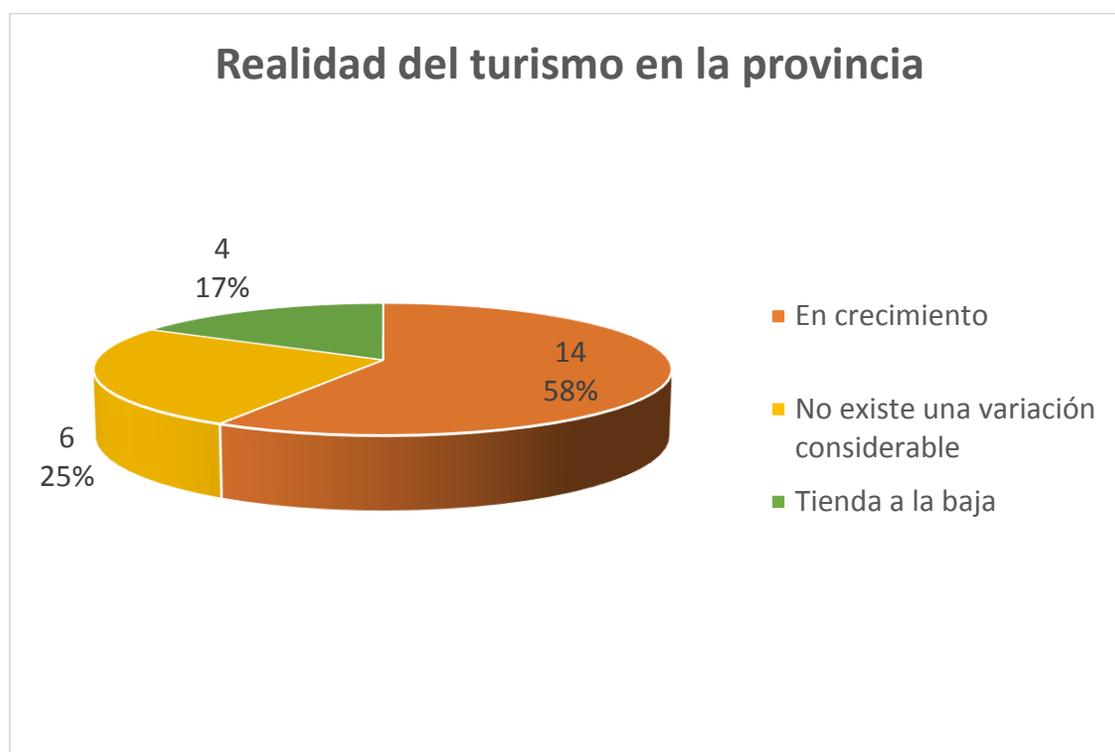


Figura 39. Realidad del turismo en la provincia

El 58% de establecimientos indican que el turismo en la provincia se encuentra en crecimiento debido a varios factores importantes como la actual gestión de los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados o GADs, mientras que el 25% de alojamientos consideran que el turismo no ha tenido una variación considerable en este tiempo. Y finalmente, el 17% de prestadores de servicios indican que el turismo tiende a la baja debido a la inestabilidad política y económica que tiene el país.

3.2.2.3. Análisis de resultados

Una vez aplicados los instrumentos de investigación tanto a turistas como a prestadores de servicio se ha podido establecer los siguientes resultados que permitirán determinar el perfil del turista que viaja a la provincia de Imbabura:

Los turistas que llegan a la provincia de Imbabura en su mayoría corresponden al género femenino, son casados, por lo que al momento de realizar un viaje lo hacen acompañados de su familia o pareja, poseen edades que oscilan entre los 21 y 34 años, su principal motivación para visitar la provincia es por la naturaleza.

A su vez, son personas que tienen un nivel de instrucción superior y se desempeñan como profesionales ejecutivos, razón por la cual perciben un ingreso mensual promedio de entre \$1.000 y \$1.200.

Los turistas internacionales en su mayoría pertenecen a los países de Estados Unidos, Colombia, Alemania y Francia, es decir, turistas pertenecientes a los continentes de América y Europa, mientras que los turistas nacionales en su gran mayoría provienen de la región Sierra.

Dentro de los hábitos tecnológicos que manejan los turistas, se ha determinado que su prioridad para comunicarse son las redes sociales, sin embargo, al momento de realizar las reservaciones en los diferentes establecimientos de alojamiento prefieren hacerlo por llamada telefónica o por canales electrónicos.

Los turistas manejan ciertos hábitos de viaje, dentro de los más destacables están; que su viaje lo planifican entre 1 y 3 meses, con un tiempo promedio de estancia de 2 noches y pagando

una tarifa promedio entre \$50 y \$100 diarios, sin embargo, tienen exigencias al momento de elegir un establecimiento, ya que principalmente se enfocan en alojamientos que les brinden exclusividad.

1.2.2.3.1. Perfil del turista para el Eco hotel

El perfil del turista que llega a este tipo de alojamiento son personas que posean un rango de edad de entre 21 a 65 años, ya sean casados o solteros, que tengan un nivel de instrucción superior, profesionales y mantengan una estabilidad económica, debido a que se manejará una tarifa promedio de entre \$50 y \$200 diarios, estos turistas manejan redes sociales e internet como medios de comunicación principales para recibir información pertinente a viajes.

Por otro lado, podrán ser turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, en el caso de los turistas internacionales su principal procedencia será Estados Unidos y Sudamérica, su principal motivación de viaje será la naturaleza por lo que sus gustos y preferencias están muy relacionados con los principios ambientales.

1.2.2.3.2. Perfil del turista para el Glamping

Los turistas que prefieren este tipo de alojamiento son personas que varían en un rango de edad entre 35 y 49 años, casados, deben ser profesionales dependientes o independientes que manejen estabilidad económica, debido a que deben tener disponibilidad de gastar entre \$101 y \$150 diarios.

Los turistas internacionales en su mayoría tendrán procedencia de países como Estados Unidos, Canadá y Colombia, sin embargo, los turistas nacionales también serán partícipes de este alojamiento, ya que su principal motivación es la naturaleza y el descanso, es decir son personas que buscan exclusividad y se los considera como exploradores.

Finalmente, los medios de comunicación más frecuentes de estos turistas son las redes sociales.

1.2.2.3.3. Perfil del turista para el Skylodge

En este tipo de alojamiento, el perfil que debe poseer el turista es que principalmente son personas que tengan un rango de edad entre 21 y 34 años, siendo en su mayoría solteros, que posean un nivel de estudios superior, profesionales con conciencia ambiental, que sean exploradores y su principal motivación sea la naturaleza.

Estados Unidos y los países de Sudamérica, serán las principales procedencias de dichos turistas, en donde prefieren comunicarse por redes sociales, las utilizan de manera diaria, dando seguimiento a páginas que ofrezcan lugares naturales y pretendan dar una experiencia nueva e innovadora.

1.2.2.3.4. Perfil del turista para el Wellness

Para el turismo Wellness las personas poseen una edad mayor a 49 años, siendo en su mayoría casados, viajan en pareja o familia, poseen una profesión o en su defecto son jubilados, buscan descanso o placer conjugando con los beneficios que tiene para la salud este tipo de alojamientos. Es importante mencionar que son personas que buscan exclusividad, apartarse de los centros poblados y encontrar beneficios para su salud

Las principales procedencias de los turistas internacionales son: Estados Unidos, Alemania y Francia, en donde el uso de los medios de comunicación se enfocará a el internet y en algunos casos a las redes sociales.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y PROPUESTA

De acuerdo a la información que se recopiló en con ayuda de los instrumentos de investigación, se ha logrado determinar que el cantón San Miguel de Urcuquí posee las características necesarias para la implementación de las nuevas tendencias de alojamiento, lo que permitirá incrementar la afluencia turística, con un público selecto para en un futuro llegar a ser un potencial turístico con productos diferentes y exclusivos.

4.1. Propuestas

A continuación, se presentan las estrategias de acuerdo a los diferentes tipos de alojamiento, tomando en cuenta los puntos de ubicación:

4.1.1. Glamping

4.1.1.1. Zona de ubicación

El lugar escogido para esta construcción es la loma falsa Pucará que se encuentra en las instalaciones de Yachay EP, los beneficios principales de este sector son: un clima templado, vista privilegiada de Urcuquí, Ibarra y las diferentes montañas que se encuentran en los alrededores, tiene una altitud de 1.993 m.s.n.m, posee riqueza histórica y cultural debido a que en este lugar se encontraron restos arqueológicos de la cultura Caranqui que se desarrollaron en la región, a 20 minutos por un sendero se llega al museo, a 25 minutos al jardín botánico con especies endémicas y en 30 minutos se llegan a las instalaciones de la Universidad, otro de los grandes beneficios es la seguridad del lugar.

4.1.1.2. Características principales

La tendencia de alojamiento glamping se caracteriza por estar ubicada en lugares alejados de la ciudad con paisajes y vista deslumbrante para ofrecer una experiencia diferente al aire libre, sin embargo, debe ser un lugar cómodo lleno de glamour que se destaque por ser exclusivo, la instalación debe contar como mínimo con: estufas de leña, cortinas, lámparas, alfombras, camas cómodas y decoración elegante. Existen varias modalidades de glamping alrededor del mundo como: tipi, canva, yurta, casa del árbol, tienda, safari, pabellón, autocaravana e iglú, el modelo se implementa en base a varios factores del espacio como el clima, tipo de suelo y ubicación. El diseño apto para la loma falsa que se encuentra en las inmediaciones de la Universidad Yachay es el pabellón que se destaca por estar construido con un material textil que es conocido como lona (polímeros reciclados), la estructura se realizará con materiales certificados ecológicamente como la caña guadua, el esqueleto será una unión de hexágonos o triángulos, estas son figuras que resaltan en el área de la construcción por tener más estabilidad, seguridad y el diseño se basa en la Proporción Aurea.

Debe estar construido en un área de mínimo 12,50m² para que se pueda disfrutar del paisaje, el requerimiento mínimo para la construcción de la estructura no debe superar los 4m² con una cama de 200cm por 200cm.

4.1.1.3. Estrategias

Existen varias acciones que se pueden realizar para ayudar a que el Glamping tenga más beneficios y se convierta en un producto atractivo:

- Obtener los permisos necesarios para poner en marcha la nueva tendencia de alojamiento en las instalaciones de la universidad.

- Implementar puntos de información turística y transporte desde la universidad hacia diferentes puntos para facilitar la movilidad.
- Realizar un convenio donde se especifique que el área donde se desarrollara esta actividad no puede ser destruida o usada para otros fines,
- Emitir una ordenanza donde se especifiquen los parámetros de construcción fundamentales para realizar una infraestructura de este estilo, con el fin de mantener un control y ofrecer exclusividad.
- Usar la página web oficial de la universidad para difundir el nuevo proyecto que se desarrolla en sus instalaciones.

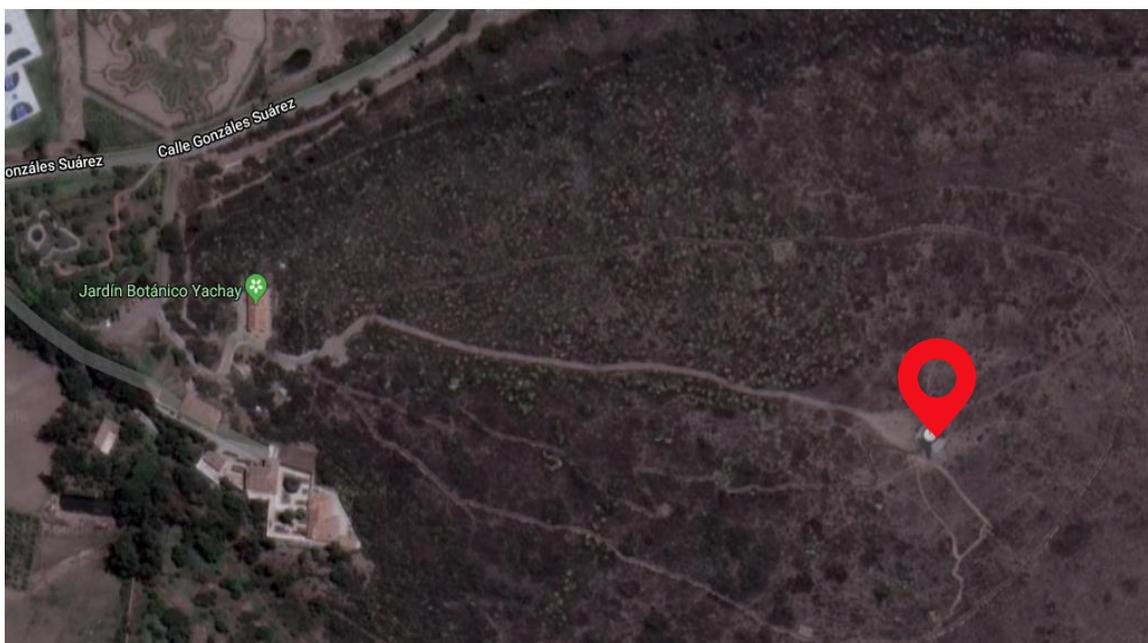


Figura 40. Ubicación Glamping

A continuación, se presentan imágenes del lugar donde se ubicaría el glamping y la propuesta:



Figura 41. Lugar para implementación del glamping



Figura 42. Implementación tentativa del Glamping

4.1.2. Sky Lodge

4.1.2.1. Zona de ubicación

El lugar idóneo para implementar el skylodge en el cantón Urcuquí es el complejo volcánico de Chachimbiro, el mismo se encuentra a 45 minutos de la cabecera cantonal por una vía de tercer orden. Como principal característica la ubicación ofrece paredes de roca sólida que ayudaran a brindar más estabilidad a la infraestructura que estará suspendida en un aproximado de 20 metros de altura.

4.1.2.2. Características

El skylodge busca ofrecer una experiencia llena de adrenalina, en un lugar inimaginable, pero con las comodidades básicas para poder disfrutar del atractivo. Por esta razón, el complejo volcánico Chachimbiro es un lugar adecuado para ofrecer un servicio completo y diferente, su estructura se debe elaborar en perfiles de acero, las paredes de fibra de vidrio y en lo que se refiere a servicios cuenta con una cama twin, velador, lámpara, lavadero de manos, stand de bebidas y una vista panorámica para apreciar el paisaje con una vista de 180°. Adicional, funciona con energías amigables con el ambiente como paneles solares y en medida de lo posible se busca que el turista solo consuma los recursos necesarios para no contaminar el entorno y debido a la ubicación de las instalaciones.

En lo que se refiere a capacidad cada capsula tiene un máximo de 4 personas con un peso promedio de 180 libras, la dimensión de cada capsula es de 7,5 mt de largo por 2,60 mt de alto y ancho, de esta manera se mantiene un equilibrio con el peso de la estructura y de las personas que lo ocuparían.

4.1.2.3. Estrategias

La principal estrategia de esta modalidad de alojamiento radica en impactar al turista con la ubicación del alojamiento, entre otras como:

- Ofertar un lugar totalmente alejando de la ciudad donde no solo se disfruta de la naturaleza, sino también de la vía láctea.
- Aprovechar los atractivos de los alrededores como las montañas de roca y lagunas para brindar servicios atractivos como escalada y kayak.
- Vincular a la comunidad de Piñán con el proyecto para ser responsables con la sociedad y ofrecerles una alternativa sustentable de generar recursos.
- Establecer el espacio en comodato a la empresa que esté a cargo de proyecto para garantizar que será de uso exclusivo para esta actividad y poder llevar un control idóneo.
- Realizar un manejo adecuado de capacidad de carga para cada punto de interés en el complejo volcánico, con el fin de generar el menor impacto posible.

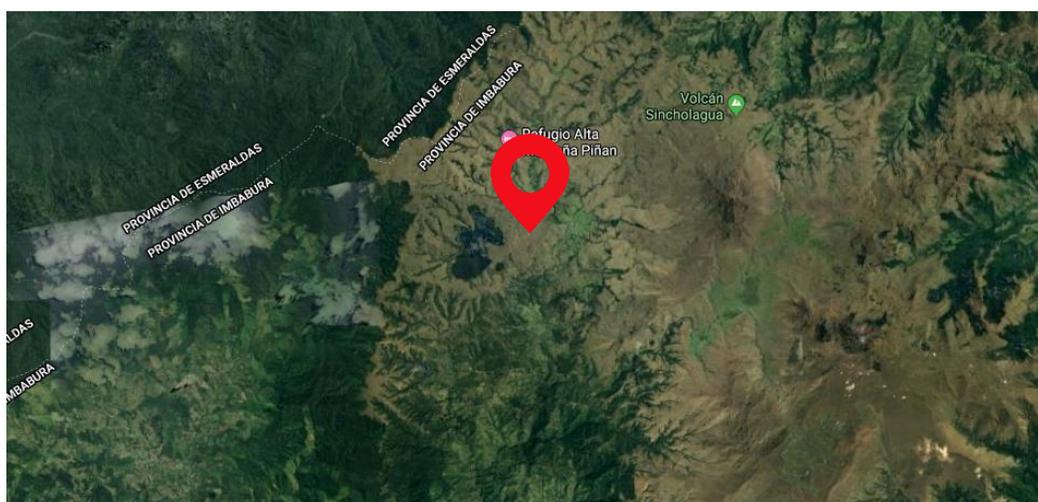


Figura 43. Ubicación Sky Lodge



Figura 44. Lugar para la implementación de Sky Lodge



Figura 45. Implementación tentativa de Sky Lodge

4.1.3. Hotel Wellness

4.1.3.1. Zona de Ubicación

Para la implementación de este alojamiento se consideró como mejor opción al balneario Santagua, Termas de Chachimbiro, mismo que pertenece a la prefectura de Imbabura, es un manantial con aguas termo minerales provenientes del mítico volcán La Viuda, es por ello, que estas aguas tienen una alta presencia de cloruros y sulfuros de hierro que actúan como vivificantes de múltiples funciones orgánicas, debido a ellos el agua brinda beneficios a la salud, en especial actúa de manera efectiva en enfermedades específicas.

4.1.3.2. Características principales:

El lugar donde se ubicará el hotel Wellness posee grandes características como: contar con el recurso natural específico, para este tipo de alojamiento, es decir, que brinde beneficios para la salud de sus visitantes

Otro de los factores importantes es que se encuentra alejado del poblado urbano y no existe una sobre explotación, siendo ideal para la relajación y confort, tomando en cuenta que para la aplicación de un hotel Wellness debe contar con todas las comodidades para que el huésped tenga un momento de relajación y desconexión digital gracias a la naturaleza que rodea a este sector.

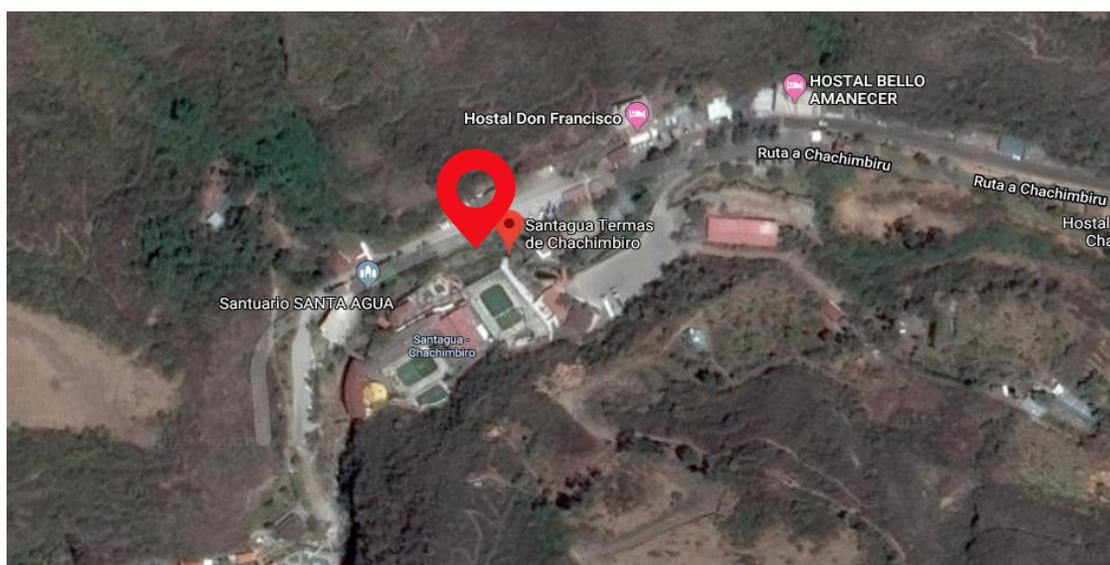


Figura 46. Ubicación Hotel Wellness

4.1.3.3. Estrategias

Santagua” Termas de Chachimburo ya posee alojamiento, y cuenta con diversos servicios como: el balneario, SPA, barro terapia y ozonoterapia, sin embargo, es importante que se implementen varios aspectos complementarios para convertirse en un hotel Wellness, estos servicios pueden ser:

- **Días de Spa:** Ofertar días completos en el Spa con rutinas diarias que posean diferentes temáticas, tomando en cuenta las diferentes afecciones que puede tener una persona.
- **Eco terapia:** Implementación de diferentes rutas con caminata, ciclismo, siempre y cuando sean actividades relajantes que permita un mayor contacto con la naturaleza, debido esta terapia consta de dicho contacto y ayuda al bienestar físico y mental.
- **Meditación:** Las campañas de meditación son un gran aliado al momento de visitar un lugar que se mantiene en contacto con la naturaleza, es decir, el huésped pretenderá encontrar el propósito

de su vida y ver el mundo de manera diferente a través de charlas motivacionales conjugadas con los beneficios que tiene las terapias relajantes.

- Medicina vegetal: El uso de plantas medicinales es un complemento importante al momento de cualquier sesión de relajación, por lo que es importante que al usarlas se especifique los beneficios de cada una de las plantas.
- Nutrición: Hoy en día, la nutrición es un tema indispensable para todas las generaciones por lo que el huésped debe mantenerse en constante información nutricional en todo instante que pueda servirse un alimento.



Figura 47. Infraestructura Hotel Santaigua de Chachimbiro

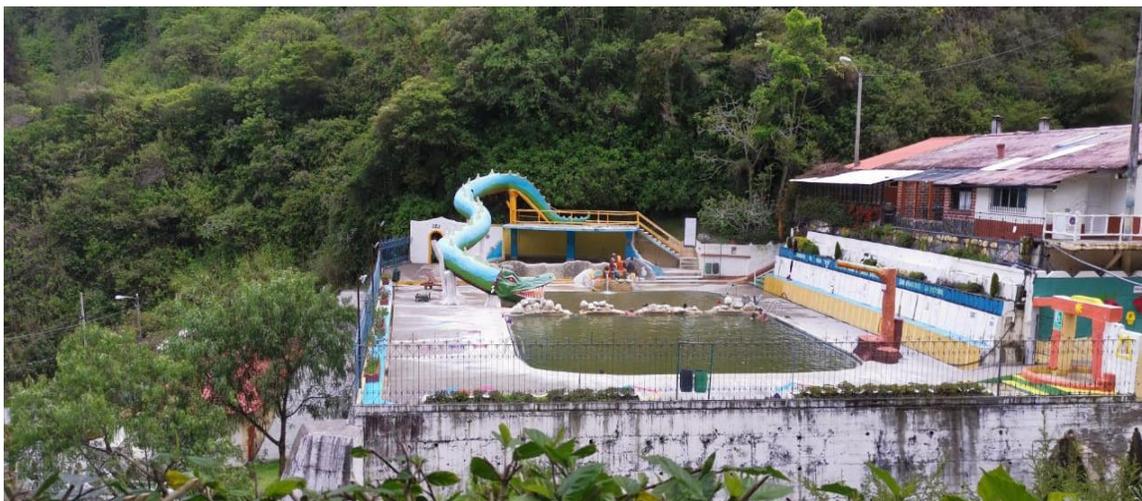


Figura 48. Instalaciones Termas de Chachimbiro

4.1.4. Eco hotel

4.1.4.1. Zona de Ubicación

El cantón San Miguel de Urquí posee una gran riqueza natural, debido a que la mayor parte de su territorio todavía conserva su naturaleza, por lo que ayudará a la implementación de eco hoteles tomando en cuenta el respeto a la naturaleza intacta, por lo que es necesario mantenerla como tal a través de los principios ambientales y con el apoyo de las entidades reguladoras.

Sin embargo, la implementación de este tipo de alojamiento para la presente investigación no requiere de un solo establecimiento, sino que se aplicarán estrategias básicas para la implementación en los tres tipos de alojamiento mencionados anteriormente, tomando en cuenta todos los factores que ayuden al desarrollo del mismo.



Figura 49. Ubicación Eco hoteles

4.1.4.2. Características principales

El cantón San Miguel de Urcuquí posee las características necesarias para la implementación de eco hoteles, debido a que la mayor parte de su territorio es de conservación natural y eso ha permitido que se puedan encontrar recursos que sirven como material de construcciones ecológicas, siendo estas de menor costo, pero con una mayor planificación.

Por otro lado, el clima es un factor importante que predomina en todo el cantón, ya que cuenta con un clima templado, en donde la mayor parte del tiempo el sol se encuentra presente y se considera como un factor indispensable para el uso de energías alternativas.

4.1.4.3. Estrategias

- Capacitar a la población sobre conciencia ambiental, con la finalidad de poner como prioridad la conservación de la naturaleza que aún mantiene intacto el cantón, complementando una especialización sobre construcciones ecológicas, por consiguiente, se crearían pautas necesarias para cualquier construcción que se realice en el cantón.
- Implementación de normativas y leyes en las cuales se puedan regir todas las próximas construcciones que se den dentro del cantón. A su vez, leyes que establezcan parámetros a los establecimientos de alojamiento con el fin de crear un estándar para la construcción de los mismos, enfocándose en los principios ambientales y en sus diferentes ejes.
- Establecer lugares estratégicos para la construcción de establecimientos, a través de un estudio en el que se logre determinar características específicas del lugar de asentamiento, debido a que uno de los principales factores de este tipo de alojamiento es mantenerse alejado de los poblados urbanos y brinden tranquilidad y confort a sus huéspedes.
- Fomentar una cultura de reciclaje en toda la población, lo que permitirá un manejo más efectivo de desechos, donde la entidad reguladora será la responsable de cada una de las clasificaciones de desechos.
- Capacitar a cierta parte de la población que tenga las capacidades y la predisposición para ganar conocimiento sobre energías alternativas que posteriormente se aplicará en las construcciones que se realicen en el futuro.

4.2. Propuesta para nuevos proyectos de investigación

Los recursos naturales que son aptos para la implementación de construcciones ecológicas en muchas ocasiones suelen ser escasas, por lo que es importante realizar un estudio de los recursos

que se podrían utilizar en reemplazo de los tradicionales, mismos que deben poseer similares características para obtener resultados parecidos a los que se obtiene actualmente.

La implementación de las nuevas tendencias de alojamiento requiere de expertos que garanticen la construcción más efectiva, por lo que se considera importante realizar investigaciones donde se analicen los factores de construcción, tales como: suelo, clima, recursos que se deben utilizar y todos los factores que involucre el ambiente.

La consciencia ambiental es el factor básico para que el recurso atractivo pueda mantenerse intacto, por lo que es prudente analizar la capacidad de carga que tiene cada uno de los sectores donde se establecen las nuevas tendencias de alojamiento, ya que de esta manera no existirá la sobre explotación de recursos.

En futuras investigaciones sobre temas relacionados a innovaciones de la industria del turismo y alojamiento se recomienda tomar la realidad más cercana al país con el fin de analizar sus ventajas y desventajas para mejorar la propuesta, escoger un lugar en función de su recurso turístico y no de los productos turísticos desarrollados que pueda tener porque el turismo es una actividad que busca cuidar un espacio, generando el menor impacto posible y brindando beneficios a las comunidades que lo rodean.

4.3. Conclusiones

- La teoría de los Sistemas de Beni, demuestra la importancia del trabajo conjunto de varios factores, tales como la supra estructura, la infraestructura, el mercado y los principios ambientales, donde se ha evidenciado que actualmente las entidades reguladoras (GAD's y Ministerio de Turismo) no mantienen un control de establecimientos, ni de infraestructura, teniendo un descuido total del turismo y no se ha logrado dar realce a esta actividad a pesar de su potencial.
- Las nuevas tendencias de alojamiento han ayudado al desarrollo local en puntos estratégicos en todo el mundo, debido a que la innovación es el fuerte principal de esta iniciativa y donde a su vez se ha logrado evidenciar su rentabilidad gracias a que las nuevas generaciones prefieren tener experiencias diferentes.
- El cantón San Miguel de Urcuquí se considera como un lugar que poseen un gran potencial turístico debido a todos sus recursos atractivos, tomando en cuenta que todos sus aspectos se complementan mutuamente, dentro de estos están: la gastronomía, atractivos turísticos, manifestaciones culturales, y principalmente que han conservado gran parte de su riqueza natural.
- El GAD cantonal no ha brindado el apoyo necesario al turismo por lo que actualmente la actividad no es considerada como una fuente de ingreso que represente rentabilidad, debido a que la mayor parte de la población se dedica a otras actividades económicas como a las pequeñas empresas y principalmente a la agricultura.
- En el catastro turístico del cantón San Miguel de Urcuquí se evidencia que cuenta con una amplia planta de servicios, lo que ha ayudado a que sus visitantes ganen cada vez mayor interés

en visitar este cantón, sin embargo, el control que se realiza a los mismo no se maneja de manera frecuente.

- Las nuevas tendencias de alojamiento se enfocan en diferentes mercados, lo que les permite realizar estrategias de acuerdo a los gustos y preferencias de cada uno, por lo que se debe tomar en cuenta estos aspectos principales para que el grupo objetivo gane interés en consumir el producto.
- Las innovaciones dentro del sector hotelero han ido ganando popularidad, es por eso que las nuevas generaciones pretenden vivir experiencias diferentes a las tradicionales ya que en la actualidad la cultura de viaje ha tomado impulso a través de los años y se considera como el principal factor que impulsa al desarrollo de una sociedad.

4.4. Recomendaciones

- Para la implementación de las nuevas tendencias de alojamiento, es indispensable el apoyo de las entidades reguladoras, tomando en cuenta que es necesaria una infraestructura, principalmente enfocada a la organización estructural, es decir que las entidades reguladoras tienen la obligación de dotar de servicios necesarios que los establecimientos de alojamiento requieren para su funcionamiento. Sin embargo, también es importante que la empresa y la comunidad trabajen conjuntamente con los entes reguladores, ya que al tener un trabajo conjunto el desarrollo local sería mucho más acelerado y eficiente.
- La ejecución del presente proyecto es una vía rentable para el desarrollo local, en base a las propuestas y estrategias planteadas en el mismo, debido a que en la actualidad el turismo se encuentra en auge y durante toda la investigación se ha logrado determinar que el cantón San Miguel de Urcuquí tiene potencial que se puede aprovechar.
- El aprovechamiento de los recursos turísticos que tiene el cantón San Miguel de Urcuquí se lo debe realizar de manera consciente, ya que al sobre explotar estos recursos se puede tener un impacto ambiental que haría perder el valor que tiene el cantón.
- Incrementar el apoyo hacia el sector turístico, a través de campañas publicitarias que permitan dar a conocer el cantón San Miguel de Urcuquí, a su vez, es importante mencionar que de manera complementaria las normativas y leyes deben ir de la mano con el enfoque turístico que se dará al cantón, tomando en cuenta que deberán ser cumplidas rigurosamente, y de manera constante se deberá realizar controles a los mismos.

- La planta turística que se encuentra actualmente en el cantón San Miguel de Urcuquí brinda el servicio tradicional de alojamiento, en donde es necesario darles un enfoque diferente a los establecimientos ya que de ese modo los turistas ganarán mayor interés para visitar el cantón.
- Realizar planes de marketing para cada una de las nuevas tendencias de alojamiento lo que permitirá enfocarse en los nichos de mercado que posiblemente deseen asistir a estos alojamientos, tomando como base los perfiles de los turistas que se determinaron en el presente proyecto.
- Dar prioridad a las innovaciones en todo el campo turístico, ya que es el principal factor que ha permitido el desarrollo local en diferentes partes del mundo, mismo que requiere convenios donde actúe la empresa privada y de manera articulada intervenga el sector público, sin olvidarse de la comunidad es el principal beneficiario.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, S. (31 de Mayo de 2017). *Diez glamping de lujo en el mundo*. Obtenido de Viajar:

<https://viajar.elperiodico.com/planes/diez-glamping-lujo-mundo?foto=1#galeria-22317-1406290>

Aguirre, S. (Abril de 2013). *Perfil y hábitos de consumo del huésped*. Obtenido de Universidad

Autónoma del Estado de México: <https://es.slideshare.net/naranjarosada/investigacion-de-mercados-45291933>

Asclepios. (2019). *Asclepios*. Obtenido de <https://www.asclepioscr.com/en/>

Beni, M. C. (2001). Dimension y dinamica del SISTUR . En Beni. Brasil : ECA/UPS.

Boscoboinik, A. (Septiembre de 2014). *Glamping: Un nuevo concepto de Turismo Rural*.

Obtenido de Academia:

https://www.academia.edu/9636159/Glamping_un_nuevo_concepto_de_turismo_rural

Chuquin, W. (12 de Noviembre de 2019). Turismo en Urcuqui. (D. V. Lucia Vega, Entrevistador)

Cocha, R. (13 de Enero de 2017). *Ecohoteles, una buena alternativa para cuidar el planeta*.

Obtenido de Emol:

<https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2017/01/13/840002/Ecohoteles-una-buena-alternativa-para-cuidar-el-planeta.html>

Compañía Nielsen. (2015). Estilos de vida: Generaciones. *Nielsen*, 1 - 17.

EcuRed. (8 de Abril de 2015). *EcuRed*. Obtenido de Hotel ecológico:

https://www.ecured.cu/Hotel_ecol%C3%B3gico

Escuela de Organización Internacional. (2015). *Ministerio de Industria, energía y turismo*.

Obtenido de Sectores de la nueva economía 2020:

<https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/EOI-Innovacion-Turistica-2015.pdf>

Federación de enseñanza Andalucía. (2010). Ecohotels: Una apuesta de sostenibilidad para el

siglo XXI. *Temas para la Educación*, 1-15. Obtenido de

<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7349.pdf>

GAD San Miguel de Urququí. (2019). *GAD San Miguel de Urququí*. Obtenido de Ubicación

geográfica:

http://www.urcuqui.gob.ec/munurcuqui/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=234

GAD Urququí. (Noviembre de 2014). *GAD Municipal Urququí*. Obtenido de Plan de

Ordenamiento Territorial 2014-2025: [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1060000770001Diagnostico_15-11-2014.pdf)

[link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1060000770001Diagnostico_15-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1060000770001Diagnostico_15-11-2014.pdf)

GAD Urququí. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Urququí: GAD Urququí.

Obtenido de

https://drive.google.com/file/d/16Fe3WXt8Un1oLzJLoV3KUz40Ne59P_N6/view

García, F. (Octubre de 2012). *Innovación*. Obtenido de Acofi: https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Hosteltur. (2012). *Glosario de términos hoteleros y turísticos*. Obtenido de Hosteltur: <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>

Hotel Gen Wellness y Spa. (2017). *Mindful Travel* . Obtenido de <http://hotel-gem-wellness-spa.hotels-lloret-de-mar.com/es/>

INEC. (2014). *Población por cantones de cada provincia*. Quito: INEC.

MASSHOTEL. (22 de Agosto de 2019). *MASSHOTEL*. Obtenido de <https://www.masshotelservice.com/los-servicios-wellness-ofrecidos-hoteles-vez-mas-valorados/>

Ministerio de Turismo . (18 de Septiembre de 2018). *Noticias* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-is-wellness-se-presento-en-termatalia-2018/>

Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2015). *Resultado del 2015*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>

Ministerio de Turismo Ecuador . (2019). *Catastro Imbabura* . Quito : Mintur .

Ministerio de Turismo Ecuador . (20 de Noviembre de 2019). *Porta de servicios MINTUR*.

Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>

MINTUR. (2015). *Anuario de Estadísticas Turísticas*. Quito: Ministerio de Turismo.

Natura Vive . (2018). *Natura Vive*. Obtenido de Skylodge Adventure Suites :

<https://naturavive.com/web/es/skylodge-adventure-suites/>

Organización Mundial de Turismo. (Julio de 2011). *Para conocer las últimas tendencias de turismo*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-10-16/la-organizacion-mundial-del-turismo-lidera-unos-debates-esenciales-sobre-la>

Pérez, A. (2015). *Universidad de Valencia* . Obtenido de La innovacion en las empresas turisticas y las necesidades de formación: <https://www.uv.es/~sancho/nt1.pdf>

Puij, A. (2006). *Los nuevos negocios turisticos*. Buenos Aires : Valletta Ediciones.

Secretaria de Estado de Turismo-España. (2013). *Turismo de Salud en España*. Madrid: Auren.

Suñol, S. (Junio de 2016). *Aspectos teóricos de la competitividad*. Obtenido de Redaluc:

<https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Termas Chachimbiro. (2019). *Fuentes de Vida*. Obtenido de Termas Chachimbiro.

Termas de Papallacta. (2018). *Termas de Papallacta*. Obtenido de

<https://www.termaspapallacta.com>

Tren Ecuador. (2015). *Tren de la Libertad*. Obtenido de Tren Ecuador:

<http://trenecuador.com/es/expediciones/tren-de-la-libertad-i/>

Universidad Rovira I Virgili . (2014). *Periferias, fronteras y dialogos* . Tarragona: Publicaciones URV.

Valenzuela, A. (13 de Agosto de 2015). *Los 4 mejores ecohoteles en el mundo*. Obtenido de

Cardboard: <https://cardboard.es/los-4-ecohoteles-del-mundo-en-los-que-te-perderias/>

Yachay Tech. (2014). *Descripción y Valores*. Obtenido de Yachay Tech:

<https://www.yachaytech.edu.ec/acerca-de/quienes-somos/>

ANEXOS