

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

EXTENSIÓN – LATACUNGA



CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA: “INVESTIGACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA ENTRADA SUR AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA COMERCIAL**

ELABORADO POR:

GLADYS PAULINA IZA TIPÁN

Latacunga, Febrero 2012

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Srta. Gladys Paulina Iza Tipán bajo nuestra supervisión.

ING. GEOVANY ACOSTA
DIRECTOR DE PROYECTO

ING. LUIS LEMA
CODIRECTOR DE PROYECTO

ING. XAVIER FABARA
DIRECTOR DE CARRERA

DR. RODRIGO VACA
SECRETARIO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, GLADYS PAULINA IZA TIPAN

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“INVESTIGACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA ENTRADA SUR AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, 2 de Febrero del 2012.

GLADYS PAULINA IZA TIPAN

C. C. No.- 050286255-0

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

ING. GEOVANY ACOSTA (DIRECTOR)

ING. LUIS LEMA (CODIRECTOR)

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado “**INVESTIGACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA ENTRADA SUR AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI**”, realizado por la Señorita: **GLADYS PAULINA IZA TIPAN** ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, **SI** recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de UN empastado y UN disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat. Autorizan a la Señorita: **GLADYS PAULINA IZA TIPAN** que lo entregue al Ing. Xavier Fabara, en su calidad de Director de Carrera.

Latacunga, 2 de Febrero del 2012.

Ing. Geovanny Acosta
DIRECTOR

Ing. Luis Lema
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

YO, GLADYS PAULINA IZA TIPAN

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **“INVESTIGACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA ENTRADA SUR AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”** cuyo contenido, ideas y criterios es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, 2 de Febrero del 2012.

GLADYS PAULINA IZA TIPAN

C. C. No.- 050286255-0

AGRADECIMIENTO

Haber culminado con profunda satisfacción el ciclo universitario, como antesala a mi desarrollo profesional, es el resultado de muchos factores y aspectos que han contribuido para alcanzar una formación integral en mi vida.

Es por ello que quiero agradecer y dedicar este éxito:

Al Ingeniero Geovany Acosta, Director de Tesis y al Ingeniero Luis Lema Codirector, por su confianza, afecto y amistad durante el desarrollo de la tesis, quienes aportaron con valiosas sugerencias, convirtiéndose así los dos en mi mentor al compartir sus conocimientos y experiencias a favor del presente proyecto.

A la Escuela Politécnica Del Ejército, que abrió sus puertas para instruirme con una educación de alta calidad y a todos los profesores quienes periodo a periodo han dado lo mejor de sí para que enriquezca mis conocimientos, y llegar a ser una excelente profesional.

A mi familia, por el apoyo brindado durante todo este proceso, por sus consejos y motivaciones que han contribuido a mi realización profesional

A mis compañeros y amigos que durante estos años me han mostrado su apoyo incondicional en todo ámbito

Gladicita

DEDICATORIA

A Dios porque hiciste realidad este sueño. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

Gracias por poner en mi camino personas tan especiales que me brindaron su cariño, amistad, apoyo, ánimo y compañía, algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón.

A Luz América mi Madre por ser pilar indispensable e insustituible. Gracias por tus consejos, por el amor que siempre me has brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad.

¡Gracias por darme la vida!... ¡Te quiero mucho!...

A Nicolás mi Padre a quien le debo todo, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo incondicional que me brindó para culminar mi carrera profesional y a mi hermano Fernando por el ejemplo que me ha dado durante todo el tiempo para llegar a ser una excelente profesional, por esta razón estoy segura que este es mi primer paso para una vida llena de éxitos y triunfos dedicados a ellos, mi familia.

Gladicita

INDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
CERTIFICADO.....	iv
AUTORIZACIÓN	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
INDICE.....	viii
INDICE DE TABLAS	xvi
INDICE DE TABLAS Y GRAFISMOS.....	xx
INDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE FOTOS	xxv
ÍNDICE DE ANEXOS	xxvi
RESUMEN	- 1 -
PRESENTACIÓN	- 3 -
INTRODUCCIÓN	- 4 -
JUSTIFICACIÓN	- 6 -
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS	- 7 -
GENERAL.....	- 7 -
ESPECÍFICOS.....	- 7 -
CAPÍTULO I.....	- 8 -
1 ANÁLISIS DE LA EMPRESA (PEST)	- 8 -
1.1 MICROAMBIENTE	- 8 -
1.1.1 Clientes	- 8 -

1.1.2	Proveedores	- 9 -
1.1.3	Intermediarios.....	- 9 -
1.1.4	Competencia	- 10 -
1.1.4.1	Competencia Directa	- 10 -
1.1.4.2	Competencia Indirecta	- 11 -
1.2	MEDIO INTERNO	- 11 -
1.2.1	Estructura Organizacional.....	- 12 -
1.2.1.1	Organigrama Estructural y Funcional	- 12 -
1.2.1.1.1	Área Administrativa.....	- 12 -
1.2.1.2	Área De Servicios.....	- 13 -
1.2.2	Matriz de Involucrados.....	- 14 -
1.3	MEDIO EXTERNO	- 15 -
1.3.1	MACROAMBIENTE	- 15 -
1.3.1.1	Ambiente Demográfico de la Provincia de Cotopaxi.....	- 16 -
1.3.1.2	Ambiente Económico	- 21 -
1.3.1.3	PIB.....	- 23 -
1.3.1.4	Inflación	- 24 -
1.3.1.5	Tasa de Interés	- 29 -
1.3.1.5.1	Tasa de Interés Activa.....	- 30 -
1.3.1.6	Riesgo País	- 32 -
1.3.1.7	Desempleo y subempleo	- 33 -
1.3.1.8	Ambiente Político Legal	- 36 -
1.3.1.8.1	Organización Jurídica Legal.....	- 36 -
1.3.1.9	Ambiente Cultural	- 37 -
1.3.1.9.1	Potencial turístico y cultura de la Parroquia de San Juan de Pastocalle.....	- 37 -

1.3.1.9.2	Cultura de la comunidad de Santa Rita	- 38 -
1.3.1.10	Ambiente Tecnológico.....	- 39 -
1.3.1.10.1	Tecnología Dura	- 39 -
1.3.1.11	Ambiente Natural.....	- 41 -
1.3.1.12	Ambiente turístico.....	- 42 -
1.3.1.12.1	Turismo Externo	- 43 -
1.3.1.12.2	Turismo Interno.....	- 48 -
1.3.1.12.3	Turismo Emisor	- 50 -
1.3.1.13	Punto focal turístico	- 51 -
1.3.1.13.1	Parque Nacional Cotopaxi.....	- 51 -
1.3.1.13.1.1	Oferta Turística en el Parque Nacional Cotopaxi.	- 52 -
1.3.1.13.2	Volcán Cotopaxi	- 53 -
1.3.1.13.3	Volcán Rumiñahui.-	- 54 -
1.3.1.13.4	Lagunas	- 55 -
1.3.1.13.4.1	Laguna de Limpiopungo:	- 55 -
1.3.1.13.4.2	Laguna de Santo Domingo:.....	- 56 -
1.3.1.13.4.3	Lagunas de Cajas:.....	- 57 -
1.3.1.13.4.4	Manantial (laguna de los patos):	- 57 -
1.3.1.13.4.5	Cueva de los búhos.-	- 57 -
1.3.1.13.4.6	Arqueología.-	- 58 -
1.3.1.13.4.7	Centro de Interpretación.-.....	- 59 -
1.3.1.13.4.8	Refugio José Ribas.-.....	- 60 -
1.3.1.13.4.9	Refugio Cara Sur.-	- 60 -
1.3.1.13.4.10	Albergue Tambopaxi.-	- 61 -
1.4	ANÁLISIS FODA	- 63 -
CAPÍTULO II.....		- 72 -
2 ESTUDIO DE MERCADO		- 78 -
2.1	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	- 78 -
2.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	- 87 -
2.2.1	DEMANDA EXTERNA.....	- 87 -

2.2.2	DEMANDA INTERNA.....	- 90 -
2.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	- 93 -
2.3.1	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	- 93 -
2.3.2	ESTRUCTURA DE LA MUESTRA.....	- 94 -
2.3.3	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	- 94 -
2.3.4	COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA.....	- 95 -
2.3.5	MODELO DE LA ENCUESTA.....	- 96 -
2.4	PRUEBA PILOTO.....	- 97 -
2.5	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	- 97 -
2.5.1	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA TURISTA – NACIONAL.....	- 98 -
2.5.1.1.	Demografía del turista nacional.....	- 98 -
2.5.1.1.1	Edad.....	- 98 -
2.5.1.1.2	Género.....	- 99 -
2.5.1.1.3	¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad.....	- 100 -
2.5.2	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA TURISTA – EXTRANJERO.....	- 116 -
2.5.2.1	Demografía del turista extranjero.....	- 116 -
2.5.2.1.1	Edad.....	- 116 -
2.5.2.1.2	Género.....	- 117 -
2.5.2.1.3	¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad.....	- 118 -
2.5.3	PERFIL DEL TURISTA NACIONAL.....	- 135 -
2.5.4	PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO.....	- 135 -
2.5.5	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	- 138 -
2.6	PROYECCION DE LA OFERTA.....	- 141 -
2.6.1	Para realizar la estimación de la oferta futura que tendrá la Hostería a implementarse se considerara las siguientes características:.....	- 141 -
2.7	ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	- 142 -

2.7.1	PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO	- 142 -
CAPÍTULO III.....		- 144 -
3 PROPUESTA TÉCNICA		- 144 -
3.1	Estrategias de la empresa.....	- 144 -
3.1.1	Producto:	- 146 -
3.1.1.1	Estrategia N° 1: Desarrollo	- 146 -
3.1.1.2	Actividad N° 1: Categorización y tipología.....	- 146 -
3.1.1.3	Servicios que la Hostería ofertará:	- 149 -
3.1.1.4	Estrategia N° 2: Ofrecer paquetes turísticos	- 153 -
3.1.1.5	Actividad N° 2: Tour Volcán Cotopaxi	- 153 -
3.1.2	Precio.....	- 155 -
3.1.2.1	Estrategia N° 1: Definir los precios.....	- 155 -
3.1.2.2	Actividad N° 1: Propuesta del método de fijación de precios	- 155 -
3.1.2.3	Estrategia N° 2: Impulsar los precios mediante la oferta de paquetes turísticos.....	- 162 -
3.1.2.4	Actividad N° 2: Paquetes promocionales o descuentos	- 162 -
3.1.3	Plaza.....	- 164 -
3.1.3.1	Estrategia N° 1: Establecer vínculo	- 165 -
3.1.3.2	Actividades N° 1: Para establecer un vínculo en el mercado	- 165 -
3.1.3.3	Estrategia N° 2: Establecer planes	- 169 -
3.1.3.4	Actividad N° 2: La Hostería ofrece	- 169 -
3.1.4	Promoción:.....	- 170 -
3.1.4.1	Estrategia N° 1: Diseño de imagen.....	- 171 -
3.1.4.2	Actividad N° 1: Diseño de logotipo	- 171 -
3.1.4.3	Estrategia N° 1: Determinar los incentivos promocionales para el corto, mediano y largo plazo.	- 176 -
3.1.4.4	Actividad N° 2: Mantener una participación creciente en el mercado,.....	- 176 -

3.1.4.5	Estrategia N° 3: Mecanismos	- 178 -
3.1.4.6	Actividad N° 3: Mecanismos y elementos	- 179 -
3.1.5	Personas.....	- 186 -
3.1.5.1	Estrategia N° 1: Parámetros técnicos.....	- 186 -
3.1.5.2	Actividad N° 1: Mejor manejo	- 187 -
3.1.6	Proceso	- 203 -
3.1.6.1	Estrategia N° 1: Diagrama de flujo	- 203 -
3.1.6.2	Actividad N° 1: Elaboración de diagramas de flujos	- 203 -
3.1.7	Evidencia física	- 217 -
3.1.7.1	Estrategia N° 1: Diseños arquitectónicos	- 217 -
3.1.7.2	Actividad N° 1: Evidencia física	- 217 -
3.1.7.3	Estrategia N° 2: Rutas.....	- 231 -
3.1.7.4	Actividad N° 2: Rutas y mapas	- 231 -
3.1.8	Innovación	- 236 -
3.1.8.1	Estrategia N° 1: Parámetros	- 236 -
3.1.8.2	Actividad N° 1: Fomentar el desarrollo	- 236 -
3.2	ESTUDIO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	- 238 -
3.2.1	Tipo De Sociedad.....	- 238 -
3.2.2	Nombre Comercial	- 240 -
3.2.2.1	Participación Social.....	- 241 -
3.2.2.2	Órganos Administrativos	- 241 -
3.2.3	Direccionamiento Estratégico.....	- 241 -
3.2.3.1	Visión	- 241 -
3.2.3.2	Misión.....	- 243 -
3.3	VALORES CORPORATIVOS.....	- 244 -

3.4	OBJETIVOS EMPRESARIALES	- 245 -
3.4.1	Objetivos De La Hostería Llamahuasi Lodge	- 245 -
3.4.1.1	Objetivo General	- 246 -
3.4.1.2	Objetivos Específicos Administrativos y Financieros.....	- 246 -
3.4.1.3	Objetivos Específicos Recurso Humano.....	- 246 -
3.4.2	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	- 247 -
3.4.2.1	Estrategias de los Objetivos Administrativos y Financieros.....	- 247 -
3.4.2.2	Estrategias de los Objetivos del Recurso Humano	- 248 -
3.5	POLÍTICAS.....	- 249 -
3.5.1	Políticas para el Personal	- 249 -
3.5.1.1	Políticas para el Huésped.....	- 250 -
3.5.1.2	Políticas de conservación del Medio Ambiente	- 250 -
3.6	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	- 250 -
3.6.1	ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.	- 251 -
3.6.2	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	- 254 -
3.6.3	DIAGRAMA DE PROCESOS	- 255 -
3.7	PARTE LEGAL	- 255 -
3.7.1	Procedimiento y documentación que se requiere para establecer la compañía. .	- 256 -
3.8	PLAN DE INVERSIONES	- 263 -
3.8.1	Inversión en constitución.....	- 264 -
3.8.2	Área: Recepción	- 265 -
3.8.3	Área: Habitación.....	- 267 -
3.8.4	Área: Sala	- 270 -
3.8.5	Área: Cocina.....	- 272 -
3.8.6	Área: Comedor	- 278 -

3.8.7	Área: PIC- NIC.....	- 279 -
3.8.8	Área: Jardines.....	- 280 -
3.8.9	Área: Pila.....	- 281 -
3.8.10	Área: Parqueadero	- 281 -
3.8.11	Área: Pasillos.....	- 282 -
3.8.12	Área: Operación Turística	- 283 -
3.9	Capacitación e implementación de procesos para la gestión del recurso humano (empresas)	- 285 -
3.10	Determinación de necesidades de mano de obra para las diferentes etapas del proceso. .	- 285 -
3.10.1	Descripción de Insumos y Servicios.....	- 287 -
	CAPÍTULO IV.....	- 290 -
	4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 290 -
4.1	Conclusiones.....	- 290 -
4.2	RECOMENDACIONES.....	- 292 -
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	- 294 -
	DIRECCIONES EN INTERNET	- 295 -
	DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS.....	- 296 -
	GLOSARIO	- 297 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1.1 PROVEEDORES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HOSTERÍA.....	- 9 -
Tabla Nº 1.2 LISTA DE LA COMPETENCIA DIRECTA, CANTONES LATACUNGA- MEJÍA, 2011 ...	- 10 -
Tabla Nº 1.3 LISTA DE LA COMPETENCIA INDIRECTA, CANTÓN LATACUNGA- MEJÍA, 2011	- 11 -
Tabla Nº 1.4 MATRIZ DE INVOLUCRADOS.....	- 15 -
Tabla Nº 1.5 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN REGIONES, PROVINCIAS.....	- 18 -
Tabla Nº 1.6 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA URBANA	- 19 -
Tabla Nº 1.7 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA RURAL.....	- 20 -
Tabla Nº 1.8 INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y SUS VARIACIONES.....	- 25 -
Tabla Nº 1.9 TECNOLOGÍA DURA QUE REQUIERE LA HOSTERÍA PARA SU IMPLEMENTACIÓN	- 40 -
Tabla Nº 1.10 FLUJO DE TURISTAS AL PAIS AÑOS 2009 -2010	- 44 -
Tabla Nº 1.11 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE.	- 64 -
Tabla Nº 1.12 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO. ...	- 65 -
Tabla Nº 1.13 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.....	- 68 -
TABLA Nº 1.14 MATRIZ FODA.....	- 71 -
Tabla Nº 1.15 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL AMBIENTE INTERNO	- 73 -
TABLA Nº 1.16 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL AMBIENTE EXTERNO	- 74 -
CAPÍTULO II.....	- 78 -
Tabla Nº 2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DENTRO DE LÍMITES, PARQUE NACIONAL COTOPAXI	- 81 -
Tabla Nº 2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI.....	- 83 -
Tabla Nº 2.3 CUADRO DE SERVICIOS Y PRECIOS QUE OFERTAN DIFERENTES HOSTERÍAS DE ALEDAÑAS AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI	- 86 -

Tabla Nº 2.4 MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE DIRECCIÓN NACIONAL DE ÁREAS NATURALES Y VIDA SILVESTRE	- 92 -
Tabla Nº 2.5 AFLUENCIA TOTAL AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2010	- 94 -
Tabla Nº 2.6 COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA	- 96 -
Tabla 2.7 CARACTERISTICAS Y TENDENCIAS DEL CLIENTE- CONSUMIDOR	- 137 -
Tabla Nº 2.8 COMPETENCIA DIRECTA	- 141 -
Tabla Nº 2.9 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	- 142 -
CAPÍTULO III.....	- 144 -
Tabla Nº 3.1 CUADRO DE ESTRATEGIAS DE LAS 8 PS DEL MARKETING	- 145 -
Tabla Nº 3.2 PAQUETES TURISTICOS/ VISITA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI CARA NORTE Y SUR.....	- 154 -
Tabla Nº 3.3 COMPETENCIA DIRECTA-OPERADORAS DE TURISMO	- 156 -
Tabla Nº 3.4 VALOR PERCIBIDO EN EL MERCADO	- 156 -
Tabla Nº 3.5 LISTA DE PRECIOS POR HABITACIÓN- POR COMPETENCIA SEGÚN CATEGORIA.	- 157 -
Tabla Nº 3.6 LISTA DE PRECIOS PROMEDIOS DE HABITACIÓN SEGÚN CATEGORÍA. ...	- 158 -
Tabla Nº 3.7 LISTA DE PRECIOS DE RESTAURANTES SEGÚN CATEGORÍA.....	- 159 -
Tabla Nº 3.8 PRECIOS PROMEDIOS DEL RESTAURANTE PARA EL PROYECTO	- 160 -
Tabla Nº 3.9 PRECIOS PROMEDIOS PARA PAQUETES TURÍSTICOS PARA EL PROYECTO	- 160 -
Tabla Nº 3.10 PRECIOS DE VENTA PARA LOS SERVICIOS DE LA HOSTERÍA A IMPLEMENTARSE SEGÚN CATEGORÍA.	- 161 -
Tabla Nº 3.11 TOUR LAGUNA LIMPIOPUNGO	- 163 -
Tabla Nº 3.12 TOUR CUEVA DE LOS BÚHOS	- 163 -
TABLA Nº 3.13 OPCIONES PROMOCIONALES A OFERTAR POR LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.....	- 164 -
Tabla Nº 3.14 ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARÁ LA HOSTERÍA POR MEDIO DE OPERADORAS TURÍSTICAS.	- 166 -

Tabla Nº 3.15 ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARA LA HOSTERÍA POR MEDIO DE AGENCIAS	- 166 -
Tabla Nº 3.16 NOMENCLATURA CROMÁTICA	- 173 -
Tabla Nº 3.17 PICTOGRAFIA.....	- 175 -
Tabla Nº 3.18 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA RECEPCIONISTA.....	- 188 -
Tabla Nº 3.19 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA MESERO POLIVALENTE	- 190 -
Tabla Nº 3.20 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA CAMARERO DE PISOS	- 192 -
Tabla Nº 3.21 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO	- 195 -
Tabla Nº 3.22 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA COCINERO POLIVALENTE	- 197 -
Tabla Nº 3.23 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA GUÍA ESPECIALIZADO EN ÁREAS NATURALES-	200 -
Tabla Nº 3.24 SÍMBOLOS DIAGRAMAS DE PROCESOS	- 205 -
Tabla Nº 3.25 DIAGRAMA DE FLUJO DE RESERVA VÍA PÁGINA WEB.....	- 206 -
Tabla Nº 3.26 DIAGRAMA RESERVAS POR INTERMEDIARIO	- 207 -
Tabla Nº 3.27 DIAGRAMA DE FLUJO DE RECEPCIÓN.....	- 209 -
Tabla Nº 3.28 DIAGRAMA DE DESPEDIDA Y FACTURACIÓN	- 211 -
Tabla Nº 3.29 DIAGRAMA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.	- 212 -
Tabla Nº 3.30 DIAGRAMA DE CAMARERO DE PISOS.....	- 213 -
Tabla Nº 3.31 PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS RESTAURANTE.....	- 214 -
Tabla Nº 3.32 DIAGRAMA DEL PROCESO ADMINISTRADOR DE HOSTERÍA.....	- 215 -
Tabla Nº 3.33 DIAGRAMA DEL PROCESO DE PROMOCIÓN	- 216 -
Tabla Nº 3.34 RESUMEN DE REQUISITOS QUE TENDRÁ LA COMPAÑÍA	- 240 -
Tabla Nº 3.35 ELEMENTOS DE LA VISIÓN DE LA HOSTERÍA “LLAMAHUASI LODGE” ..	- 242 -
Tabla Nº 3.36 ELEMENTOS DE LA MISIÓN DE LA HOSTERÍA “LLAMAHUASI LODGE” .-	- 243 -
Tabla Nº 3.37 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	- 258 -
Tabla Nº 3.38 INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN PARA LA“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE-	- 264 -

Tabla Nº 3.39 REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES	- 265 -
Tabla Nº 3.40 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN.	- 266 -
Tabla Nº 3.41 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENSERES EN HABITACIONES.....	- 267 -
Tabla Nº 3.42 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS EN MENAJE	- 268 -
Tabla Nº 3.43 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS AREA SALA DE STAR	- 270 -
Tabla Nº 3.44 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS ÁREA SALA DE STAR CON CHIMENEA	- 271 -
Tabla Nº 3.45 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL AREA DE COCINA.	- 272 -
Tabla Nº 3.46 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN CUBERTERÍA Y LOZA.....	- 274 -
Tabla Nº 3.47 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN CRISTALERÍA	- 275 -
Tabla Nº 3.48 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN MENAJE.....	- 276 -
Tabla Nº 3.49 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA COMEDOR.....	- 278 -
Tabla Nº 3.50 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA PIC-NIC.....	- 279 -
Tabla Nº 3.51 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE JARDINES.....	- 280 -
Tabla Nº 3.52 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PILA.....	- 281 -
Tabla Nº 3.53 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA PARQUEADERO	- 281 -
Tabla Nº 3.54 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PASILLOS.....	- 282 -
Tabla Nº 3.55 REQUERIMIENTOS EN SEMOVIENTES	- 282 -
Tabla Nº 3.56 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA OPERACIÓN TURÍSTICA.....	- 283 -
Tabla Nº 3.57 REQUERIMIENTOS PLAN DE COMERCIALIZACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	- 284 -
Tabla Nº 3.58 CAPACITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO	- 285 -
Tabla Nº 3.59 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.....	- 286 -
Tabla Nº 3.60 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS MANO DE OBRA DIRECTA	- 286 -
Tabla Nº 3.61 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE SERVICIOS BÁSICOS.....	- 287 -
Tabla Nº 3.62 TOTAL EXISTENTE DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.....	- 288 -
Tabla Nº 3.63 TOTAL REQUERIMIENTOS DE LA HOSTERIA LLAMAHUASI LOGGE.....	-287-

INDICE DE TABLAS Y GRAFISMOS

CAPÍTULO I.....	- 8 -
Tabla y Grafismo Nº 1.1 INFLACIÓN MENSUAL	- 27 -
Tabla y Grafismo Nº 1.2 TASA DE INTERÉS ACTIVA.....	- 31 -
Tabla y Grafismo Nº 1.3 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR	- 43 -
Tabla y Grafismo Nº 1.4 ENTRADA Y SALIDA DE EXTRANJEROS SEGÚN MOTIVOS DE VIAJE AÑO 2010	- 45 -
Tabla y Grafismo Nº 1.5 ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN GRUPOS DE EDAD AÑO 2010-	46 -
CAPÍTULO II.....	- 72 -
Tabla y Grafismo Nº 2.1 Edad	- 98 -
Tabla y Grafismo Nº 2.2 Género	- 99 -
Tabla y Grafismo Nº 2.3 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad	- 100 -
Tabla y Grafismo Nº 2.4 ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi? .-	101 -
Tabla y Grafismo Nº 2.5 ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje	- 102 -
Tabla y Grafismo Nº 2.6 ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?	- 103 -
Tabla y Grafismo Nº 2.7 ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia?	- 104 -
Tabla y Grafismo Nº 2.8 ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?	- 105 -
Tabla y Grafismo Nº 2.9 ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?	- 106 -
Tabla y Grafismo Nº 2.10 ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	- 107 -

Tabla y Grafismo Nº 2.11 Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía? Mencione tres de acuerdo a su importancia	108 -
Tabla y Grafismo Nº 2.12 ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	109 -
Tabla y Grafismo Nº 2.13 ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?	110 -
Tabla y Grafismo Nº 2.14 ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?	111 -
Tabla y Grafismo Nº 2.15 ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?	112 -
Tabla y Grafismo Nº 2.16 ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?	113 -
Tabla y Grafismo Nº 2.17 ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	114 -
Tabla y Grafismo Nº 2.18 ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?	115 -
Tabla y Grafismo Nº 2.19 Edad	116 -
Tabla y Grafismo Nº 2.20 Género	117 -
Tabla y Grafismo Nº 2.21 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad ...	118 -
Tabla Y Grafismo Nº 2.22 ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi? -	120 -
Tabla y Grafismo Nº 2.23 ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje	121 -
Tabla y Grafismo Nº 2.24 ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?	122 -
Tabla y Grafismo Nº 2.25 ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia	123 -
Tabla y Grafismo Nº 2.26 ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?	124 -

Tabla y Grafismo Nº 2.27 ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?	- 125 -
Tabla y Grafismo Nº 2.28 ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	- 126 -
Tabla y Grafismo Nº 2.29 Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía?	- 127 -
Tabla y Grafismo Nº 2.30 ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	- 128 -
Tabla y Grafismo Nº 2.31 ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?	- 129 -
Tabla y Grafismo Nº 2.32 ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?	- 130 -
Tabla y Grafismo Nº 2.33 ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?	- 131 -
Tabla y Grafismo Nº 2.34 ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?	- 132 -
Tabla y Grafismo Nº 2.35 ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?	- 133 -
Tabla y Grafismo Nº 2.36 ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?	- 134 -
Tabla y Grafismo Nº 2.37 AFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2005-2010	- 139 -
Tabla y Grafismo Nº 2.38 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	- 140 -
Tabla y Grafismo Nº 2.39 CAPACIDAD UTILIZADA EN RELACIÓN DE LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO.	- 143 -

INDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I.....	- 1 -
Gráfico N° 1.1 DATOS GEOGRAFICOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI	- 16 -
Gráfico N° 1.2 ESCUDO Y BANDERA DEL CANTÓN LATACUNGA	- 17 -
Gráfico N° 1.3 INGRESOS DE DIVISAS (EN MILLONES DE DÓLARES) POR TURISMO AL ECUADOR AÑOS 2004 – 2009	- 22 -
Gráfico N° 1.4 VARIACIÓN DEL PIB EN MILLONES USD Y %.....	- 23 -
Gráfico N° 1.5 EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN ANUAL	- 26 -
Gráfico N° 1.6 INFLACIÓN MENSUAL POR DIVISIÓN DE ARTÍCULOS OCTUBRE 2011 ..	- 28 -
Gráfico N° 1.7 APORTE A LA INFLACIÓN MENSUAL POR DIVISIONES DE ARTÍCULOS OCTUBRE 2011.....	- 29 -
Gráfico N° 1. 8 RIESGO PAIS ABRIL 2011	- 32 -
Gráfico N° 1.9 TASA DE OCUPACIÓN PLENA, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO NACIONAL (PORCENTAJE) JULIO DEL 2010 A SEPTIEMBRE DEL 2011	- 34 -
Gráfico N° 1.10 LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS MÁS COMERCIALIZADOS A NIVEL GLOBAL POR OPERADORAS QUE VENDEN ECUADOR EN EL MUNDO AÑO 2010	- 47 -
Gráfico N° 1.11 ESTRUCTURA DEL CONSUMO TURISTICO INTERNO AÑO 2010	- 49 -
Gráfico N° 1.12 PREFERENCIAS DE ACTIVIDAD DE VISITANTES INTERNOS AÑO 2010..	- 50 -
Gráfico N° 1.13 VOLCÁN COTOPAXI.....	- 53 -
Gráfico N° 1.14 VOLCÁN RUMIÑAHUI.....	- 54 -
Gráfico N° 1.15 LAGUNA LIMPIOPUNGO.....	- 56 -
Gráfico N° 1.16 LAGUNA LIMPIOPUNGO.....	- 56 -
Gráfico N° 1.17 CUEVA DE LOS BÚHOS	- 57 -
Gráfico N° 1.18 RUINAS EL SALITRE.....	- 58 -
Gráfico N° 1.19 CENTRO DE INTERPRETACIÓN	- 59 -
Gráfico N° 1.20 REFUGIO JOSÉ RIBAS.....	- 60 -
Gráfico N° 1.21 ALBERGUE CARA SUR DEL VOLCAN COTOPAXI	- 61 -

Gráfico N° 1.22 ALBERGUE TAMBOPAXI	- 62 -
Gráfico N° 1.23 FODA.....	- 63 -
CAPÍTULO III.....	- 144 -
Gráfico 3.1 MAPA DE LOCALIZACION DE LA HOSTERIA.....	- 176 -
Gráfico 3.2 DISEÑO DEL LOGOTIPO PARA LA HOSTERÍA	- 253 -
Gráfico N° 3.3 BLOG DE LA HOSTERIA LLAMAHUASI LODGE.....	- 254 -
Gráfico N° 3.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	- 252 -
Gráfico N° 3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA “LLAMAHUASI LODGE”	- 252 -

ÍNDICE DE FOTOS

CAPÍTULO III.....	- 144 -
Foto N° 3.1 PLATOS QUE OFERTA LA HOSTERIA.....	- 151 -
Foto N° 3.2 SEÑALÉTICA DE PUERTA PRINCIPAL.....	- 218 -
Foto N° 3.3 SEÑALÉTICA DE LAS PUERTAS DE LAS HABITACIONES	- 219 -
Foto N° 3.4 HABITACIÓN DEL LA HOSTERÍA.	- 221 -
Foto N° 3.5 PINTURA DE TIGUA EN CUERO DE BORREGO.....	- 222 -
Foto N° 3.6 LÁMPARA COLONIAL.....	- 222 -
Foto N° 3.7 DECORACIÓN FLORAL	- 223 -
Foto N° 3.8 CAFETERÍA	- 224 -
Foto N° 3.9 PINTURA DE TIGUA (CULTURA PANZALEO) EN CUERO DE BORREGO	- 224 -
Foto N° 3.10 PASILLOS DE LA HOSTERÍA.	- 225 -
Foto N° 3.11 RECEPCIÓN DE LA HOSTERÍA.	- 226 -
Foto N° 3.12 VENTA DE ARTESANIAS	- 226 -
Foto N° 3.13 SALA DE STAR	- 227 -
Foto N° 3.14 SALA DE STAR PRINCIPAL	- 228 -
Foto N° 3.15 PINTURA DE TIGUA EN CUERO DE BORREGO - VOLCÁN COTOPAXI.....	- 229 -
Foto N° 3.16 ÁREA DE PIC-NIC	- 230 -
Foto N° 3.17 MAPA TURÍSTICO PARQUE NACIONAL COTOPAXI	- 231 -
Foto N° 3.18 RUTA COTOPAXI CARA SUR	- 232 -
Foto N° 3.19 RUTA COTOPAXI CARA NORTE	- 233 -
Foto N° 3.20 SENDERO NATURAL LAGUNA LIMPIOPUNGO	- 234 -
Foto N° 3.21 SENDERO CUEVA DE LOS BÚHOS.....	- 235 -

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA TURISTA NACIONAL.....	- 301 -
ANEXO 2 SURVEY FOR TOURISTS FOREIGNERS.....	- 303 -
ANEXO 3 CATASTROS MUNICIPALES DEL CANTON LATACUNGA.....	- 305 -
ANEXO 4 CATASTROS MUNICIPALES DEL CANTON MEJIA.....	- 308 -
ANEXO 5 VISTA HOSTERIA LLAMAHUASI LODGE.....	- 309 -
ANEXO 6 OFERTA TURISTICA DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI.....	- 310 -
ANEXO 7 REQUISITOS DE CONSTITUCION.....	- 317 -
ANEXO 8 PERMISOS SANITARIOS.....	- 318 -

RESUMEN

Actualmente el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países, en Ecuador es la sexta fuente de ingreso de divisas en la balanza de bienes y servicios, superada únicamente por el petróleo, el banano, elaborados del petróleo, manufacturas de metales y los productos marítimos. Y uno de los lugares y segundo de los más visitados por el turista donde existe una combinación de las características ambientales de la región andina; con diversidad de flora y fauna, se encuentra el Parque Nacional Cotopaxi ubicado en las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo.

Siendo este una oportunidad para el presente proyecto denominado **“ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA ENTRADA SUR AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI”** en el cual se determinará el direccionamiento estratégico bajo el concepto de Hotelería a través del análisis de las 8 PS del Marketing, misma que se encuentra ubicada en las faldas de la entrada Sur al Parque Nacional Cotopaxi, nacerá como una empresa ecuatoriana con el propósito de proporcionar servicio de alojamiento, restaurante y actividades recreativas, para satisfacer necesidades y expectativas del turismo interno y externo; descubrir un espacio donde se muestre una riqueza de flora y fauna, en un entorno natural y único como es la familia Llamahuasi Lodge de manera que, al saber cuáles son los gustos, preferencias y expectativas de los clientes, se podrá ofertar un servicio turístico a un precio justo, precios que se determinaron a través del estudio de mercado.

SUMMARY

Nowadays the touristic sector is one of the most important economic activities in many countries, in Ecuador it is the sixth source of foreign currency income in the balance of goods and services, overcome only by the petroleum, the banana, petroleum derivatives, metal manufacturing, and the maritime products. And one of the places and second more visited by the tourist, where exists a combination of the environmental characteristics of the Andean region; with diversity of flora and fauna, is the Cotopaxi National Park located in the provinces of Pichincha, Cotopaxi, and Napo.

Being this an opportunity for the present project called” **STUDY OF THE TOURISTIC MARKET AND IMPLEMENTATION OF A HOSTEL IN THE SOUTH ENTRANCE TO TNE COTOPAXI NATIONAL PARK**” in which will be determined the strategic direction under the concept of hostel through the analysis of the 8 PS of the marketing, which is located on the foothills of the south entrance to the Cotopaxi National Park, it will be born as an Ecuadorian enterprise with the aim of providing hosting service, restaurant and recreational activities, in order to satisfy necessities and expectations of the internal and external tourism; to discover an space, where a wealthy of flora and fauna are shown, in a natural and unique environment like the Llamahuasi Lodge family, therefore, knowing which are the likes, preferences, and expectations of the clients, a touristic service can be offered at a fair price, prices that were established through the market research, in which will be determined which one is the most probable estimation of the market behavior in the future.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto de tesis se ha dividido en 4 capítulos:

Capítulo 1. Trata sobre un análisis situacional de la Hostería, en base a factores que conforman el macroambiente y microambiente; un análisis del sector turístico, como: la ubicación del turismo en la economía del país, el análisis del turismo interno y externo, y la potencialidad turística del Parque Nacional Cotopaxi. Así como también la matriz FODA en la cual se determinara en que cuadrante se encuentra ubicado el direccionamiento interno y externo de la empresa.

Capítulo 2. Es una investigación de mercado, que se basó en encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros, a fin de determinar el perfil del cliente objetivo, la oferta y la demanda del proyecto.

Capítulo 3. Expone el direccionamiento estratégico de la empresa el cual se orienta a gestionar un servicio completo de Hostería, brindando al cliente un trato único, siendo innovadores, humanos y productivos, a través de la utilización de las 8 p de marketing de servicios, se traza una filosofía empresarial enmarcada sobre valores éticos y morales. Sobre este marco se edifica la misión y visión de la Hostería, objetivos, estrategias y metas a cumplir se realiza estrategias las mismas que permitirán el funcionamiento de la misma bajo un concepto Hotelero.

Capítulo 4. Se define las conclusiones del trabajo presentado y lo que el autor recomienda después de la investigación realizada.

INTRODUCCIÓN

La idea de crear una Hostería surge por una iniciativa de mi padre quien es un hombre humilde emprendedor y sobre todo líder en la comunidad de Santa Rita y viendo la necesidad de ofrecer a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar de los atractivos turísticos que posee el Parque Nacional Cotopaxi en un entorno de total contacto con la naturaleza, liberándose así de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad, decide la realización y construcción de la misma en marzo del 2005.

En la actualidad la empresa no cuenta con un lineamiento Hotelero por lo cual el propósito familiar es la implementación de la Hostería bajo un concepto turístico y Hotelero, para convertirse en uno de los lugares preferidos para el turista para recrearse en un entorno natural, placentero y especialmente familiar, cuyo atractivo y diferenciación con otras Hosterías es la interacción con su medio natural, la amabilidad de la comunidad de Santa Rita así como de quienes lo representan. Y siendo su ubicación un lugar natural como es la Provincia de Cotopaxi, que a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica.

El turismo como fuente económica y como valor cultural de fundamental importancia para la Provincia. Cotopaxi dispone de hermosos rincones naturales y otros creados para brindar comodidad al turista tales como: Parque Nacional Cotopaxi, Lagunas de Yambo y de Quilotoa, Tilipulo - Hacienda Monasterio, Casa de la cultura, Molino de Monserrate, Catedral e iglesias de Latacunga, Feria de Saquisilí, El Cerro Callo, Las Ruinas de Pachusala, El Tambo Mulaló, Los

helados típicos de Salcedo. Sus fiestas que lo celebran año tras año para fomentar la cultura ecuatoriano como: de los Danzantes con motivo del carnaval, Corpus Cristi. Pujilí, El Sacramental de la Mama Negra. ¹

La temperatura parcial oscila entre los 15°C. Y los 17°C. La temporada de invierno inicia en la costa por febrero para culminar en mayo. Mientras que en la sierra la temporada invernal no tiene fecha fija, pero la presencia de lluvias de noviembre a enero es notoria. Los fuertes vientos comienzan a partir de los meses de junio, julio y agosto. (Tomado de Honorable Consejo Provincial de Cotopaxi.)

Los recursos naturales en la Provincia de Cotopaxi son abundantes. La amplia gama de climas que posee ofrece diversidad de productos, los suelos son humíferos, calcáreos, arcillosos, la flora es rica. El árbol de molle es el símbolo de la provincia y existen variedades de cipreses, nogales, alisos, arrayanes. En la zona subtropical se explota el caucho, laurel, tagua, roble, guayacán.²

Los climas son muy diversos: un espectro amplio que va desde el cálido al gélido, así este último lo encontramos en las altas cumbres a los 4.500 metros sobre el nivel del mar, páramo en las altas mesetas, mesotérmico seco en los valles, mesotérmico húmedo y semihúmedo, y tropical monzón en las partes bajas y hacia la costa.

Consecuentemente la fascinante biodiversidad que presenta la Provincia de Cotopaxi, la ubicación de la Hostería es en la entrada principal al Parque Nacional Cotopaxi, km 44 de la autopista Panamericana Sur desde Quito a Latacunga en la Comunidad de Santa Rita y una de las características que destaca es la cercanía con las principales ciudades como: Quito, Latacunga. Principales Cantones como: Cantón Mejía, Cantón Latacunga y para una mejor estadía del turista dispone de servicios básicos como: agua, luz, y teléfono.

¹ http://www.franciscoulloa.com/IMGPORTALUTC/galeria/PROYECTOS_ES/PlanDesarrolloProvinciadeCotopaxi.pdf

² <http://www.explored.com.ec/ecuador/cotop.htm>

JUSTIFICACIÓN

El turismo en el Ecuador se encuentra en pleno desarrollo, y cuenta además con un gran número de atractivos que hace que el país sea cada año visitado por un número considerable de turistas nacionales y provenientes de todo el mundo. Dentro de estos atractivos turísticos, uno de los principales que el Ecuador posee es el del volcán Cotopaxi cuyo parque lleva su nombre, que a su vez está rodeado por estratos volcanes y es parte de un ecosistema único como es el páramo andino y es parte también de la Cordillera de los Andes. Por todas estas razones, una de las estrategias realizadas es la localización de la misma, siendo así una oportunidad para establecerse como un negocio turístico.

Cumpliendo con este apartado y la realización de una prueba piloto que se desarrolló en la materia de Diseño y Evaluación de Proyectos se vio la necesidad de la implementación de la hostería, y es en el año 2010 que se propone la implementación de estrategias turísticas el cual permita la administración bajo un parámetro hotelero. Cabe recalcar que en la actualidad la Hostería no cuenta con bases técnicas de funcionamiento legal para establecerse como una empresa turística, dispone de 11 habitaciones, 2 salas, jardines, áreas de camping, área para parqueo con infraestructura básica, implementación y adecuación tradicional en las instalaciones. Ofrece pequeños paquetes turísticos, transporte, alimentación y venta de artesanías de la comunidad de Santa Rita, precios que no están valorados en el mercado turístico ni en la competencia para establecerse como un precio real en el mercado turístico y hotelero, y siendo el manejo administrativo el de una casa tradicional funciona en la actualidad como una empresa familiar la cual busca introducirse en el mercado turístico y ser la primera opción del turista al momento de disfrutar de los diferentes atractivos que posee el Parque Nacional Cotopaxi.

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

GENERAL

Realizar un estudio de mercado que permita dar a conocer la implementación y operación de servicios turísticos bajo el concepto de Hostería en el Parque Nacional Cotopaxi.

ESPECÍFICOS

- ✚ Analizar los factores del entorno tales como los económicos, demográficos, político legal, sociocultural, tecnológico, ecológico, y de esta manera evaluar las oportunidades de negocio.
- ✚ Realizar un estudio de mercado para conocer las necesidades, dificultades, intereses y expectativas de los turistas nacionales y extranjeros en cuanto a los servicios de hospedaje y recreación.
- ✚ Identificar la oferta potencial de servicios y facilidades turísticas en el área de influencia en el Parque Nacional Cotopaxi.
- ✚ Determinar la demanda existente de flujos en el Parque Nacional Cotopaxi de la Provincia de Cotopaxi, como destino turístico local.
- ✚ Diseñar estrategias de mercado que permita comercializar e implementar actividades y servicios turísticos bajo el concepto de productos turísticos.

CAPÍTULO I

1 ANÁLISIS DE LA EMPRESA (PEST)

El análisis PEST permite identificar los diversos factores del entorno general que van a afectar directa e indirectamente a la empresa.

1.1 MICROAMBIENTE

El microentorno se concentra en los principales factores que son: Clientes, proveedores, competencia e intermediarios mismos que se detallan a continuación.

1.1.1 Clientes

Dentro de los clientes que pretende tener la Hostería para su mejor funcionamiento turístico están las siguientes:

Turistas Nacionales y Extranjeros.- Es una buena alternativa para disfrutar de la biodiversidad que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi y principalmente estar en total contacto con la naturaleza en un lugar acogedor como lo será la Hostería.

Empresas.- Podrán desarrollarse eventos académicos, sociales, culturales en un lugar amplio y cómodo para su mejor estadía dentro de las instalaciones que ofrecerá la Hostería, así como también la renta de equipos necesarios para las actividades a desarrollar.

Familias.- Se podrá desarrollar Festejos y reuniones sociales y se podrán hacer uso de las instalaciones que ofrecerá la Hostería

1.1.2 Proveedores

Listado de los principales proveedores que se utilizara durante la implementación y adecuación de las instalaciones durante la existencia de la Hostería para su mejor funcionamiento.

Tabla N° 1.1 PROVEEDORES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HOSTERÍA

LISTADO DE LOS PROVEEDORES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LLAMAHUASI LODGE		
N	EQUIPO	PROVEDOR
1	Material de Construcción	MAPEAGRE, Ferretería SANSUR
2	Suministros de oficina	Comercial San Remo
3	Muebles y enseres	Comercial Amazonas
4	Equipos de Computación	AJ Computación
5	Línea Blanca	La Ganga
6	Accesorios para limpieza	Familia Sancela
7	Productos de primera necesidad	Supermercado Marcís
8	Plantas ornamentales/nativas	Vivero Los Alisos
9	Mantelería, cobertores, cristalería.	Sra. Marcia Quintanilla Alarcón
10	Publicidad (gigantografías, trípticos, etc.)	Sr. Henry Cruz Morales, Sr. Marcelo Sandoval.

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

La Hostería cuenta con un sin número de proveedores sin embargo, una de las debilidades que se presentaría al implementarse la Hostería son los altos costos de instalación e infraestructura y gastos administrativos.

1.1.3 Intermediarios

La Hostería no cuenta con intermediarios definidos para la prestación de servicios.

1.1.4 Competencia

Es raro que una empresa permanezca sola al vender a un determinado mercado de clientes. Debe competir con un sinnúmero de competidores y debe identificarse, monitorearse y superar en estrategias a estos competidores, para capturar y mantener la lealtad del cliente.

Para identificar de una mejor manera la competencia de la Hostería se analiza de la siguiente manera

1.1.4.1 Competencia Directa

- ✓ Ubicación y radio de influencia que abarca el principal punto focal que es el Parque Nacional Cotopaxi y cuyo atractivo es el Volcán Cotopaxi.
- ✓ Tipología del Proyecto (infraestructura), Hosterías, haciendas, cabañas, que poseen características similares.

Tabla N° 1.2 LISTA DE LA COMPETENCIA DIRECTA, CANTONES LATACUNGA- MEJÍA, 2011

NOMBRE	UBICACIÓN
Hostería Cuello de Luna	Sector Chasqui- Barrio Boliche
Hostería Huagra Corral	Entrada al Parque Nacional Cotopaxi
Albergue de montaña Paja Blanca	A 11 Km del control sur del Parque Nacional Cotopaxi/Mulaló
Hostería San Agustín del Callo	Lasso- Barrio San Agustín del Callo
Tambopaxi	A 1 Km del control Norte del Parque Nacional Cotopaxi/Mulaló
Hacienda el Porvenir	Tierra del Volcán/tres haciendas que rodean al Volcán Cotopaxi

FUENTE: Catastros Turísticos del Cantón Latacunga y Cantón Mejía.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

1.1.4.2 Competencia Indirecta

Tipología del proyecto (infraestructura), hacienda, Hostería, cabaña.

Tabla N° 1.3 LISTA DE LA COMPETENCIA INDIRECTA, CANTÓN LATACUNGA- MEJÍA, 2011

NOMBRE	UBICACIÓN
Hostería La Ciénega	Lasso
Hacienda el Tambo	Parque Nacional Cotopaxi/ A 4 Km del control Norte
Refugio Chilcapamba	Barrio el Loreto de Pedregal
Hacienda Yanahurco	Sur este del volcán Cotopaxi, a 100 Km de Quito
Hacienda Santa Rita	De las cadenas del EMAP entre el Pedregal y Rumipamba
Pachamama	A 5 km de Machachi, Barrio Guitig Alto
Secret Garden	A 4 km de Y de Santa Ana de Pedregal

FUENTE: Catastros Turísticos del Cantón Latacunga y Cantón Mejía.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Existen hoteles y albergues de montaña que se encuentran en las faldas del volcán, mismas que no se encuentran registradas en los catastros Turísticos de los Cantones Mejía y Latacunga, constituyéndose una competencia informal.

1.2 MEDIO INTERNO

El análisis del medio interno tiene por objeto conocer las fortalezas debilidades y limitaciones que se suscita en toda la organización, por tanto es importante determinar los aspectos negativos y positivos con los que cuenta la Hostería a implementarse, por lo que se conocerá la estructura organizacional familiar y la matriz de involucrados.

1.2.1 Estructura Organizacional.

La estructura organizativa de la empresa es el conjunto de relaciones formales de trabajo que remiten a una función, rol o responsabilidad de las personas dentro de una entidad, habla el grado de división del trabajo que existe en la organización.³

1.2.1.1 Organigrama Estructural y Funcional

La Hostería no tiene una estructura organizacional, que detalle los espacios y niveles de la organización no cuenta con organigrama estructural ni funcional que pueda determinar las funciones de administración como son planificación, organización, dirección y control.

1.2.1.1.1 Área Administrativa

Esta área no existe ya que no se encuentra desarrollada una organización estructural formal, donde se detalla los procesos que deben desarrollarse en cada uno de los espacios, ni mucho menos un manual de funciones que detalle las tareas que se deben realizar las personas que se encuentren trabajando.

Todas las decisiones actuales las toma el emprendedor de la Hostería Segundo Nicolás Iza Taipe, quien autoriza las diferentes necesidades y proyectos que se presentan en el transcurso de la implementación. En la actualidad la Hostería se maneja a través del autofinanciamiento para cubrir las diferentes necesidades.

Es importante destacar que en la actualidad los miembros de la familia son quien administra la Hostería, a continuación se detallan las funciones que realizan los diferentes miembros:

³ Bowes, Lee. Recursos Humanos en la empresa, organización. Pág. 183.

Administrador.- Se encarga de:

- ✚ Realizar trámites legales.
- ✚ Realizar entrevistas previas al personal que va hacer contratado.
- ✚ Planificar los cronogramas de recepciones y eventos especiales.
- ✚ Cotizar insumos, instrumentos y equipos necesarios para el desenvolvimiento de la Hostería.
- ✚ Negociar condiciones de precios, descuentos y plazos con proveedores y clientes.
- ✚ Controlar y revisar los ingresos y egresos contables de la Hostería.

1.2.1.2 Área De Servicios

El administrador es quien se encarga del manejo del personal, designando multifunciones a cada uno de ellos.

El personal (personal de limpieza y ayudante de cocina) trabaja bajo un contrato temporal de seis meses.

A continuación se detallan las actuales funciones del personal operativo:

Ayudante de cocina.- Se encarga de:

- ✚ Preparar los alimentos para el menú del día.
- ✚ Servir el menú del día a los clientes.
- ✚ Servir los distintos platos del menú.
- ✚ Ayudar en el inventario y los stocks de los bienes de uso del espacio de cocina.
- ✚ Limpiar los bienes y utensilios del espacio de cocina y de comedor (baterías de cocina, equipos y maquinaria de cocina, cuberterías, cristalerías, vajillas, etc.).

Limpieza.- Se encarga de:

- ✚ Mantener la limpieza e higiene de la Hostería.
- ✚ Mantener ordenados y limpios las habitaciones y baños.
- ✚ Mantener limpias las áreas, como camping, jardines, corredores, patios, y Área de PIC-NIC.
- ✚ Manejar inventario de menaje (sábanas, edredones, toallas, etc.).
- ✚ Realizar actividades de lavandería y secado.
- ✚ Reportar sus actividades al administrador.
- ✚ Informar al administrador de cualquier deterioro en la infraestructura, maquinaria o equipo de limpieza de la Hostería.

1.2.2 Matriz de Involucrados

La matriz de involucrados se refiere a todos aquellos actores sociales representativos y con influencia local, los mismos que pueden afectar el entorno interno y externo de la Hostería para lo cual es importante conocer y analizar las normas, procedimientos de seguridad, hábitos de la comunidad y demás disposiciones que afecten el desarrollo el proyecto. La Hostería tendrá como actores relevantes para el desarrollo del proyecto a los guarda parques del Parque Nacional Cotopaxi, las autoridades políticas locales, las autoridades representantes del gobierno que están involucrados en el tema turístico.

Tabla N° 1.4 MATRIZ DE INVOLUCRADOS

	GRUPO	INTERÉS	PROBLEMA	RECURSOS Y MANDATOS
DIRECTOS	Guarda parques	Cuidar la flora y fauna de Parque Nacional Cotopaxi.	Violación a las normas del parque.	Contratación de un Guía Local privado. Contratación de un guarda parque privado
	Bomberos	Salvaguardar los bosques, y la vida silvestre.	Destrucción de medio ambiente.	Contratación de un Guía Local.
INDIRECTOS	Policía	Seguridad.	Trafico de Animales.	Contratación de un guarda parque privado
	S. R. I.	Recaudar Impuestos.	Problemas de facturación n de los diferentes servicios que oferta la empresa.	Contratación de un asesor contable.
	Municipio	Permiso de funcionamiento.	Instalaciones Inadecuadas para el servicio que oferte.	Contratación de un ingeniero civil.
	Centro de Salud	Permiso de salubridad.	Instalaciones adecuadas para el servicio que oferte.	Llevar un control estricto de todos los utensilios que se utiliza, como también los diferentes alimentos que se utilizara.

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

La Hostería por ubicarse en las faldas del Parque Nacional Cotopaxi, no cuenta con actores sociales de gran influencia que pueda afectar el desarrollo del mismo.

1.3 MEDIO EXTERNO

Los medios externos de la Hostería, están fuera del control de la administración y del personal operativo, pero no por ello se debe renunciar a un análisis racional, es por esta razón que se debe entender que el entorno externo es la única fuente de información de la cual surgen las oportunidades y amenazas.

1.3.1 MACROAMBIENTE

Entre los principales ambientes a ser analizados están: demográfico, económico,

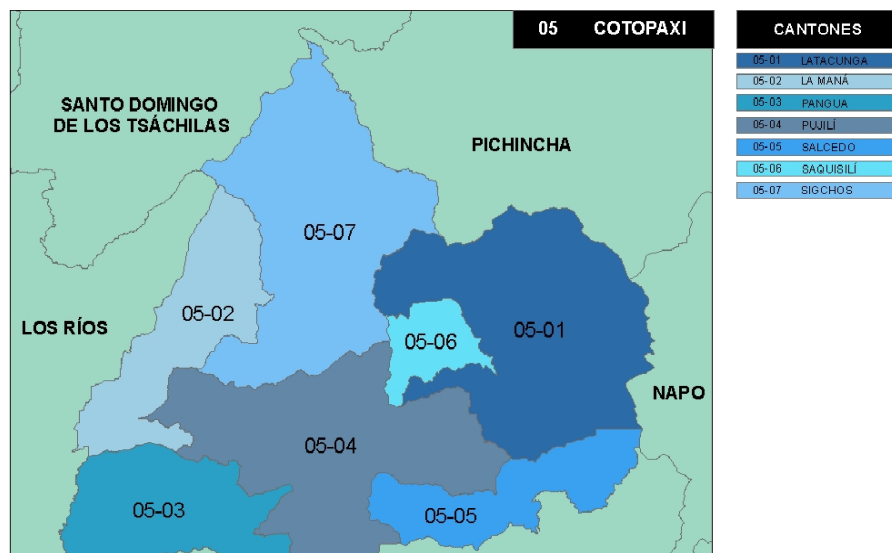
político-legal, socio-cultural, natural, tecnológico y turístico, los mismos que se detallan a continuación.

1.3.1.1 Ambiente Demográfico de la Provincia de Cotopaxi.

Para el presente proyecto es indispensable conocer cada una de las fortalezas para poder aprovechar sus oportunidades que se presenten en su entorno, así como también interpretar sus debilidades para poder solucionar las amenazas que se presenten en su entorno.

Los indicadores demográficos que se presentan en el país y en la provincia de Cotopaxi, de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda Censo 2010 realizado por el INEC son:

Gráfico N° 1.1 DATOS GEOGRÁFICOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI



FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Cotopaxi es una provincia del centro-norte de Ecuador, nombrada así por el volcán Cotopaxi.

La capital de la Provincia de Cotopaxi es la ciudad Latacunga.

Extensión: 6.071 km²

Ubicación: Al sur la provincia de Pichincha.

Límites: **Norte:** Provincia de Pichincha, **Sur:** Tungurahua y Bolívar, **Este:** Napo, **Oeste:** Los Ríos, Santo Domingo de los Tsachilas.

Población: 423.336 habitantes

Cantones: Latacunga (Latacunga), La Maná (La Maná), Pangua (El Corazón), Pujilí (Pujilí), Salcedo (San Miguel), Sigchos, Saquisilí.

Recursos Naturales: Gran Variedad agrícola, minera, ganadera, etc.

Gráfico N° 1.2 ESCUDO Y BANDERA DEL CANTÓN LATACUNGA



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

**Tabla N° 1.5 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL
ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN REGIONES,
PROVINCIAS.**

PERÍODO 2005 – 2010

REGIONES Y PROVINCIAS						
	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
TOTAL PAÍS	13.215.089	13.408.270	13.605.485	13.805.095	14.005.449	14.204.900
REGIÓN SIERRA	5.933.680	6.021.236	6.111.542	6.202.753	6.294.076	6.384.594
AZUAY	654.684	666.085	678.746	691.054	702.994	714.341
BOLÍVAR	178.089	179.358	180.293	181.607	183.193	185.049
CAÑAR	221.045	223.566	226.021	228.702	231.528	234.467
CARCHI	162.797	164.507	166.116	167.928	169.877	171.943
COTOPAXI	384.499	391.947	400.411	408.473	416.167	423.336
CHIMBORAZO	432.711	438.097	443.522	449.271	455.212	461.268
IMBABURA	380.602	388.544	397.704	406.317	414.451	421.930
LOJA	427.520	431.077	434.020	437.742	442.011	446.809
PICHINCHA	2.608.856	2.646.426	2.683.272	2.720.764	2.758.629	2.796.838
TUNGURAHUA	482.877	491.629	501.437	510.895	520.014	528.613
REGIÓN COSTA	6.547.382	6.634.904	6.720.798	6.809.957	6.901.194	6.994.114
EL ORO	583.797	595.262	608.032	620.138	631.679	642.479
ESMERALDAS	423.564	430.792	438.576	446.161	453.557	460.668
GUAYAS	3.541.475	3.581.579	3.617.504	3.657.090	3.699.321	3.744.351
LOS RÍOS	716.106	728.647	742.241	755.417	768.207	780.443
MANABÍ	1.282.440	1.298.624	1.314.445	1.331.151	1.348.430	1.366.173
REGIÓN AMAZÓNICA	629.373	644.856	662.948	679.498	694.804	708.566
MORONA SANTIAGO	127.496	129.374	131.337	133.316	135.297	137.254
NAPO	91.041	93.336	96.029	98.484	100.747	102.775
PASTAZA	71.565	73.495	75.782	77.849	79.740	81.417
ZAMORA CHINCHIPE	83.652	84.629	85.571	86.591	87.663	88.778
SUCUMBÍOS	152.587	157.497	163.447	168.721	173.461	177.561
ORELLANA	103.032	106.525	110.782	114.537	117.896	120.781
REGIÓN INSULAR	21.376	22.009	22.678	23.298	23.863	24.366
GALÁPAGOS	21.376	22.009	22.678	23.298	23.863	24.366
ZONAS NO DELIMITADAS	83.278	85.265	87.519	89.589	91.512	93.260

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 1.6 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA URBANA

PERÍODO 2005 – 2010

REGIONES Y PROVINCIAS						
	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
TOTAL PAÍS	8.378.469	8.580.089	8.785.744	8.993.795	9.202.590	9.410.481
REGIÓN SIERRA	3.428.748	3.519.957	3.614.058	3.708.968	3.803.911	3.897.956
AZUAY	376.478	392.060	408.917	425.410	441.527	457.041
BOLÍVAR	53.890	56.568	58.920	61.645	64.639	67.898
CAÑAR	93.741	98.220	102.640	107.282	112.064	116.955
CARCHI	84.454	87.337	90.123	93.110	96.230	99.466
COTOPAXI	123.475	131.698	140.951	149.792	158.257	166.188
CHIMBORAZO	193.732	202.565	211.450	220.650	230.035	239.527
IMBABURA	204.393	212.728	222.291	231.301	239.826	247.689
LOJA	209.870	216.109	221.746	228.154	235.102	242.571
PICHINCHA	1.863.584	1.888.035	1.911.806	1.936.194	1.960.931	1.985.981
TUNGURAHUA	225.131	234.637	245.214	255.430	265.300	274.640
REGIÓN COSTA	4.678.467	4.775.722	4.871.452	4.970.376	5.071.320	5.173.880
EL ORO	461.774	474.632	488.802	502.304	515.237	527.424
ESMERALDAS	179.299	184.417	190.105	195.584	200.867	205.855
GUAYAS	2.917.549	2.957.154	2.992.612	3.031.709	3.073.430	3.117.929
LOS RÍOS	390.736	405.784	421.904	437.593	452.886	467.613
MANABÍ	729.109	753.735	778.029	803.186	828.900	855.059
REGIÓN AMAZÓNICA	253.150	265.815	281.112	294.851	307.336	318.261
MORONA SANTIAGO	49.666	52.017	54.457	56.911	59.364	61.790
NAPO	34.529	36.486	38.845	40.963	42.888	44.575
PASTAZA	33.800	35.285	37.129	38.751	40.198	41.428
ZAMORA CHINCHIPE	34.701	36.173	37.613	39.129	40.695	42.303
SUCUMBÍOS	66.086	69.752	74.463	78.494	81.989	84.840
ORELLANA	34.368	36.102	38.605	40.603	42.202	43.325
REGIÓN INSULAR	18.104	18.595	19.122	19.600	20.023	20.384
GALÁPAGOS	18.104	18.595	19.122	19.600	20.023	20.384
ZONAS NO DELIM.	0	0	0	0	0	0

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 1.7 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL ÁREA RURAL

PERÍODO 2005 – 2010

REGIONES Y PROVINCIAS						
	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
TOTAL PAÍS	4.836.620	4.828.180	4.819.740	4.811.299	4.802.859	4.794.419
REGIÓN SIERRA	2.504.932	2.501.278	2.497.483	2.493.784	2.490.165	2.486.638
AZUAY	278.206	274.025	269.829	265.644	261.467	257.300
BOLÍVAR	124.199	122.790	121.373	119.962	118.554	117.151
CAÑAR	127.304	125.346	123.381	121.420	119.464	117.512
CARCHI	78.343	77.170	75.993	74.818	73.647	72.477
COTOPAXI	261.024	260.249	259.460	258.681	257.910	257.148
CHIMBORAZO	238.979	235.532	232.072	228.621	225.177	221.741
IMBABURA	176.209	175.816	175.413	175.016	174.625	174.241
LOJA	217.650	214.968	212.274	209.588	206.909	204.238
PICHINCHA	745.272	758.390	771.465	784.569	797.698	810.857
TUNGURAHUA	257.746	256.992	256.223	255.465	254.714	253.973
REGIÓN COSTA	1.868.915	1.859.182	1.849.346	1.839.581	1.829.874	1.820.234
EL ORO	122.023	120.630	119.230	117.834	116.442	115.055
ESMERALDAS	244.265	246.375	248.471	250.577	252.690	254.813
GUAYAS	623.926	624.425	624.892	625.381	625.891	626.422
LOS RÍOS	325.370	322.863	320.337	317.824	315.321	312.830
MANABÍ	553.331	544.889	536.416	527.965	519.530	511.114
REGIÓN AMAZÓNICA	376.223	379.041	381.836	384.647	387.468	390.305
MORONA SANTIAGO	77.830	77.357	76.880	76.405	75.933	75.464
NAPO	56.512	56.850	57.184	57.521	57.859	58.200
PASTAZA	37.765	38.210	38.653	39.098	39.542	39.989
ZAMORA CHINCHIPE	48.951	48.456	47.958	47.462	46.968	46.475
SUCUMBÍOS	86.501	87.745	88.984	90.227	91.472	92.721
ORELLANA	68.664	70.423	72.177	73.934	75.694	77.456
REGIÓN INSULAR	3.272	3.414	3.556	3.698	3.840	3.982
GALÁPAGOS	3.272	3.414	3.556	3.698	3.840	3.982
ZONAS NO DELIM.	83.278	85.265	87.519	89.589	91.512	93.260

FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

Según el último Censo Nacional que se desarrolló en el mes de septiembre del 2010 la población total es de 14.204.900, y como podemos apreciar en la Provincia de Cotopaxi contamos con una población de 423.336 personas, siendo una oportunidad porque se relaciona con el desarrollo y funcionamiento del país ya que si es mayor el crecimiento poblacional mayor será la probabilidad que la Hostería incremente su manejo siempre y cuando exista poder adquisitivo.

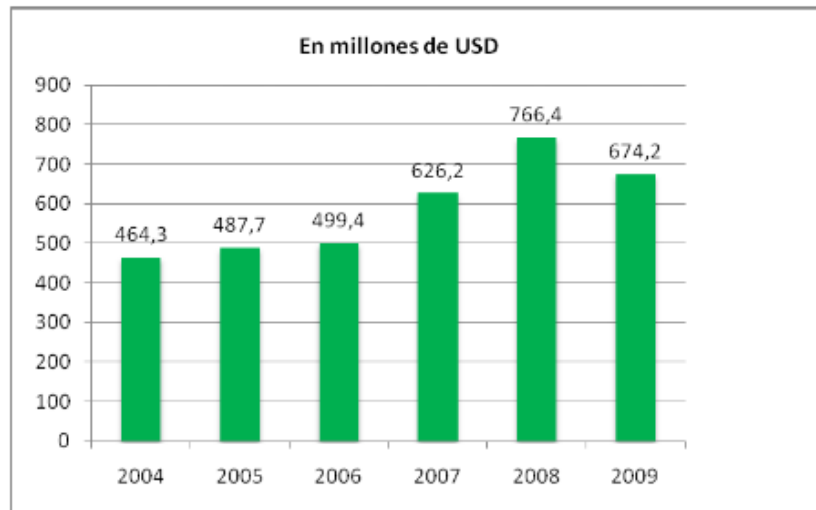
1.3.1.2 Ambiente Económico

El ambiente económico estudia indicadores como la inflación, tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de las materias primas; los patrones cambiantes de la forma de gastar del consumidor entre la gran variedad de factores que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos, debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gastos y preferencias diversas.

Para tener una visión general de la actual economía del Ecuador, se presenta a continuación el análisis de algunos indicadores económicos.

Ingresos de divisas por turismo.- En el 2010, los ingresos de divisas por turismo alcanzaron la cifra de 674,20 millones de dólares frente a 766,40 millones de dólares en el 2009. Por tanto los ingresos disminuyeron, con una variación del - 12.03%

**Gráfico N° 1.3 INGRESOS DE DIVISAS (EN MILLONES DE DÓLARES)
POR TURISMO AL ECUADOR AÑOS 2004 – 2009**



FUENTE: Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

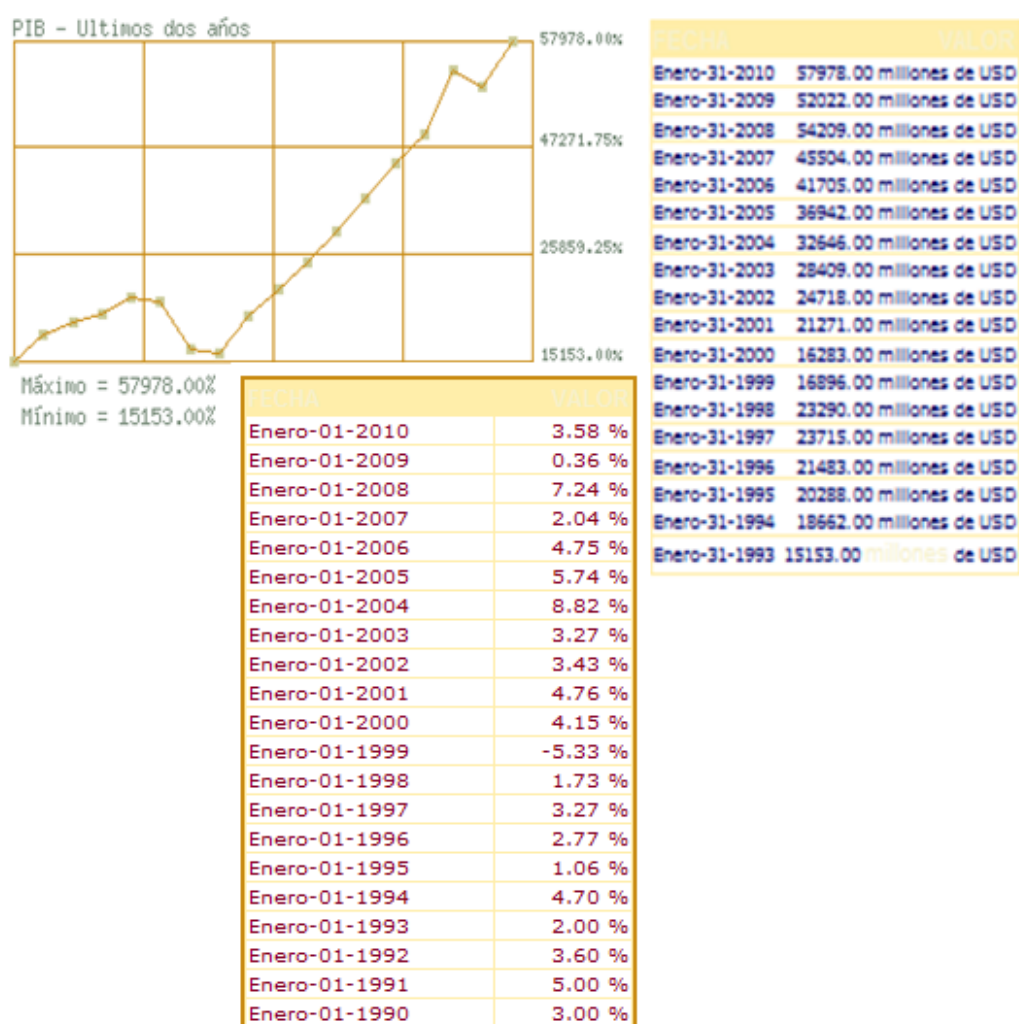
Movimiento del turismo interno en el Ecuador.- El boletín turístico 2004-2008, emitido por el Ministerio de Turismo, indica que en el año 2008, fueron transportados 3.027.534 pasajeros, cifra que al relacionarla con el año 2007, demuestra un crecimiento del 7%, siendo las rutas Quito - Guayaquil - Quito; Quito - Cuenca- Quito, y Quito - Manta - Quito, las de mayor demanda, aportando con el 45.9%, 10.8% y 9% respectivamente, mientras que las demás rutas en su conjunto representan el 34.2% de la transportación nacional. En su conjunto, el registro de visitas a las áreas naturales en el año 2008 tuvo un incremento del 4.4% con relación al año 2007⁴. El volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3.253.296 (33%) son excursionistas y 6.605.176 (67%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual. Además, el turismo interno forma parte de un mercado cerrado, donde su fluctuación depende de la economía del país y de la variedad de oferta turística disponible y asequible para la población.

⁴Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional 2008, Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

1.3.1.3 PIB

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período.⁵

Gráfico N° 1.4 VARIACIÓN DEL PIB EN MILLONES USD Y %



FUENTE: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib/BCE>.
ELABORADO POR: Gladys Iza

⁵ <http://www.bce.fin.ec/pregun1>.

El PIB a enero de 2010 fue de 3.58% similar a la variación del 2009 fue del 3.15%. Alcanzó un crecimiento del 0.4%, recién en el tercer trimestre de 2009. Los números en negativo en el cuarto trimestre de 2008 y en el primero y segundo del año 2009, coinciden con los efectos de la crisis financiera internacional, que a Ecuador le golpeó, sobre todo, en su renta petrolera, por la caída brusca de la cotización del crudo, y una merma en el ingreso por remesas de emigrantes. En el 2010 ha existido un mayor dinamismo en la inversión pública sobre todo en el petróleo e infraestructuras, tomando en cuenta que el 2009 fue un año atípico por la crisis económica internacional, además del petróleo y del gas natural, lo que ha permitido un crecimiento del PIB para salir de las cifras negativas, es el estímulo a los pequeños agricultores y la “seguridad alimentaria” que incentiva a la manufactura en la elaboración de alimentos, el crecimiento en el sector de servicios de electricidad y agua, y la construcción de proyectos viales.

El desarrollo de la economía nacional después de la dolarización ha sido lento pero sostenido, razón para que el nivel de riesgo de inversión en el país disminuye, favoreciendo e incentivando al sector empresarial del país particularmente a las PYMES, brindándoles la oportunidad de crecer y desarrollarse dentro de la economía nacional.

1.3.1.4 Inflación

El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo. La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares.⁶

⁶<http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>

En marzo de 2011 el índice de precios al consumidor se ubicó en 131,03, lo cual representa una variación mensual de 0,34%, misma que es inferior a la mostrada en febrero (0,55%), pero superior a la presentada en marzo de 2010 (0,16%).

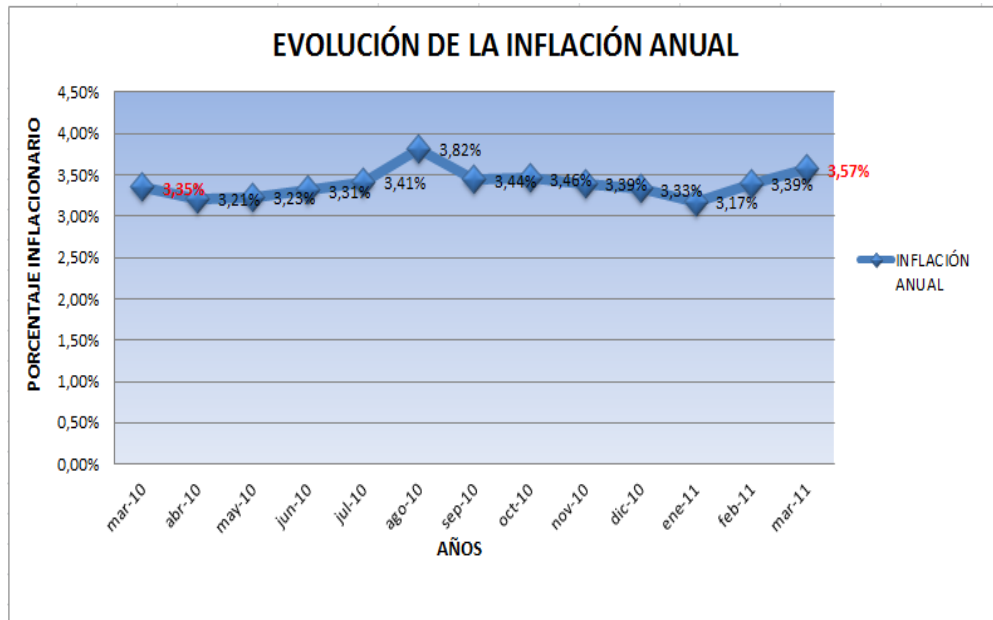
Tabla N° 1.8 INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y SUS VARIACIONES

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y SUS VARIACIONES				
MES	ÍNDICE	VARIACIÓN MENSUAL	VARIACIÓN ANUAL	VARIACIÓN ACUMULADA
mar-10	126,51	0,16%	3,35%	1,34%
abr-10	127,16	0,51	3,21%	1,86%
may-10	127,18	0,02	3,23%	1,87%
jun-10	127,17	-0,01	3,31%	1,87%
jul-10	127,2	0,02	3,41%	1,89%
ago-10	127,33	0,1	3,82%	1,99%
sep-10	127,66	0,26	3,44%	2,26%
oct-10	127,99	0,26	3,46%	2,52%
nov-10	128,33	0,27	3,39%	2,80%
dic-10	128,99	0,51	3,33%	3,33%
ene-11	129,87	0,68	3,17%	0,68%
feb-11	130,59	0,55	3,39%	1,24%
mar-11	131,03	0,34	3,57%	1,58%

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: Gladys Iza

Gráfico N° 1.5 EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN ANUAL



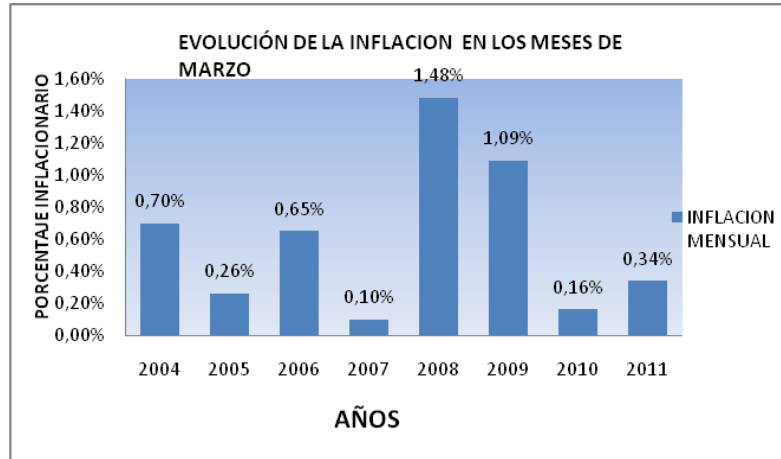
FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

INTERPRETACIÓN:

La Variación de precios del mes con respecto al mismo mes del año anterior, es decir, la variación de los últimos 12 meses, nos indica que la inflación anual en marzo del 2011 fue de 3,57%, variación que es superior a la registrada el mes anterior (3,39%) y a la de marzo de 2010 (3,35%).

Tabla y Grafismo N° 1.1 INFLACIÓN MENSUAL

EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN EN LOS MESES DE MARZO	
Años	Porcentaje de inflación mensual
2004	0,70%
2005	0,26%
2006	0,65%
2007	0,10%
2008	1,48%
2009	1,09%
2010	0,16%
2011	0,34%



FUENTE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

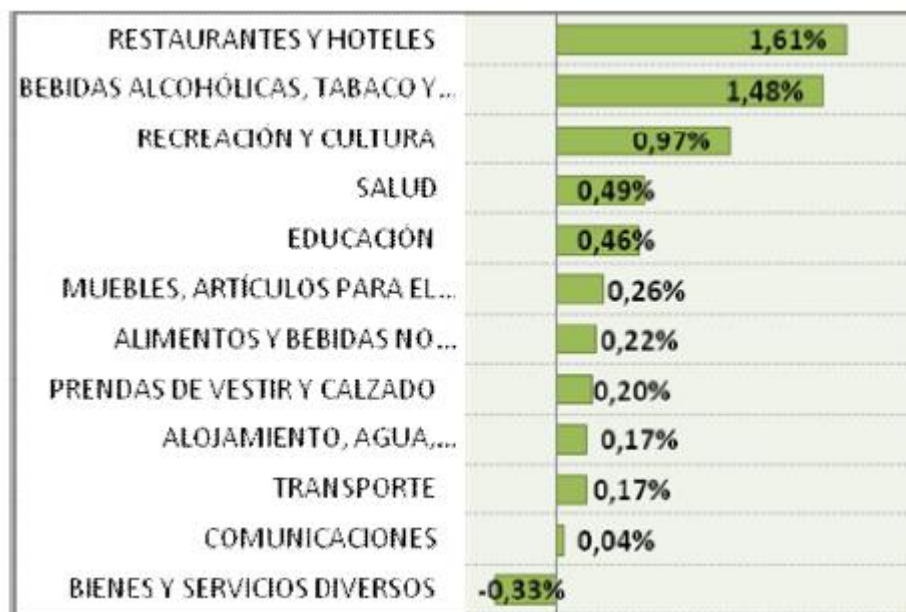
INTERPRETACIÓN:

Durante el primer trimestre del 2010, la menor inflación del periodo fue en Marzo con 0,16% y al comparar la inflación mensual en el mes de marzo de los últimos años, hay una gran reducción en comparación al 2008 y 2009 y se ajusta al periodo de 2005-2007 (0,34%)

Dos factores que ayudaron a contrarrestar el repunte de precios pueden ser atribuidos a medidas adoptadas por el Gobierno Nacional:

1. Las salvaguardias temporales implementadas para ciertos productos importados que en su mayoría llegaron a su fin en el primer trimestre de 2010 y,
2. La compensación anunciada por el Ejecutivo al consumo de energía eléctrica.

**Gráfico N° 1.6 INFLACIÓN MENSUAL POR DIVISIÓN DE ARTÍCULOS
OCTUBRE 2011**



FUENTE: INEC

Al analizar la incidencia de la inflación de octubre 2011, de acuerdo a las divisiones de los artículos, se pudo evidenciar que aquellos que forman parte de la clasificación: bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (1.48%) y restaurantes y hoteles (1.68), han contribuido en mayor medida a que el índice general de precios aumente relativamente. Por el contrario, los bienes y servicios diversos registraron deflación (-0.39%).

Si sube la inflación, para los otros países se va a volver relativamente costoso el Ecuador, y el precio es un factor clave para la competencia en turismo, de manera que el control de la inflación, que no está en manos del sector, será crucial. En estos momentos no se aprecia una inflación significativa lo cual es muy beneficioso para el desarrollo del sector turístico.

Gráfico N° 1.7 APOORTE A LA INFLACIÓN MENSUAL POR DIVISIONES DE ARTÍCULOS OCTUBRE 2011



FUENTE: INEC

La variación de la inflación de octubre de 2011 se debe principalmente al incremento de precios de tres categorías: Restaurantes y Hoteles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Recreación y Cultura; las cuales aportan en 60,09% a la inflación mensual. Al analizar la inflación de acuerdo con las divisiones de artículos del IPC, se puede evidenciar que aquellos que forman parte de la clasificación Restaurantes y Hoteles son los artículos que han contribuido en mayor medida al índice general de precios, pues representa el 30,57%.

1.3.1.5 Tasa de Interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.⁷

Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, y la tasa activa o de colocación.

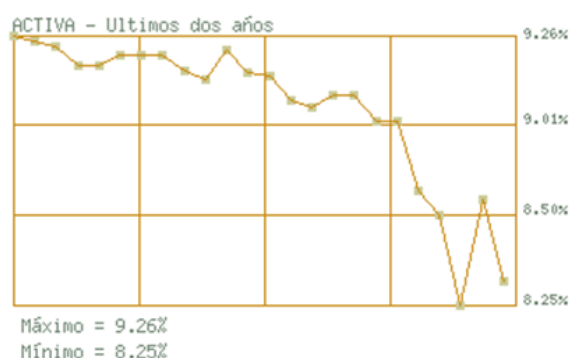
⁷<http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>

1.3.1.5.1 Tasa de Interés Activa

Para el estudio del plan analítico analizaremos la tasa activa ya que en el futuro si se requiere se realizarán préstamos a las diferentes instituciones financieras por lo que se define como el porcentaje de interés que las instituciones financieras cobran por los créditos otorgados, está siempre tendera a ser mayor, porque la diferencia con la tasa pasiva es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando una utilidad.

Tabla y Grafismo N° 1.2 TASA DE INTERÉS ACTIVA

TASA DE INTERÉS ACTIVA	
FECHA	VALOR
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %
Diciembre-31-2010	8.68 %
Noviembre-30-2010	8.94 %
Octubre-30-2010	8.94 %
Septiembre-30-2010	9.04 %
Agosto-31-2010	9.04 %
Julio-31-2010	8.99 %
Junio-30-2010	9.02 %
Mayo-31-2010	9.11 %
Abril-30-2010	9.12 %
Marzo-31-2010	9.21 %
Febrero-28-2010	9.10 %
Enero-31-2010	9.13 %
Diciembre-31-2009	9.19 %
Noviembre-30-2009	9.19 %
Octubre-31-2009	9.19 %
Septiembre-30-2009	9.15 %
Agosto-31-2009	9.15 %
Julio-31-2009	9.22 %
Junio-30-2009	9.24 %



FUENTE: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa
 ELABORADO POR: Gladys Iza

El precio del dinero en el mercado financiero se ha reducido lentamente reflejándose en la Tasa de Interés Activa presentado en la tabla y grafico anterior. El porcentaje de interés que cobran las instituciones financieras por los créditos otorgados en el mes de diciembre del 2009 es de 9.19 %, en el mes de diciembre del 2010 es de 8.68 % notándose una disminución del 0,51 % con respecto al año

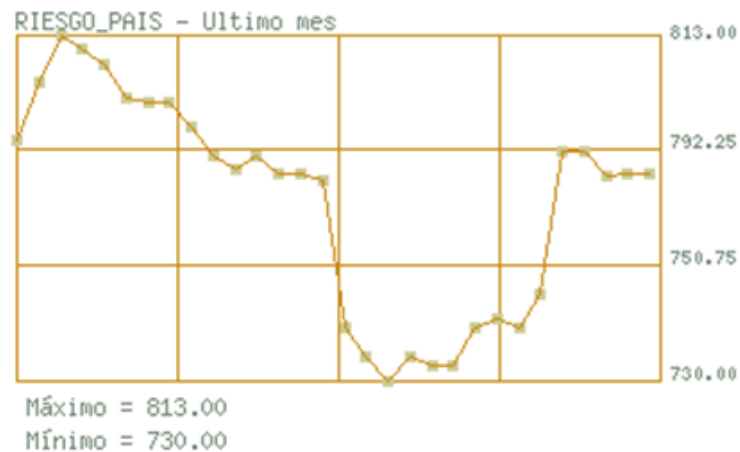
anterior, y en mayo del 2011 tenemos un porcentaje del 8,34% es decir se ve que existe una disminución en el porcentaje cada año, lo cual es una oportunidad para la realización de un crédito bancario para la instalación de la Hostería.

1.3.1.6 Riesgo País

La tasa de riesgo del Ecuador de abril del 2011 según el Banco Central se encuentra en 7,8% lo cual no pone en riesgo la liquidez de los bancos locales, los créditos aumentan y las tasas de interés disminuyen; esto constituye una oportunidad para la empresa en caso de necesitar un crédito

El siguiente gráfico muestra la serie del riesgo país a enero que es el último valor oficial publicado en la página web del Banco Central.

Gráfico N° 1. 8 RIESGO PAIS ABRIL 2011



FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORADO POR: Gladys Iza.

1.3.1.7 Desempleo y subempleo

Desempleo.- Está compuesto por personas de 10 años y más, que no aportan su trabajo para producir bienes y servicios, pese a encontrarse disponibles. Cuando se calcula con respecto a un período de referencia corto, este concepto engloba a todas las personas que no tienen empleo⁸.

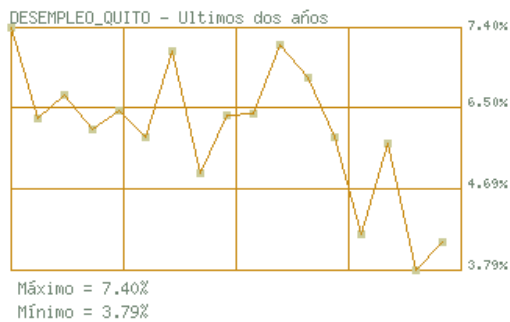
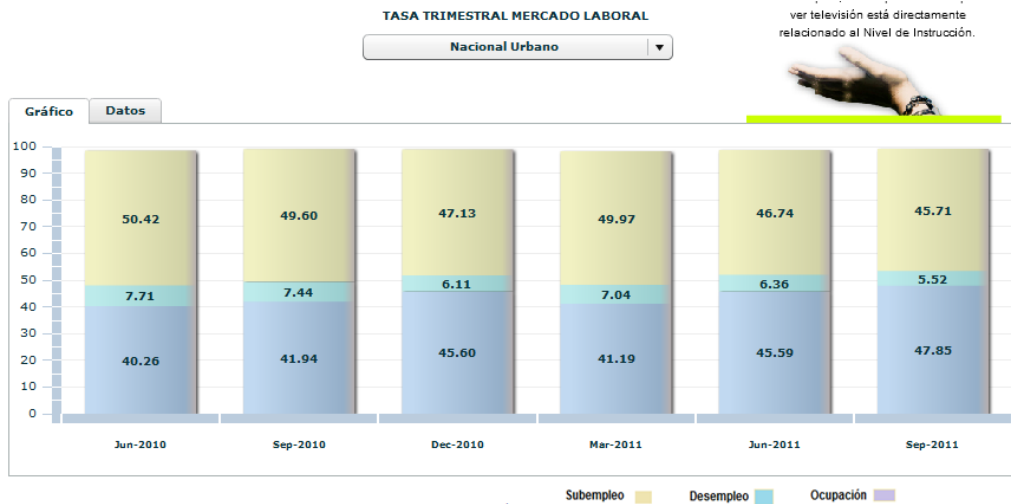
Subempleo.- Ocurre cuando una persona capacitada para una determinada ocupación, cargo o puesto de trabajo no está ocupada plenamente, por lo que opta por tomar trabajos menores en los que generalmente se gana poco⁹.

En septiembre de 2011, las variables del mercado laboral muestran una mejora generalizada consistente con la recuperación económica posterior al proceso de crisis iniciado a finales 2008. El desempleo disminuye de 7.71% en junio de 2010 a 6.36% en junio de 2011. Asimismo, se destaca el aumento de ocupados plenos en casi cinco puntos porcentuales con respecto a junio de 2011, registrando una participación dentro del mercado laboral de 45.59% en junio de 2011. De la misma forma, se observa una reducción del subempleo en más de un punto porcentual con respecto a junio de 2010 (46.74% en junio de 2011).

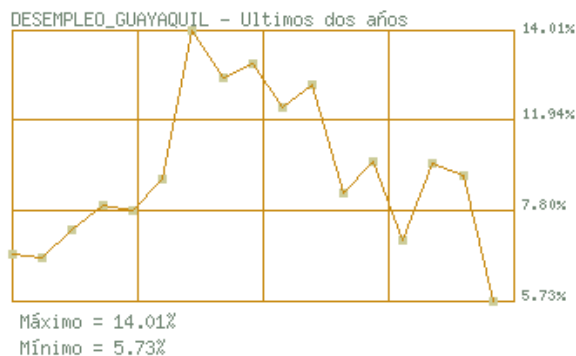
⁸Evolución del mercado laboral en el Ecuador resumen trimestral, junio 2009 a junio 2010, www.inec.gov.ec

⁹Evolución del mercado laboral en el Ecuador resumen trimestral, junio 2009 a junio 2010, www.inec.gov.ec

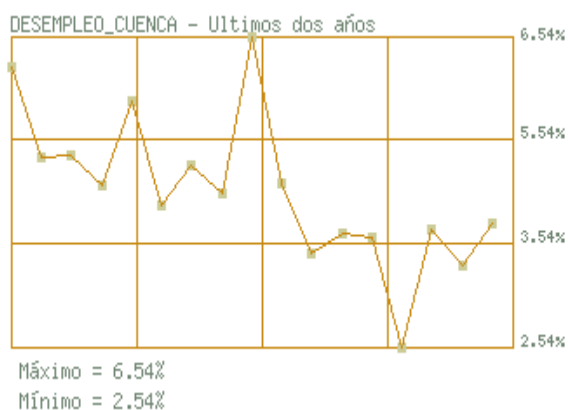
Gráfico N° 1.9 TASA DE OCUPACIÓN PLENA, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO NACIONAL (PORCENTAJE) JULIO DEL 2010 A SEPTIEMBRE DEL 2011



FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	4.20 %
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %
Diciembre-31-2010	4.32 %
Septiembre-30-2010	5.77 %
Junio-30-2010	6.65 %
Marzo-31-2010	7.14 %
Diciembre-31-2009	6.12 %
Septiembre-30-2009	6.09 %
Junio-30-2009	5.23 %
Marzo-31-2009	7.04 %
Diciembre-31-2008	5.76 %
Septiembre-30-2008	6.16 %
Junio-30-2008	5.89 %
Marzo-31-2008	6.40 %
Diciembre-31-2007	6.06 %
Septiembre-30-2007	7.40 %



FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	5.73 %
Junio-30-2011	9.60 %
Marzo-31-2011	9.95 %
Diciembre-31-2010	7.58 %
Septiembre-30-2010	10.02 %
Junio-30-2010	9.04 %
Marzo-31-2010	12.33 %
Diciembre-31-2009	11.68 %
Septiembre-30-2009	12.98 %
Junio-30-2009	12.58 %
Marzo-31-2009	14.01 %
Diciembre-31-2008	9.48 %
Septiembre-30-2008	8.53 %
Junio-30-2008	8.65 %
Marzo-31-2008	7.90 %
Diciembre-31-2007	7.04 %
Septiembre-30-2007	7.16 %



FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	4.13 %
Junio-30-2011	3.61 %
Marzo-31-2011	4.07 %
Diciembre-31-2010	2.54 %
Septiembre-30-2010	3.97 %
Junio-30-2010	4.01 %
Marzo-31-2010	3.74 %
Diciembre-31-2009	4.65 %
Septiembre-30-2009	6.54 %
Junio-30-2009	4.52 %
Marzo-31-2009	4.90 %
Diciembre-31-2008	4.37 %
Septiembre-30-2008	5.71 %
Junio-30-2008	4.64 %
Marzo-31-2008	5.03 %
Diciembre-31-2007	4.98 %
Septiembre-30-2007	6.16 %

FUENTE: INEC, tasa de ocupación plena, desempleo y subempleo nacional (porcentaje), junio 2008 a junio 2010/BCE.

La ciudad de Quito y Guayaquil presentan un repunte del desempleo de 5.77% en septiembre del 2010 a 4.20% en septiembre del 2011 y del 10.02% a 5.73% en septiembre del 2010 respectivamente, mientras que la ciudad de Cuenca se incrementa el desempleo de 3.97% en septiembre del 2010 a 4.13% en septiembre del 2011.

Un turismo bien administrado logra la captación de divisas, generación de empleo y redistribución del ingreso, a través de la canalización de recursos, obtenidos del gasto turístico, hacia zonas geográficas económicamente débiles.

1.3.1.8 Ambiente Político Legal

Las decisiones de mercadotecnia son afectadas sustancialmente por las evoluciones del ambiente político- legal. Este ambiente se compone de leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión que regula las actividades de cada empresa mediante normas y lineamientos a seguirse.

La ley especial de Desarrollo turístico promulgado en el registro 118 del 28 de enero de 1947, a la fecha se encuentra desactualizada y no posee elementos que apoye al desarrollo del sector turístico. Es necesario contar con una ley novedosa, adecuada y que apoye la inversión.

El Turismo en la actualidad ocupa un pilar fundamental en los ingresos del Ecuador, por lo que el Gobierno debería realizar marketing internacional para de esta manera nuestra país sea conocido a nivel mundial e internacional, ya que una de las amenazas que tienen el Ecuador es la promoción turística, lo que ha causado que el Ecuador sea desconocido como destino turístico.

1.3.1.8.1 Organización Jurídica Legal

De acuerdo al departamento de la Jefatura Municipal de Turismo del Cantón Latacunga la Hostería no se encuentra registrada en las instituciones del sector turístico y para prestar sus servicios deberá tramitar los siguientes permisos, los mismos que serán especificados en la propuesta estratégica:

- ✚ Permiso de bomberos.
- ✚ Permiso de funcionamiento del ministerio de turismo.
- ✚ Licencia anual de funcionamiento.
- ✚ Registro y permiso de la jefatura de turismo del Cantón Latacunga.
- ✚ Cámara de turismo de Cotopaxi (CAPTUR).

1.3.1.9 Ambiente Cultural

1.3.1.9.1 Potencial turístico y cultura de la Parroquia de San Juan de Pastocalle

El potencial turístico y cultural de la Parroquia de Pastocalle relata que antiguamente migraban los trasquiladores. Iban de territorio en territorio trasquilando los borregos, hasta llegar a la hermana república de Colombia a un sitio llamado Pasto, donde una señora les regaló una imagen llamado San Juan por lo que existía una crisis religiosa, y eran amenazados de destruirlos, por esa razón les regaló la dicha imagen a los trasquiladores, ellos regresaron a su lugar de origen con la imagen, pasando una penitencia de dormir en la calle sin alimentación llegaron a su comunidad, en vista del calvario que llevaron le bautizaron a su comunidad como San Juan de Pastocalle el día 24 de junio de 1884. Nuestros antepasados mantenían la cultura quichua y tenían casas de paja, existía el trueque; Pastocalle es una Parroquia de muchos atractivos turísticos, que está asentada a los pies del coloso Ilinizas, las actividades principales de la gente es el trabajo en las floricultoras, la fabricación de escobas, la agricultura, la fabricación de los bloques y son pocos los que trabajan en los pequeños negocios locales como es: tiendas, crianzas de animales, venta de hallullas, venta de helados, venta de material pétreo¹⁰.

¹⁰http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=158:comunidad-pastocalle&catid=38:andes&Itemid=273

1.3.1.9.2 Cultura de la comunidad de Santa Rita

La reseña histórica de la comunidad de Santa Rita fue relatada por los dirigentes de la comunidad “La historia de nuestra comunidad es muy corta pero muy interesante ya que su nombre proviene de un equipo de futbol que surgió a través de la juventud como Club Cultural Santa Rita. Realizando sus primeros encuentros futbolísticos en un pedacito de tierra de 500 metros cuadrados, a los primeros jóvenes como les aficionaba el deporte también organizaron una cancha de vóley bol, estos encuentros lo realizaban el fin de semana después de sus labores ya sea en el campo, agricultura, ganadería, o caza; cuyas propiedades pertenecían al Gringo Germán

Gracias al esfuerzo de los primeros fundadores se hizo realidad la electrificación, en el año de 1985 así como también la realización de un pequeño templo de paja de 7x5 de dimensión, donde se realizaba las primeras reuniones para el beneficio y adelanto de nuestra comunidad, así fue surgiendo esta pequeña comunidad.

Durante la primera celebración eclesiástica el padre al preguntar cómo se llama el barrio, uno de los moradores contestaron que el Barrio se Llamaba Santa Rita, e inmediatamente sorprendido del nombre y la coincidencia que el padre viajaba a Roma, el prometió a los comuneros traer una imagen en papel pergamino de Santa Rita De Casia, manifestando lo prometido comenta que Santa Rita De Casia fue una mujer abnegada, generosa, honesta, e impecable en su vida. Con la llegada de la patrona Santa Rita de Casia a la comunidad el 22 de mayo de 1986, cada morador de la comunidad promete realizar una celebración eclesiástica por todas sus bendiciones recibidas es así que cada 22 de mayo de cada año la comunidad celebran las fiestas patronales que hasta la actualidad sigue perdurando tanto sus costumbres y tradiciones. La bebida que se reparte durante las fiestas patronales es la chicha de jora y las papas con cuy que es el plato típico de esta comunidad.

En la actualidad la comunidad cuenta con artesanos quienes se dedican a la confección de artesanías mimas que son elaboradas con piel de llamas e hilos de los mismos.

Santa Rita ha sido es y será para siempre un barrio humilde demostrando la cultura y la honestidad para todos los visitantes sean nacionales e internacionales por ser una zona de amortiguamiento turístico¹¹.”

La ubicación de la Hostería por ubicarse en una zona de amortiguamiento permite desarrollarse en un ambiente cómodo, cultural y natural permitiendo que las comunidades aledañas desarrollen sus culturas y tradiciones lo cual es una oportunidad para la empresa ya que las comunidades aledañas tienen diferentes culturas propias de la comunidad, cada comunidad comparte diferentes festividades en las cuales expresan sus costumbres y tradiciones.

1.3.1.10 Ambiente Tecnológico

La tecnología es un asunto que varía constantemente, por lo que se debe estar actualizando permanentemente los sistemas que se utilizan en las empresas, ésta incidencia influye en los costos de las nuevas adquisiciones, así como en la capacitación del personal para su buen uso.

1.3.1.10.1 Tecnología Dura

La tecnología dura, se refiere a la maquinaria, herramientas y procesos para obtener productos y servicios.

¹¹ Sr. Eduardo Caiza/Presidente de la Comunidad de Santa Rita.

La Hostería cuenta con:

- ✚ Aparatos industriales de cocina como: cocina, freidora, licuadora.
- ✚ Electrodomésticos como: refrigeradora, microondas, horno.
- ✚ Maquinarias de aseo y limpieza como: lavadoras.
- ✚ Equipos de cómputo.

A continuación se presentan los equipos básicos para la implementación ya que en la propuesta estratégica se analizara con profundidad cada tecnología.

Tabla N° 1.9 TECNOLOGÍA DURA QUE REQUIERE LA HOSTERÍA PARA SU IMPLEMENTACIÓN

EQUIPOS	SERVICIOS
 <p data-bbox="422 1332 837 1366">Proyector de video conferencias</p>	 <p data-bbox="890 1339 1279 1373">Acceso a computador/internet</p>
 <p data-bbox="467 1615 794 1648">Note Book/PC Completa</p>	 <p data-bbox="895 1599 1279 1632">Impresiones: Blanco – Negro</p>
 <p data-bbox="491 1904 772 1937">Reproductor de audio</p>	 <p data-bbox="978 1888 1193 1921">Útiles de oficina</p>

 <p>Televisor</p>	 <p>Sistema de calefacción</p>
 <p>DVD</p>	 <p>Sistema de seguridad</p>
 <p>Teléfono</p>	 <p>Sistema electrónico</p>

FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

1.3.1.11 Ambiente Natural

Los aspectos más importantes a analizar en el cantón Latacunga y el Parque Nacional Cotopaxi son:

Clima.- La provincia tiene climas muy diversos, desde el cálido húmedo en las zonas costaneras hasta el gélido en las cumbres del volcán Cotopaxi¹²

Temperatura.- Específicamente en el Parque Nacional Cotopaxi, la temperatura representa la parte más baja, entre los 3.400 y 3.900 m. s. n. m.; con temperaturas entre los 6° y 12° C y precipitaciones promedio de 1.000 a 2.000 m. m por año.¹³

¹²<http://www.inamhi.gov.ec/html/inicio.htm>

¹³ Guía interpretativa del Parque Nacional Cotopaxi

Recursos Naturales.- Los recursos naturales son abundantes, ofrece diversidad de productos, los suelos son húmidos y la flora es rica; una gran riqueza son sus bosques. El Parque Nacional Cotopaxi, salvaguarda las reservas ecológicas de la zona, donde existen millares de pinos. En la zona subtropical se explota el caucho, laurel, tagua, roble y guayacán.

1.3.1.12 Ambiente turístico

Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del mundo, tiene una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño y ubicado estratégicamente, lo cual hace que tenga condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo sostenible en el turismo, como una de sus áreas prioritarias. Un país mágico y auténtico, listo para ser descubierto. Nos encontramos en el corazón de Sur América. Ecuador se caracteriza por ser un país interesante y fácil para viajar, ya que las distancias que conectan las diferentes regiones son bastante cortas y llenas de maravillas escénicas. Ecuador lo tiene todo: playas vírgenes, selvas inexploradas, volcanes activos, nevados, lagunas, diferentes tipos de bosques, manglares, culturas amables y ricas en tradiciones, ciudades coloniales y modernas metrópolis. El turismo de aventura se extiende hasta los volcanes y los nevados, allí los turistas disfrutan de las maravillas que este país puede brindar.

La provincia de Cotopaxi, a vista de propios y extraños, es poseedora de majestuosos paisajes. Su volcán de belleza fascinante, sus ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no sólo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica. Estudiosos nacionales y extranjeros han exaltado tanto la prodigiosa y exuberante vegetación, como los sentimientos e ideas de sus habitantes prestos al

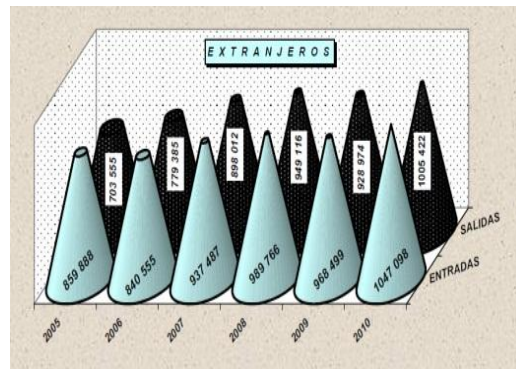
trabajo y a la reflexión constante. Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas indígenas y más recónditos lugares, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas.¹⁴

1.3.1.12.1 Turismo Externo

El Turismo externo es el que realizan los turistas no residentes del país al que viajan. En las tablas de continuación se presenta datos estadísticos relacionados con la actividad turística.

Tabla y Grafismo N° 1.3 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2005-2010		
AÑOS	EXTRANJEROS	
	ENTRADAS	SALIDAS
2005	859888	703555
2006	840555	779385
2007	937487	898012
2008	989766	949116
2009	968499	928974
2010	1047098	1005422



UETE: INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

En el panorama mundial de los veinte primeros destinos turísticos en el mundo, Estados Unidos ha sido el líder como captador de turistas, y encabeza lista en el año 2010 con un 12,32%. En segundo lugar, Colombia que ha tenido un comportamiento sobresaliente, y en tercer lugar, Europa con un 9,55%.

¹⁴<http://www.ecuale.com/cotopaxi/>

Tabla N° 1.10 FLUJO DE TURISTAS AL PAIS AÑOS 2009 -2010

INGRESOS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA, PARTICIPACIÓN PORCENTUAL AÑOS 2009-2010						
País Procedencia	2009	%	2010	%	PROM	%
América	734.524	39,24%	810.281	40,07%	772.403	39,65%
Argentina	22.675	1,21%	30.653	1,52%		
Bolivia	4.487	0,24%	5.522	0,27%		
Brasil	14.395	0,77%	15.083	0,75%		
Canadá	22.489	1,20%	23.867	1,18%		
Colombia	160.116	8,55%	203.916	10,08%	182.016	9,32%
Costa Rica	3.921	0,21%	4.560	0,23%		
Cuba	27.065	1,45%	27.001	1,34%		
Chile	25.195	1,35%	28.478	1,41%		
Estados Unidos	242.096	12,93%	249.081	12,32%	245.589	12,63%
México	13.695	0,73%	15.757	0,78%		
Panamá	4.279	0,23%	4.640	0,23%		
Perú	150.548	8,04%	154.216	7,63%	152.382	7,83%
Uruguay	2.967	0,16%	3.152	0,16%		
Venezuela	29.416	1,57%	31.558	1,56%	30.487	1,57%
Europa	192.727	10,30%	193.227	9,55%	192.977	9,93%
Alemania	24.841	1,33%	25.011	1,24%	24.926	1,28%
Austria	2.456	0,13%	2.522	0,12%		
Bélgica	5.021	0,27%	4.945	0,24%		
Dinamarca	2.867	0,15%	2.867	0,14%		
España	56.400	3,01%	59.030	2,92%	57.715	2,97%
Francia	19.810	1,06%	20.272	1,00%		
Países Bajos	10.690	0,57%	10.354	0,51%		
Irlanda	2.871	0,15%	2.398	0,12%		
Italia	14.759	0,79%	15.076	0,75%		
Gales, Gran Br	27.732	1,48%	22.597	1,12%	25.165	1,30%
Suecia	3.624	0,19%	3.777	0,19%		
Suiza	8.786	0,47%	8.884	0,44%		
Asia	27.971	1,49%	29.282	1,45%	28.627	1,47%
África	3.254	0,17%	3.227	0,16%	3.241	0,17%
Oceanía	9.954	0,53%	10.953	0,54%	10.454	0,54%
Sin especificar	128	0,01%	128	0,01%	128	0,01%
TOTAL	968.499	100,00%	1.047.098	100,00%	1.947.037	

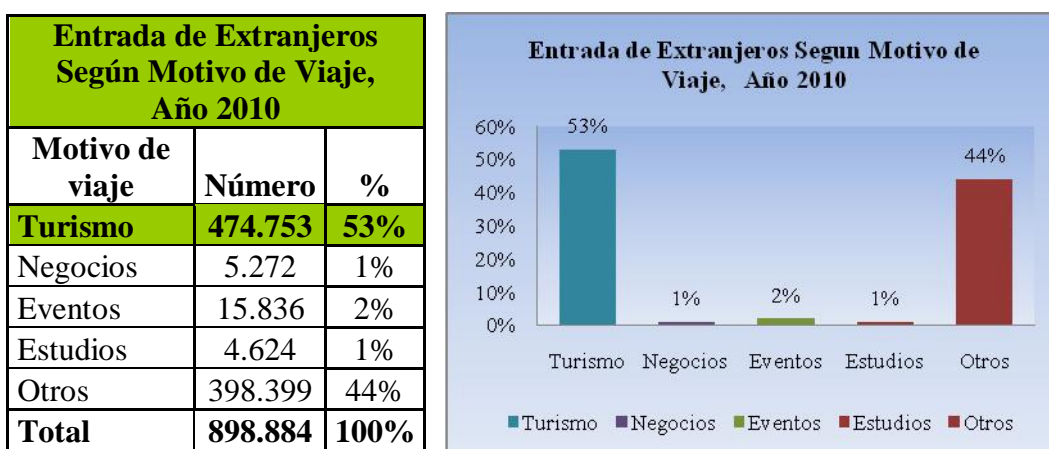
FUENTE: INEC

ELABORADO POR: Gladys Iza.

Flujo de turistas al país.- Entre el año 2009 y 2010, el ingreso de turistas extranjeros al país se incrementó de 968.499 a 1.047.098 visitantes, con un crecimiento promedio anual del 92,491%, siendo el mejor año el 2010.

Cabe mencionar que se pudo identificar las cuatro regiones más importantes como son Norteamérica, Europa, MERCOSUR, Países Vecinos quienes son los principales emisores turísticos.

Tabla y Grafismo N° 1.4 ENTRADA Y SALIDA DE EXTRANJEROS SEGÚN MOTIVOS DE VIAJE AÑO 2010



FUETE: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, Dirección Nacional de Migración 2010 INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

Motivos de viaje.- En el año 2010, el principal motivo de llegada de extranjeros a Ecuador país es el turismo 53%, otros 44%, por eventos el 2%, negocios y por estudios 1% respectivamente.

Grupos de edad de los turistas.- El rango de edad más representativo de extranjeros que llegan a Ecuador es de 40 a 49 años (195,042 visitantes), seguido por el rango de 50 a 59 años (154.315 visitantes), de 40 a 49 y 30 a 34 representa el 11% respectivamente.

Tabla y Grafismo N° 1.5 ENTRADA DE EXTRANJEROS SEGÚN GRUPOS DE EDAD AÑO 2010

GRUPO DE EDAD, AÑO 2010		
Grupos de Edad	Numero	%
0-4	28.245	0,03
5-9	31.689	0,03
10-14	28.999	0,03
15-19	47.301	0,05
20-24	94.063	0,09
25-29	115.173	0,11
30-34	116.930	0,11
35-39	108.826	0,10
40-49	195.042	0,19
50-59	154.315	0,15
60-69	92.822	0,09
70 y mas	33.693	0,03
Total	1.047.098	1,00



FUENTE: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, Dirección Nacional de Migración 2010 INEC
ELABORADO POR: Gladys Iza

Demanda de productos turísticos del Ecuador en el mercado internacional.

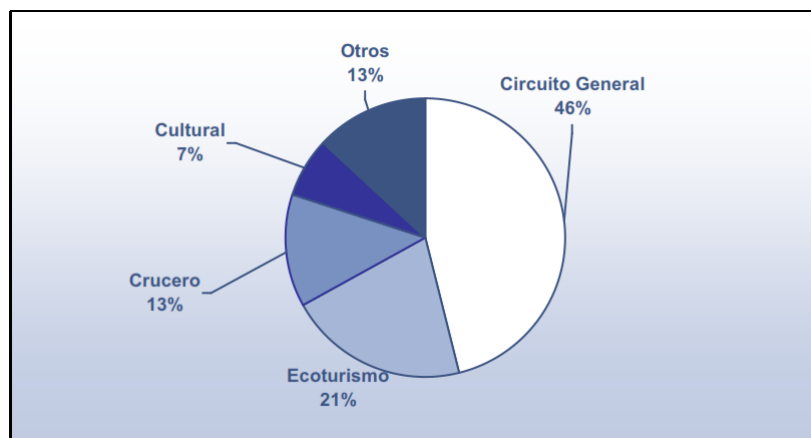
Los productos turísticos que más demanda tienen en el mercado internacional son:¹⁵

- Los circuitos turísticos generales son el primer producto turístico más comercializado, constituyendo un 46% de la oferta.¹⁶

¹⁵Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

- ✚ El ecoturismo es el segundo producto turístico más comercializado, constituyendo un 21% de la oferta.
- ✚ Los cruceros (principalmente a las Islas Galápagos) son el tercer producto turístico más comercializado, al igual que otros productos turísticos, ambos representando un 13% cada uno respectivamente.
- ✚ Lo anterior, pone en valor que más que la experiencia del crucero a las Islas Galápagos es la experiencia de la realización de actividades relacionadas al turismo y turismo de naturaleza en las Islas.
- ✚ Finalmente, el turismo cultural es el cuarto producto turístico más comercializado, representando el 7%.

Gráfico N° 1.10 LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS MÁS COMERCIALIZADOS A NIVEL GLOBAL POR OPERADORAS QUE VENDEN ECUADOR EN EL MUNDO AÑO 2010



FUENTE: Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014.

¹⁶Recorrido Turístico con regreso al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar” (Novo Valencia, Gerardo: 1977; pág.65).

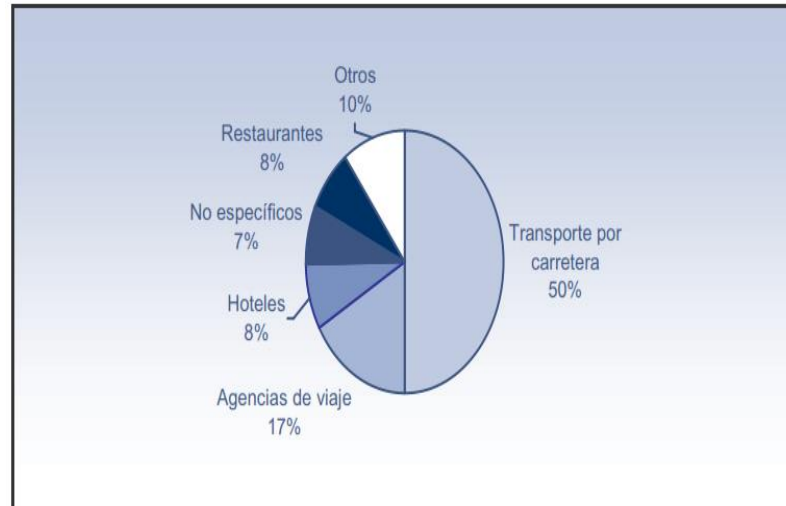
1.3.1.12.2 Turismo Interno

El Turismo Interno es el que realizan los turistas residentes de un país dentro del mismo. Según la última investigación oficial sobre el turismo interno, que fue realizado por el MINTUR en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional y entre otros. Reuniendo los resultados de entrevistas, resúmenes de informes y fuentes varias, se sintetiza el perfil del turismo interno de Ecuador: **Los mercados de origen principales** son: Quito, Guayaquil y Cuenca. Los desplazamientos de los ecuatorianos están divididos por temporadas: **temporada normal** de mayo a noviembre y **temporada alta** de diciembre a abril. Así también, está caracterizada la temporada de costa que coincide con la temporada alta de diciembre a abril y la temporada de sierra de junio a septiembre. Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: carnaval (febrero), semana santa (abril), difuntos (noviembre), navidad (diciembre) y fin de año.

Los motivos principales de visita en feriados y fines de semana son principalmente:

- ✚ Recreación.
- ✚ Visitas a familias y amigos.
- ✚ Negocios/ motivos profesionales.
- ✚ Motivos religiosos.
- ✚ Compras.
- ✚ Tratamiento de salud.
- ✚ Estudios.
- ✚ Congresos/conferencias.

Gráfico N° 1.11 ESTRUCTURA DEL CONSUMO TURÍSTICO INTERNO AÑO 2010



FUENTE: Dirección Nacional de Migración de la Policía, Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

El gasto del visitante interno de fin de semana y de feriados incluye: alojamiento 8%, alimentación 8%, transporte 50%, servicio de agencias de viajes 17%, servicios culturales y recreativos 10%, otros servicios turísticos y compras de otros bienes 7%.

Los destinos más visitados del país son:

- ✚ Quito/Guayaquil/Cuenca.
- ✚ Costa en general.
- ✚ Parques nacionales en los andes.

Los desplazamientos se llevan a cabo mayoritariamente en vehículo terrestre: bus de transporte público, seguido de vehículo particular. La forma de organización de viaje por parte de los visitantes internos se hace en su mayoría sin intermediación de una operadora turística o agencia de viajes. El medio por el que los visitantes internos obtienen información es principalmente a través de referencias de familiares o amigos. El 67% de los ecuatorianos se hospedan fuera de su lugar de residencia habitual por tanto se consideran turistas y el 33% de los ecuatorianos

son excursionistas (no se hospedan fuera de su residencia habitual); las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los visitantes internos 45.6%; seguidos por la visita a áreas protegidas 26.1%, y en menor medida por la práctica de deportes 12.2%. El resto de motivaciones son mínimas, destacando los desplazamientos específicos por experiencias gastronómicas. Si se suma deportes, diversión, gastronomía y compras, se podría argumentar que suman 62% en un solo concepto de diversión/distracción de lo que quiere el ecuatoriano.

Gráfico N° 1.12 PREFERENCIAS DE ACTIVIDAD DE VISITANTES INTERNOS AÑO 2010

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Practicar deportes	326.317	12,2
Observar flora y fauna	79.232	3,0
Visitar, naturalizar en áreas protegidas	695.169	26,1
Visita a comunidades	4.473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,1
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Diversión	1.214.990	45,6
Gastronomía	170.882	6,4
Realizar compras	52.381	2,0
Otros	44,137	1,7
Total del universo	2.666.315	100,0

FUENTE: Dirección Nacional de Migración de la Policía, Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

1.3.1.12.3 Turismo Emisor

El Turismo Emisor, el que realizan los turistas residentes de un país a otro diferente.

1.3.1.13 Punto focal turístico

Para la investigación de mercado se tomó en cuenta el principal punto focal en donde está ubicada la Hostería, que es el Volcán Cotopaxi, mismo que tiene mayor afluencia tanto de turistas nacionales como extranjeros:

1.3.1.13.1 Parque Nacional Cotopaxi

El Parque Nacional Cotopaxi fue creado el 11 de Agosto de 1975 bajo el Acuerdo Ministerial No.0259-A, y fue declarado Parque Nacional dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas el 26 de Julio de 1979, por Acuerdo Ministerial No.0322

Cabe destacar lo siguiente a cerca de su creación:

- ✚ Primer Parque Nacional en territorio continental.
- ✚ Segundo Parque Nacional del Ecuador.

El Parque Nacional Cotopaxi tiene una superficie total de 33.393 hectáreas, se encuentra los 3500 y 4200 m s n m, limitado en la parte superior con la línea glaciar, la región tropical húmeda y fría en donde se halla el páramo es un ambiente único en donde se combinan las cualidades del régimen climático tropical (temperaturas constantes a lo largo del año con algunas variaciones en el día) con las bajas temperaturas y heladas frecuentes, está localizado geográficamente en las Provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo, a 60 Km. de distancia de la ciudad de Quito y 30 K m de distancia de la ciudad de Latacunga, siendo estas dos ciudades las principales fuentes de partida del turismo que visita el Parque diariamente.

Consta de dos accesos:

1. Ingreso Norte, al que se accede por la población de Machachi, tomando un camino de segundo orden que atraviesa los poblados de Güitig y El Pedregal hasta llegar a la caseta de Control Norte.
2. Ingreso Sur que se encuentra en el Km. 44 de la Panamericana Sur cerca de la población de Lasso, pasando la comunidad de Santa Rita, por caminos de segundo orden hasta el Control El Caspi.

Desde la creación del Parque se han realizado pocos estudios referentes a la fauna del Parque, a pesar de eso se ha podido determinar aproximadamente unas 17 especies de mamíferos, 37 especies de aves y algunas de anfibios y reptiles (Coello, 1996) entre ellos se observa el vuelo de los curiquirenes al igual que la presencia de conejos silvestres, lobos de páramo, osos, caballos salvajes y zorros. Además, se puede observar almohadillas de diferentes especies entre ellas los líquenes; la especie vegetal conocida como orejas de conejo, esta especie sobrevive a grandes alturas. Es importante además el anotar sobre la presencia de caballos salvajes, sobre todo en las estribaciones norte y oriente del Parque.

1.3.1.13.1.1 Oferta Turística en el Parque Nacional Cotopaxi.

El Parque Nacional Cotopaxi dentro de sus límites cuenta con 11 atractivos naturales y 6 atractivos culturales, siendo el mayor atractivo del lugar su belleza escénica y los recursos naturales que se conservan, los mismos que permiten del desarrollo de una variedad de actividades turísticas que enriquecen la visita (Fundación Páramo, 2007).

Para conocer de mejor manera la oferta turística del PNC, se ha tomado cuenta el inventario de atractivos turísticos que se analizara en el estudio de mercado, realizado en base a la metodología establecida por el Ministerio de Turismo en 1993.

Dentro de la oferta turística que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi tenemos:

1.3.1.13.2 Volcán Cotopaxi

En la cordillera Oriental de los Andes se levanta el complejo volcánico activo de mayor elevación y posible belleza, del mundo: Es la segunda elevación del Ecuador y es considerado entre los volcanes activos más altos del mundo. La etimología de su nombre ha sido discutida en varios estudios, ya que al parecer el nombre se derivaría de lenguas más antiguas al quichua como la lengua cayapa y/o la Tsafiqui¹⁷, las cuales le darían un significado de “Trono de Luna”. El Alemán Alexander Von Humboldt, en 1802, dijo: “la forma del Cotopaxi es la más hermosa y regular de todos los picos colosales en los andes. Es un cono perfecto cubierto por una capa blanca de nieve que brilla con el sol, sobreponiéndose al azul del cielo”. El Volcán Cotopaxi tiene 13 000 años de antigüedad. El glaciar es uno de los elementos que añade enorme belleza y atractivo a este gran coloso de los Andes ecuatorianos, su área actual se encuentra calculada en 14km² aproximadamente, y su volumen estimado es de unos 700 millones de m³¹⁸

Gráfico N° 1.13 VOLCÁN COTOPAXI



FUENTE: Observación de Campo.

¹⁷Tsafiqui: Lengua aborígen de la etnia Tsáchila o los conocidos comúnmente como “indios Colorados.”

¹⁸Los Peligros volcánicos asociados con el Cotopaxi, Andrade, Hall, Mothes, Troncoso, Eissen, Samaniego, Egred, Ramón, Rivero y Yepes, 2005 cita a Cáceres *et al.*, 2004; Cáceres, 2005

Actividades en el Cotopaxi:

El ascenso a la cumbre es sin duda de las principales actividades para la gente que visita el Parque y al Cotopaxi específicamente. La ruta que se sigue es considerada “Fácil”: tramos mayormente para caminar en terreno arenoso, nieve y glaciar, en pendientes promedio de 30 a 40°; existen muy poco tramos de escalada.

1.3.1.13.3 Volcán Rumiñahui.-

El nombre Rumiñahui significaría “ojo de piedra” y se debe en honor a uno de los últimos generales incas nacidos en el territorio del Ecuador, que lideró la resistencia local en contra del avance del ejército español desde del sur y que terminaría con la fundación española de San Francisco de Quito.

Gráfico N° 1.14 VOLCÁN RUMIÑAHUI



FUENTE: Observación de Campo.

Actividades en el Rumiñahui

Debido a la presencia extensa del páramo y bosque nativo en algunas de sus quebradas, es posible realizar las siguientes actividades:

- ✚ Montañismo: El Rumiñahui es un sitio perfecto para realizar ascensos para aclimatar previo a la ascensión del Cotopaxi.
- ✚ Caminatas que de igual manera que pueden servir de aclimatación o también como actividad.
- ✚ Avistamiento de aves es una opción muy atractiva para la gente que gusta de esta actividad; debido a la presencia de flora nativa hace que se pueda observar aves como colibríes, mirlos, perdiz de páramo, gorriones, etc.

1.3.1.13.4 Lagunas

Dado a que el sistema montañoso y la presencia de ecosistemas como el páramo, no sólo hacen que se presenten nacimientos de ríos sino también de ambientes lacustres a manera de pequeñas lagunas, de las cuales las más destacadas tenemos las siguientes:

1.3.1.13.4.1Laguna de Limpiopungo:

Es posiblemente uno de los atractivos más representativos del Parque aparte del volcán Cotopaxi. Está localizada en la planicie de Limpios, a una altura aproximada de 3.800 m.s.n.m., su origen se debería a la presencia de gigantescos glaciares que cubrieron el área hace más de 2.000 años.

Gráfico N° 1.15 LAGUNA LIMPIOPUNGO



FUENTE: Observación de Campo.

1.3.13.4.2 Laguna de Santo Domingo:

Es una laguna pequeña pero de mayor profundidad que la laguna de Limpiopungo, no se ha registrado que es el hábitat de ninguna especie específica de aves, pero se destaca por su potencial paisajístico.

Gráfico N° 1.16 LAGUNA LIMPIOPUNGO



FUENTE: INTUR (Oficina de Información Turística), Ministerio de Turismo.

1.3.1.13.4.3 Lagunas de Cajas:

Constituye un conjunto de pequeñas lagunas que se alimentan sobretodo de las precipitaciones altas de la zona, a los alrededores se puede observar sobretodo algunas variedades de pato y de gaviota andina (Coello, 1996).

1.3.1.13.4.4 Manantial (Laguna de los patos):

Se encuentra al noreste del Cotopaxi, constituye una vertiente de agua dulce proveniente de filtraciones de agua lluvia y condensación de humedad del páramo.

Actividades-lagunas: Este conjunto de lagunas nos puede ofrecer una variedad de actividades como:

- ✚ Observación de aves, en donde cabe destacar la infraestructura del muelle de avistamiento en la laguna de Limpiopungo.
- ✚ Sitio de acampada sobretodo en la zona de la laguna de Santo Domingo.
- ✚ Sitios de descanso para los programas de caminatas dentro del Parque.

1.3.1.13.4.5 Cueva de los búhos.-

Este sector es poco conocido pero tiene una belleza muy particular.

Gráfico N° 1.17 CUEVA DE LOS BÚHOS



FUENTE: Observación de Campo.

Actividades-Cueva de los búhos:

- ✚ El sitio brinda posibilidades de observación de aves y gran recurso paisajístico por su diversidad de paisaje combinada con la presencia cercana del Cotopaxi.

1.3.1.13.4.6 Arqueología.-

En cuanto a vestigios arqueológicos, se puede decir que dentro del Parque se han encontrado varios puntos en donde y de acuerdo a varios estudios especializados sirvieron a manera de fortalezas militares para la vigilancia de pasos importantes, y no como asentamientos poblacionales ya que según las investigaciones tanto en las fases preincásica, incásica y posterior, la gente prefirió mantenerse a una distancia prudente del volcán debido a los efectos devastadores que sus erupciones tendrían en sus vidas y actividades cotidianas.

Gráfico N° 1.18 RUINAS EL SALITRE



FUENTE: Observación de Campo.

1.3.1.13.4.7 Centro de Interpretación.-

Se lo conoce también como el “Museo del Parque”, que en realidad presta servicios de un Centro de Información.

Gráfico N° 1.19 CENTRO DE INTERPRETACIÓN



FUENTE: Observación de Campo.

Actividades-Centro de Información: Dentro de las actividades que se pueden realizar en este lugar están:

- ✚ Visita al Centro que en general el visitante se podrá informar sobre temas como geología, arqueología, flora, fauna, clima e historia relacionados con la zona del Parque y del volcán Cotopaxi.
- ✚ Recorrido en el sendero auto-guiado de unos 45 minutos de duración, en donde se cuenta con una buena perspectiva de la quebrada Mishahuaycu y en donde se puede observar vegetación endémica y propia de la zona, y en ocasiones especialmente en horas de la mañana o en la tarde se puede observar animales como venado, lobo de páramo, incluso en base a algunos reportes, la presencia de puma y algunas especies de aves.

1.3.1.13.4.8 Refugio José Ribas.-

Dentro del Parque en el flanco norte del Cotopaxi, se encuentra el refugio de montaña que atrae a muchos visitantes, ya sea porque es una infraestructura que ayuda de gran manera a la actividad del montañismo, como también se convierte en un reto llegar hasta él ya que se encuentra construido a una altitud de 4.800 m. s. n. m., altitud considerable para las personas que visitan el Parque y que no tienen planeado ningún ascenso a la cumbre del volcán.

Gráfico N° 1.20 REFUGIO JOSÉ RIBAS



FUENTE: INTUR (Oficina de Información Turística), Ministerio de Turismo.

Actividades-Refugio José Ribas: Como ya lo hemos mencionado, las personas utilizan el refugio para el descanso previo a la ascensión del Cotopaxi. Otra actividad que es muy común hacer es la caminata hacia el glaciar noroccidental del volcán ubicado a 5.000 m.s.n.m., y disfrutar de hermosos paisajes del valle interandino.

1.3.1.13.4.9 Refugio Cara Sur.-

Hace unos años se inició el proyecto de crear una alternativa adicional para ascender al Cotopaxi por su cara sur.

Gráfico N° 1.21 ALBERGUE CARA SUR DEL VOLCAN COTOPAXI



FUENTE: <http://www.cotopaxicarasur.com/galeria.html>

Actividades-Cara Sur: Contar con la facilidad de estas instalaciones ha hecho que las opciones se incrementen:

- ✚ Ascenso a la cumbre sur del Cotopaxi, ubicada a una altura de 5800 m. s. n. m. De igual manera, la ruta sur es del mismo grado que la ruta de la cara norte, por lo tanto las exigencias físicas y técnicas son las mismas. Inclusive se puede realizar el recorrido integral del volcán, es decir, se puede ascender desde la cara sur para luego realizar el descenso por la ruta normal de la cara norte.
- ✚ Acenso y caminata al pico Morurcu (4.850 m), que consiste en un pico de roca el cual ofrece una interesante opción de escalada técnica en roca. La caminata se los realiza alrededor del pico, en donde se puede observar el paisaje típico volcánico que el tiempo junto con las erupciones y procesos de erosión han ido esculpiendo.
- ✚ También se puede observar aves de gran tamaño como cóndores, águilas y aves rapaces.

1.3.1.13.4.10 Albergue Tambopaxi.-

Dentro del Parque muy cerca del ingreso del Control Norte, se encuentra el albergue de montaña Tambopaxi ubicado a una altura de 3.720 m. s. n. m. El

complejo constituye de una cabaña principal con espacio para 32 camas y que además cuenta con el servicio de restaurante.

Gráfico N° 1.22 ALBERGUE TAMBOPAXI



FUENTE: INTUR (Oficina de Información Turística), Ministerio de Turismo.

Actividades-Tambopaxi.- Definido como un centro de aclimatación, el Tambopaxi por su estratégica ubicación, ofrece caminatas y ascensiones en zonas dentro y fuera del Parque: Es así, que se pueden hacer las siguientes caminatas y ascensos.

- + Rumiñahui (4.712 m)
- + Sincholagua (4.893m)
- + Cotopaxi (5.897 m)

También es posible hacer caminatas en zonas populares del Parque como Limpiopungo, El Salitre, etc.¹⁹Ecuador por poseer una gran biodiversidad se ubica dentro de los países que durante los primeros meses de 2010, han registrado un crecimiento positivo en cuanto a llegadas de turistas extranjero lo cual se considera como una oportunidad para crear la Hostería, pero también existe una de las amenazas que afectan directamente a la empresa que es la estabilidad

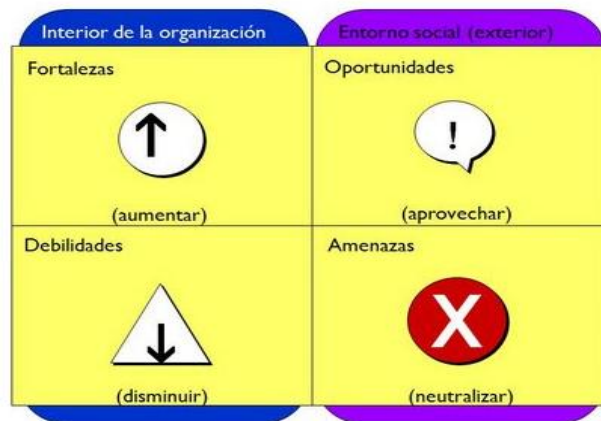
¹⁹Guía Interpretativa Del Parque Nacional Cotopaxi.

política del ecuador, teniendo consecuencias graves para los viajeros, para destinos concretos y para algunas empresas, en particular líneas aéreas, aeropuertos y operadores turísticos, Hosterías, hoteles.

1.4 ANÁLISIS FODA

El análisis o técnica FODA es una herramienta estratégica que se utiliza para evaluar la situación presente, es una estructura conceptual que identifica amenazas y oportunidades que surgen del entorno externo, y las debilidades y fortalezas que se posee en el entorno interno. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para determinar el tipo de ventaja competitiva con la cual la empresa diseñará estrategias adecuadas.

Gráfico N° 1.23 FODA



FUENTE: <http://uproadmon.blogspot.com/2007/02/matriz-foda.ht>

Tabla N° 1.11 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANANLISIS DEL MICROAMBIENTE	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Relación estable con los proveedores ✓ Relación estable con los guías y guarda parques del Parque Nacional Cotopaxi 	La Hostería depende específicamente de la estacionalidad vacacional.
	Falta de convenios con intermediarios turísticos para poder ofertar el servicio
	El incremento de la competencia formal e informal en el punto focal es predeterminante en el costo del precio y servicio.

FUENTE: Trabajo de Campo.
 ELABORADO POR: Gladys Iza.

ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL MICROAMBIENTE

1. Se tiene poder de negociación con los proveedores, puesto que los bienes y servicios que se adquieren son adquiridos en la comunidad facilitando así la oferta y demanda de alimentos e insumos.
2. La relación estable con los guías y guarda parques del Parque Nacional Cotopaxi son eficientes debido a una buena comunicación el cual permite estar informado de las actividades que se realizan en el Parque Nacional Cotopaxi.

ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES DEL MICROAMBIENTE

1. Estancia poco prolongada de los huéspedes.
2. No se ha creado convenios con empresas afines, reservaciones hoteleras, operadoras turísticas que den a conocer la existencia de los servicios que oferta la Hostería.
3. El incremento de establecimientos formales e informales que no cuentan con la calidad esperada y bajos precios pueden constituir una amenaza.

Tabla N° 1.12 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL AMBIENTE INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Cuenta con total apoyo económico del Propietario de la Hostería	1. Manejo administrativo
2. Amabilidad del personal hacia el huésped.	2. Carece de una filosofía empresarial explícita para marcar límites de acción y liderazgo
3. Limpieza y orden en todas las instalaciones de la Hostería	3. No existe una estructura organizacional definida.
4. Horarios de atención adecuados	4. Carencia de un sistema de reclutamiento y selección de personal
5. Eficiente comunicación del personal de la Hostería con el huésped.	5. No posee programas de capacitación y evaluación del desempeño personal y calidad del servicio de la Hostería.
6. La Hostería goza de un total contacto con la naturaleza.	6. Falta de experiencia y conocimiento del mercado al cual dirigirse.
7. La Hostería cuenta con un estilo de una casona tradicional y un pasado histórico que serán punto de atracción social y cultural para los huéspedes	7. No cuenta con una marca corporativa la cual fortalezca su introducción en el mercado.
	8. Falta de promociones, publicidad y campañas de difusión de la Hostería.
	9. Falta de servicios complementarios (paquetes turísticos, actividades recreacionales) para el bienestar y satisfacción del cliente.
	10. No posee una página web que le permita interactuar con los clientes.
	11. No cumple con las normas y disposiciones para su funcionamiento (registro en: Jefatura Municipal del cantón Latacunga, Ministerio de Turismo, CAPTUR, LUAF).
	12. La infraestructura interna de la Hostería posee problemas de humedad que incomoda al huésped.
	13. No existe una adecuada decoración de las zonas comunes (corredores, patios, jardines, etc.)

FUENTE: Trabajo de Campo.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

ANÁLISIS FORTALEZAS DEL ENTORNO INTERNO

1. Al no tener ingresos la Hostería cuenta con el apoyo económico del Propietario y de la Familia que actualmente lo administra.
2. La actitud y amabilidad del personal inspira confianza y comodidad en el hospedaje siendo esta la mayor fortaleza puesto que el personal que trabaja está compuesto por una entidad familiar.
3. La limpieza y orden son fundamentales en el servicio de hospedaje porque genera una buena imagen de la Hostería hacia el cliente.
4. Los horarios de atención son adecuados por lo que permanece abierto las 24 horas días, brindando así al huésped acceso a las instalaciones de la Hostería; el hospedaje es inesperado.
5. La comunicación es un factor determinante al momento de adquirir un producto adicional turístico puesto que el personal de la Hostería está conformado por dos guías naturalistas del Parque Nacional Cotopaxi, siendo el principal el propietario de la misa.
6. Atractiva diversidad del cantón que permite involucrar al turista en la cultura y costumbres de la comunidad de Santa Rita sus expresiones artesanales, fiestas populares en Honor a la Virgen que lleva su nombre en la cual toda la comunidad celebra sus costumbres ancestrales, el cual es disfrutado por propios y extraños.
7. Los turistas que visitaron el Ecuador en el año 2010 alcanzaron 1.047.098 llegadas internacionales en comparación con 968.499 en el 2009, el principal motivo de llegada de extranjeros a nuestro país es el turismo; principalmente norteamericanos, europeos, MERCOSUR y países vecinos como Colombia y Perú.

ANÁLISIS DEBILIDADES DEL ENTORNO INTERNO

1. No existe independencia para tomar decisiones, pues la única persona quien toma decisiones es el propietario, lo que dificulta la agilidad en la toma de decisión, retardando las respuestas inmediatas al mejoramiento de su desempeño.
2. Falta de misión y visión de la Hostería, para unificar esfuerzos y mejorar sus estrategias orientadas al cliente.
3. No establece los niveles de jerarquización, ni determina las actividades a desarrollarse de los diferentes espacios de la Hostería.
4. No tiene parámetros para reclutar al personal (requisitos, experiencia en la actividad turística, etc.).
5. No existe una capacitación constante y adecuada al personal, la mayoría no tienen experiencia en el servicio a prestar dentro de la Hostería.
6. No posee un portafolio de servicios.
7. No cuenta con un manual de marca el cual permita que la Hostería sea identificada a nivel nacional e internacional.
8. No existe estrategias de comercialización turística dirigidas a un segmento de mercado determinado.
9. Los servicios complementarios pueden convertirse en una buena estrategia para captar clientes.
10. No posee una página web la cual es muy indispensable pues permite que los clientes puedan conocer su infraestructura, los servicios que rece e inclusive realizar reservaciones on-line.
11. Presta servicios de hospedaje sin tener los permisos de funcionamiento, lo que puede provocar la clausura de sus instalaciones.
12. y 13. Sus instalaciones no fueron realizadas técnicamente lo cual perjudica directamente al ambiente en el cual se pretende ofrecer.

Tabla N° 1.13 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Existe potencial turístico y cultural en el la comunidad de Santa Rita.	1. La incidencia de la inflación en artículos como alimentos, servicios de restaurantes y hoteles han sufrido un incremento en los últimos meses reduciendo la capacidad
2. Existe demanda creciente de turistas extranjeros.	2. El departamento de turismo del cantón Latacunga no coordina de manera efectiva las diversas acciones enfocadas al turismo y su difusión a nivel local y nacional.
3. Población creciente en el sector urbano a nivel nacional, lo que puede significar un incremento de los clientes	3. Falta de emprendimiento de negocios complementarios y lugares de distracción en la comunidad de Santa Rita.
4. Se encuentra localizado en el principal punto focal del Parque Nacional Cotopaxi cuyo atractivo más representativo es el Volcán.	4. Servicios básicos deficientes (agua, alcantarillado, energía eléctrica.
5. Variedad de oferta que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi.	5. Falta de higiene en la Comunidad de Santa Rita.
	6. Deficiente señalización de: recursos naturales, atractivos turísticos y localización
	7. Falta de seguridad policial y de salud para el turista.

ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DEL MACROAMBIENTE

1. Aproximadamente el 54% de la población reside en los centros urbanos, mientras el resto se desenvuelve en el medio rural. La población urbana en sus momentos de ocio busca lugares de distracción y relajación fuera de la ciudad, siendo este un mercado atractivo para la Hostería a nivel nacional. Cabe mencionar que los principales mercados de origen son Quito, Guayaquil y Cuenca.

2. El fuerte de la provincia de Cotopaxi es el ecoturismo, turismo de naturaleza que permite desarrollar diversas actividades al turista y gracias a su localización cercana a los atractivos turísticos de la provincia, facilitará el cómodo desplazamiento de los turistas y representa una oportunidad para captar clientes.
3. La variedad de oferta que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi representa una oportunidad para la Hostería permitiendo así desarrollar paquetes turísticos en donde el huésped pueda estar en total contacto con la naturaleza y disfrutar del medio ambiente.

ANÁLISIS DE AMENAZAS DEL MACROAMBIENTE

1. La inflación se ha incrementado en alimentos debido a la escasez de los mismos por la falta de lluvia, lo que en parte impide abaratar costos para bajar los precios en el servicio de alimentación que ofrece la Hostería.
2. Falta de apoyo e interés de las autoridades de Latacunga, quienes no desarrollan participación turística ni planes integrales de turismo a nivel local.
3. No existen lugares complementarios (parques ornamentales, parques botánicos, tiendas, bares etc.) por falta de demanda del mercado para implementarlos, además no hay un nivel de educación de los pobladores de la comunidad, que les permita tener una visión más amplia para incursionarse en el sector del turismo.
4. Las autoridades a cargo de los servicios básicos no ofrecen un buen servicio, por falta de presupuesto para la Parroquia.
5. No existe una cultura en cuanto al aseo de la comunidad, sobre todo en los días de ferias artesanales sábados y domingos, en que se evidencia la presencia de basura en los alrededores del mercado artesanal y en las avenidas, dando una mala imagen turística.

6. No cuenta con señalización visible de los lugares turísticos del Parque Nacional Cotopaxi, como letreros, planos viales el cual facilite información turística a visitantes nacionales y extranjeros.
7. Las autoridades de la Parroquia no se encuentran bien organizadas especialmente las instituciones como la jefatura de policía y el centro de salud, que no cuentan con el equipo necesario y por ende no pueden prestar un buen servicio a la comunidad y a los turistas.

TABLA N° 1.14 MATRIZ FODA

ENTORNO INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1. Cuenta con apoyo económico financiero del Propietario de la Hostería.</p> <p>2. Amabilidad del personal hacia el huésped.</p> <p>3. Limpieza y orden en todas las instalaciones de la Hostería</p> <p>4. Horarios de atención adecuados</p> <p>5. Eficiente comunicación del personal de la Hostería con el huésped.</p> <p>6. La Hostería goza de un total contacto con la naturaleza.</p> <p>7. La Hostería cuenta con un estilo de una casona tradicional y un pasado histórico que serán punto de atracción social y cultural para los huéspedes.</p> <p>8. La relación estable con los guías y guarda parques del Parque Nacional Cotopaxi</p>	<p>1. No cuenta con un manejo administrativo adecuado.</p> <p>2. Carece de una filosofía empresarial explícita para marcar límites de acción y liderazgo</p> <p>3. No existe una estructura organizacional definida.</p> <p>4. Carencia de un sistema de reclutamiento y selección de personal</p> <p>5. No posee programas de capacitación y evaluación del desempeño personal y calidad del servicio de la Hostería.</p> <p>6. Falta de experiencia y conocimiento del mercado al cual dirigirse.</p> <p>7. No cuenta con una marca corporativa el cual fortalezca su introducción en el mercado.</p> <p>8. Falta de promociones, publicidad y campañas de difusión de la Hostería.</p> <p>9. Falta de servicios complementarios (paquetes turísticos, actividades recreacionales) para el bienestar y satisfacción del cliente.</p> <p>10. No posee una página web que le permita interactuar con los clientes.</p> <p>11. No cumple con las normas y disposiciones para su funcionamiento (registro en: Jefatura Municipal del cantón Latacunga, Ministerio de Turismo, CAPTUR, LUAF).</p> <p>12. La infraestructura interna de la Hostería posee problemas de humedad que incomoda al huésped.</p> <p>13. No existe una adecuada decoración de las zonas comunes (corredores, patios, jardines, etc.).</p> <p>14. Falta de convenios con intermediarios turísticos para poder ofertar el servicio</p> <p>15. El incremento de la competencia formal e informal en el punto focal es predeterminante en el costo del precio y servicio</p>
ENTORNO EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1. Existe potencial turístico y cultural en el la comunidad de Santa Rita.</p> <p>2. Existe demanda creciente de turistas extranjeros.</p> <p>3. Población creciente en el sector urbano a nivel nacional, lo que puede significar un incremento de los clientes.</p> <p>4. Se encuentra localizado en el principal punto focal del Parque Nacional Cotopaxi cuyo atractivo más representativo es el Volcán.</p>	<p>1. La incidencia de la inflación en artículos como alimentos, servicios de restaurants y hoteles han sufrido un incremento en los últimos meses reduciendo la capacidad.</p> <p>2. El departamento de turismo del cantón Latacunga no coordina de manera efectiva las diversas acciones enfocadas al turismo y su difusión a nivel local y nacional.</p> <p>3. Falta de emprendimiento de negocios complementarios y lugares de distracción en la comunidad de Santa Rita.</p> <p>4. Servicios básicos deficientes (agua, alcantarillado, energía eléctrica, sistema de</p> <p>5. Falta de higiene en la Comunidad de Santa Rita.</p> <p>6. Deficiente señalización de: recursos naturales, atractivos turísticos y localización</p> <p>7. Falta de seguridad policial y de salud para el turista.</p>

FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Matrices

Para la evaluación de las matrices interna y externa se utilizaron los siguientes criterios de ponderación:

Impacto de 1 a 5

- ❖ 1 si representa un IMPACTO PEQUEÑO
- ❖ 3 si representa un IMPACTO MEDIO
- ❖ 5 si representa un GRAN IMPACTO

Calificación de amenazas y oportunidades:

- ❖ 1 si representa una AMENAZA MAYOR
- ❖ 2 si representa una AMENAZA MENOR
- ❖ 3 si representa una OPORTUNIDAD MENOR
- ❖ 4 si representa una OPORTUNIDAD MAYOR

Calificación fortalezas y debilidades:

- ❖ 1 si representa una DEBILIDAD MAYOR
- ❖ 2 si representa una DEBILIDAD MENOR
- ❖ 3 si representa una FORTALEZA MENOR
- ❖ 4 si representa una FORTALEZA MAYOR

Tabla N° 1.15 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL AMBIENTE INTERNO

TABLA N° 1.15 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL AMBIENTE INTERNO					
N°	Descripción	Impacto	% REF	CALIF	Res. Ponderado
Fortaleza					
1	Cuenta con total apoyo económico del Propietario de la Hostería	3	0,03	4	0,126
2	Amabilidad del personal hacia el huésped.	5	0,05	4	0,211
3	Limpieza y orden en todas las instalaciones de la Hostería	5	0,05	4	0,211
4	Horarios de atención adecuados	5	0,05	4	0,211
5	Eficiente comunicación del personal de la Hostería con el huésped.	5	0,05	4	0,211
6	La Hostería goza de un total contacto con la naturaleza.	5	0,05	4	0,211
7	Cuenta con estilo de una casona tradicional y un pasado histórico que serán punto de atracción social y cultural para los huéspedes	3	0,03	4	0,126
8	La relación estable con los guías y guarda parques del Parque Nacional Cotopaxi	3	0,03	4	0,126
Debilidades					
1	Manejo administrativo inadecuado	3	0,03	1	0,032
2	Carece de una filosofía empresarial explícita para marcar límites de acción y liderazgo	3	0,03	2	0,063
3	No existe una estructura organizacional definida.	3	0,03	2	0,063
4	Carencia de un sistema de reclutamiento y selección de personal	3	0,03	2	0,063
5	No posee programas de capacitación y evaluación del desempeño personal y calidad del servicio de la Hostería.	5	0,05	1	0,053
6	Falta de experiencia y conocimiento del mercado al cual dirigirse.	5	0,05	1	0,053
7	No cuenta con una marca corporativa el cual fortalezca su introducción en el mercado.	5	0,05	1	0,053
8	Falta de promociones, publicidad y campañas de difusión de la Hostería.	5	0,05	1	0,053
9	Falta de servicios complementarios (paquetes turísticos, actividades recreacionales) para el bienestar y satisfacción del cliente.	5	0,05	1	0,053
10	No posee una página web que le permita interactuar con los clientes.	5	0,05	1	0,053
11	No cumple con las normas y disposiciones para su funcionamiento (registro en: Jefatura Municipal del cantón Latacunga, Ministerio de Turismo, CAPTUR).	5	0,05	1	0,053
12	La infraestructura interna de la Hostería posee problemas de humedad que incomoda al huésped.	5	0,05	2	0,105
13	No existe una adecuada decoración de las zonas comunes (corredores, patios, jardines, etc.)	3	0,03	2	0,063
14	Falta de convenios con intermediarios turísticos para ofertar el servicio.	3	0,03	2	0,063
13	El incremento de la competencia formal e informal en el punto focal es predeterminante en los costos.	3	0,03	2	0,063
Total		95	1,00		2,316

TABLA N° 1.16 MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL AMBIENTE EXTERNO

N°	DESCRIPCIÓN	Impacto	% REF	CALIF	Resultado Ponderado
OPORTUNIDADES					
1	Existe potencial turístico y cultural en el la comunidad de Santa Rita.	5	0,10	4	0,385
2	Existe demanda creciente de turistas extranjeros.	5	0,10	4	0,385
3	Población creciente en el sector urbano a nivel nacional, lo que puede significar un incremento de los clientes	5	0,10	4	0,385
4	Se encuentra localizado en el principal punto focal del Parque Nacional Cotopaxi cuyo atractivo más representativo es el Volcán.	5	0,10	4	0,385
5	Variedad de oferta que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi.	5	0,10	4	0,385
AMENAZAS					
1	La incidencia de la inflación en artículos como alimentos, servicios de restaurantes y hoteles han sufrido un incremento en los últimos meses reduciendo la capacidad	3	0,06	2	0,115
2	El departamento de turismo del cantón Latacunga no coordina de manera efectiva las diversas acciones enfocadas al turismo y su difusión a nivel local y nacional.	5	0,10	1	0,096
3	Falta de emprendimiento de negocios complementarios y lugares de distracción en la comunidad de Santa Rita.	3	0,06	2	0,115
4	Servicios básicos deficientes (agua, alcantarillado, energía eléctrica.	5	0,10	1	0,096
5	Falta de higiene en la Comunidad de Santa Rita.	5	0,10	1	0,096
6	Deficiente señalización de: recursos naturales, atractivos turísticos y localización	3	0,06	2	0,115
7	Falta de seguridad policial y de salud para el turista.	3	0,06	2	0,115
TOTAL		52	1,00		2,673

FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Análisis FODA

El no contar con un plan estratégico de marketing se muestra como una variable interna crítica que afecta a todo el ambiente interno y externo de la empresa ya que en la actualidad la empresa no cuenta con un lineamiento hotelero el cual permita que su servicio crezca y pueda desarrollarse.

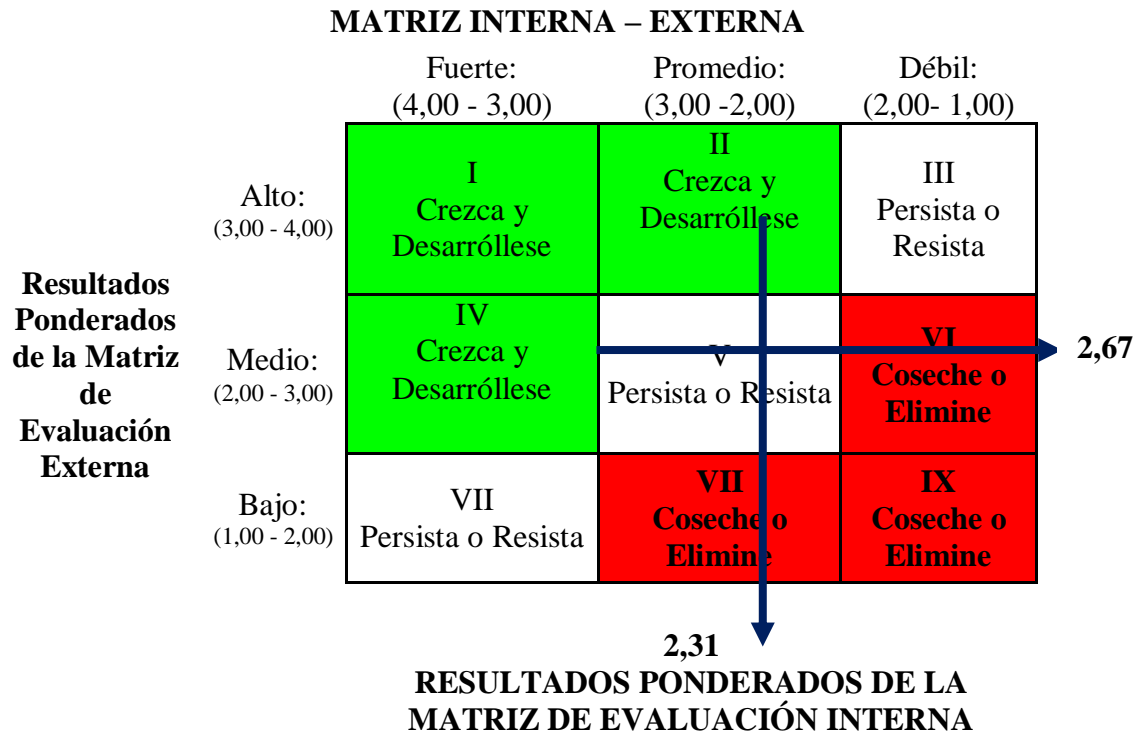
La atención al cliente que junto a la ubicación de la hostería en un sitio estratégico son fortalezas que tendrán un alto impacto en el desarrollo de la organización, y que de el mismo modo afectan a todo el entorno de la empresa, misma que se puede ver amenazada por el aumento de competidores informales, así como por el trabajo con pocos clientes.

Las amenazas como la falta de emprendimiento de negocios complementarios en la comunidad y la falta de coordinación por parte del Departamento de Turismo del Cantón Latacunga, son variables que afectan el ambiente externo de la empresa, no a su vez el interno.

La carencia de manuales de organización y la gestión participativa en conjunto con la administración del personal, son variables que no afectan el ambiente externo de la empresa, pero sí al funcionamiento interno de la empresa y que pese que son variables de poca atención son debilidades que se deberán atender a largo plazo.

MATRIZ INTERNA EXTERNA O FODA

La matriz interna externa que se muestra a continuación y para su alimentación se tomó en cuenta las ponderaciones totales en las matrices internas y externas.



	Invertir
	Equilibrar
	Retirarse

Persista o Resista: Es recomendable aplicar estrategias intensivas de penetración de mercados, desarrollo de mercado o producto bien definidas como el Plan de Marketing Estratégico. La penetración en el mercado incluye aumentar la cantidad de intermediarios, elevar el gasto publicitario, ofrecer paquetes promocionales en el servicio o reforzarlas en las publicidades.

Es recomendable que la empresa debe poner su mayor esfuerzo y designar recursos en la elaboración de un Plan Estratégico de Marketing que a su vez le permita incrementar su número de clientes y consumidores para así también hacer frente a la competencia. La falta de marketing y publicidad es una de las estrategias de penetración que la hostería deberá realizar de manera intensiva.

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye uno de los aspectos del entorno más importantes en el proceso de implementación de un proyecto.

Dentro del análisis e interpretación de datos, es importante determinar la estimación más probable del comportamiento del mercado en el futuro, es decir estimar la cantidad (Q) del bien o servicio el mismo que nos ayudara a conocer los potenciales clientes que tendrá la Hostería a implementarse, de manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias expectativas de los clientes se podrá ofrecer servicios de calidad y aun precio adecuado.

2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta por su parte se basa en los recursos e infraestructura para atraer y prestar los servicios a los turistas. Los recursos se basan en las potenciales geográficas, histórico-monumentales, culturales que posee un núcleo turístico como son: sus parques, monumentos, folklore, gastronomía, etc. y que tiene un poder de atracción y satisfacción hacia los turistas.

La infraestructura se basa en los elementos físicos que compone el mercado para poder atender necesidades de los turistas como: carreteras, alojamientos, transporte, instalaciones, deportes, recreo, medios de transporte y movilización, etc.

En definitiva la oferta se basa en conocer productos y servicios que estén sujetos a una calidad y un precio que deben competir en el mercado frente a otros productos y servicios con el objetivo final de conseguir una sólida demanda.

Dentro del análisis de la oferta que tendrá la Hostería a implementarse debemos conocer la metodología establecida por el Ministerio de Turismo (1993) que clasifica a los atractivos turísticos en dos categorías Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, dentro de cada una de ellas podemos encontrar diferentes tipos y subtipos. La categoría define los atributos que tiene el elemento y motivan la visita, dependiendo de su naturaleza, el tipo determina los elementos de características similares en una categoría y los subtipos los elementos que caracterizan los tipos.

Para entender de mejor manera la oferta actual debemos conocer que el Parque Nacional Cotopaxi tiene una superficie total de 33.393 has, está localizado geográficamente en las Provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo, a 60 Km. de distancia de Quito

Consta de dos accesos: el ingreso Norte, al que se accede por la población de Machachi, tomando un camino de segundo orden que atraviesa los poblados de Güitig y El Pedregal hasta llegar a la caseta de Control Norte. El acceso Sur se encuentra en el Km. 44 de la Panamericana Sur cerca de la población de Lasso, pasando la comunidad de Santa Rita, por caminos de segundo orden hasta el Control El Caspi.²⁰

Se localiza en la Sierra Central, próximo al flanco oriental de los Andes. Los límites pasan por el gran macizo que forman los volcanes: Cotopaxi y Rumiñahui, y por la parte nororiental del río Pita que constituye un límite natural. Para entender de mejor manera la oferta turística del Parque Nacional Cotopaxi, se ha tomado en cuenta el inventario de atractivos turísticos, realizado en base a la metodología establecida por el Ministerio de Turismo. (Referencia Inventarios Turísticos del Parque Nacional Cotopaxi 2010)

²⁰ Plan De Desarrollo Turístico Del Parque Nacional Cotopaxi, Fundación Páramo, Quito 2007.

Para éste estudio se determinaron los atractivos ubicados dentro del área protegida y los que están ubicados fuera de límites que son considerados como conexiones y están incluidos dentro de rutas o paquetes comercializados por empresas turísticas o turistas independientes.

El Parque Nacional Cotopaxi dentro de sus límites cuenta con 11 atractivos naturales y 6 atractivos culturales, siendo el mayor atractivo del lugar su belleza escénica y los recursos naturales que se conservan, los mismos que permiten del desarrollo de una variedad de actividades turísticas que enriquecen la visita de propios y extraños.

Tabla N° 2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DENTRO DE LÍMITES, PARQUE NACIONAL COTOPAXI

CUADRO DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI						
Categoría	Tipo	Subtipo	Recurso	Sector/Ubicación	Actividades	Operadores
Sitio Natural	Montañas	Volcanes	Cotopaxi	Parroquia Mulaló, Ubicado en las provincias de Cotopaxi, Pichincha, Napo	Ascenso a la cumbre.	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions
			Rumiñahui	A 26 km al sureste de Quito	Ascenso a la cumbre, Caminatas, avistamiento de aves	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions
	Ambientes lacustres	Lagunas	Laguna de Limpiopungo	Parroquia Mulaló, Entre Las Faldas del Volcán Cotopaxi y el Volcán Rumiñahui	Observación de aves, Camping, Caminata	Berrazueta & Berrazueta, Boliche Tours, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Quilindaña Tours.
			Laguna De Santo Domingo	En los Flancos nor-orientales del Parque.	Observación de aves, Camping, Caminata	Quilindaña Tours.
			Lagunas Cajas	Se localizan al Suroriente Del Parque, A 3 Km Del Control Mauca Sudadero	Observación de aves, Camping, Caminata	Ninguno
			Laguna De Cajatamba	Se localizan al suroriente del Parque, a 4 km del control Mauca Sudadero	Observación de aves, Camping, Caminata	Quilindaña Tours.
			Manantial (laguna de los patos)	Se localiza al noreste del Cotopaxi	Observación de aves, Camping, Caminata	Boliche Tours, Rina Llacta, Tobar Expeditions, Quilindaña Tours.
	Ríos	Cascada	Cara Sur Cóndor Huayco	Comunidad de Ticatilín, ubicado a 4420 m.s.n.m.	Caminata	Berrazueta & Berrazueta, Marcelo Araque Expediciones.
Fenómeno Espeleológicos	Cuevas	Cueva de los Búhos	A 20 km Del Control Sur del Parque Nacional Cotopaxi	Caminata, Observación de aves.	Boliche Tours, Quilindaña Tours.	
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	Tambopaxi	A 1 Km Del Control Norte del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, Camping, Restaurante, Cabalgatas, Lavandería	Boliche tours, Quilindaña Tours.
			Refugio José Ribas	A 36 Km Del Control Sur del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, Restaurante, Caminatas	Berrazueta & Berrazueta, Boliche Tours, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque, Limpiopungo Tours Expediciones, Neiges, Rina Llacta, Selva nieve Expediciones, Tobar Expeditions, Quilindaña
			Centro De Interpretación	Se Encuentra En La Área Protegida A 11 Km Del Parque Nacional Cotopaxi	Recorrido en un sendero auto-guiado, Observación de aves	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
			Refugio Cara Sur	Localizado en la Comunidad de Ticatilin, ubicado a 4000 m. s. n. m.	Hospedaje, Restaurante, Caminatas, transporte, cabalgatas	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve, Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions, Quilindaña
			Restaurante y Albergue Paja Blanca	A 18 km del control sur del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, Restaurante, Ascensión, Caminatas	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Tobar Expeditions, Quilindaña Tours.
	Zona Histórica	Pucara De Salitre	Parroquia Mulaló, ubicado al Noroeste Del Parque Nacional Cotopaxi	Caminata, Observación de aves.	Boliche Tours, Rina Llacta, Tobar Expeditions, Quilindaña Tours.	
	Etnográficas	Culturas	Cultura Chagra/Panzaleo	Provincia de Pichincha, y Cotopaxi	Culturales, Historia	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
	Realizaciones Técnicas	Minas	Minas de Piedras	Pastocalle/ Barrio Santa Rita	Caminata	Quilindaña Tours.

FUENTE: Inventario de Atractivos Turísticos del PNC 2010, Plan de Desarrollo Turístico del Parque Nacional Cotopaxi, Fundación Páramo, Quito 2007.

ELABORADO POR: Gladys Iza

Es importante tomar en cuenta también los atractivos que se encuentran fuera del Parque, ya que estos también son considerados como conexiones y están incluidos dentro de rutas o paquetes comercializados por empresas turísticas o turistas independientes.

Dentro de los atractivos del área de influencia al Parque Nacional Cotopaxi existen algunos Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales donde se puede realizar caminatas, avistamiento de aves y disfrutar de hermosos paisajes que son poco visitados por las diferentes agencias que se dedican a ofertar servicios turísticos.

Tabla N° 2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI.

ATRACTIVOS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI						
Categoría	Tipo	Subtipo	Recurso	Sector/Ubicación	Actividades	Operadores
Sitio Natural	Montañas	Volcanes	Pasochoa	Callejón Interandino , A 15 Km al Sureste de Quito y al Norte del Volcán Rumiñahui	Ascenso a la cumbre	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions
			Sincholahua	Cordillera Occidental, 17km al Noreste del Cotopaxi	Ascenso a la cumbre	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions
			Quilindaña	Cordillera Orienta, ubicado en la cordillera Real al sureste del Cotopaxi entre los ríos Junta y el río Ami	Ascenso a la cumbre	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Greivag Turismo y Servicios, Marcelo Araque Expediciones, Limpiopungo Tours, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Sumacñan Expediciones, Tobar Expeditions
		Colinas	Cerro de Callo	Lasso/ Barrio El Chasqui	Caminata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
			Cerro Morurco	Ticatilín, suroeste del volcán a 4820 m.s.n.m	Escalar, Caminata, Observación de aves	Berrazueta & Berrazueta, Expeditions Volcano Route, Marcelo Araque Expediciones, Neiges, Rina Llacta, Selva Nieve Expediciones, Tobar Expeditions
	Planicies	Valles	Valle de los Pedregales	Machachi/ Barrio de Santa Ana del Pedregal	Observación de aves, caminata a las planicies de la comunidad, cabalgatas	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
	Ambientes Lacustres	Lagunas	Lagunas Verdecocha	Flancos nor-orientales del Parque	Observación de aves, Camping, Caminata	Ninguno
			Laguna de Yunacocha	Flancos nor-orientales del Parque	Observación de aves, Camping, Caminata	Ninguno
	Ríos	Rápidos	Río Pita	Flancos orientales del Cotopaxi	Avistamiento de aves, Caminata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
		Cascada	San Luís	Flancos Sur-orientales del Cotopaxi	Avistamiento de aves, Caminata	Ninguno
	Ecosistema	Paramo	Chalupas	A10 km al sureste del Cotopaxi	Avistamiento de aves, Caminata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
			Langoa	Comunidad de Ticatilín, Suroeste del Cotopaxi, Toma de agua	Avistamiento de aves, Caminata	Cotopaxi Cara Sur
			Pansache	Comunidad de Ticatilín, Suroeste del Cotopaxi, Toma de agua	Avistamiento de aves, Caminata	Cotopaxi Cara Sur
	SNAP	Áreas de Recreación	El Boliche	Ubicado en la parroquia de Mulaló, a 27 km. de Machachi y 44 km. de Latacunga.	Avistamiento de aves, Caminata, camping	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
Manifestaciones Culturales	Históricas	Reserva de Producción Fauna	Pasochoa	Ubicado en el Sur-Este de la hoya de Guayllabamba	Avistamiento de aves, Caminata, Camping	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
		Arquitectura Civil	Hacienda El Porvenir	Tierra del Volcán / Tres haciendas que rodean al Volcán Cotopaxi	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Ninguno
			Hacienda El Tambo	Parque Nacional Cotopaxi- 4 Km. Del ingreso Norte del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Ninguno
			Refugio Chilcapamba	Calle Loreto de Pedregal S/N y Vía Sangolqui	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Ninguno
			Hacienda Yanahurco	Sur este del Volcán Cotopaxi a 100 km de Quito.	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
			Hacienda Santa Rita	De las cadenas de la EMAP entre el Pedregal y Rumipamba	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Ninguno
			Hostería La Ciénega	Lasso	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
			Hostería Cuello de Luna	Chasqui/ Barrio Yacupungo	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Ninguno
			Hacienda San Agustín del Callo	Lasso/ Barrio San Agustín del Callo	Hospedaje, Restaurante, Cabalgata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.
	Ferrocarril Tramo Quito – Boliche	Quito, Bolívar 443 y García Moreno, Centro Histórico	Tour privado en auto ferro	Boliche Tours		
Etnografía	Tradiciones Populares	Piedra Silintosa	Parroquia Mulaló	Caminata	Boliche Tours, Quilindaña Tours.	

FUENTE: Tabla de inventario de Atractivos Turísticos del PNC 2010, Plan de Desarrollo Turístico del Parque Nacional Cotopaxi, Fundación Páramo, Quito 2007.
ELABORADO POR: Gladys Iza

Para el análisis de la competencia de la Hostería a implementarse, se ha tomado en consideración las dos vías de acceso al Parque Nacional Cotopaxi las mismas que son las principales vías que utilizan los turistas para disfrutar de la biodiversidad que ofrece la misma y a través de las cuales se pretende conocer la oferta de servicios turísticos que ofrece el Cantón Mejía y el Cantón Latacunga.

En el Cantón Mejía se ha registrado 137 prestadores de servicios turísticos, 35 con características de alojamiento, 90 de alimentos y bebidas, y 12 de distracción y esparcimiento. En Machachi la primera vía de acceso la oferta turística real está asentada en los núcleos periféricos de la parroquia, con 6 haciendas rurales que proyectan el servicio de Hotel, Hostería u Hospedería impulsando las actividades de aventura en el campo de las reservas y montañas.- Por lo cual se produce una estancia en función de la actividad con servicios integrales: hospedaje, alimento y bebida, movilización, guianza y esparcimiento vivencial, que generan períodos de permanencia de 1 a 3 días como productos directos para el mercado turístico real del cantón.²¹

La segunda vía de acceso y la principal ruta de influencia de turistas es el Cantón Latacunga en donde se han registrado 155 prestadoras de servicio turístico, 60 con características de alojamiento, 18 agencias de viajes, 58 de alimentos y bebidas, y 19 de distracción y esparcimiento. En la Parroquia de Pastocalle y Mulaló se ha registrado como oferta turística 7 Hosterías que ofrecen servicios turísticos de hospedaje, alimentación, bebida, actividades recreativas entre otras, las cuales garantiza la estadía de las personas a quienes les atrae disfrutar de la naturaleza y biodiversidad que ofrece la Provincia de Cotopaxi.²²

Una vez determinado los límites del Parque Nacional Cotopaxi podemos establecer que en la Provincia de Pichincha se encuentra ubicadas dos Hosterías (Hostería Tambopaxi y Hacienda Yanahurco) y una en la Provincia de Cotopaxi

²¹ Plan Estratégico De Desarrollo Turístico Sostenible Del Cantón Mejía 2020

²² Referencia Catastro del Cantón Latacunga 2009

(Hostería Paja Blanca) con infraestructura técnica, convirtiéndose en las principales competencias que tendrá la Hostería a implementarse, las cuales que ofrecen los servicios de hospedaje, alimentación, caminatas, movilización, y guianza que generan períodos de permanencia de 1 a 3 días como productos directos para el mercado turístico y precios competitivos.

Tabla N° 2.3 CUADRO DE SERVICIOS Y PRECIOS QUE OFERTAN DIFERENTES HOSTERÍAS DE ALEDAÑAS AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI

Cuadro De Servicios Y Precios De Las Hosterías Aledañas Al Parque Nacional Cotopaxi					
PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN LATACUNGA					
Planta Turística	Sector/Ubicación	Facilidades y o Servicios	Precio por hospedaje por persona	Precio alimentación, por persona	Precio actividad turística por persona
Paja Blanca	A 11 km del control sur del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, restaurante, parqueadero, chimenea, baño y agua caliente, caminatas	12,00 USD habitación simple	8,00 USD	20,00 USD
Guagra Corral	Sector Chasqui- Barrio Santa Rita, en el km 44 de la autopista Panamericana Sur desde Quito a Latacunga	Hospedaje, cafetería, restaurante, actividades de excursión, camping, caminatas, visitas a mercados indígena del Cantón Pujilí y Saquisilí	22,00 simples 28,00 USD doble.	8,00 USD	20,00 a 35,00 USD
Cuello de Luna	Sector Chasqui- Barrio Yacupungo	Habitaciones con baño privado y chimenea incluida, restaurante, excursión, cabalgatas, Tours en bicicleta, caminatas, ascensiones en alta montaña, internet	40,00 simples, 50,00 dobles, 66,00 triples, familiares 95,00. Cuarto extra 18,00 USD	8 USD	15,00 a 100 USD
La Ciénega	Lasso	Hospedaje con baño privado, agua caliente, teléfono, chimenea, restaurante, Bar, salones para seminarios, capilla, áreas de recreación, cabalgatas, excursión, área de lectura	55,00 simples, 81,00 dobles, 96,00 triples, y familiares 129,00	8,00 USD	10, 00 a 100,00 USD
San Agustín del Callo	Lasso - Barrio San Agustín de Callo	Hospedaje, Restaurante, cabalgatas, excursiones, ciclismo de montaña, visita a mercados indígenas en el cantón Pujilí y Saquisilí	154,00 simples, 211,00 dobles, 266,00 triples.	8,00 USD	18,00 a 25,00 USD
PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN MEJÍA					
Tambopaxi	A 1 km del control norte del Parque Nacional C.	Hospedaje, restaurante, camping, cabalgatas, comunicación telefónica a cualquier parte del mundo, internet, organización de eventos, lavandería, alquiler de bicicletas	Simple 75,00 USD, Dobles 110,00 USD, Familiares 150 USD, Cama extra 19,00 USD	7,00 USD a 12,00 USD	15,00 a 50,00 USD
Hacienda El Porvenir	Tierra del Volcán / Tres haciendas que rodean al Volcán Cotopaxi	Hospedaje, agua caliente y electricidad, comedor con chimenea, restaurante, Bar, caminatas, bicicleta, actividades agrícolas, rappel, ascensiones a montaña.	175,00 habitación simple, 260,00 dobles, familiares 305,00	6,00 USD a 14,00 USD	14,00 a 55,00 USD
Hacienda El Tambo	Parque Nacional Cotopaxi- 4 Km. Del ingreso Norte del Parque Nacional Cotopaxi	Hospedaje, baño con agua caliente, no dispone de electricidad, comedor, salas con chimenea, cabalgatas, bicicletas de montaña, caminatas, pesca artesanal, camping.	Habitación simple 35,00, Habitación triple 75,00	6,00 USD a 14,00 USD	14,00 a 55,00 USD
Refugio Chilcapamba Lodge	Calle Loreto de Pedregal S/N Y Vía Sangolquí	Hospedaje, restaurante, caminatas, ascensiones, cabalgatas, ciclismo de montaña, observación de flora y fauna.	Doble 30,00 USD, Familiar 60,00 USD, Simple 25,00 USD	6,00 USD a 12,00 USD	12,00 a 50,00 USD
Hacienda Yanahurco	Sur este del Volcán Cotopaxi a 100 km de Quito.	Hospedaje, comedor, bar, Salón de Juegos, caminatas, Tours, camping, rodeo, pesca, cabalgata, observación de flora y fauna.	Habitación simple 45,00 Habitación Triple 90,00 familiares 275,00	8,00 USD a 12,00 USD	25,00 a 60,00 USD
Hacienda Santa Rita	De las cadenas de la EMAP entre El Pedregal y Rumipamba	Hospedaje, área de camping, provisión de madera para acampar, no dispone de electricidad, canopy tour, rappel, cabalgatas, caminatas, Observación de aves, ascensión al volcán Pasochoa	Habitación simple 35,00 Habitación triple 75,00	6,00 USD a 14,00 USD	14,00 a 39,00 USD
Pachamama	5 Km de Machachi, Barrio Güitig Alto	Hospedaje, restaurante, tour, baños con agua caliente, caminata, cabalgata.	18,00 habitación simple, habitación doble 30,00, habitación triple 60,00	6,00 USD a 12,00 USD	15,00 a 25,00 USD
Secret Garden	A 4 Km de la Y de Santa Ana del Pedregal hacia las cadenas de la EMAPQ, Barrio Loreto El Pedregal	Hospedaje, restaurante, cabañas, caminatas, bicicleta de montaña, cabalgatas, camping, pesca, zona para barbacoas, teléfono, fax, transfer al aeropuerto	Habitación Simple 22,00. Habitación doble 35,00. Habitación Triple 60,00	8,00 USD	15,00 USD USD/35,00 USD

FUENTE: Tabla de Inventario de Atractivos Turísticos del PNC 2010, Catastros Turísticos de la Provincia de Pichincha y Cotopaxi.
ELABORADO POR: Gladys Iza

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas, de individuos o entidades que son consumidores o usuarios actuales o potenciales del bien o servicio que se ofrece.²³

Para poder determinar el análisis de la demanda que tendrá la Hostería a implementarse en la entrada al Parque Nacional Cotopaxi, debemos tomar como referencia que la demanda constituye el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, esparcimiento, salud, cultura entre otros, que pueden valorarse a través de la procedencia extranjera, procedencia Interna o Nacional, procedencia Regional y o Extra regional, el cual nos permitirá determinar el análisis de la demanda existente para de esta manera cubrir la demanda insatisfecha a través de un estudio de mercado.

2.2.1 DEMANDA EXTERNA

La demanda externa en economía se define como la cantidad de Bienes y servicios producidos en un país demandados por residentes en el extranjero.²⁴ La demanda externa está conformada por países vecinos, quienes disfrutan de la biodiversidad que ofrece nuestro país.

Los turistas que visitan el Ecuador en el año 2010 alcanzaron 1.047.098 llegadas internacionales en comparación con 968.499 en el 2009. Los mercados emisores principales para Ecuador están estructurados por cuatro regiones emisoras importantes:

²³ <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html>

²⁴ http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EXTERNA.htm

- ✚ Norteamérica: EEUU y Canadá
- ✚ Europa: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos
- ✚ MERCOSUR: Argentina, Chile y Brasil
- ✚ Países Vecinos: Colombia y Perú²⁵.

Los mismos que son de género masculino y género femenino; soltero y casados que deciden viajar en parejas o solos, de un nivel socioeconómico medio y entre 40 a 49 años de edad. Son Miembros del poder ejecutivo, legislativos y personal directivo de la administración pública, profesionales científicos, profesionales con título de profesor, ingeniero, médico, terapeuta, periodista, abogado, operarios y artesanos de artes mecánica entre otros oficios, como también estudiantes; que viajan por vacaciones e independientemente, informados a través del internet.²⁶

Se debe reconocer la influencia del entorno internacional en los resultados obtenidos por parte de Ecuador en el 2008, pues ciertamente, según los resultados del Barómetro del Turismo Mundial (Enero 2009) de la OMT, el 2008 registró un decrecimiento drástico en las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo, debido a factores como la crisis mundial financiera (que afecta las economías de los países emisores principales al Ecuador como EEUU y Europa), aumento de los precios de las materias primas y del petróleo, así como las bruscas fluctuaciones de los tipos de cambio .

Dentro de los productos turísticos más comercializados a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo Los Circuitos turísticos generales es el primer producto turístico más comercializado, constituyendo un 46% de la oferta. El Ecoturismo es el segundo producto turístico más comercializado, constituyendo un 21% de la oferta. Los cruceros (principalmente a las Islas Galápagos) son el tercer producto turístico más comercializado, al igual que otros

²⁵ Anuario de Entradas y Salidas Internacionales INEC 2010/ Boletines Estadísticos de Entradas de Extranjeros Según Principales Nacionalidades 2005- 2010

²⁶ Boletín estadístico De Entradas y Salidas de Extranjeros por Sexo, según país de procedencia/ Ocupación,/Edad según Nacionalidad/ INEC 2010.

productos turísticos, ambos representando un 13% cada uno respectivamente. Lo anterior, pone en valor que más que la experiencia del crucero a las Islas Galápagos es la experiencia de la realización de actividades relacionadas al turismo y turismo de naturaleza en las Islas. Finalmente, el turismo cultural es el cuarto producto turístico más comercializado, representando el 7%.

La Estacionalidad de la demanda externa de mayor afluencia de visitantes internacionales al Ecuador son los meses de Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre. Se acentúan los meses de Junio, Julio y Agosto por tratarse de temporada alta.

En el Ecuador los destinos más visitados del país son:

1. Quito/Guayaquil/Cuenca
2. Costa en general
3. Parques nacionales en Andes

La región destino que más les atrae es la Costa y Galápagos, gustando de la playa, gastronomía y clima. Dentro de los productos turísticos del Ecuador más comercializados por el trade turístico ecuatoriano son: En primer lugar, se encuentra el Ecoturismo y turismo de naturaleza En segundo lugar, se ubica Galápagos En tercer lugar, se ubica Sol y playa.²⁷

Según los datos del Ministerio de Turismo, de las 33 Áreas Naturales y Vida Silvestres que existen en el Ecuador, el primer Parque Nacional más visitado por la demanda externa es el Parque Nacional Galápagos con 111.722 visitantes, y como segundo lugar dentro de las Áreas Naturales y vida silvestre se encuentra el Parque Nacional Cotopaxi con 46.951 visitantes, en la tabla 1.4 podemos apreciar cada uno de las Áreas Naturales y Vida Silvestre que se encuentran en el Ecuador.

²⁷ Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014

2.2.2 DEMANDA INTERNA

La demanda interna en economía se define como la cantidad total de bienes y servicios demandados por los residentes en el país.²⁸

Las principales características de la demanda interna en el Ecuador se fundamenta en los desplazamientos de los ecuatorianos ya que los mismos están divididos por temporadas: temporada baja de Mayo a Noviembre y temporada alta de diciembre a Abril, coincidiendo con la temporada alta en la Costa de Diciembre a Abril, y en la Sierra de Junio a Septiembre. Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre).

Las actividades de diversión ocupan el primer lugar en las preferencias de los visitantes internos (45,6%); seguidos por la visita a áreas protegidas (26,1%), y en menor medida por la práctica de deportes (12,2%). El resto de motivaciones son mínimas, destacando los desplazamientos específicos por experiencias gastronómicas. Si se suma deportes, diversión, gastronomía y compras, se podría argumentar que suman 62% en un solo concepto de diversión/distracción de lo que quiere el ecuatoriano.

Los desplazamientos típicos son fines de semana (estimado de 1/2 noches), puentes (estimado de 2/3 noches) y vacaciones (estimado de 7 noches). Los desplazamientos de 3 a 4 días suponen un estimado del 48% de los desplazamientos, los de 6-7 días un 25%, los de 1 a 2 días 19% y los demás de 9 días 19%. El medio por el que los visitantes internos obtienen información es principalmente a través de referencias de familiares o amigos.

²⁸ http://es.mimi.hu/economia/demanda_interna.html

El 64% de los ecuatorianos son excursionistas en sentido estricto (no pernoctan fuera de su residencia habitual); el 36% de los ecuatorianos pernoctan fuera de su lugar de residencia habitual por tanto se consideran turistas²⁹

La afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan las diferentes áreas naturales y vida silvestre en el Ecuador, es muy importante para el análisis e interpretación de la demanda interna que tendrá la Hostería a implementarse.

Dentro de las Áreas Naturales y Vida Silvestre, el primer Parque Nacional más visitado por la demanda interna es la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas registro en el año 2010 88.346 visitantes, en segundo lugar tenemos al Parque Nacional Galápagos con 61.574 visitantes en el año 2010 y ubicándose en tercer lugar el Parque Nacional Cotopaxi con 49.021 visitantes en el año anterior.

A continuación se presenta la tabla en donde podemos conocer cada una de las Áreas Naturales y Vida Silvestre al cual se hace referencia para conocer la demanda interna.

²⁹ Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014

**Tabla N° 2.4 MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE DIRECCIÓN
NACIONAL DE ÁREAS NATURALES Y VIDA SILVESTRE
REGISTRO DE VISITANTES AÑO 2010**

N°	Área Natural	Visitantes Extranjeros	Visitantes Nacionales
1	PARQUE NACIONAL CAJAS	13.772	25.350
2	PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA	751	11.348
3	PARQUE NACIONAL COTOPAXI	46.951	49.021
4	PARQUE NACIONAL GALAPAGOS	111.722	61.574
5	PARQUE NACIONAL LLANGANATES	0	1.273
6	PARQUE NACIONAL MACHALILLA	15.333	34.121
7	PARQUE NACIONAL PODOCARPUS	1.152	4.441
8	PARQUE NACIONAL SANGAY	209	2.103
9	PARQUE NACIONAL SUMACO	6	0
10	PARQUE NACIONAL YASUNI	2.800	805
11	RESERVA BIOLÓGICA LIMONCOCHA	908	1.468
12	RESERVA BIOLÓGICA MARINA GALAPAGOS	0	0
13	RESERVA ECOLÓGICA ANTISANA	76	813
14	RESERVA ECOLÓGICA COFÁN BERMEJO	0	0
15	RESERVA ECOLÓGICA ARENILLAS	0	0
16	RESERVA ECOLÓGICA EL ANGEL	403	2.194
17	RESERVA ECOL. CAYAPAS MATAJE	0	0
18	RESERVA ECOL. COTACACHI CAYAPAS	16.447	88.346
19	RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS	1.590	1.384
20	RESERVA ECOL. MACHE CHINDUL	34	199
21	RESERVA ECOL. MANGLARES CHURUTE	384	1.608
22	RESERVA GEBOTANICA PULULAHUA	780	6.849
23	RESERVA FAUNÍSTICA CHIMBORAZO	9.973	14.377
24	RESERVA FAUNÍSTICA CUYABENO	6.992	1.892
25	RESERVA FAUNÍSTICA MANGLARES SALADO	0	0
26	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN	633	2.760
27	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA SANTA CLARA	0	0
28	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE LA CHIQUITA	0	0
29	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLES ESTURIO	0	0
30	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	1.030	13.303
31	AREA NACIONAL DE RECREACIÓN PARQUE LAGO	0	0
32	AREA NACIONAL RECREACION BOLICHE	195	11.863
33	PARQUE EL CONDOR	0	0
TOTAL PROCEDENCIA		232.141	337.092

FUENTE: Dirección Nacional de Biodiversidad, Ministerio del Ambiente, Ing. Diego Veloz.

ELABORADO POR: Gladys Iza

2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Una de las aspectos muy importantes dentro de del estudio de mercado al momento de seleccionar los posibles individuos que serán objetos de estudio es la población que para el presente proyecto serán todos los turistas nacionales y extranjeros que estén interesados en disfrutar las actividades y servicios que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi. Esto nos permitirá determinar el alcance de nuestro proyecto, de manera que al conocer los gustos y preferencias de los clientes se podrá conocer las expectativas de un servicio adecuado y de calidad.

El diseño de la muestra es una técnica matemática con la cual obtenemos información de forma rápida y oportuna, para determinar el tamaño de la muestra para poder realizar la estimación más probable del comportamiento de la población.

Existen dos tipos de muestras las probabilísticas y no probabilísticas, en la primera la probabilidad no tiene nada que ver en la elección de los elementos de la muestra y en la segunda es en base a la probabilidad y todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Dentro de los no probabilísticos se incluyen: muestras por conveniencia, por juicios, y por cuotas; las primeras se seleccionan de acuerdo con la conveniencia del investigador, las segundas por la opinión del mismo, y por cuotas se emplean con base en la distribución de la población definida a través de las características de control.

2.3.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para este estudio se utilizará el muestreo por conveniencia, debido a la facilidad de encuestar a la población objeto de estudio que lo conforman los turistas que visitan el punto focal turístico que es el Parque Nacional Cotopaxi, que es el

segundo parque natural más visitado en el Ecuador, por turistas Extranjeros y tercer Parque visitado por turistas Nacionales. (Ver tabla N° 1.4)

2.3.2 ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

Para la estratificación de la muestra, se tomará en cuenta el total de visitantes al Parque Nacional Cotopaxi considerando turistas nacionales como extranjeros, dividido para el total de la afluencia al Volcán Cotopaxi; obteniendo como resultado el 51% que se aplicarán las encuestas a turistas nacionales y el 49% a turistas extranjeros, porcentajes de participación que servirán para la composición de la muestra.

Según información obtenida en la Dirección Nacional de Biodiversidad del Ministerio del Ambiente del Ecuador, el total de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi es de 95.972 personas en el año 2010.

Tabla N° 2.5 AFLUENCIA TOTAL AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2010

AFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2010			
AÑOS	Turista Nacional	Turista Extranjero	Total Grupo
2010	49.021	46.951	95.972
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	51%	49%	100%

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO PO: Gladys Iza

2.3.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra y el número de encuestas que se aplicarán tomamos en consideración que los niveles de aceptación para la Corporación Financiera Nacional y el BID se aplica un error estimado del 5%, se ha considerado la siguiente fórmula.

Fórmula:

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

Dónde:

n= Muestra

Z = Nivel de confianza (95% = 1.96)

N = Tamaño de la población 95.972

p = Proporción real estimada de éxito 0.90

q = Proporción real estimada de fracaso 0.10

e = Error muestra 5%

$$n = \frac{95.972(1.96)^2 * 0.90 * 0.10}{(0.05)^2(95.972) + (1.96)^2 0.90 * 0.10}$$

$$n = 138$$

De una población de 95.972 que representa el 100%, se podrá realizar a 138 encuestas.

2.3.4 COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

Para la composición de la muestra se tomará en cuenta el total de afluencias al Parque Nacional Cotopaxi considerando los turistas nacionales y extranjeros (Ver tabla N° 2.5), y estos a su vez dividiendo por el total grupo de visitantes obteniendo como resultado de la siguiente manera: turistas nacionales como extranjeros tienen una participación del 100%.

Para la composición de la muestra, se ha utilizado el porcentaje de participación (ver tabla 2.5) para realizar el muestreo o clasificación organizada de la población-objetivo. Las muestras poseen un determinado tamaño, así como todas las personas de la población-objetivo que van hacer encuestadas en cada punto focal de estudio.

Tabla N° 2.6 COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA			
	TURISTAS		PARQUE NACIONAL COTOPAXI
UNIVERSO	95.972		
MUESTRA	138		
TURISTAS NACIONALES	51%	70	70
TURISTAS EXTRANJEROS	49%	68	68

FUENTE: Investigación de Campo
 ELABORADO PO: Gladys Iza

2.3.5 MODELO DE LA ENCUESTA

“La encuesta es la técnica que a través de un cuestionario adecuado permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella”³⁰ La base de nuestro proyecto es encontrar o inferir los gustos, preferencias y necesidades de los turistas y hacer de su estadía en nuestra Hostería un momento inolvidable

El cuestionario ha sido desarrollado en base al tipo de encuesta por convivencia, que se utiliza para recolectar información en base a la conveniencia del investigador, el cual se aplicó a 5 turistas nacionales y 5 turistas extranjeros y para su mejor comprensión el modelo aplicado al turista extranjero fue desarrollado en idioma inglés, en el punto focal como prueba piloto para saber si las instrucciones

³⁰ Dillon, Madden & Firtle, La investigación de mercados, un entorno de marketing, Pág. 135 – 168.

del mismo se comprendían correctamente y funcionaba de manera adecuada según los criterios de confiabilidad y validez. (Ver anexo 1)

2.4 PRUEBA PILOTO

El desarrollo de la prueba piloto sirvió para elaborar el cuestionario definitivo que para su mejor comprensión se realizó en español e inglés (Ver Anexo 2) el cual fue aplicado a 138 personas incluyendo las 10 personas de la prueba piloto, y fue aplicado a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi el día 23 y 24 de Julio del 2011, en los atractivos turísticos más visitados por el turista como es Control Caspi, Laguna de Limpiopungo y Refugio José Rivas, sitios estratégicos planteados de acuerdo a la experiencia con la que cuenta uno de los miembros de la Hostería como es el ser Guía Naturalista del Parque.

2.5 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento de datos, codificación y tabulación de las encuestas, se utilizó una herramienta fiable como es el sistema SPSS 15.0 for Windows, cuya aplicación es adecuada para este tipo de investigaciones, ya que se pueden obtener los resultados de manera eficiente y rápida.

A continuación se presentarán los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las 138 encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjero

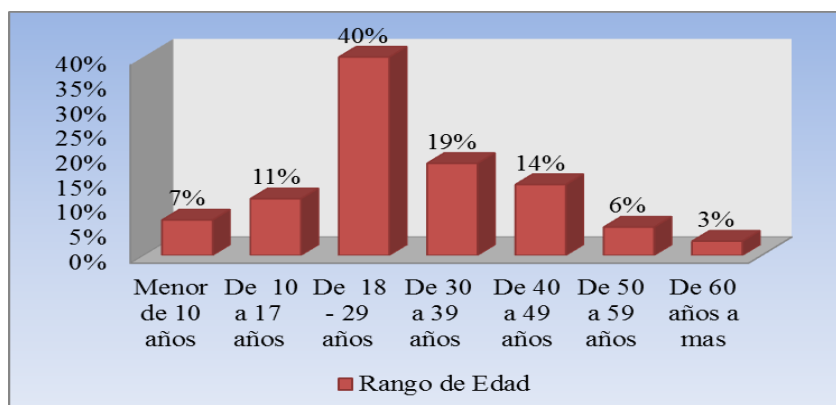
2.5.1 ANALISIS DE LA ENCUESTA TURISTA – NACIONAL

1. Demografía del turista nacional

2.5.1.1.1 Edad

Tabla y Grafismo N° 2.1 Edad

Validos	Rango de edad	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulación
	Menor de 10 años	5	7,1%	7,1%	7,1%
	De 10 a 17 años	8	11,4%	11,4%	18,6%
	De 18 - 29 años	28	40,0%	40,0%	58,6%
	De 30 a 39 años	13	18,6%	18,6%	77,1%
	De 40 a 49 años	10	14,3%	14,3%	91,4%
	De 50 a 59 años	4	5,7%	5,7%	97,1%
	De 60 años a mas	2	2,9%	2,9%	100%
Total	70	100%	100%		



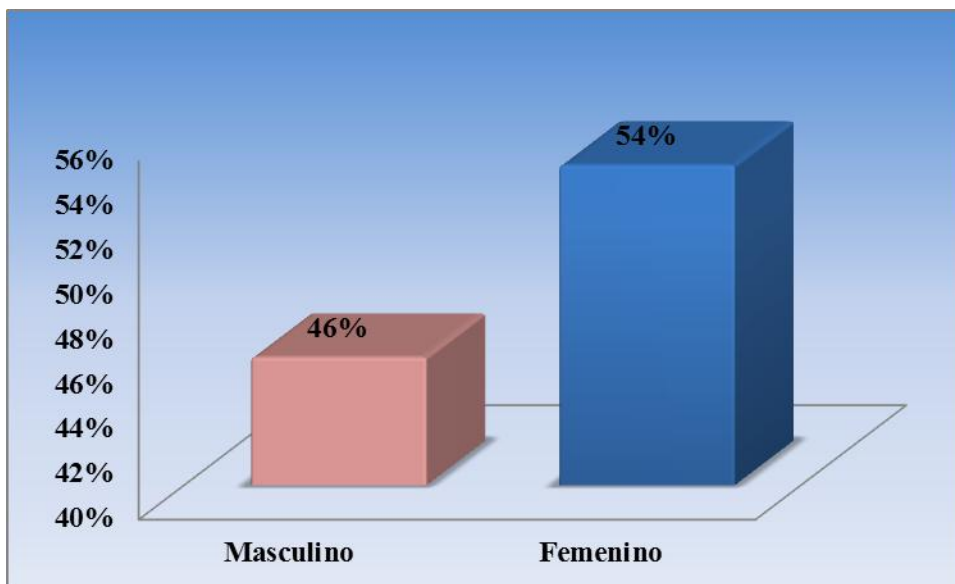
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- La edad promedio de los visitantes nacionales al Parque Nacional Cotopaxi se encuentra en los rangos de “18 - 29” años que corresponde al 40%, seguido por el rango de “30 – 39” años con 18%, el rango de “40 – 49” años con 14%, el menor número de encuestados tienen edades entre “60 años a más” años que corresponde al 3%, lo que confirma que el Parque Nacional Cotopaxi esta visitada por gente joven.

2.5.1.1.2 Género

Tabla y Grafismo N° 2.2 Género

Validos	Género	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Masculino	32	45,7%	45,7%	45,7%
	Femenino	38	54,3%	54,3%	100%
	Total	70	100%	100%	



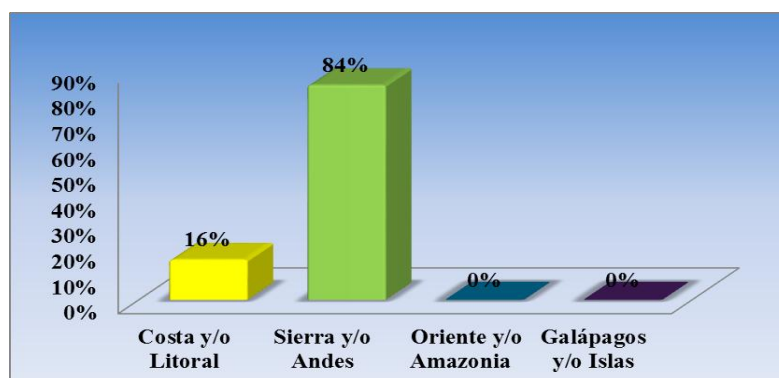
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Considerando la variable género, el 54% de los turistas nacionales que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi corresponde a las mujeres y el 46% a los hombres. Lo que significa que el género femenino visita en un mayor porcentaje el parque.

2.5.1.1.3 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad

Tabla y Grafismo N° 2.3 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad

	Lugar	Ciudad	Frecuencia	%	%	%
					Valido	Acumulado
Validos	Costa y/o Litoral	Guayaquil	6	8,6%	8,6%	8,6%
		Santo Domingo	3	4,3%	4,3%	12,9%
		Manabí	2	2,9%	2,9%	15,7%
	Sierra y/o Andes	Quito	32	45,7%	45,7%	61,4%
		Latacunga	9	12,9%	12,9%	74,3%
		Ambato	8	11,4%	11,4%	85,7%
		Riobamba	4	5,7%	5,7%	91,4%
		Cuenca	5	7,1%	7,1%	98,6%
	Ibarra	1	1,4%	1,4%	100,0%	
	Oriente y/o Amazonía			0	0,0%	0,0%
Galápagos y/o Islas			0	0,0%	0,0%	100%
Total			70	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Gladys Iza

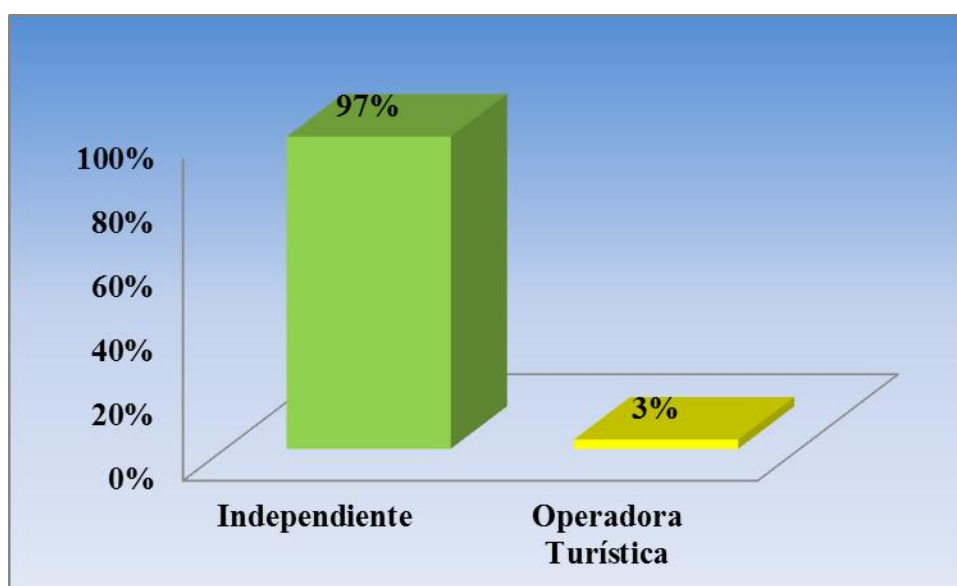
Interpretación: Más del 84% de los turistas nacionales que visitan el P.N.C provienen de la región Sierra, siendo la mayor afluencia de las ciudades de Quito, Ambato, Latacunga, Riobamba, Cuenca; en menor proporción se encuentran los turistas que provienen de la región Costa 16% que comprende Guayaquil, Santo Domingo de los Colorados y Manabí, y la región con cero proporción es el Oriente y Galápagos.

CUESTIONARIO APLICADO AL TURISTA NACIONAL

4.- ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.4 ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi?

Validos		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Independiente	68	97,1%	97,1%	97,1%
Operadora Turística	2	2,9%	2,9%	100%	
Total	70	100%	100%		



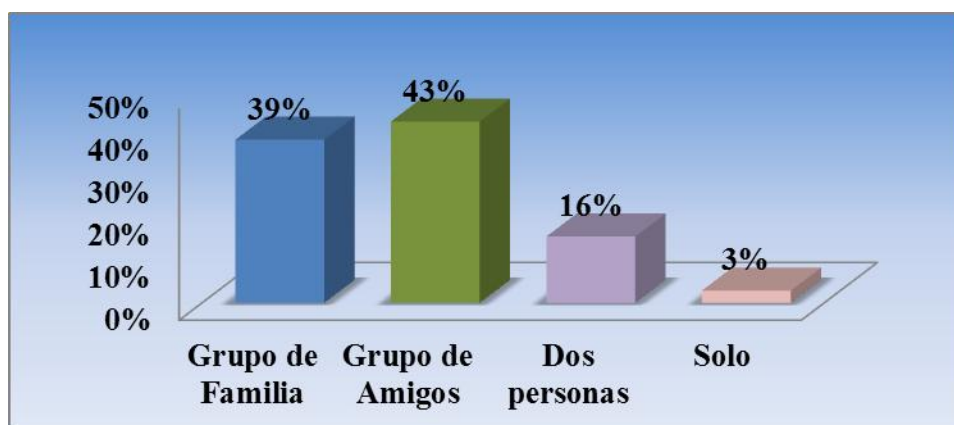
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De los turistas nacionales que visitan mayormente el Parque Nacional Cotopaxi, el 97% realiza su viaje turístico de forma independiente, el 3% utilizan operadoras turísticas. Por tanto, los turistas nacionales no utilizan agencias de turismo, por falta de comunicación y publicidad.

5.- ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje

Tabla y Grafismo N° 2.5 ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje

Validos	Forma de Viaje	N°	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Grupo de Familia	Tres - Cinco Personas	17	24,3%	24,3%	24,3%
		Seis a más personas	10	14,3%	14,3%	38,6%
	Grupo de Amigos	Tres - Cinco Personas	18	25,7%	25,7%	64,3%
		Seis a más Personas	12	17,1%	17,1%	81,4%
	Dos Personas	Pareja	11	15,7%	15,7%	97,1%
	Solo	Una persona	2	2,9%	2,9%	100%
Total			70	100%	100%	



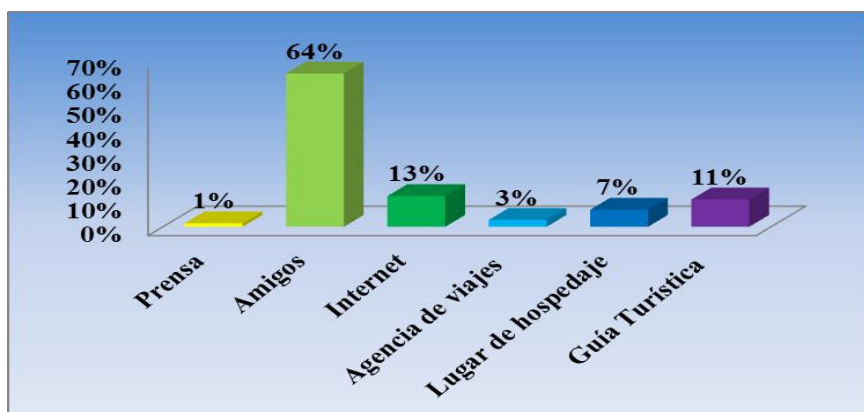
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación: El 43% de los encuestados realizan su viaje en grupos de seis o más personas que por lo general lo hacen entre amigos o giras técnicas de estudio, el 39% lo realizan en grupos de tres - cinco personas, el 16% entre dos personas, es decir, con su pareja y apenas el 3% viajan solos. Lo que confirma que el turista nacional en su mayoría viaja en grupos de amigos.

6.- ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?

Tabla y Grafismo N° 2.6 ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?

Validos	Medios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Prensa	1	1,4%	1,4%	1,4%
	Amigos	45	64,3%	64,3%	65,7%
	Internet	9	12,9%	12,9%	78,6%
	Agencia de viajes	2	2,9%	2,9%	81,4%
	Lugar de hospedaje	5	7,1%	7,1%	88,6%
	Guía Turística	8	11,4%	11,4%	100%
	Total	70	100%	100%	



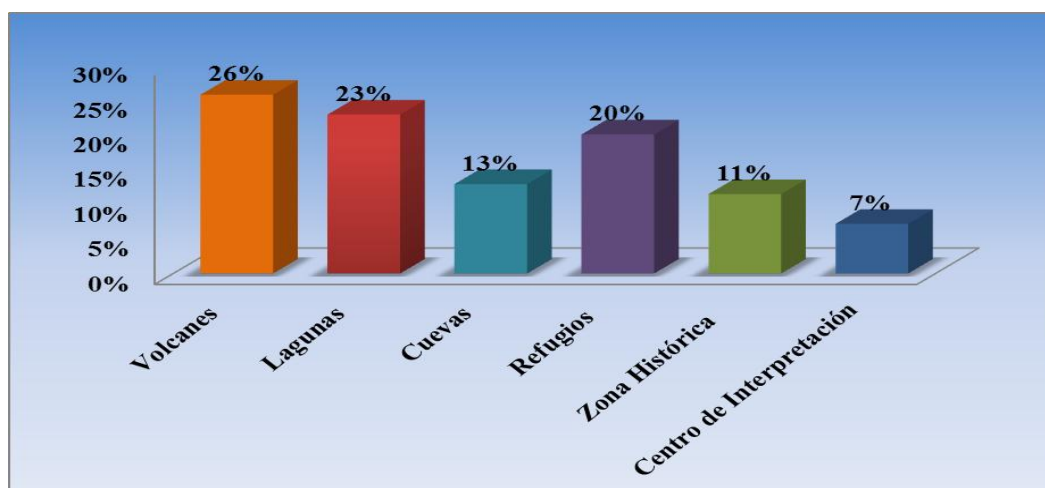
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación: De los 70 encuestados se obtuvo varias respuestas debido a que muchos de los turistas utilizaron diferentes medios para obtener información sobre el destino. El principal medio es la información obtenida por amigos con un 64%, en un segundo lugar se encuentra el internet 13%, seguido por la guía turística en un 11%, lugar de hospedaje 7%, agencia de viaje con 3% y por último la prensa con el 1%. Lo que significa que el turista nacional espera información de fuentes externas como referencias de amigos, internet y guía turística.

7.- ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia

Tabla y Grafismo N° 2.7 ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia?

Validos		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Volcanes	18	25,7%	25,7%	25,7%
	Lagunas	16	22,9%	22,9%	48,6%
	Cuevas	9	12,9%	12,9%	61,4%
	Refugios	14	20,0%	20,0%	81,4%
	Zona Histórica	8	11,4%	11,4%	92,9%
	Centro de Interpretación	5	7,1%	7,1%	100%
	Total	70	100%	100%	



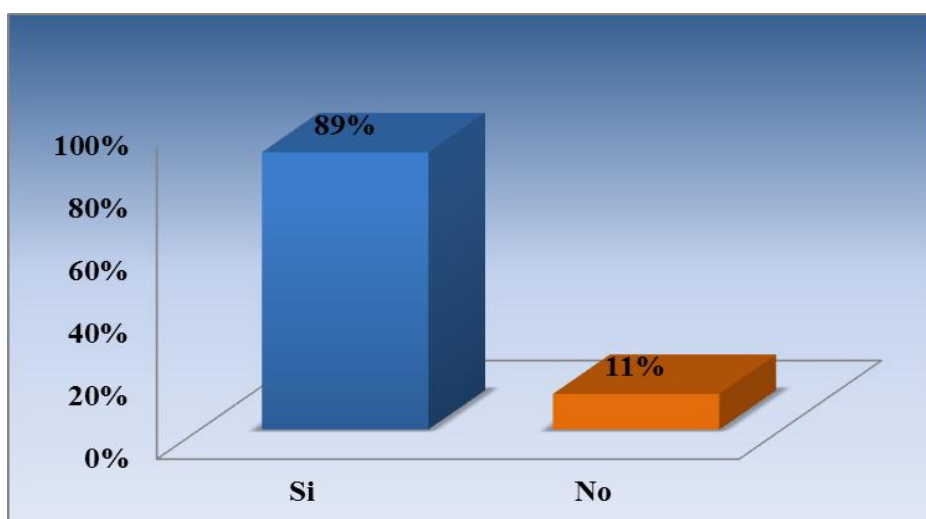
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Entre las atracciones naturales que más les gustaría visitar de acuerdo a su importancia dentro del Parque Nacional Cotopaxi, lo compone con un 26% volcanes, lagunas 23%, y refugios con un 20%, y con menor proporción tenemos a Cuevas con 13%, Zona Histórica 11%, y Centro de Interpretación con el 7%. Lo que confirma que el turista nacional le gustaría visitar el Parque Nacional Cotopaxi de Cotopaxi por los principales atractivos que son los volcanes, lagunas y refugios.

8.- ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?

Tabla y Grafismo N° 2.8 ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?

		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	Si	62	88,6%	88,6%	88,6%
	No	8	11,4%	11,4%	100%
	Total	70	100,0%	100%	



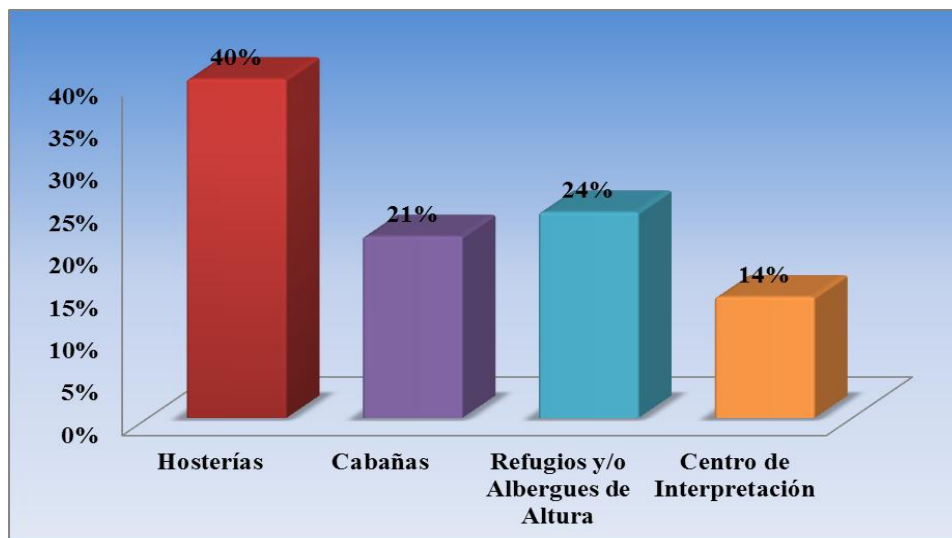
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De los 70 encuestados, el 89% de los turistas nacionales les gustaría utilizar los servicios de una Hostería y el 11% no les gustaría utilizar este servicio. El grado de aceptación es muy alto, lo cual da al negocio una gran posibilidad de éxito en el Cantón Latacunga.

9.- ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?

Tabla y Grafismo N° 2.9 ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?

Validos	Concepto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Hosterías	28	40,0%	40,0%	40,0%
	Cabañas	15	21,4%	21,4%	61,4%
	Refugios y/o Albergues de Altura	17	24,3%	24,3%	85,7%
	Centro de Interpretación	10	14,3%	14,3%	100%
	Total	70	100%	100%	



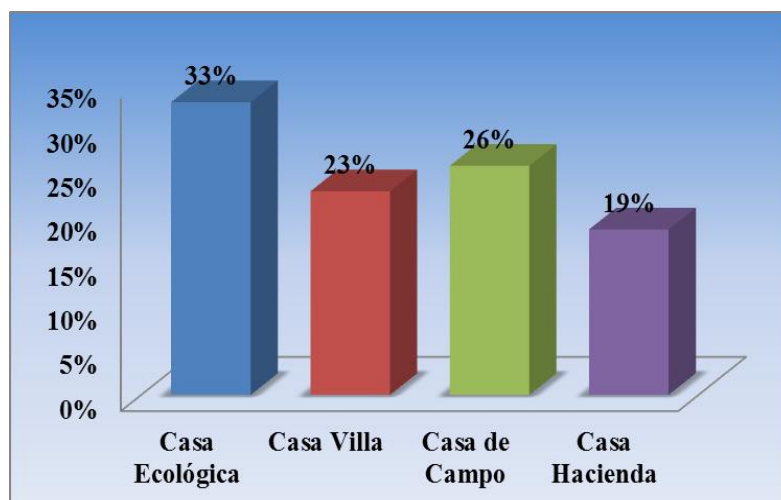
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 40% de turistas nacionales les gustaría que los servicios dentro de un Parque Nacional deban promover el concepto de Hosterías, el 24% les gustaría que se promueva en un concepto de refugios, el 21% en conceptos de cabañas y el 14% el concepto de centros de interpretación. Lo que afirma la implementación de una Hostería dentro del Parque Nacional Cotopaxi.

10.- ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.10 ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Validos	Características	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Casa Ecológica	23	32,9%	32,9%	32,9%
	Casa Villa	16	22,9%	22,9%	55,7%
	Casa de Campo	18	25,7%	25,7%	81,4%
	Casa Hacienda	13	18,6%	18,6%	100%
Total	70	100%	100%		



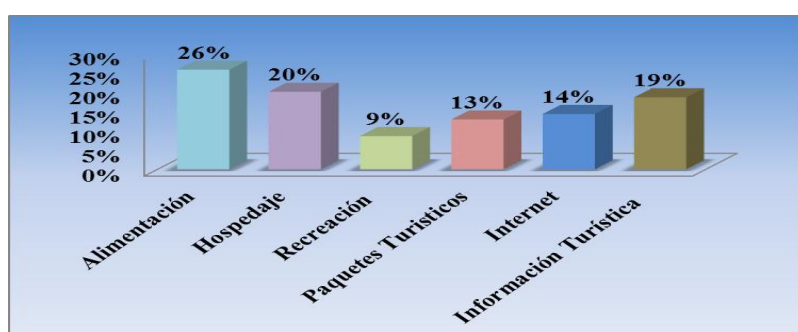
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación: Entre las características y diseños de las instalaciones turísticas el 33% le gustaría un diseño ecológico, el 26% una casa de campo, seguido por el 23% casa villa y con menos proporción una diseño de casa hacienda con el 19%. La misma que permite determinar la infraestructura y diseño de la Hostería a implementarse para satisfacer de una mejor manera al turista nacional.

11.- Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía? Mencione tres de acuerdo a su importancia

Tabla y Grafismo N° 2.11 Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía? Mencione tres de acuerdo a su importancia

Validos	Servicios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Alimentación	18	26%	25,7%	25,7%
	Hospedaje	14	20%	20,0%	45,7%
	Recreación	6	9%	8,6%	54,3%
	Paquetes Turísticos	9	13%	12,9%	67,1%
	Internet	10	14%	14,3%	81,4%
	Información Turística	13	19%	18,6%	100%
	Total	70	100%	100%	



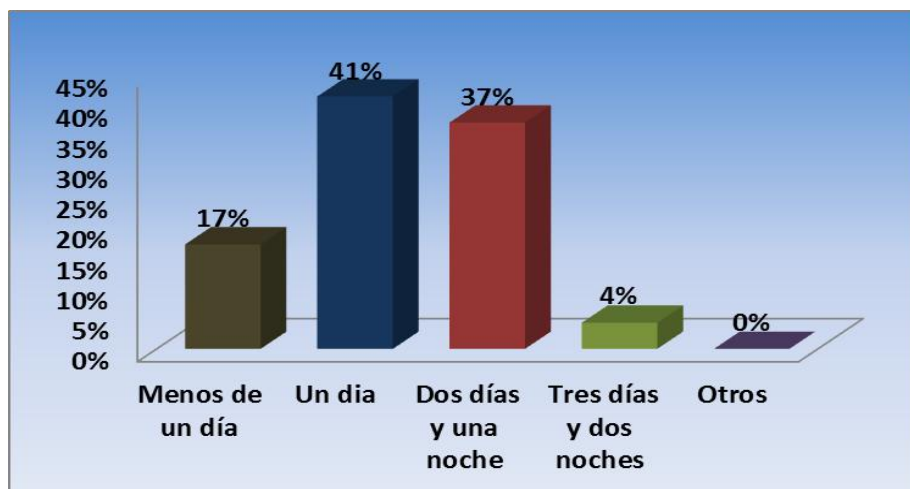
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Entre los servicios que se deben ofrecer dentro de una Hostería de acuerdo a su importancia dentro del Parque Nacional Cotopaxi, lo compone con un 26% alimentación, hospedaje 20%, e información turística con un 19%, y con menor proporción tenemos al internet con 14%, paquetes turísticos 13%, y actividades de recreación con el 9%. Lo que confirma que el turista nacional de acuerdo a su importancia le gustaría utilizar los servicios como alimentación, hospedaje e información turística, seguido por actividades turísticas.

12.- ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.12 ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Validos	Tiempo	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Menos de un día	12	17%	17,1%	17,1%
	Un día	29	41%	41,4%	58,6%
	Dos días y una noche	26	37%	37,1%	95,7%
	Tres días y dos noches	3	4%	4,3%	100,0%
	Otros	0	0%	0,0%	100%
	Total	70	100%	100%	



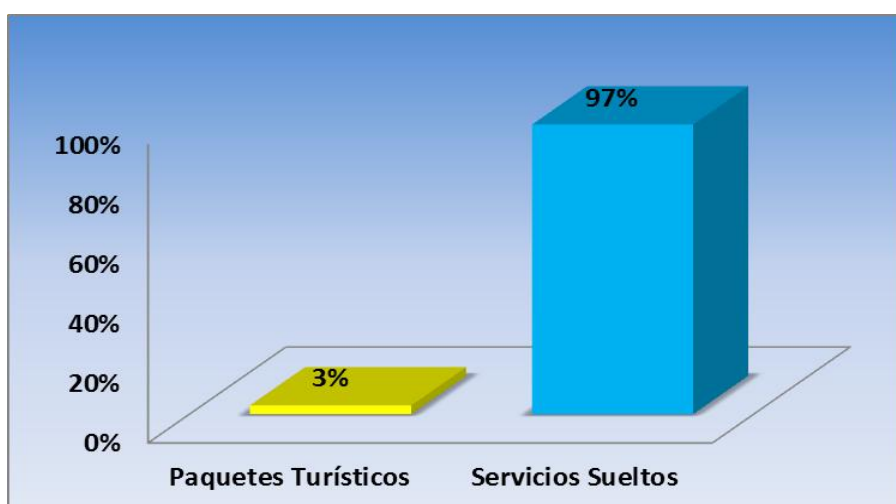
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- En relación al tiempo promedio de estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi, el 41% de los encuestados manifestaron que permanecen un día, el 37% dos días una noche, el 17% menos de un día y el 4% tres días y dos noches. Con estos porcentajes nos podemos dar cuenta que la permanencia promedio de la mayor parte de turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, es de un día seguido por dos días y una noche.

13.- ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?

Tabla y Grafismo N° 2.13 ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?

Validos	Precios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Paquetes Turísticos	2	2,9%	2,9%	2,9%
Servicios Suelto	68	97,1%	97,1%	100%	
Total	70	100%	100%		



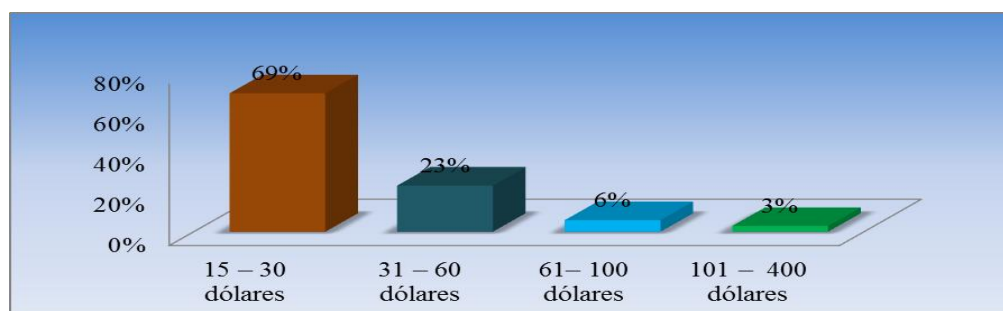
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De los turistas nacionales que visitan mayormente el Parque Nacional Cotopaxi, el 97% realizan los precios de los servicios a través de servicios sueltos, el 3% contrata paquetes turísticos. Por tanto, los turistas nacionales no utilizan operadoras de turismo, debido a que los costos son muy elevados, y por falta de información.

14.- ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?

Tabla y Grafismo N° 2.14 ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?

	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	15 – 30 dólares por pax /Día/Noche/Económica	48	69%	68,6%	68,6%
	31 – 60 dólares por pax/Día/Noche/Turistas	16	23%	22,9%	91,4%
	61– 100 dólares por pax/Día/Noche/Confortables	4	6%	5,7%	97,1%
	101 – 400 dólares por pax/Día/Noche/Lujo	2	3%	2,9%	100%
	Total	70	100%	100%	



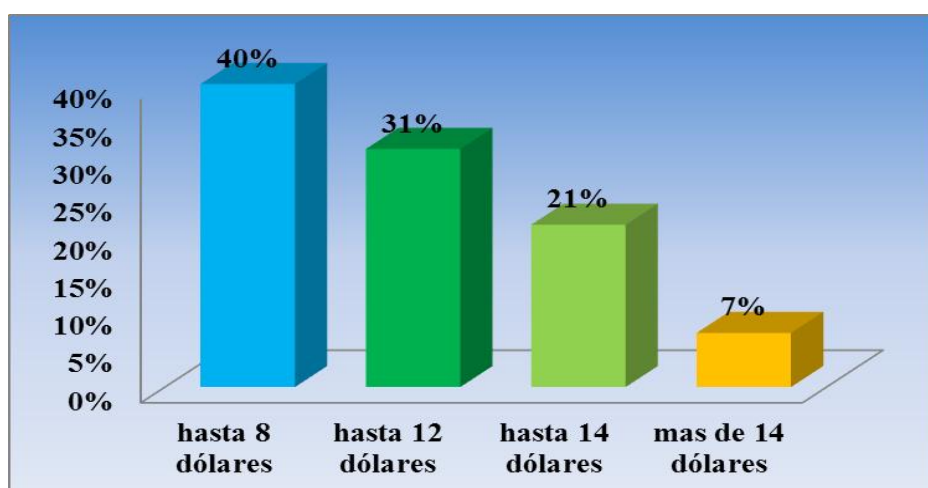
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 69% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de 15 a 30 dólares por el servicio de hospedaje por una noche en una habitación económica en la Hostería, el 23% pagarían de 31 a 60 dólares por una habitación turista, el 6% pagarían 61- 100 dólares por una habitación confortable, y tan solo un 3% estarían de acuerdo a pagar 101- 400 dólares por una habitación de lujo. La mayoría de los encuestados nacionales están pagando entre 15 a 30 dólares por persona durante una noche de alojamiento, es decir prefiere alojarse en establecimientos de segunda categoría, cuyos precios se encuentran dentro de los valores ya mencionado.

15.- ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aleada al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?

Tabla y Grafismo N° 2.15 ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aleada al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?

Validos	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	hasta 8 dólares	28	40,0%	40,0%	40,0%
	hasta 12 dólares	22	31,4%	31,4%	71,4%
	hasta 14 dólares	15	21,4%	21,4%	92,9%
	más de 14 dólares	5	7,1%	7,1%	100%
Total	70	100%	100%		



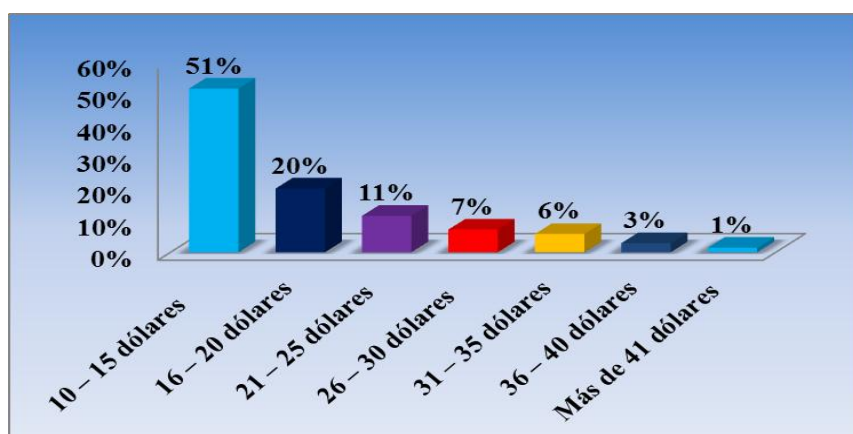
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 40% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por alimentación hasta 8, el 31% pagarían hasta 12, el 21% pagarían hasta 14 dólares y el 7% pagarían más de 14 dólares. La mayoría de los turistas nacionales que visita el Parque Nacional Cotopaxi, estarían dispuestos a cancelar por cada servicio de alimentación (3 comidas) hasta ocho dólares.

16.- ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?)

Tabla y Grafismo N° 2.16 ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?)

Validos	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	10 – 15 dólares	36	51%	51,4%	51,4%
	16 – 20 dólares	14	20%	20,0%	71,4%
	21 – 25 dólares	8	11%	11,4%	82,9%
	26 – 30 dólares	5	7%	7,1%	90,0%
	31 – 35 dólares	4	6%	5,7%	95,7%
	36 – 40 dólares	2	3%	2,9%	98,6%
	Más de 41 dólares	1	1%	1,4%	100%
Total	70	100%	100%		



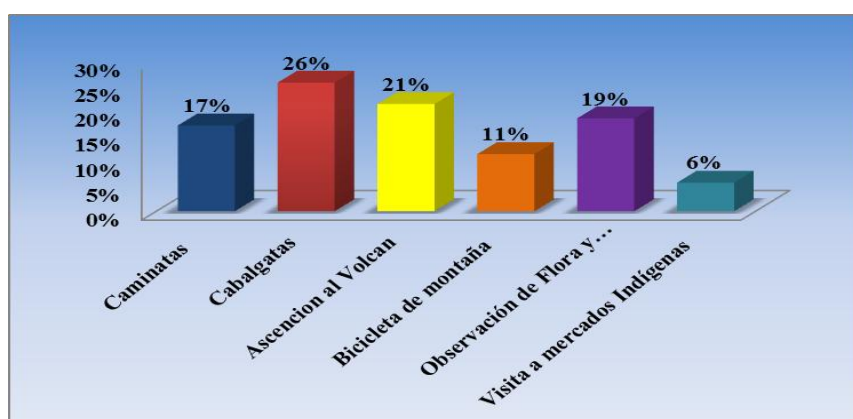
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 51% de los 70 encuestados, gastarían en actividades de recreación de 10 a 15 dólares, seguido del 20% que gastarían en estas actividades, el 11% pagaría de 21 a 25 dólares y el 1 % pagarían más de 41 dólares. Cabe mencionar que el turista nacional prefiere disfrutar de la naturaleza y gastar en actividades de recreación, siempre y cuando sean precios cómodos y accesibles.

17.- ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.17 ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

	Actividad	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	Caminatas	12	17,1%	17,1%	17,1%
	Cabalgatas	18	25,7%	25,7%	42,9%
	Ascensión al Volcán	15	21,4%	21,4%	65,7%
	Bicicleta de montaña	8	11,4%	11,4%	77,1%
	Observación de Flora y Fauna	13	18,6%	18,6%	94,3%
	Visita a mercados Indígenas	4	5,7%	5,7%	100%
	Total	70	100%	100%	



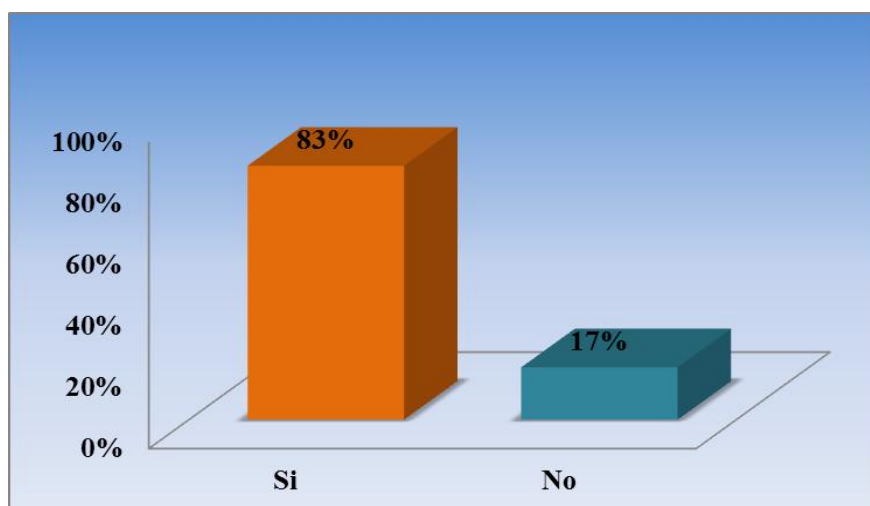
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Los turistas nacionales dan a entender que la actividad con mayor preferencia y de acuerdo a su importancia lo compone el 26% cabalgatas, en segundo lugar el 21% ascensión al volcán y finalmente la observación de flora y fauna con el 19%, y con menor preferencia el 17% caminatas, el 11% bicicleta de montaña, y con un 6% Visita a mercados indígenas. La mayoría de encuestados consideran que la principal atracción es la naturaleza y el poder realizar actividades eco-turísticas y de aventura. Esto se debe a que el Parque Nacional Cotopaxi, cuenta con atractivos naturales y culturales únicos de este parque.

18.- ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?

Tabla y Grafismo N° 2.18 ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?

	Experiencia	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	Si	58	82,9%	82,9%	82,9%
	No	12	17,1%	17,1%	100%
	Total	70	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De las 70 personas encuestadas el 58% considera que es necesario contratar un guía naturalista para su mejor estadía, y el 17% manifiesta que no contrataría el servicio de un guía naturalista. Permitiendo así la contratación de guías locales para las actividades turística.

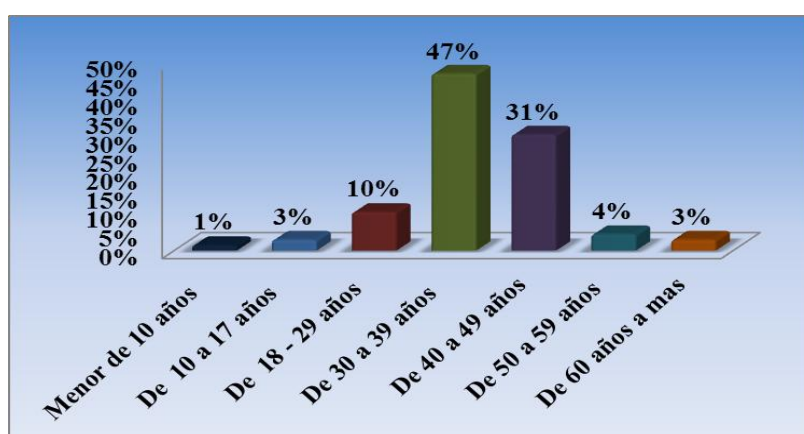
2.5.2 ANALISIS DE LA ENCUESTA TURISTA – EXTRANJERO

2.5.2.1 Demografía del turista extranjero

2.5.2.1.1 Edad

Tabla y Grafismo N° 2.19 Edad

Validos		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Menor de 10 años	1	1,5%	1,5%	1,5%
	De 10 a 17 años	2	2,9%	2,9%	4,4%
	De 18 - 29 años	7	10,3%	10,3%	14,7%
	De 30 a 39 años	32	47,1%	47,1%	61,8%
	De 40 a 49 años	21	30,9%	30,9%	92,6%
	De 50 a 59 años	3	4,4%	4,4%	97,1%
	De 60 años a mas	2	2,9%	2,9%	100%
Total	68	100%	100%		



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

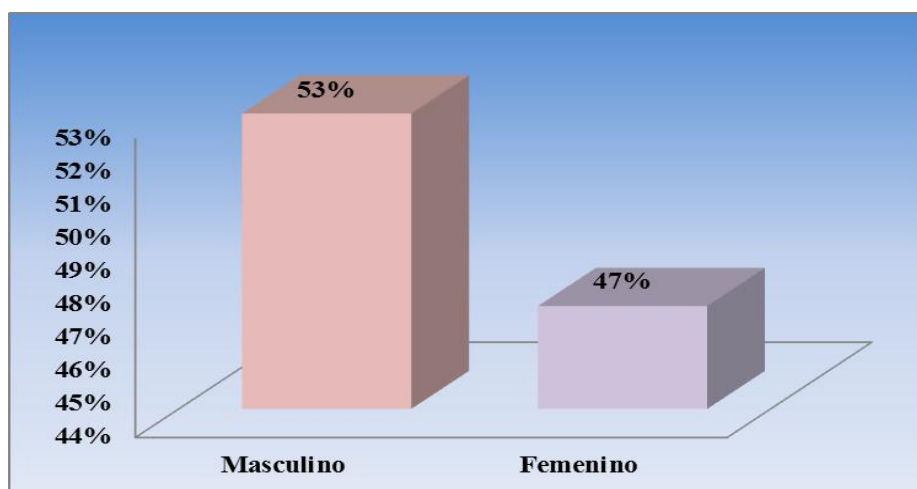
Interpretación.- La edad promedio de los turistas extranjeros se encuentra en los rangos de “30 – 39” años, con un porcentaje del 47%, seguido se encuentra el rango de “40 – 49” años, con un porcentaje del 31%. Cabe recalcar que la presencia de la tercera edad y de menores de 10 años no es alta, en especial el rango 60 años de edad con un porcentaje del 3% y menores de 10 años con el 1%

a comparación del resto de rangos. Esto significa que la mayoría de los turistas extranjeros que visitan la provincia son jóvenes adultos.

2.5.2.1.2 Género

Tabla y Grafismo N° 2.20 Género

Validos	Género	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Masculino	36	52,9%	52,9%	52,9%
	Femenino	32	47,1%	47,1%	100,0%
	Total	68	100,0%	100,0%	



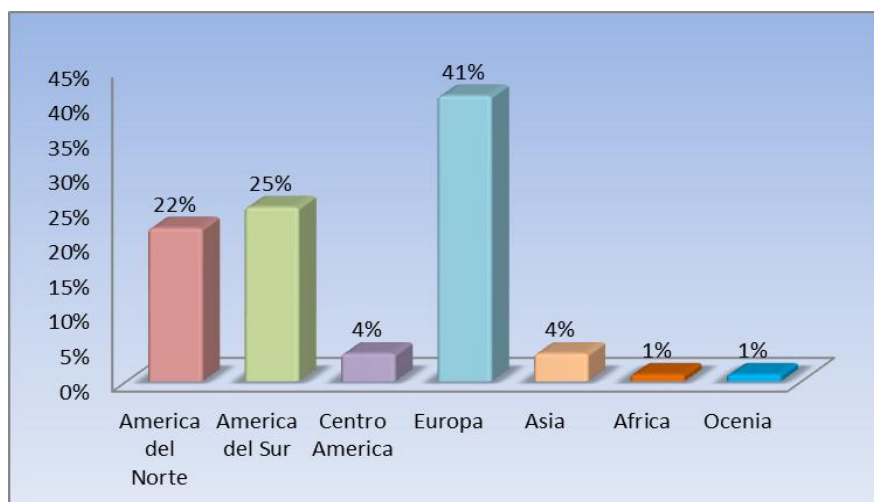
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Considerando esta variable, el 53% de los turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi en el presente año corresponde al género masculino. Es importante resaltar que el género femenino tiene un porcentaje comparativamente alto con respecto al anterior con un porcentaje del 47%.

2.5.2.1.3 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad

Tabla y Grafismo N° 2.21 ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad

	Continente	Ciudad	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Valido	América del Norte	EE.UU	15	22%	22,1%	22,1%
	América del Sur	Colombia	11	16%	16,2%	38,2%
		Venezuela	6	9%	8,8%	47,1%
	Centro América	México	3	4%	4,4%	51,5%
	Europa	Alemania	8	12%	11,8%	63,2%
		Bélgica	7	10%	10,3%	73,5%
		España	4	6%	5,9%	79,4%
		Francia	9	13%	13,2%	92,6%
	Asia	China	2	3%	2,9%	95,6%
		India	1	1%	1,5%	97,1%
	África		1	1%	1,5%	98,5%
	Oceanía		1	1%	1,5%	100%
	Total		68	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

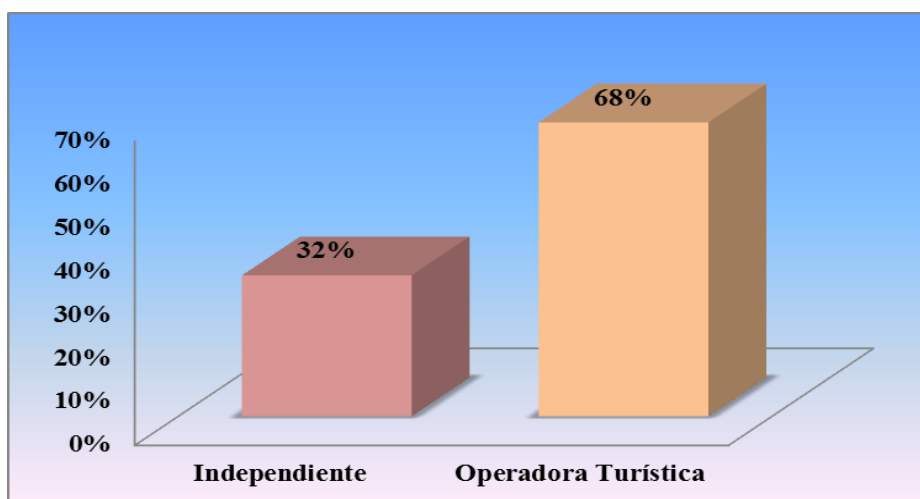
Interpretación.- El 41% de turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi provienen del Continente europeo (Francia, España, Bélgica, Alemania), seguido se encuentra el continente de América del Sur, con un porcentaje del 25%, países como (Colombia, Venezuela) y casi con la misma proporción se encuentra América del Norte, con un porcentaje del 22%. En menores proporciones se encuentran el resto de continentes, Centro América 4% (México), Asia 4% (China, Corea del Sur), África y Oceanía con el 1%.

CUESTIONARIO APLICADO AL TURISTA EXTRANJERO

4.- ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla Y Grafismo N° 2.22 ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi?

Validos		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Independiente	22	32,4%	32,4%	32,4%
Operadora Turística	46	67,6%	67,6%	100%	
Total	68	100%	100%		



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

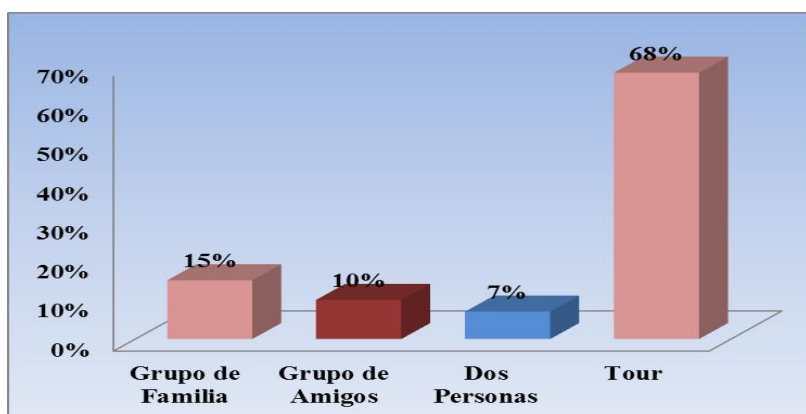
Interpretación.- De acuerdo a las encuestas realizadas en el Parque Nacional Cotopaxi, los encuestados respondieron que el 68% decidieron viajar a través de los servicios de una operadora turística, el 32% de forma independiente.

Lo que confirma que los turistas extranjeros decidieron viajar a través de una operadora turística al Parque Nacional Cotopaxi.

5.- ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje

Tabla y Grafismo N° 2.23 ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje

Validos	Grupo	N°	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado	
	Grupo de Familia	Tres - Cinco Personas	4	4	6%	5,9%	5,9%
		Seis a más personas	6	6	9%	8,8%	14,7%
	Grupo de Amigos	Tres - Cinco Personas	3	3	4%	4,4%	19,1%
		Seis a más personas	4	4	6%	5,9%	25,0%
	Dos Personas	Pareja	5	5	7%	7,4%	32,4%
	Tour	Diez a más Personas	46	46	68%	67,6%	100%
	Total			68	100%	100%	



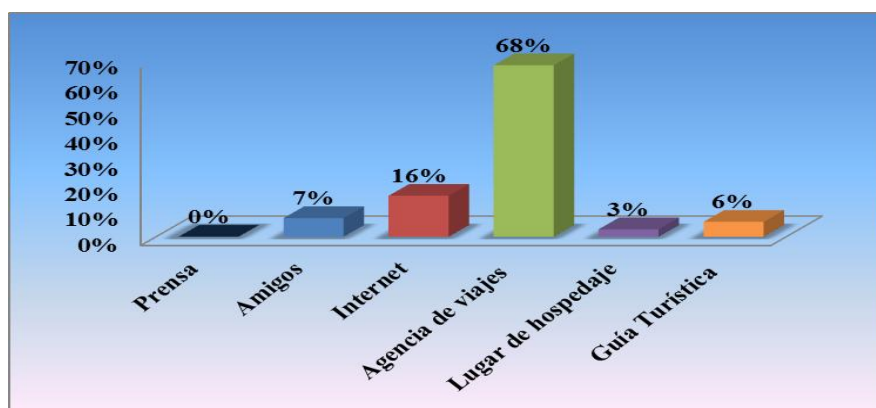
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretacion.- El 68% lo realizan a través de un tour de más de 10 personas, el 15% deciden viajar en grupos de familia de tres a seis personas, seguido está el grupo de amigos con el 10% cuyo porcentaje son quienes viajan de tres a cinco personas, y por último están quienes deciden viajar en pareja con el 7%. Cabe recalcar que los turistas deciden viajar más a través de un tour.

6.- ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?

Tabla y Grafismo N° 2.24 ¿Qué medios de comunicación utilizó para adquirir información del destino?

Validos	Medios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Prensa	0	0,0%	0,0%	0,0%
	Amigos	5	7,4%	7,4%	7,4%
	Internet	11	16,2%	16,2%	23,5%
	Agencia de viajes	46	67,6%	67,6%	91,2%
	Lugar de hospedaje	2	2,9%	2,9%	94,1%
	Guía Turística	4	5,9%	5,9%	100%
	Total	68	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

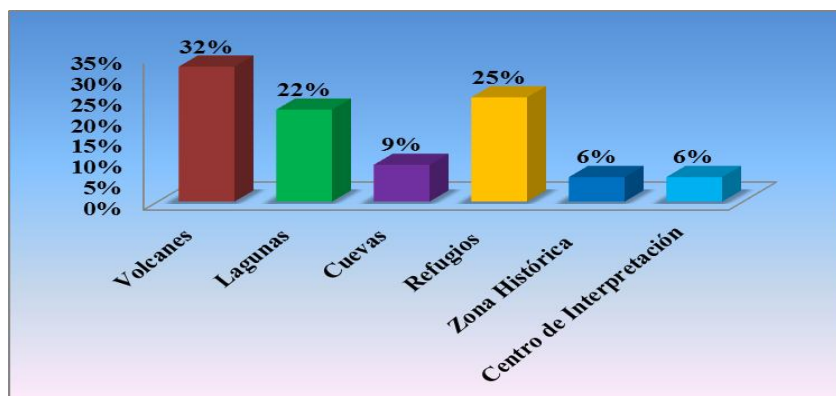
Interpretación.- De los 68 encuestados en el Parque Nacional Cotopaxi, se obtuvo que el principal medio de información que utilizan los turistas extranjeros es las agencias de viaje con el 68%, seguido está el internet con un 16%, también obtienen información a través de amigos con el 7% y la guía turística con el 6%, y con menos proporción tenemos el lugar de hospedaje con el 3%, cabe destacar que el medio menos utilizado es la prensa.

Por tanto, los medios de comunicación más utilizados para adquirir información turística del destino son: Agencias de viaje, internet, amigos y guía turística.

7.- ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia

Tabla y Grafismo N° 2.25 ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia

	Lugares	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	Volcanes	22	32%	32,4%	32,4%
	Lagunas	15	22%	22,1%	54,4%
	Cuevas	6	9%	8,8%	63,2%
	Refugios	17	25%	25,0%	88,2%
	Zona Histórica	4	6%	5,9%	94,1%
	Centro de Interpretación	4	6%	5,9%	100%
	Total	68	100%	100%	



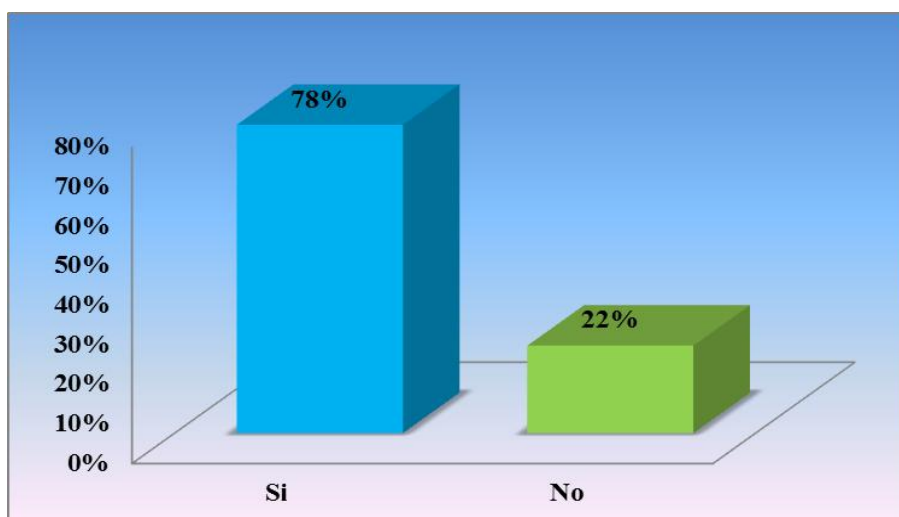
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Los lugares que más les gustaría visitar de acuerdo a su importancia dentro del Parque Nacional Cotopaxi están, en primer lugar volcanes con el 32%, en segundo lugar refugios con el 25%, y seguido por lagunas el 8% lo cual indica que los atractivos más representativos del Parque Nacional Cotopaxi son el Volcán Cotopaxi y el Refugio José Rivas y la laguna de Limpiopungo.

8.- ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?

Tabla y Grafismo N° 2.26 ¿Le gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?

Validos		Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Si	53	77,9%	77,9%	77,9%
No	15	22,1%	22,1%	100%	
Total	68	100%	100%		



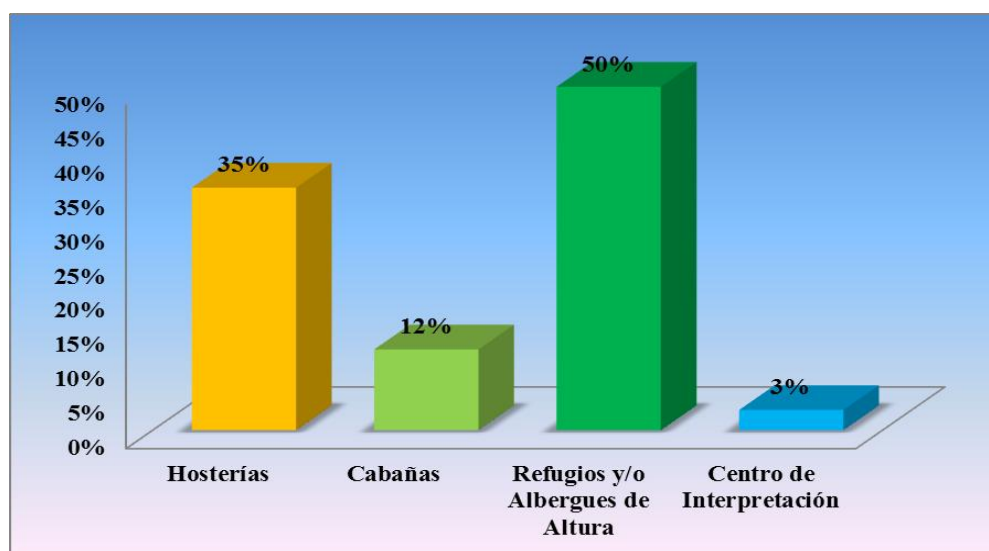
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Al 78% le gustaría utilizar los servicios de una Hostería y tan solo al 22% no le gustaría. El grado de aceptación es muy alto lo cual indica la factibilidad del proyecto.

9.- ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?

Tabla y Grafismo N° 2.27 ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?

Validos	Concepto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Hosterías	24	35,3%	35,3%	35,3%
	Cabañas	8	11,8%	11,8%	47,1%
	Refugios y/o Albergues de Altura	34	50,0%	50,0%	97,1%
	Centro de Interpretación	2	2,9%	2,9%	100%
	Total	68	100%	100%	



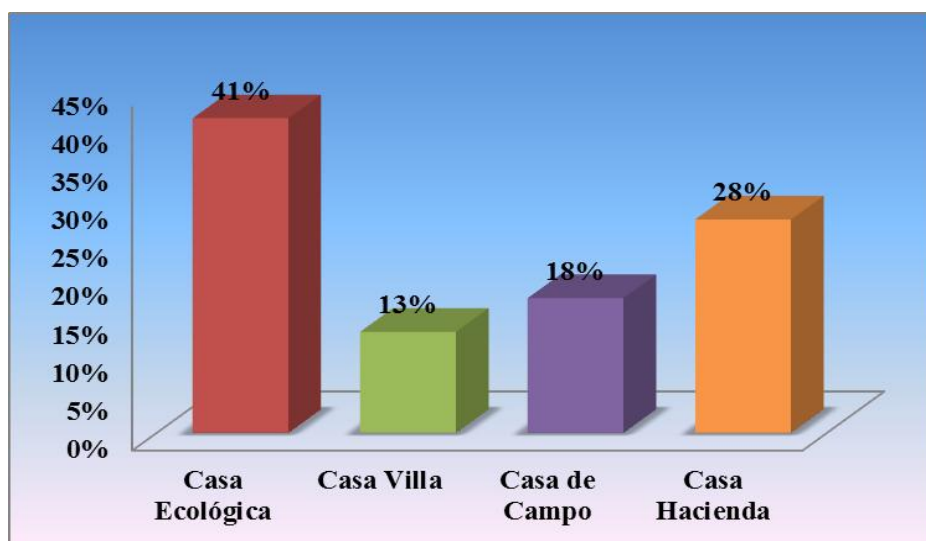
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 50% de turistas nacionales les gustaría que los servicios dentro de un Parque Nacional deban promover el concepto de refugios, el 34% les gustaría que se promueva en un concepto de Hosterías, el 12% en conceptos de cabañas y tan solo el 3% el concepto de centros de interpretación lo cual afirma que los turistas extranjeros les gustaría hospedarse en un albergue que se encuentre localizado en el Parque Nacional.

10.- ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.28 ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, le gustaría a usted alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Validos	Características	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Casa Ecológica	28	41,2%	41,2%	41,2%
	Casa Villa	9	13,2%	13,2%	54,4%
	Casa de Campo	12	17,6%	17,6%	72,1%
	Casa Hacienda	19	27,9%	27,9%	100%
	Total	68	100%	100%	



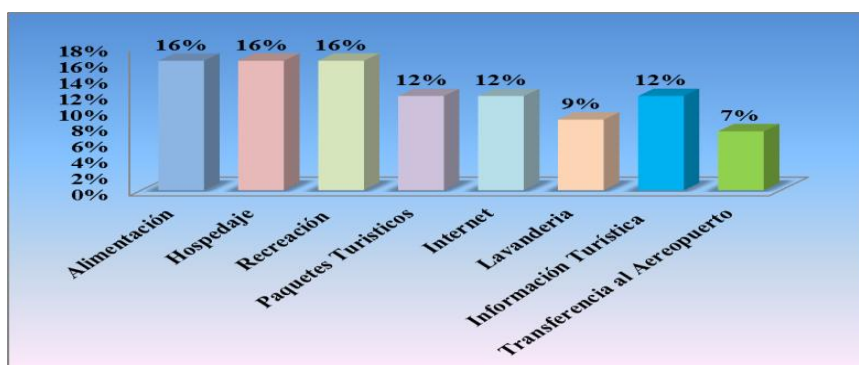
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretacion.- Entre las características y diseños de las instalaciones turísticas el 41% le gustaría un diseño ecológico, el 28% una casa hacienda, seguido por el 18% casa de campo y con menos proporción una diseño de casa villa con el 13%. La misma que permite determinar la infraestructura y diseño de la Hostería en el Parque Nacional Cotopaxi.

11.- Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía? Mencione tres de acuerdo a su importancia

Tabla y Grafismo N° 2.29 Según su criterio, ¿cuáles deberían ser los servicios que ofrezca la Hostería para su mejor estadía?

Validos	Servicios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Alimentación	11	16,2%	16,2%	16,2%
	Hospedaje	11	16,2%	16,2%	32,4%
	Recreación	11	16,2%	16,2%	48,5%
	Paquetes Turísticos	8	11,8%	11,8%	60,3%
	Internet	8	11,8%	11,8%	72,1%
	Lavandería	6	8,8%	8,8%	80,9%
	Información Turística	8	11,8%	11,8%	92,6%
	Transferencia al Aeropuerto	5	7,4%	7,4%	100%
Total	68	100%	100%		



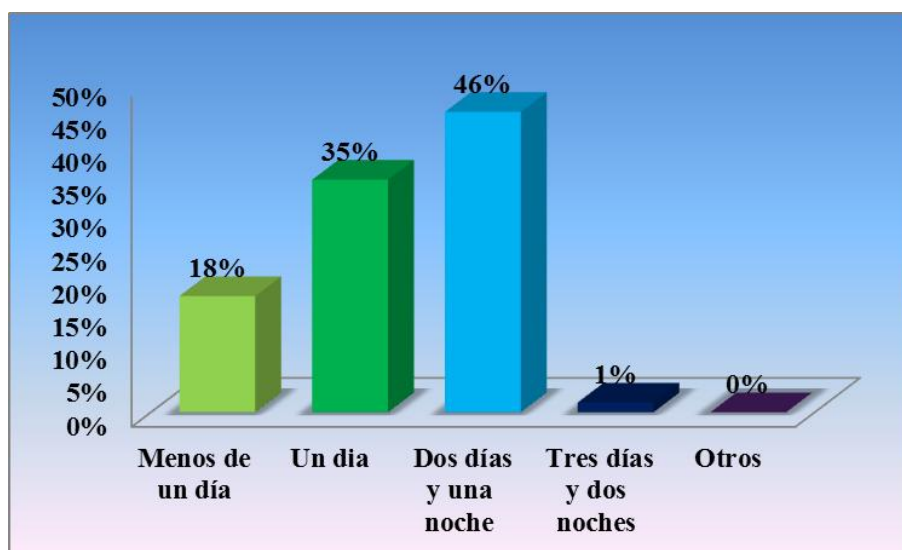
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- Entre los servicios que se deben ofrecer de acuerdo a su importancia dentro del Parque Nacional Cotopaxi, lo compone con un 16% alimentación, hospedaje, recreación, seguido por paquetes turísticos, internet, información turística con un 12%, y con menor proporción tenemos lavandería 9%, transferencia al aeropuerto con el 7%. Lo que confirma que el turista extranjero le gustaría el paquete completo, que incluya hospedaje, alimentación y recreación.

12.- ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.30 ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Validos	Tiempo	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Menos de un día	12	18%	17,6%	17,6%
	Un día	24	35%	35,3%	52,9%
	Dos días y una noche	31	46%	45,6%	98,5%
	Tres días y dos noches	1	1,0%	1,5%	100,0%
	Otros		0,0%	0,0%	100%
	Total	68	100%	100%	



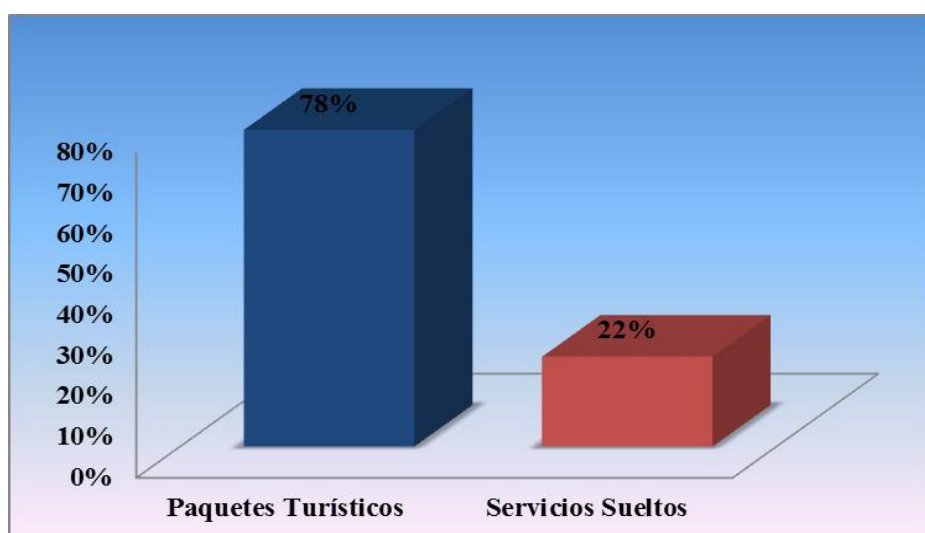
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- En relación al tiempo promedio de estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi, el 46% de los encuestados manifestaron que permanecen dos días y el 35% un día, el 18% menos de un día y tan solo el 1% permanecieron tres días y dos noches. Con estos porcentajes nos podemos dar cuenta que la permanencia promedio de la mayor parte de turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, es de dos días y una noche.

13.- ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?

Tabla y Grafismo N° 2.31 ¿Los precios de los servicios que usted realizó, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi fueron manejados por medio de?

Validos	Precios	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Paquetes Turísticos	53	77,9%	77,9%	77,9%
	Servicios Suetos	15	22,1%	22,1%	100 %
	Total	68	100%	100%	



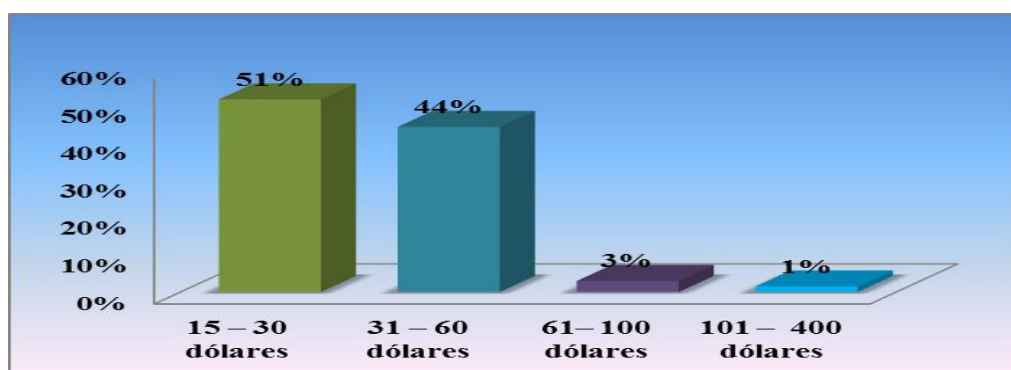
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De los turistas extranjeros que visitan mayormente el Parque Nacional Cotopaxi, el 78% realizan los precios de los servicios a través de paquetes turísticos, el 22% lo realiza a través de servicios suetos. Por tanto, los turistas extranjeros no utilizan necesariamente una agencia de turismo para su mejor estadía.

14.- ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?

Tabla y Grafismo N° 2.32 ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan turístico?

	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
Validos	15 – 30 dólares por pax /Día/Noche/Económica	35	51,5%	51,5%	51,5%
	31 – 60 dólares por pax/Día/Noche/Turistas	30	44,1%	44,1%	95,6%
	61– 100 dólares por pax/Día/Noche/Confortables	2	2,9%	2,9%	98,5%
	101 – 400 dólares por pax/Día/Noche/Lujo	1	1,5%	1,5%	100%
	Total	68	100%	100%	



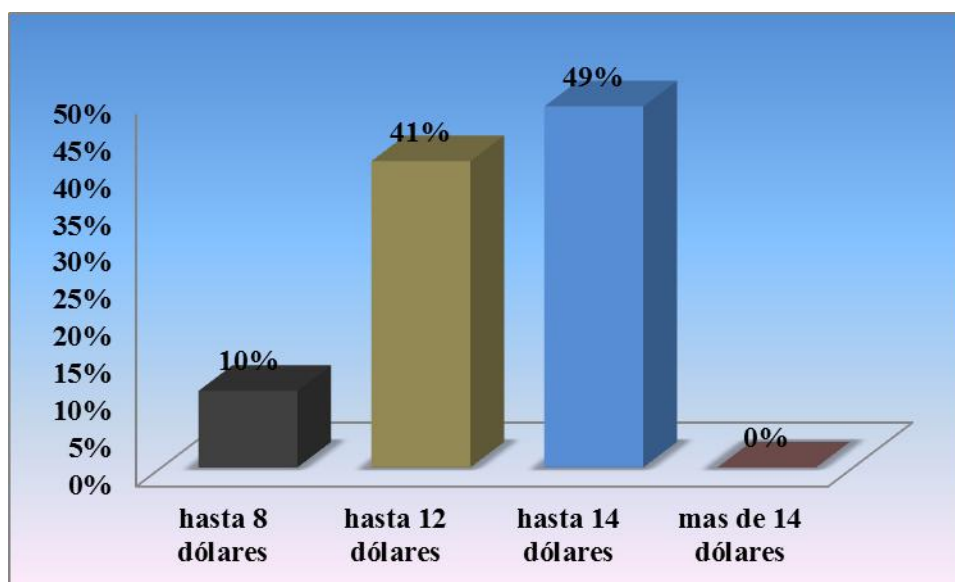
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- El 51% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de 15 a 30 dólares por el servicio de hospedaje por una noche en una habitación económica en la Hostería seguido por el 44% pagarían de 31 a 60 dólares por una habitación turista, el 3% pagarían 61- 100 dólares por una habitación confortable, y tan solo el 1% estrían de acuerdo a pagar 101- 400 dólares por una habitación de lujo. La mayoría de los encuestados extranjeros están pagando entre 15 a 30 dólares por persona durante una noche de alojamiento.

15.- ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aleaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?

Tabla y Grafismo N° 2.33 ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una Hostería aleaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?

Validos	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	hasta 8 dólares	7	10%	10,3%	10,3%
	hasta 12 dólares	28	41%	41,2%	51,5%
	hasta 14 dólares	33	49%	48,5%	100,0%
	más de 14 dólares	0	0,0%	0,0%	100%
	Total	68	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

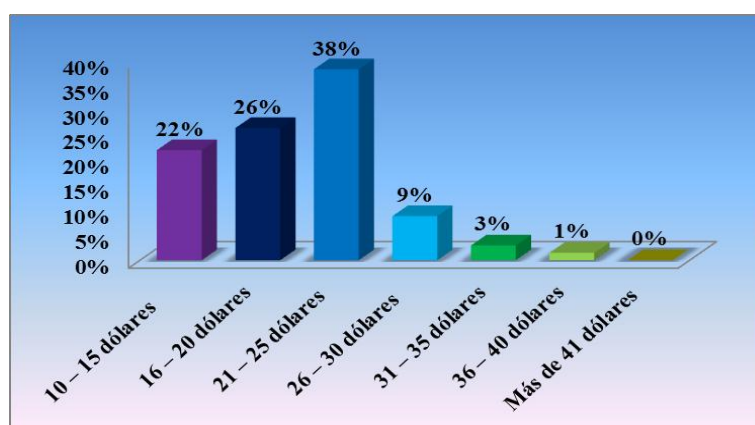
Interpretación.- El 49% de los encuestados estarían dispuestos a pagar por alimentación hasta 14 dolares, el 41% pagarían hasta 12 dolares, el 10% pagarían hasta 8 dólares y con un porcentaje del 0% mas de 14 dolares.

Concluyendo que el presupuesto que estarían dispuestos para la alimentacion es de hasta 14 dolares por persona.

16.- ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?

Tabla y Grafismo N° 2.34 ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una Hostería aledaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?

Validos	Presupuesto	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	10 – 15 dólares	15	22%	22,1%	22,1%
	16 – 20 dólares	18	26%	26,5%	48,5%
	21 – 25 dólares	26	38%	38,2%	86,8%
	26 – 30 dólares	6	9%	8,8%	95,6%
	31 – 35 dólares	2	3%	2,9%	98,5%
	36 – 40 dólares	1	1%	1,5%	100,0%
	Más de 41 dólares	0	0,0%	0,0%	100%
Total	68	100 %	100%		



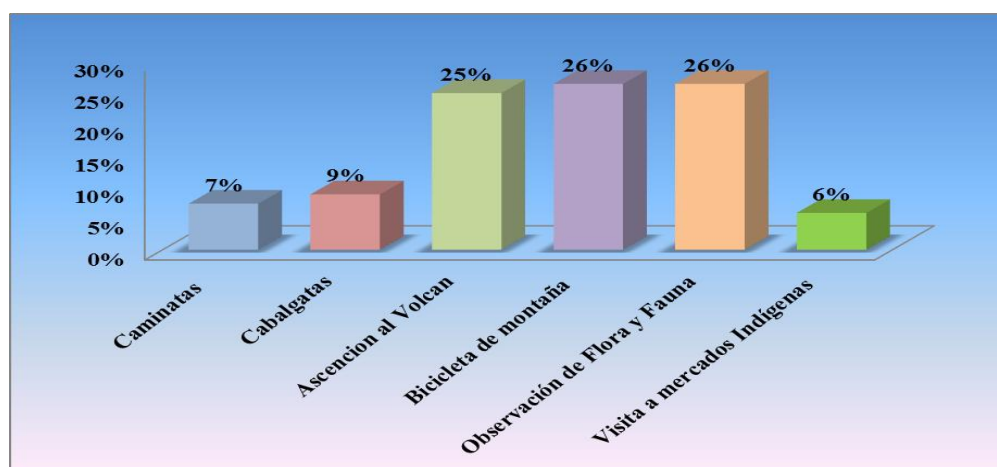
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De las 68 encuestas el 38% respondió que su presupuesto para actividades de recreación es de 21 a 25 dólares, seguido el 26% con un presupuesto de 16 a 20 dólares, el 22% con un presupuesto de 10 a 15 dólares, el 9% de 26- 30 dólares, es necesario tomar en cuenta que existe un porcentaje relativamente bajo al que si le gustaría gastar más de 36 - 40 dólares en actividades de recreación del 1%.

17.- ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Tabla y Grafismo N° 2.35 ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?

Validos	Actividad	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Caminatas	5	7,4%	7,4%	7,4%
	Cabalgatas	6	8,8%	8,8%	16,2%
	Ascensión al Volcán	17	25,0%	25,0%	41,2%
	Bicicleta de montaña	18	26,5%	26,5%	67,6%
	Observación de Flora y Fauna	18	26,5%	26,5%	94,1%
	Visita a mercados Indígenas	4	5,9%	5,9%	100%
	Total	68	100%	100%	



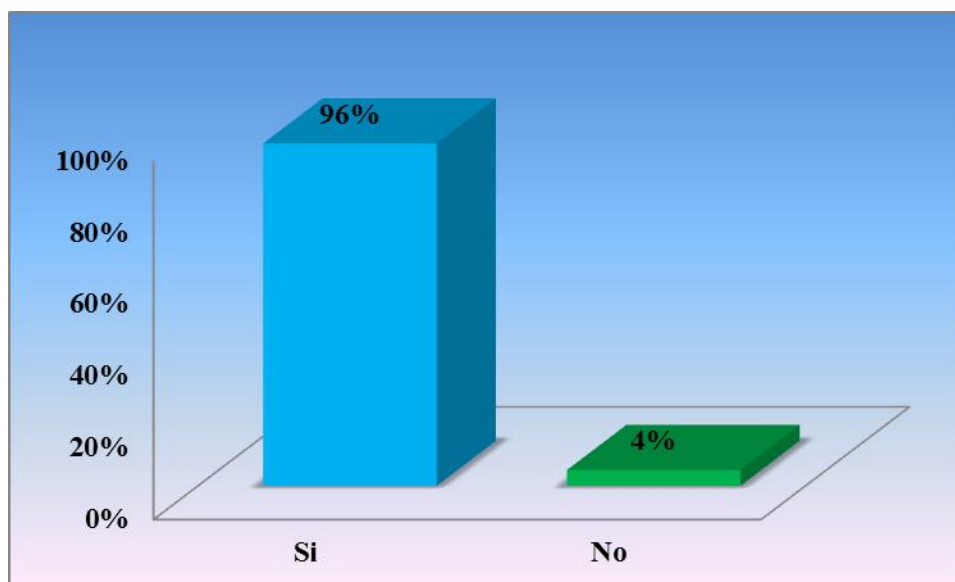
FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Interepretacion.- De las encuestas realizadas a los turistas extranjeros se obtuvo el siguiente resultado, la actividad con mayor preferencia y de acuerdo a su importancia lo compone el 26% bicicleta de montana y observacion de flora y fauna, en segundo lugar el 25% ascensión al volcán y finalmente cabalgatas con el 9%, y con menor preferencia caminatas con el 7%, y con un 6% Visita a mercados indígenas. Lo que afirma que el turista disfruta de actividades naturales.

18.- ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?

Tabla y Grafismo N° 2.36 ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?

Validos	Experiencia	Frecuencia	%	% Valido	% Acumulado
	Si	65	95,6%	95,6%	95,6%
	No	3	4,4%	4,4%	100%
	Total	68	100%	100%	



FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Gladys Iza

Interpretación.- De las 68 personas encuestadas el 96% considera que es necesario contratar un guía naturalista para su mejor estadía, tan solo y el 4% manifiesta que no contrataría el servicio de un guía naturalista. Afirmando así la contratación de guías locales para las actividades turística.

2.5.3 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

Quienes visitan con mayor frecuencia el Parque Nacional Cotopaxi (PNC) son turistas de género masculino y femenino, entre rangos de 19 a 39 años de edad. Son turistas que valoran y disfrutan los atractivos tanto naturales como culturales que el PNC ofrece, deciden viajar independientemente, en grupos de familia y amigos de tres a cinco personas o más; viajan de diferentes lugares de la región sierra como: Quito, Ambato, Latacunga, Riobamba y Cuenca. Según la encuesta realizada, los turistas nacionales decidieron viajar en vacaciones y fines de semana, obteniendo información del destino a través de familiares y amigos, medios de comunicación como el internet y guías turísticas. Es así que los turistas que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi, han disfrutado de la biodiversidad que ofrece, entre las más importantes tenemos: Volcanes, Lagunas, Refugios, Cuevas, y dentro de las actividades que les gustaría practicar tenemos: cabalgatas y observación de flora y fauna. Los mismos que manifestaron que dentro de un parque se debe promover el concepto de Hosterías el cual afirma la utilización de las instalaciones en una Hostería con características y diseños ecológicos, con una permanencia de un día y con un presupuesto de hospedaje por persona de 15 a 30 dólares en habitaciones en una hostería económicas, alimentación de hasta 8 dólares, actividades de recreación de 10 a 15 dólares. Cabe mencionar que la contratación de guías naturalistas es indispensable para una mejor estadía dentro del PNC.

2.5.4 PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO

Los turistas que visitan en mayor escala el Parque Nacional Cotopaxi (PNC) son del continente europeo entre ellos están: Francia, España, Bélgica, Alemania, de género masculino y femenino entre rangos de 18 a 49 años de edad que viajan por vacaciones a través de una operadora turística, informados a través de agencias de viaje, internet, familiares y amigos, guías turísticas. La preferencia turística es visitar el volcán Cotopaxi, el Refugio de altura José Rivas, la laguna de

Limpiopungo y practicar actividades de recreación como: ascensión al volcán, bicicleta de montaña, y caminatas.

La mayoría de turistas que visitaron el PNC, permanecieron dos días y una noche y los precios de los servicios fueron manejados a través de paquetes turísticos, les gustaría alojarse en una Hostería cuyas instalaciones sean de diseños ecológicos, por lo que los servicios y presupuestos que estarían dispuestos a pagar por persona serían: hospedaje de 10 a 30 dólares en una habitación en una hostería económica, alimentación de hasta 14 dólares, actividades de recreación de 21 a 25 dólares. Cabe recalcar que el 48% de los encuestados, su permanencia dentro del parque fueron de dos días y una noche generalmente estas personas realizan actividades turísticas como: Ascensión a volcanes y caminatas y les gustaría alojarse en una Hostería y Refugios o Albergues de altura el mismo que les permite aclimatarse y poder ascender a la montaña sin ningún problema.

Tabla 2.7 CARACTERISTICAS Y TENDENCIAS DEL CLIENTE-CONSUMIDOR

Factores		Turista Nacional	Turista Extranjero
Demografía	Edad	Rangos de 19 a 39 años	Rangos de 18 a 49 años
	Genero	Masculino y Femenino	
	Lugar de Procedencia	Región Sierra(Quito, Ambato, Latacunga, Riobamba, Cuenca)	Continente Europeo(Francia, España, Bélgica, Alemania)
Gustos y Preferencias	Como efectuó su viaje	Realizan su forma de viaje de forma independiente	Realizan su forma de viaje a través de una operadora turística
	Medios de comunicación para adquirir información del destino	Familiares y amigos, internet, guía turística.	Agencias de viaje, internet, amigos, guía turística.
	Sitios de interés dentro del Parque Nacional Cotopaxi	Volcanes, lagunas, refugios, cuevas.	Volcanes, Refugios, lagunas, cuevas, zona histórica.
	Porcentaje de aceptación para la creación de una Hostería/Albergue	El 89% de los turistas les gustaría utilizar los servicios de una Hostería	El 78% de los turistas les gustaría utilizar los servicios de una Hostería
Hábitos de Consumo	Servicios que se deben promover dentro del PNC	Hosterías y Refugios y/o Albergues de altura.	Refugios y/o Albergues de altura.
	Características y diseños de instalaciones turísticas	Casa ecológica	
	Servicios que debe ofertar la Hostería	Alimentación, hospedaje, información turística y recreación.	
	Permanencia dentro del PNC	Un día	Dos días y una noche
Sociabilidad	Forma de viaje	Grupo de amigos, familia (Tres a cinco personas a mas)	Tour (entre amigos, de seis a diez personas)
Precios	Servicios manejados	Los precios de los servicios utilizados por los turistas fueron manejados a través de servicios sueltos	Los precios de los servicios utilizados por los turistas fueron a través de paquetes turísticos.
	Presupuesto diario de hospedaje	15,00 a 30,00 dólares por persona en una Hostería económica	
	Presupuesto diario de alimentación	Hasta 8 dólares	Hasta 14 dólares
	Presupuesto diario para actividades de recreación	10 a 15 dólares	21 a 25 dólares
	Actividades turísticas dentro del PNC	Cabalgatas, observación de flora y fauna	Ascensión al volcán, bicicleta de montaña.
	Guías Naturalistas	Es necesario la contratación de un guía naturalista para una mejor estadía	

FUENTE: Investigación de Mercado
ELABORADO POR: Gladys Iza

2.5.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se refiere al comportamiento que la demanda del servicio pueda tener en el tiempo, para ello se supone que los factores que condicionaron el consumo histórico del servicio actuarán de igual manera en el futuro³¹

Para determinar la estimación de la demanda futura que tendrá la Hostería a implementarse se utilizará herramientas estadísticas para conocer la probabilidad de concurrencia futura.

Consideraciones para la aplicación de la proyección de la demanda:

1. El Barrio Santa Rita en donde se localizará la Hostería a implementarse se encuentra la ruta de acceso principal al Parque Nacional Cotopaxi.
2. El Parque Nacional Cotopaxi es el segundo Parque Natural más visitado a nivel Nacional.
3. El registro de visitantes nacionales al Parque Nacional Cotopaxi, en feriados y días de descanso obligatorio, permitirá conocer la temporada turística y de esta manera además de brindar alojamiento, ofertar nuevas actividades y servicios turísticos.
4. En el caso de visitar el Parque Nacional Cotopaxi el 87% de encuestados les gustaría utilizar los servicios de una Hostería, que además de brindar alojamiento, puedan realizar actividades turísticas.

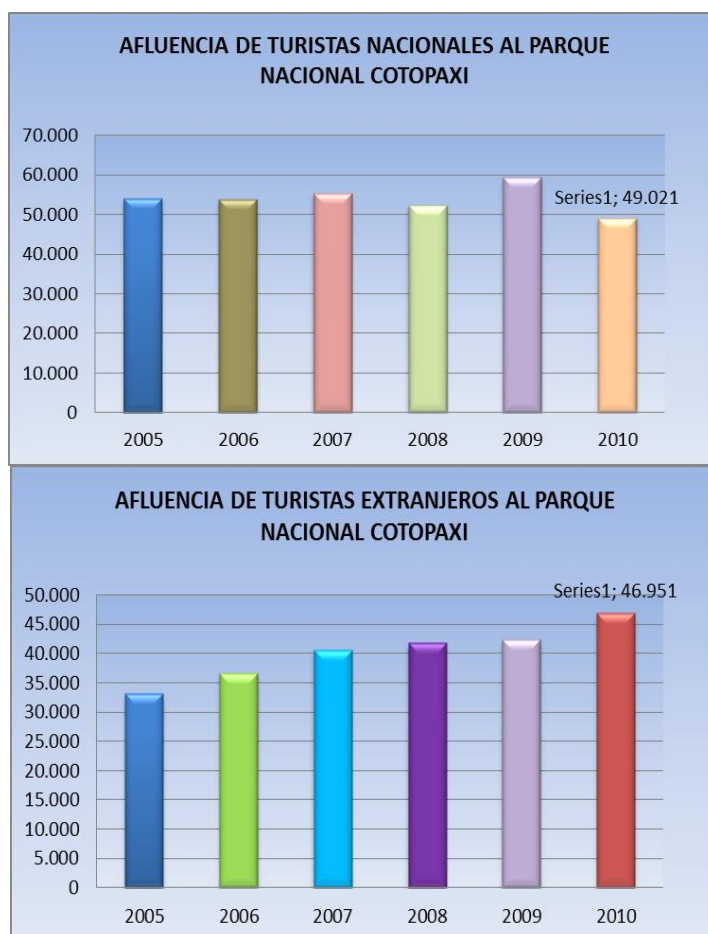
A continuación se presenta la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi y para una mejor comprensión lo representamos a través de gráfico de barras, para lo cual hemos tomado la información histórica del total de turistas que ingresaron en el año 2010, la misma que fue obtenida del Ministerio de Turismo y CAPTUR, el cual abaliza los resultados obtenidos para el presente proyecto así:

³¹ <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>

Tabla y Grafismo N° 2.37 AFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2005-2010

AFLUENCIAS AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2005-2010			
AÑOS	Turista Nacional	Turista Extranjero	TOTAL
2005	54.014	33.125	87.139
2006	53.851	36.678	90.529
2007	55.268	40.683	97.110
2008	52.327	41.842	93.010
2009	59.513	42.369	101.882
2010	49.021	46.951	95.972
Total	323.994	241.648	

SERIE HISTORICA



FUENTE: Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Biodiversidad.

ELABORADO POR: Gladys Iza.

Una vez que se definió el número de turistas nacionales y extranjeros, se procedió con estos datos a realizar la proyección de la demanda, para ello se aplicó el método de la tasa de crecimiento, pues los datos obtenidos mantiene una tendencia

continúa año tras año, y se trata de establecer una extrapolación de la tendencia histórica, que consiste en establecer una línea de ajuste entre los datos que representa la demanda de años anteriores y mostrar la demanda futura de acuerdo a la tendencia que presenta esta línea. Para ello se aplicó de la siguiente fórmula:

Fórmula:

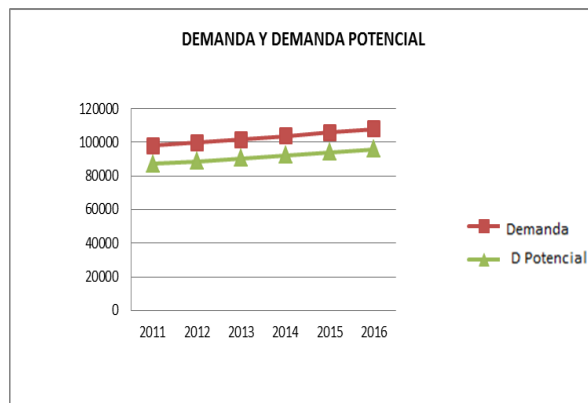
$$TC = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Dato actual}}{\text{Dato historico}}} - 1 \quad TC = \sqrt[6-1]{\frac{95.972}{87.139}} - 1$$

$$TC = 0.019498 \quad TC = 1,95\%$$

Se consideró un crecimiento de la demanda del 1,94% anual, valor con el cual se procedió a proyectar la demanda misma que nos facilitara conocer quiénes podrían utilizar los servicios que ofertará la Hostería a implementarse.

Tabla y Grafismo N° 2.38 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL		
AÑOS	TURISTAS	Demanda Potencial
		89%
2011	97843	87081
2012	99751	88778
2013	101696	90509
2014	103679	92274
2015	105700	94073
2016	107761	95908



FUENTE: Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Biodiversidad.
ELABORADO POR: Gladys Iza

2.6 PROYECCION DE LA OFERTA

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

2.6.1 Para realizar la estimación de la oferta futura que tendrá la Hostería a implementarse se considerara las siguientes características:

1. Análisis de la competencia.
2. A qué distancia del mercado de la Hostería a implementarse está la competencia más próxima.
3. Alojamientos de primera y segunda categoría.
4. Este tipo de servicio no es susceptible de proyectarse, ya que se desconoce los planes de expansión de la infraestructura de cada lugar de alojamiento, por esta razón se estima una oferta estable.

Tabla N° 2.8 COMPETENCIA DIRECTA

Alojamientos Hosterías			
Razón Social	Categoría	Habitaciones	Plazas
La Ciénega	Primera	34 habitaciones	68
San Agustín de Callo	Primera	11 habitaciones	22
Cuello de luna	Segunda	29 habitaciones	58
Guagra Corral	Segunda	6 habitaciones	24
Refugio José Rivas	Segunda	22 habitaciones	68
Paja Blanca	Segunda	4 habitaciones	30
Tambopaxi	Primera	10 habitaciones	50
Hostería el Porvenir	Primera	15 habitaciones	30
Hacienda el Tambo	Primera	8 habitaciones	16
Chilcapamba Lodge	Primera	8 habitaciones	25
Hacienda Yanahurco	Primera	10 habitaciones	35
Hacienda Santa Rita	Primera	7 habitaciones	20
Pachamama	Segunda	12 habitaciones	36
Secret Graden	Segunda	8 habitaciones	20
TOTAL		103	502

FUENTE: Catastros Turísticos del Cantón Latacunga y Mejía.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Tabla N° 2.9 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	Capacidad de plaza N° de plazas	Oferta Anual N° de plazas
2011	502	180720
2012	502	180720
2013	502	180720
2014	502	180720
2015	502	180720
2016	502	180720

FUENTE: Catastros de la Jefatura Municipal de Turismo de Latacunga y del Cantón Mejía
ELABORADO POR: Gladys Iza

2.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Si se considera que la capacidad de hospedaje es de 502 plazas diarias que están disponibles para los clientes, anualmente la oferta sería de 180.720 plazas. La demanda estimada es de 87.081 con una tasa creciente del 1,95% (Ver tabla y grafismo 2.38)

Con los antecedentes presentados se puede observar que no existe una demanda insatisfecha debido a que la oferta supera la demanda hotelera, sin embargo en base a la observación directa es posible identificar un mercado potencial.

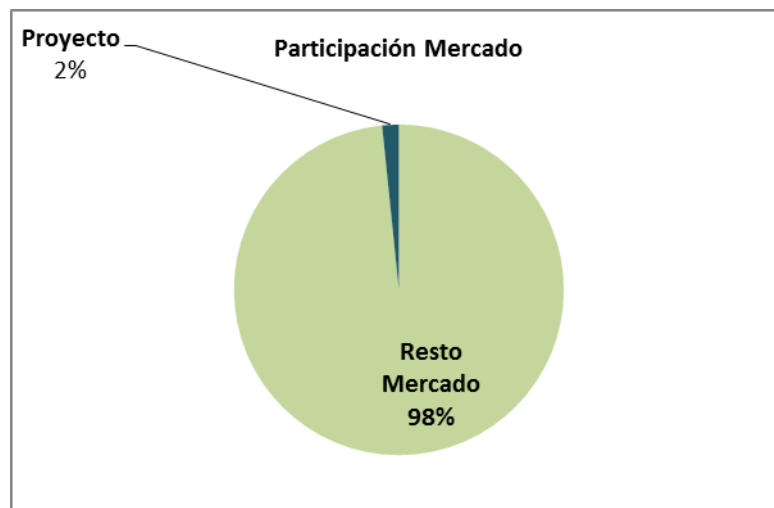
2.7.1 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO

Actualmente los turistas buscan alternativas de acceso a un producto o servicio, uno de estos se relaciona con el hospedaje. Según información proporcionada a través de las encuestas realizadas tanto a turistas nacionales como extranjeros dentro del Parque Nacional Cotopaxi, un gran porcentaje de turistas extranjeros buscan lugares de alojamiento especialmente de albergue de altura de preferencia instalaciones con un diseño ecológico y complementadas con servicios diferenciados como el que pretende ofrecer la Hostería.(Ver tabla 2.7). Ingresar en el mercado con un producto o servicio no es tarea fácil, por lo que es procedente

fijar el nivel de operación en base a la capacidad instalada del proyecto. Ya que la Hostería a implementarse se encuentra en la etapa de introducción en el mercado, es recomendable empezar operando con el 10 al 15% de su capacidad instalada. Bajo esta consideración se realizó el cálculo de la capacidad utilizada en relación de la demanda y la capacidad instalada del proyecto, tomando en cuenta la temporada alta que tiene el Parque Nacional Cotopaxi.

Tabla y Grafismo N° 2.39 CAPACIDAD UTILIZADA EN RELACIÓN DE LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO.

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Demanda Potencial	87081	88778	90509	92274	94073	95908
Capacidad Instalada	20	20	20	20	20	20
Capacidad utilizada N° plazas	20%	30%	45%	60%	80%	100%
	4	6	9	12	16	20
Capacidad Anual	1440	2160	3240	4320	5760	7200
Participación Mercado	2%	2%	4%	5%	6%	8%



ELABORADO POR: Gladys Iza

CAPÍTULO III

3 PROPUESTA TÉCNICA

La propuesta técnica para la Hostería a implementarse tiene como objetivo determinar los factores técnicos, las estrategias administrativas y turísticas en la instauración de la Hostería, para obtener información necesaria el cual permita manejarse bajo parámetros hoteleros y administrativos liderando así el mercado turístico.

3.1 Estrategias de la empresa.

Para establecer las estrategias de la empresa se ha analizado las variables que integran el marketing operativo, o denominado como marketing mix o mezcla de marketing. Los elementos que conforman el marketing operativo, incluyen una oferta de mercado definida por las variables tales como: el producto/servicio, precio, plaza/distribución, promoción, personas, procesos, evidencia física e innovación. El marketing operativo es una forma de organizar estas herramientas que pueden ser controladas por las empresas para influir en el mercado³²

³² Marketing; Lamb, Hair, Mc Daniel; 6ta. Edición, Pág. 298.

**Tabla N° 3.1 CUADRO DE ESTRATEGIAS DE LAS 8 PS DEL
MARKETING**

CUADRO DE ESTRATEGIAS DE LAS 8 P'S DEL MARKETING	
ELEMENTO	ESTRATEGIA
Producto	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollar el concepto de ecolodge bajo parámetros de servicio, alimentación, hospedaje, transporte, y guianza. ❖ Ofrecer paquetes turísticos con rutas de esparcimiento natural y cultural, que involucre al turista en un ambiente de total contacto con la naturaleza
Precio	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Definir los precios estableciendo el alcance del mercado existente en el Parque Nacional Cotopaxi. ❖ Impulsar los precios mediante la oferta de paquetes turísticos integrales.
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Establecer el vínculo del mercado turístico internacional a través de las agencias operadoras locales. ❖ Establecer planes corporativos e institucionales para captar y promover la demanda turística nacional.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Contar con el diseño de imagen corporativo y slogan promocional para la Hostería. ❖ Determinar los incentivos promocionales para el corto, mediano y largo plazo. ❖ Establecer los mecanismos de promoción y publicidad de los servicios a ofertar.
Personas	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Definir las competencias técnicas laborales y recurso humano para el manejo de las áreas y servicios de la Hostería.
Procesos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Definir el diagrama de flujo de procesos por actividad y servicio dentro de cada área proyectada
Evidencia Física	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Contar con los diseños arquitectónicos de las áreas de manejo y operación de la Hostería. ❖ Establecer las rutas de esparcimiento natural y cultural a ofertar.
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Establecer los parámetros de certificación por buenas prácticas turísticas.

ELABORADO POR: Gladys Iza.

3.1.1 Producto:

3.1.1.1 Estrategia N° 1: Desarrollo

Desarrollar el concepto de ecolodge bajo parámetros de alimentación, hospedaje, transporte, y guianza.

3.1.1.2 Actividad N° 1: Categorización y tipología

A continuación se presenta la propuesta de línea de manejo hotelero para la Hostería a implementarse según la Categorización y tipología según el Reglamento ley de actividades turísticas de la República del Ecuador.

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

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

Sección 6: HOSTERÍA, REFUGIOS, MOTELES Y CABAÑAS

Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Teléfono público en la recepción;
- c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 30.- Servicios comunes en Hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las Hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.³³

Cumpliendo con este apartado la Hostería será un lugar de total contacto con la naturaleza en donde se pueda realizar actividades para diversos gustos, enfocados siempre en la conservación y concientización de las riquezas naturales, emplazada en un lugar privilegiado de la Avenida de Los Volcanes, con una vista privilegiada de los volcanes Cotopaxi, Iliniza, Rumiñahui, Chimborazo, Tungurahua, volcanes que son parte de la Avenida de Los Volcanes, en Los Andes del Ecuador. A tan solo 7 Km. de la entrada sur al Parque Nacional Cotopaxi.

³³ Reglamento General de Actividades Turísticas, (Decreto N° 3400), pág. N° 8.

La Hostería tiene una arquitectura de una casona de tipo tradicional y de construcción de dos plantas, unidas por escalones de madera construidas en el norte de los Andes Ecuatorianos.

Ubicación:

Está ubicado en las faldas del Volcán Cotopaxi, Parroquia Pastocalle, Cantón Latacunga, en el norte de la provincia de Cotopaxi en la entrada principal al Parque Nacional Cotopaxi, km 44 de la autopista Panamericana Sur desde Quito a Latacunga. La propiedad de 6900 m², y ocupa un máximo del 60 % de la superficie del predio, en un altozano que le permite tener una vista panorámica privilegiada de los Andes Ecuatorianos, desde donde se observa la magnificencia de la Avenida de los Volcanes con espacios naturales de total contacto con la naturaleza ofreciendo así cordialidad en cada uno de las actividades a desarrollar.

En su entorno las habitaciones son diseñadas en un ambiente natural y para la decoración se ha utilizado materiales ecológicos elaborados por los artesanos de la Comunidad de Santa Rita y de los Pintores de Tigua.

Gráfico N° 3.1 MAPA DE LOCALIZACIÓN DE LA HOSTERÍA A IMPLEMENTARSE.



FUENTE: Trabajo de Campo

En la actualidad la Hostería Consta de 11 habitaciones distribuidas de la siguiente manera:

- ✚ 4 Habitaciones Simples (1 Cama simple de una plaza)
- ✚ 5 Habitaciones Dobles (1 Cama de dos plazas o matrimoniales)
- ✚ 2 Habitaciones Triples (1 Cama simple y 1 Cama de dos plazas o Familiares).

Áreas:

- ✚ Pic- Nic
- ✚ Pila
- ✚ Sala de Star
- ✚ Sala de estar con chimenea
- ✚ Recepción
- ✚ Bar/ Cafetería
- ✚ Pasillos
- ✚ Parqueadero
- ✚ Camping

3.1.1.3 Servicios que la Hostería ofertará:

La Hostería pretende introducirse en el mercado ofreciendo un servicio completo para una mejor estadía del huésped, para lo cual pretende implementar los siguientes servicios:

Servicio de alojamiento

- ✚ Las habitaciones estarán iluminadas, aromatizadas con eucalipto, amobladas con material reciclable y especialmente acondicionadas para garantizar el máximo descanso a los huéspedes.

- ✚ El horario de atención será permanente, las 24 horas del día, de lunes a domingo.

Servicio de alimentación

La Hostería, contará con el servicio de restaurante/cafetería que ofrecerá: desayunos americanos, menú del día (comida de casa), platos típicos (sábados y domingos).

Desayuno:

- ✚ Desayuno Continental: café/leche/agua aromática/te, jugo, huevos al gusto, sanduche de queso o mortadela.
- ✚ Desayuno Americano: café/leche/agua/te/, pan, mermelada/miel, yogurt con frutas y cereales, huevos al gusto.
- ✚ Comida de casa: café/leche/agua aromática/te, empanadas de queso, jugo, huevos revuelos

Almuerzos/Cena:

- ✚ Trucha asado o al vapor papas, arroz, ensalada
- ✚ Chuletas asadas papas, arroz, ensalada.
- ✚ Pollo asado o al vapor, papas, arroz, ensalada.

Bebidas y Postres:

- ✚ Gaseosa, agua, jugo.
- ✚ Flan, helado, fruta natural.

Contará con un pequeño snack bar en el que se expenderán bebidas y comidas rápidas; estos servicios serán ofrecidos al huésped, y a la comunidad. Se ofrecerá

comida campestre en las instalaciones, acompañado de música y fogata; bajo reserva, dentro de estos platos están:

Foto N° 3.1 PLATOS QUE OFERTA LA HOSTERIA.

Locro de papa



Asado de Borrego



Chuchucas Especiales



Humitas



Chocolate Caliente



Choclos con queso campestre



El horario de atención será las 24 horas, de lunes a domingo.

Tienda de artesanías

- ✚ Se pondrá a disposición del huésped o turistas, una variedad de artesanías autóctonas del cantón Latacunga, especialmente artesanías relacionadas con el Parque Nacional Cotopaxi y sus alrededores, como: prendas de vestir, pinturas en piel de oveja, cuadros, etc., el cual será elaborado a mano por los artesanos de la comunidad de Santa Rita y de Tigua.

Servicio de transporte

- ✚ Se prestará el servicio de transporte (Camionetas 4x4) para dirigirse a los atractivos turísticos, como: Volcán Cotopaxi, Laguna de Limpiopungo, Refugio José Rivas, Cueva de los Búhos y su costo estará incluido en los paquetes turísticos.

Servicios adicionales sin costo

Los servicios que la Hostería brindará a sus huéspedes sin costo adicional son:

- ✚ Se entregará a los huéspedes una pulsera distintiva de la Hostería.
- ✚ Se brindará al huésped una deliciosa bebida denominada “Sunfo”, la cual estará elaborada con una planta nativa del Parque.
- ✚ Detalles de atención al huésped en ocasiones especiales. (Navidad, Año Nuevo, Día de las Madres, Día del Amor y la Amistad, y Día de los difuntos)
- ✚ Acceso al área de barbacoas

Servicios adicionales con cargo extra

Los servicios que el Hostería brindará a sus huéspedes con cargo extra son:

- ✚ Servicio de restaurante/cafetería, desayunos, almuerzos, cenas y snaks.
- ✚ Telefonía fija y celular.
- ✚ Servicio de transporte: Aeropuerto – Hostería – Aeropuerto.
- ✚ Excelentes paquetes turísticos.
- ✚ Práctica de deportes: ciclismo, caminatas, cabalgatas.
- ✚ Renta de equipo para camping (carpas, sleeping, linterna)
- ✚ Renta de equipo de montaña (arnés, grampones, piolets, zapatos, linterna, chaqueta, pantalón, cuerda, etc.)
- ✚ Renta de bicicletas de montaña y protecciones (rodilleras, coderas, casco, guantes).

- ✚ Renta de caballos
- ✚ Tienda de artesanías.

3.1.1.4 Estrategia N° 2: Ofrecer paquetes turísticos

Ofrecer paquetes turísticos con rutas de esparcimiento natural y cultural, que involucre al turista en un ambiente de total contacto con la naturaleza.

De acuerdo al mercado objetivo a captar, se diseñó paquetes turísticos para la implementación, enfocados en el turismo natural que involucra al turista en un ambiente natural. Con esto el servicio de alojamiento estará acompañado de un producto turístico, que no solo es un complemento del servicio, sino más bien es el factor fundamental para el éxito del mismo.

3.1.1.5 Actividad N° 2: Tour Volcán Cotopaxi

Se ofrece dos opciones para visitar el volcán Cotopaxi, en la tradicional cara norte o en la cara sur, donde se podrá disfrutar de impresionantes paisajes y del ecosistema que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi.

Tabla N° 3.2 PAQUETES TURISTICOS/ VISITA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI CARA NORTE Y SUR

CARA SUR	
8H00	Desayuno
9H00	Salida y Visita a la parroquia de Mulaló.
9H30	Ruta Chilintosa, en el transcurso del viaje se admirara paisajes andinos y la cultura que ofrece las comunidades de San Agustín de Callo, y Mulaló donde se realizara la primera parada para visitar la Piedra Chilintosa cuyo historia remonta en la última erupción del volcán en 1904
10H00	Se continuara en vehículo al Refugio Cara Sur hasta los 3995 m. s. n. m.
11H00	Luego de un acenso de unos 15 minutos aproximadamente por arenal se llegara al Refugio Cara Sur a 3.995 m. s. n. m. desde donde se realizará una caminata por las laderas de la montaña para llegar a un par de pequeñas cascadas a los pies del volcán Cotopaxi, se observará los impresionantes cañones que acompañan el camino.
13H30	Se degustara de un box lunch preparados con productos elaborados por la comunidad de Santa Rita.
15H00	Retorno.
16H30	Llegada a la Hostería
18H00	Cena
18H30	Actividades Recreacionales
Precio	55 dólares por persona
CARA NORTE	
8H00	Desayuno.
8H30	Salida y visita al Parque Nacional Cotopaxi.
9H00	Ruta al Volcán Cotopaxi, en el transcurso del viaje se admirará el hermoso paisaje andino, la comunidad de Santa Rita, empresas aledañas como por ejemplo la cantera San Joaquín, la Empresa Aglomerados Cotopaxi y una de las vertientes principales del volcán el Rio Cutuchi. Se continuará a lo largo de la ruta y se realizará varias paradas: la primera será en el Control Caspi, y se podrá visitar un pequeño mercado indígena.
10H00	La segunda parada se hará en el Centro de Interpretación Mariscal Sucre a 3600 m.s.n.m en donde se podrá observar la flora y fauna del Parque Nacional Cotopaxi.
11H00	Visita a la laguna de Limpiopungo ubicada a 3.830 m. s. n. m., cuyo origen se debería a la presencia de gigantesco glaciares que cubrieron el área hace más de 2.000 años así como también se podrá tomar fotografías de los volcanes: Cotopaxi, Rumiñahui y Sincholhua y Finalmente el arribó al Refugio de altura.
12H00	Se continuará en vehículo hasta los 4.500 m. s. n. m. donde se encuentra el parqueadero, luego de un ascenso de unos 45 minutos por el cañón de cascajo y en algunos casos con nieve, se llegará al refugio José Rivas a 4.800 m. s. n. m., aquí se servirá un box lunch, se descansará y se podrá observar la majestuosidad del volcán. Posteriormente se ascenderá a 5.000 m.s.n.m, a las nieves perpetuas del volcán Cotopaxi, sitio desde el cual se tendrá una espectacular vista de los atractivos turísticos que ofrece el Peque Nacional Cotopaxi.
14 H00	Retorno hasta el parqueadero, donde se tomará las bicicletas para empezar el descenso hasta la laguna de Limpiopungo en donde se podrá sentir la adrenalina que ofrece el páramo andino.
15H30	Llegada en bicicleta y retorno a la hostería Llamahuasi Lodge.
16H30	Llegada a la Hostería.
18H00	Cena.
18H30	Actividades Recreacionales.
Precio	60 dólares por personas
Incluye	Desayuno, guía, transporte y box lunch.
No incluye	Cena, renta de bicicletas de montaña y protecciones, guía naturalista.

ELABORADO POR: Gladys Iza

Nota: Para realizar los diferentes tours se recomienda llevar: ropa abrigada, sombrero o gorra, guantes, bufanda, bloqueador solar, gafas, cámara/binoculares y zapatos de montaña.

3.1.2 Precio

3.1.2.1 Estrategia N° 1: Definir los precios

Definir los precios estableciendo el alcance del mercado existente en el Parque Nacional Cotopaxi

La fijación de precios integral para la Hostería, se la hizo tomando en cuenta los estudios realizados a la competencia directa como los valores percibidos en el estudio de mercado el cual nos permitirá establecer brindar un precio justo para el mercado.

3.1.2.2 Actividad N° 1: Propuesta del método de fijación de precios

Precios de la competencia directa

Se ha tomado en cuenta como competencia directa, a los diferentes establecimientos de alojamiento aledaños al Parque Nacional Cotopaxi que fueron analizados dentro del cuadro de servicios y precios que ofertan diferentes Hosterías aledañas, en donde se describe la planta turística, ubicación, facilidades y o servicios, precio de alojamiento, alimentación, actividades turísticas. (Ver tabla 2.3).

Y para definir el precio real se ha analizado también a las operadoras de turismo de la ciudad de Latacunga que se analiza en la tabla 3.5 en donde podemos conocer que operadoras brindar tour al volcán. Información que fue obtenida del catastro de alojamientos turísticos, emitido por la Jefatura Municipal de Turismo del cantón Latacunga y cantón Pichincha, donde dichos constan como hotel, Hostería en su nombre comercial.

Tabla N° 3.3 COMPETENCIA DIRECTA-OPERADORAS DE TURISMO

NOMBRE	PROPIETARIO	PRECIO POR PAQUETE VOLCÁN COTOPAXI X PERSONA USD	PRECIO POR PAQUETE A LA LAGUNA X PERSONA USD
Expeditions Volcano Route	Ramiro Viteri Hervas	55,00	35,00
Greivag Turismo	Iván Guerrero Vaca	60,00	40,00
Marcelo Araque Expediciones	José Marcelo Araque Caiza	55,00	40,00
Neiges	Jorge Quintanilla	60,00	40,00
Rina Llacta	Xavier Leónidas Iza	60,00	35,00
Selva Nieve	Fabián Pineda Gallo	55,00	35,00
Tobar Expediciones	Fernando Tobar Garzón	55,00	35,00
Boliche Tours,	Jaime Jesús Moreno	45,00	25,00
Quilindaña Tours.	Roberto Antonio Toapanta	40,00	20,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Precios percibidos en la investigación de mercado

Se realizó un estudio de mercado que ayudó a determinar la capacidad adquisitiva del cliente objetivo, turistas nacionales y extranjeros.

Tabla N° 3.4 VALOR PERCIBIDO EN EL MERCADO

VALOR PERCIBIDO EN EL MERCADO	
Presupuesto diario	Valor percibido
Hospedaje	15 a 30 dólares x persona en una hostería económica
Alimentación	8 a 14 dólares x persona dentro de una hostería económica
Actividades de recreación	10 a 25 dólares x persona dentro de una hostería económica.

FUENTE: Investigación de mercado
ELABORADO POR: Gladys Iza.

✚ Precios establecidos para el proyecto

Considerando el precio de la competencia, la capacidad adquisitiva del cliente objetivo, se realizó un promedio total en base a la competencia, tanto en hospedaje, alimentación y paquetes turísticos; (tablas N° 2.3, 3.5) y se lo comparó con la capacidad adquisitiva del cliente objetivo (tabla N° 3.6); por tanto el proyecto iniciará su participación en el mercado con precios bajos y servicios diferenciados como se indica en la tabla N° 3.12

Tabla N° 3.5 LISTA DE PRECIOS POR HABITACIÓN- POR COMPETENCIA SEGÚN CATEGORÍA.

LISTADO DE PRECIOS POR HABITACION - POR COMPETENCIA					
Categoría	Planta Turística	Habitaciones			
		Simple	Dobles	Triples	Familiares
Económica	Cabañas los Volcanes	10,00	25,00	30,00	
	Paja Blanca	12,00			
	Pachamama	18,00	30,00	60,00	
	Secret Garden	22,00	35,00	60,00	
Turista	Cuello de Luna	40,00	50,00	66,00	95,00
	Guagra Corral	22,00	28,00		
	Refugio Cara Sur	25,00			
	Refugio José Rivas	22,50			
	Hacienda Santa Rita	35,00		75,00	
	Hacienda el Tambo	35,00		75,00	
Confortables	la Ciénega	55,00	81,00	96,00	129,00
	San Agustín de Callo	154,00	211,00		266,00
	Tambopaxi	63,00	80,00	100,00	145,00
	Yanahurco	45,00		90,00	275,00
	Hacienda Porvenir	175,00	260,00		305,00
Lujo					
	Total	733,50	745,00	562,00	1215

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

**Tabla N° 3.6 LISTA DE PRECIOS PROMEDIOS DE HABITACIÓN
SEGÚN CATEGORÍA.**

LISTADO DE PRECIOS PROMEDIOS DE HABITACIÓN				
Categoría	Habitaciones	Total	N° Planta Turística	Precio del Proyecto
Económicas	Simple	62,00	4	15,50
	Dobles	90,00	3	30,00
	Triplés	150,00	3	50,00
	Familiares	0,00	0	0,00
Turistas	Simple	179,50	6	29,92
	Dobles	78,00	2	39,00
	Triplés	216,00	3	72,00
	Familiares	95,00	1	95,00
Confortables	Simple	492,00	5	98,40
	Dobles	632,00	4	158,00
	Triplés	286,00	3	95,33
	Familiares	1.120,00	5	224,00
Lujo	Simple	0,00	0	0,00
	Dobles	0,00	0	0,00
	Triplés	0,00	0	0,00
	Familiares	0,00	0	0,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.7 LISTA DE PRECIOS DE RESTAURANTES SEGÚN CATEGORÍA.

LISTADO DE PRECIOS DE RESTAURANTE				
Categoría	Planta Turística	Desayuno	Almuerzo	Cena
Económicas	Cabañas los Volcanes	2,50	3,00	3,00
	Paja Blanca	3,00	8,00	5,00
	Pachamama	3,00	6,00	6,00
	Secret Garden	4,00	8,00	8,00
Turistas	Cuello de Luna	4,00	10,00	10,00
	Guagra Corral	3,00	8,00	8,00
	Refugio Cara Sur	4	8,00	8,00
	Refugio José Rivas	4	9,00	9,00
	Hacienda Santa Rita	4,5	12,00	12,00
	Hacienda el Tambo	4,5	12,00	12,00
Confortables	La Ciénega	6,21	19,48	19,48
	San Agustín del Callo	7,50	22,00	22,00
	Tambopaxi	6,80	12,00	12,00
	Hacienda Porvenir	8,00	25,00	25,00
	Yanahurco	5.50	12,00	12,00
Lujo				
	Total	65,01	174,48	171,48

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.8 PRECIOS PROMEDIOS DEL RESTAURANTE PARA EL PROYECTO

LISTADO DE PRECIOS PROMEDIOS DEL RESTAURANTE PARA EL PROYECTO				
Categoría	Descripción	Total	N° Planta Turística	Precio del Proyecto
Económicas	Desayuno	12,50	4	3,13
	Almuerzo	25,00	4	6,25
	Cena	25,00	4	6,25
Turistas	Desayuno	24,00	6	4,00
	Almuerzo	59,00	6	9,83
	Cena	59,00	6	9,83
Confortables	Desayuno	28,51	5	5,70
	Almuerzo	90,48	5	18,10
	Cena	90,48	5	18,10

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.9 PRECIOS PROMEDIOS PARA PAQUETES TURÍSTICOS PARA EL PROYECTO

PRECIO PROMEDIO PARA PAQUETES TURÍSTICOS			
Lugar	Total	N° PLANTA TURISTICA	PRECIO DE PROYECTO
Volcán Cotopaxi	495,00	9	55,00
Laguna de Limpiopungo	310,00	9	34,44

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Una vez realizado el proceso, se puede mencionar que los precios de venta establecidos para la Hostería a implementarse, tienen relación con los valores que el mercado meta estaría dispuesto a pagar por los servicios mencionados.

A continuación se presenta la lista de precios que se pretende implementar en la Hostería.

Tabla N° 3.10 PRECIOS DE VENTA PARA LOS SERVICIOS DE LA HOSTERÍA A IMPLEMENTARSE SEGÚN CATEGORÍA.

PRECIOS DE VENTA PARA LOS SEERVICIOS DE LA HOSTERIA A IMPLEMENTARSE						
Categoría de * Estrella.	Alojamiento		Paquetes Turísticos		Alimentación	
	Habitaciones	Precio incluido impuestos	Lugar	Precio de venta	Descripción	Precio de Venta
Llamahuasi Lodge Económicas	Simples	15,00	Volcán Cotopaxi Cara Sur	55,00	Desayuno	3,00
	Dobles	30,00	Volcán Cotopaxi Cara Norte	55,00	Almuerzo	6,00
	Triples	50,00			Cena	6,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Cabe recalcar que en la actualidad la Hostería cuenta con habitaciones simples, dobles, triples mismas que se adaptan al medio, pero en el futuro la visión de la Hostería es expandirse interna y externamente, bajo parámetros hoteleros.

Es posiblemente exista pérdida al inicio de la actividad económica en los precios establecidos por el proyecto, por lo que se utilizarán estrategias que ayuden a su recuperación, teniendo como ventaja competitiva el ser el única Hostería que prestará servicios de alojamiento, alimentación y paquetes turísticos ofertando diferentes atractivos que no han sido seleccionados como sitios de interés por el turista.

3.1.2.3 Estrategia N° 2: Impulsar los precios mediante la oferta de paquetes turísticos.

El impulsar la adquisición de los paquetes que ofrece la Hostería, es una de las estrategias en donde más se enfocará ya que su objetivo es introducirse y crecer en el mercado turístico, mediante oferta de nuevos servicios para de esta manera acelerar la adquisición del servicio que ofertará la Hostería.

3.1.2.4 Actividad N° 2: Paquetes Promocionales o Descuentos Integrados

Tour Laguna Limpiopungo

Este tour es muy interesante ya que permitirá conocer la biodiversidad que existe en este sitio natural.

Tabla N° 3.11 TOUR LAGUNA LIMPIOPUNGO

8H00	Desayuno
9H00	Salida y visita a la laguna de Limpiopungo
9H30	Durante el viaje se admirará el hermoso paisaje andino, la comunidad de Santa Rita, empresas aledañas como por ejemplo las canteras San Joaquín, la Empresa Aglomerados Cotopaxi y una de las vertientes principales del volcán el Rio Cutuchi. Se continuará a lo largo de la ruta y se realizará varias paradas: la primera será en el Control Caspi, y se podrá visitar un pequeño mercado indígena.
10H30	La segunda parada se hará en el Centro de Interpretación Mariscal Sucre en donde se podrá observar la flora y fauna del Parque Nacional Cotopaxi.
11H30	Arribo a la Laguna de Limpiopungo cuyo origen se debería a la presencia de gigantescos glaciares que cubrieron el área hace más de 2.000 años.
12H00	Caminata alrededor de la laguna (1 hora), donde se podrá ver la presencia de varias especies de aves que viven en este ambiente, caballos salvajes sobre todo en las estribaciones norte y oriente del Parque, y finalmente se puede admirar la cantidad de material emitido por este coloso. Una vez realizada la caminata, disfrutará de un box lunch cortesía de la Hostería.
14H30	Descenso en bicicleta hasta el centro de interpretación Mariscal Sucre, disfrutando de la adrenalina en contacto con la naturaleza que ofrece el páramo andino.
15H30	Retorno
16H30	Llegada a la Hostería
17H30	Cena con una comida campestre las instalaciones de la Hostería.
Precio	35 dólares por persona, mínimo 2 personas
Incluye:	Desayuno, guía, transporte y box lunch.
No incluye:	Cena, renta de bicicletas de montaña, guía naturalista.

ELABORADO POR: Gladys Iza

Tour laguna Cueva de los Búhos.

Tabla N° 3.12 TOUR CUEVA DE LOS BÚHOS

8H00	Desayuno.
9H00	Salida y visita a la Cueva de los Búhos.
9H30	Durante el arribo se admirará el hermoso paisaje andino, la comunidad de Santa Rita, empresas aledañas como por ejemplo las canteras San Joaquín, la Empresa Aglomerados Cotopaxi y una de las vertientes principales del Volcán el Rio Cutuchi. Se continuará a lo largo de la ruta y se realizará varias paradas: la primera será en el Control Caspi, y se podrá visitar un pequeño mercado indígena.
10H30	La segunda parada se hará en el Centro de Interpretación Mariscal Sucre en donde se podrá observar la flora y fauna del Parque Nacional Cotopaxi.
11H30	Arribo a la Cueva de los Búhos, en donde podremos observar la flora característica del Parque y sobretodo aves como curiquingue, colibríes, gavilanes, azulejo, etc. y reptiles como la guagsa.
11H45	Caminata a la cueva (1 hora), se encuentra en los flancos noreste del Cotopaxi, siguiendo el camino paralelo al canal de agua que inicia en el cruce del camino que se dirige hacia el refugio luego de esto podemos ver que se inicia un cañón de paredes de flujos piroclásticos y afloramientos de lava basáltica. Una vez realizada la caminata, disfrutará de un box lunch cortesía de la Hostería.
14H00	Retorno
15H00	Llegada a la Hostería
15H30	Cabalgata alrededor de la comunidad de Santa Rita y Caspi, disfrutando de los paisajes andinos de su gente y su cultura.
16h30	Retorno a la Hostería Llamahuasi Lodge.
17H30	Cena con una comida campestre las instalaciones de la Hostería.
Precio	35 dólares por persona, mínimo 2 personas
Incluye:	Desayuno, guía, transporte y box lunch.
No incluye:	Cena, renta de bicicletas de montaña, renta de caballos y guía naturalista.

ELABORADO POR: Gladys Iza

TABLA N° 3.13 OPCIONES PROMOCIONALES A OFERTAR POR LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.

OPCIONES PROMOCIONALES A OFERTAR POR LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.	
Opción 1	
18H30	Ronda campestre en las instalaciones de la Hostería, en donde se presentaran grupos artísticos de la zona, acompañados de una cálida fogata y degustando de un canelazo que se repartirá durante la ronda disfrutando y degustando cada uno de las costumbres y tradiciones que tiene posee nuestro país.
20H30	Descanso
Precio	10 dólares por persona mínimo tres
Opción 2	
18H30	Caminata en la comunidad de Santa Rita con vestimenta típica del lugar, disfrutando de cada una de las costumbres, tradiciones su gente su historia ya que es conocida como un lugar donde existían grandes corrales de ganado y en la actualidad la comunidad realizan actividades artesanales y se dedican a la crianza de borregos, y principalmente se observará áreas de material pétreo mismas que fueron emitido por el volcán Cotopaxi durante su última erupción.
20H30	Descanso
Incluye	Ponchos típico de la zona y sombreros
No incluye	Guía Naturalista
Precio	10 dólares por persona, mínimo cinco personas
Opción 3	
18H30	Caminata acompañada de una hermosa alpaca domesticada, por un sendero interpretativo dentro de las instalaciones de la Hostería, y durante el trayecto se ofrecerá un ritual o limpia con plantas medicinales que ofrece el páramo andino.
20H30	Descanso
Incluye	Alpaca domesticada
No incluye	Shaman- Persona quien le realice la limpia
Opción 4	
10H00	Barra libre de bebidas preparadas artesanalmente y de snak disfrutando de un video cultural del Parque Nacional Cotopaxi.
20H30	Descanso
Precio	5 dólares por persona

ELABORADO POR: Gladys Iza

Nota: Para realizar los diferentes tours se recomienda llevar: ropa abrigada, guantes, bufanda, cámara/binoculares y zapatos de montaña o zapatos cómodos.

3.1.3 Plaza

La plaza es un elemento de la mezcla del marketing, que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios hoteleros, debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución, son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, siendo su función poner el servicio turístico a disposición del consumidor final.

3.1.3.1 Estrategia N° 1: Establecer vínculo

Establecer el vínculo del mercado turístico internacional a través de las agencias operadoras locales

3.1.3.2 Actividades N° 1: Para establecer un vínculo en el mercado

Para establecer un vínculo en el mercado turístico internacional a través de las diferentes operadoras, pretenderá realizar alianzas estratégica con intermediarios que ayuden a llegar al cliente meta³⁴, esto se lograra con un esfuerzo tanto de la gerencia como del administrador para lo cual se realizará un encuentro Turístico con las Agencias Aledañas al Parque Nacional Cotopaxi en las instalaciones de la Hostería, para dar a conocer la creación y la implementación de los servicios que ofertará la Hostería y la invitación será personal mente visitando cada una de las operadoras con las que la hostería pretende introducirse en el mercado.

³⁴ Investigación de Mercado, Precio de los servicios manejados para su mejor estadía, turista extranjero, 78% de los precios fueron manejados a través de paquetes turísticos

Las ventajas de aliarse con operadoras de turismo, es la comercialización la oferta turística a nivel local, regional, nacional e internacional; y así incrementar las reservas, por ser un servicio cada vez más demandado por los viajeros.

En tabla podemos conocer cada una de las operadoras con las que se pretende crear alianzas estratégicas por arrancar el proceso de comercialización de la hostería.

Tabla N° 3.14 ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARÁ LA HOSTERÍA POR MEDIO DE OPERADORAS TURÍSTICAS.

ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARA LA HOSTERÍA.		
Operadora	Representante Legal	Teléfonos
Expeditions Volcano Route	Ramiro Viteri Hervas	099719885
Tobar Expeditions	Edison Tobar Garzón	032811333
Boliche Tours.	Jaime Jesús Moreno	099190837
Quilindaña Tours.	Roberto Toapanta	088390059
Latitud Cero	Lorena Suarez	094895790

ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.15 ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARA LA HOSTERÍA POR MEDIO DE AGENCIAS

ALIANZAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFERTARA LA HOSTERÍA.		
Agencias de viaje	Representante Legal	Teléfonos
Metropolitan Touring	Ángela Jaramillo de León	032810334
Gate One	Diego Escobar	099176663

ELABORADO POR: Gladys Iza

Otra alternativa para la Hostería, para consolidar el mercado será buscar establecer alianzas estratégicas con agencias de turismo a nivel Nacional a través de llamadas telefónicas, visitas personales³⁵

Instituciones Públicas y Privadas

Las ventajas de aliarse con las diferentes instituciones Públicas y Privadas, es la promoción y publicidad gratuita ya que el cliente meta busca conocer la oferta de una Hostería a través de la publicidad de boca en boca.³⁶

Para lo cual se visitara y se dará a conocer a colegios, universidades, asilos de ancianos tanto del Cantón Latacunga como el cantón Mejía.

Se visitará a las diferentes empresas de transporte cooperativas de trasporte de la parroquia Pastocalle y de la ciudad de Latacunga, para llegar a acuerdos mutuos en las cuales se planteará lo siguiente:

- ✚ Por el arribó de 15 viajes con turistas a la Hostería, el propietario del vehículo podrá acceder al servicio con un 10% de descuento a las instalaciones de la Hostería y a cualquier actividad turística.
- ✚ Al arribo de 20 viajes con turistas a la Hostería, automáticamente el propietario del vehículo se considerara como un integrante más de la Hostería en realizar cualquier actividad turística(Llamadas telefónicas directas para realizar el tour, transfers aeropuerto- Hostería, entre otras)
- ✚ Si el arribo a la Hostería es frecuente durante toda la semana (tres veces) la Hostería solicitará su servicio en el caso de que el cliente así lo necesite, a cambio, la cooperativa hará publicidad mediante un adhesivo con el logotipo de la Hostería, que será colocado en el parabrisas del vehículo.

³⁵ Investigación de Mercado, precio de los servicios manejados, turistas extranjero, 78% precios manejados a través de agencias de turismo.

³⁶ Investigación de Mercado, precio de los servicios manejados, turista nacional, 97% precios manejados a través de servicios sueltos.

Instituciones vinculadas al turismo

Estas instituciones promocionan establecimientos de hospedaje y empresas afines a escala internacional, nacional y regional. Por ello es importante constar en sus publicaciones y estar informado de los cambios de legislación.

Para lo cual la Hostería pretenderá crear una imagen corporativa a través de las diferentes leyes, normas y demás disposiciones de la ley de turismo y de la actividad turística, logrando así consolidar el mercado y obtener grandes beneficios al lograr alianzas con:

- ✚ Ministerio de Turismo (MINTUR).
- ✚ Jefatura Municipal de Turismo del cantón Latacunga.
- ✚ Jefatura Municipal de Turismo del cantón Mejía.
- ✚ Municipio del cantón Latacunga.
- ✚ Cámara de Turismo de Cotopaxi.

Se propone aparecer como links en las páginas web de:

Ministerio de Turismo

- ✚ www.turismo.gob.ec

Páginas de la red social:

- ✚ www.facebook.com
- ✚ www.twitter.com

Ferias de Turismo

- ✚ Participar en actividades de promoción turística, organizadas a nivel nacional como ferias, exposiciones, conferencias entre otras actividades desarrolladas por el Ministerio de Turismo y CAPTUR.

3.1.3.3 Estrategia N° 2: Establecer planes

Establecer planes corporativos e institucionales para captar y promover la demanda turística nacional.

3.1.3.4 Actividad N° 2: La Hostería ofrece

La Hostería se encarga de ofrecer un servicio completo en un entorno de total contacto con la naturaleza tal y como lo describe en su diseño de logotipo y su slogan en cualquier parte de la zona, Provincia y Cantón ajustándose a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, todo enmarcado con los estándares más altos de calidad y variedad.

En la Hostería se podrá encontrar como valores agregados:

- ✚ Servicio en actividades turísticas que se ajuste a sus necesidades
- ✚ Atención personalizada en un 100%
- ✚ Guía de los destinos que se visitará con las posibles actividades a desarrollar en cada sitio
- ✚ Mensajería con cubrimiento sin costo adicional
- ✚ Variedad de precios y servicios en los destinos que se ofertará.

Planes Corporativos:

Las necesidades experimentadas por las empresas en su búsqueda por generar eficiencias en la maximización de los recursos y conociendo que un factor determinante es sin duda el tiempo la Hostería para su mejor estadía, involucra su efectividad utilizando los recursos y elementos indispensables para generar valor.

Por estas razones, la Hostería en conjunto con los miembros de la empresa, tendrá que especializarse en el desarrollo de paquetes integrales de turismo, enfocado a empresas que requieren de un aliado para el desarrollo de actividades recreacionales, lúdicas, laborales etc.

Planes Corporativos a implementarse.

- ✚ Tours de turismo natural y cultura.
- ✚ Tours por el Parque Nacional Cotopaxi
- ✚ Habitaciones apropiadas para hospedaje en familia, amigos y parejas y luna de miel.

Planes Educativos a implementarse.

- ✚ Incluye alojamiento de acuerdo con tipo de acomodación, desayuno americano, almuerzo y cena tipo menú del día.

3.1.4 Promoción:

Es la utilización de los medios pagados para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto, servicio u organización, es una poderosa herramienta de promoción.

3.1.4.1 Estrategia N° 1: Diseño de imagen

Contar con el Diseño de imagen corporativo y slogan promocional para la Hostería.

3.1.4.2 Actividad N° 1: Diseño de logotipo

Contar con el Diseño de logotipo y slogan es uno de los retos que la Hostería está fomentando para de esta manera crear una imagen corporativa, para lo cual se ha analizado los componentes gráficos de la Norma de Señalización Turística, según el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN.

Componentes Gráficos según las Normas del Ministerio de Turismo y las Normas INEN

El diseño de los elementos de señalización busca la funcionalidad de la información ofrecida por estos, con aplicaciones a la empresa, mobiliario urbano, complejos residenciales, complejos industriales, etc. Sus formas, pictogramas y leyendas deberán tener en cuenta el lugar donde se ubican y a quien van dirigidos. Las ventajas de una buena señalización se traducen la mayoría de veces en ahorro de tiempo, tan importante en todos los aspectos de la vida actual.

Los elementos gráficos son el vehículo que conduce el mensaje hasta el usuario de manera más clara y precisa en el menor tiempo posible, utilizando códigos universales o fácilmente reconocibles por el usuario.

Colores

Dependiendo del tipo de señal, los colores que se utilizarán son verde (Informativas de destinos), azul (Informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos), café (Pictogramas de atractivos naturales y culturales); con orla y letras blancas.

Para el caso de señales turísticas o de servicios que restringen una actividad, se utilizará un círculo con una diagonal roja en el pictograma. El material retroreflectivo de las señales debe cumplir como mínimo el Tipo III de la norma ASTM D 4956; dependiendo de las condiciones climáticas predominantes, la intensidad de la retroreflectividad debe ser incrementada”.

Los colores normalizados para señales son los que se indican a continuación y deben cumplir con las especificaciones de las normas INEN correspondientes o, en su defecto con las de la norma ASTM D 4956

Tabla N° 3.16 NOMENCLATURA CROMÁTICA

NOMENCLATURA CROMÁTICA

<p>ROJO.- Se usa como color de fondo en las señales de PARE, en señales relacionadas con movimientos de flujo prohibidos y reducción de velocidad; en paletas y banderas de PARE, en señales especiales de peligro y señales de entrada a un cruce de ferrocarril; como un color de leyenda en señales de prohibición de estacionamiento; como un color de borde en señales de ceda el paso, triángulo preventivo y prohibido el paso en caso de riesgos; como un color asociado con símbolos o ciertas señales de regulación; como un color alternativo de fondo para banderolas de cruce de niños.</p> <p>NEGRO.- Se usa como color de símbolos, leyenda y flechas para las señales que tienen fondo blanco, amarillo, verde limón y naranja, en marcas de peligro, además se utiliza para leyenda y fondo en señales de direccionamiento de vías.</p> <p>BLANCO.- Se usa como color de fondo para la mayoría de señales regulatorias, delineadores de rutas, nomenclatura de calles y señales informativas; y, en las señales que tienen fondo verde, azul, negro, rojo o café, como un color de leyendas, símbolos como flechas y orlas.</p>	<p>AMARILLO.- Se usa como color de fondo para señales preventivas, señales complementarias de velocidad, distancias y leyendas, señales de riesgo, además en señales especiales delineadoras.</p> <p>NARANJA.- Se usa como color de fondo para señales de trabajos temporales en las vías y para banderolas en cruces de niños.</p> <p>VERDE.- Se usa como color de fondo para las señales informativas de destino, peajes control de pesos y riesgo; también se utiliza como color de leyenda, símbolo y flechas para señales de estacionamientos no tarifados con o sin límite de tiempo. El color debe cumplir con lo especificado en la norma ASTM D 4956.</p> <p>AZUL.- Se usa como color de fondo para las señales informativas de servicio; también, como color de leyenda y orla en señales direccionales de las mismas, y en señales de estacionamiento en zonas tarifadas, (En paradas de bus esta señal tiene el carácter de regulatoria).</p> <p>CAFÉ.- Se usa como color de fondo para señales informativas turísticas y ambientales.</p> <p>VERDE LIMON.- Se usara para las señale que indican una Zona Escolar</p>
---	---

FUENTE: Ministerio de Turismo/Normas INEN/Manual de señalización Turística Pagina15.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Ubicación

Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Las señales publicitarias deben cumplir con el Acuerdo Ministerial del MTOP 010 R.O.284. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad al sitio de

interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.³⁷

Propuesta de diseño del logotipo y slogan para la Hostería

La Hostería arrancará con este diseño de logotipo como propuesta para este proyecto pero se recomienda crear un modelo de imagen corporativa misma que ayudará a la introducción y posicionamiento de los servicios en el mercado, con la creación de algunas herramientas las mismas que permitirá el desarrollo del mismo.

Nombre

Se diseñó un logotipo que impacte al mercado meta, con un slogan fácil para facilitar su reconocimiento y memorización.

El nombre de la Hostería será Llamahuasi Lodge, cuyo origen data en la localidad de la comunidad en donde está ubicada la Hostería, ya que en la pequeña comunidad de Santa Rita las personas se dedica principalmente a la crianza de borregos y alpacas; es por esta razón el nombre de la misma, y para su mejor ambiente la Hostería actualmente cuenta con 8 alpacas pero se pretenderá tener un corral con 20 especies de bovinos utilizando la materia prima como es el hilo y la piel de los mismos en la elaboración de artesanías mismas que serán utilizadas para adornos, y menaje en las habitaciones de la Hostería.

Pictografía.

El logotipo de la Hostería se realizó en Photoshop cuyo tamaño Altura 42,16 cm y altura 32,03 cm consta de dos formas: una curva, que denota la forma del coloso

³⁷ Ministerio de turismo/Normas INEN/ Manual de Señalización Turística.

volcánico dando un realce de una casa, seguido por un círculo en el que sobresale la Luna, mismas que identifica al volcán y cuyo significado es Cuello de Luna³⁸. Ha continuación se presenta el pictograma con que fue diseñada el logotipo de la Hostería a implementarse.

Tabla N° 3.17 PICTOGRAFIA

Logotipo			Matiz interior del logotipo		Letra del slogan	
Letra: Chiller		Angulo: 120 Grados	Angulo: 120 Grados	Superposición de degradado		Letra: Chiller
Anchura: 33,62		Altitud: 30 grados	Altitud: 30 grados	Modo de fusión: Normal		Anchura: 33,62
Altura: 5,55		Modo Realizado: Trama	Modo Realizado : Trama	Opacidad: 100		Altura: 5,55
X: 1,09		Color: Café	Color: Verde	Estilo: Lineal		Estilo de Capa
Y: 23,53		C: 27	C: 33	Angulo: 90%		Efectos
Efectos	Efectos	M: 67	M: 0	Escala: 100%		Labrado: Brisel
Labrado: Brisel y relieves	Labrado: Brisel y relieves	Y: 96	Y: 57	Color	Color 2	Estilo inferior
Estilo inferior	Estilo inferior	K: 22	K: 0	C: 0	C: 71	Color: Negro
Tamaño: 55	Tamaño: 5	Resplandor exterior		M: 50	M: 10	Tamaño: 45
Técnica: Redondeado	Técnica: Redondeado	Técnica: Mas suavizada		Y: 100	Y: 12	
		Tamaño: 55		K: 0	K: 0	

ELABORADO POR: Henry Cruz/ Diseñador Gráfico, Efectos y Publicidad.

El mensaje que se propone va acorde con el estilo de la Hostería misma que se encuentra localizado al pie del Parque Nacional Cotopaxi cuyos estilos son:

³⁸ Guía Interpretativa del Volcán Cotopaxi, Lcdo. Felipe Jácome Mestanza. Guía Internacional de Montaña, ASEGUIM-UIAGM

Gráfico 3.2 DISEÑO DEL LOGOTIPO PARA LA HOSTERÍA



ELABORADO POR: Henry Cruz/ Diseñador Gráfico.

3.1.4.3 Estrategia N° 1: Determinar los incentivos promocionales para el corto, mediano y largo plazo.

Arrancará su promoción por medio de las agencias de viajes nacionales. Se realizara una campaña publicitaria orientada a comunicar las estrategias del proyecto como ubicación, precio, calidad de servicio, diversidad de actividades recreativas y de eco-aventura contando con uno de los factores más importantes del entorno, la biodiversidad de flora y fauna que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi.

3.1.4.4 Actividad N° 2: Mantener una participación creciente en el mercado,

Mantener una participación creciente en el mercado, mediante la oferta de nuevos servicios acelerando así la adquisición del servicio que ofertará la Hostería.

La Hostería utilizará una variedad de incentivos para el corto plazo como: cupones, premios, descuentos, cuyo fin será estimular al cliente objetivo.

Cupones: Se entregará a las agencias de viajes y operadoras de turismo cupones de descuento que contendrá:

- ✚ Se entregará a las agencias de viajes y operadoras de turismo cupones de descuento cuyo requisito será, por cada arribo de 10 personas a la hostería el representante recibirá 10 puntos y por 100 una noche gratis junto a un acompañante.

Membrecías

- ✚ Membrecía en hospedaje y alimentación durante todo el año para el representante legal de la operadora u agencia de turismo, quien arribe en temporada baja con grupos de más de 10 personas a la Hostería.

Paquetes Promocionales Turista Nacional y Extranjero:

- ✚ El 5% de descuento, por la adquisición de un producto turístico completo, esto incluye: hospedaje, alimentación y tour Arribo al Volcán Cotopaxi, mínimo dos personas.
- ✚ Por cada doce personas o más, el tour líder recibirá un descuento del 10% en hospedaje o alimentación³⁹
- ✚ En temporada normal: diciembre, enero, febrero, marzo, abril, se captará otro tipo de segmento, como: guías de alta montaña, empresas de transporte que arriben a la Hostería con grupos de 12 personas o más, tendrán el 10% de descuento en todos los servicios de la Hostería, los Guías de alta montaña recibirán los servicios de la Hostería del 12% de descuento.
- ✚ Por cada dos noches reservadas en la Hostería con un producto turístico completo, la tercera tendrá un descuento de 5% en hospedaje y alimentación⁴⁰

³⁹ Operadora de turismo Volcán Route, Ramiro Viteri, Gerente General, Tobar Expediciones, Fernando Tobar, Gerente General, Quilindana Tours, Roberto Toapanta/Descuentos realizados por grupos para los paquetes turísticos implementados en las agencias.

⁴⁰ Hotel Cuello de Luna, Francisco Dueñas Administrador/Hotel Huagra Corral, Rommel Quinapallo, Gerente General/Hostería Tambopaxi, Olger Llumiugsi Representante/Descuentos promocionales por reservación.

Instituciones públicas, privadas y sociales:

- ✚ Descuento corporativos del 12% en hospedaje y alimentación para grupos de 15 personas o más.
- ✚ Se regalará una noche de hospedaje con desayuno incluido al jefe de recursos humanos de la empresa.
- ✚ Se entregara artesanías de la localidad (pulseras, gorras, camisetas) realizados a mano por los artesanos de la comunidad a los Directores, profesor Líderes.

Políticas de pago:

- ✚ En efectivo, el cliente podrá cancelar el 50% al momento de realizar la reserva con los servicios solicitados, y la diferencia al salir de la Hostería.
- ✚ Se aceptará tarjeta de crédito, con crédito de 30 días sin intereses, una vez que el gerente administrativo utilice como medio de pago tarjetas de crédito, se propone que la implementación sea de forma inmediata ya que es muy necesario al momento del pago del servicio.
- ✚ Se brindará créditos a instituciones u organismos públicos, privados y sociales, de acuerdo a las alianzas realizadas con los mismos.
- ✚ Los niños y personas de tercera edad pagarán el 50% en cualquier paquete turístico realizado.

3.1.4.5 Estrategia N° 3: Mecanismos

Establecer los mecanismos de promoción y publicidad de los servicios a ofertar.

3.1.4.6 Actividad N° 3: Mecanismos y elementos

Los mecanismos a utilizar o elementos de comunicación para difundir los servicios de la Hostería, que ayudarán a la introducción y posicionamiento en el mercado, y son:

➤ **Valla publicitaria**

Servirá de guía para potenciar la marca, ubicación y operación de los servicios.

Ubicación:

- ✚ Sector el Chasqui, Comunidad Santa Rita, Entrada Sur al Parque Nacional Cotopaxi.

Vía de acceso:

- ✚ Parque Nacional Cotopaxi, Piedra Chilintosa.

Características:

- ✚ El logotipo del Hostería y su slogan.
- ✚ Señalética de los servicios que ofrece
- ✚ La dirección exacta de la Hostería.
- ✚ Teléfonos y página web para contactos.

➤ **Rótulo**

Señalización externa, que ayudará a su fácil reconocimiento.

Ubicación: Frente a la Hostería.

Características:

- ✚ El logotipo del Hostería.

➤ **Trípticos**

Representará las diferentes actividades que el huésped experimentará en la Hostería, como también información turística⁴¹ de los diferentes lugares turísticos que oferta el Parque Nacional Cotopaxi.

Se entregará:

- ✚ Operadoras de turismo de la ciudad de Latacunga.
- ✚ Instituciones vinculadas al turismo.
- ✚ Ferias de exposición y fiestas del cantón.
- ✚ Huéspedes de la Hostería
- ✚ Empresas de Transporte en la Parroquia de Pastocalle.
- ✚ Instituciones Primarias y Secundarias del Cantón Latacunga.
- ✚ Aeropuerto de la Ciudad de Latacunga.

Características generales para realizar el tríptico:

- ✚ Carilla uno, Logotipo del Hostería, slogan y correo electrónico.
- ✚ Carilla dos: Bienvenida e imágenes de las instalaciones de la Hostería.
- ✚ Carilla tres: Breve descripción e imágenes de las habitaciones y del servicio del Bar/cafetería.
- ✚ Carilla cuatro: Descripción de los paquetes turístico, como: tour laguna de Limpiopungo, Cueva de los Búhos y volcán Cotopaxi.

⁴¹ Investigación de Mercado, Servicios que se deberían ofrecer en una hostería, Turistas Nacionales el 19% requieren el servicio de información turística y un 12% de Turistas Extranjeros requieren de información turística.

- + Carilla cinco: Breve descripción e imágenes del Parque Nacional Cotopaxi
- + Página seis: Mapa de ubicación del Hostería.

➤ **Volante**

Difundirá los servicios, las promociones y descuentos.

Se entregará:

- + Operadoras de turismo de la ciudad de Latacunga.
- + Instituciones vinculadas al turismo.
- + Ferias de exposición y fiestas de la Parroquia Pastocalle y Cantón Latacunga.
- + Lugares de afluencia de turistas como: Entrada al Parque Nacional Cotopaxi, en los terminales de las principales ciudades de: Baños, Quito, Ambato, Riobamba, Cuenca.
- + Aeropuerto de la Ciudad de Latacunga.

Características:

- + Logotipo, slogan e imagen del Hostería.
- + Dirección, número de teléfono para su contacto.
- + Email y página web.
- + Breve descripción de los servicios ofertados.
- + Promociones y descuentos.

➤ **Tarjeta de presentación**

Permitirá la identificación del Hostería y su imagen corporativa. Se entregará:

- + Huéspedes de la Hostería.

- ✚ Instituciones públicas y privadas conjuntamente con el folleto.
- ✚ Empresas de Transporte de la Parroquia Pastocalle – Lasso.

Características:

- ✚ El logotipo de la Hostería
- ✚ Dirección y número telefónico de la Hostería
- ✚ Presentación de los servicios.
- ✚ Email y página web.

➤ **Cartel colgante**

Señalización interna para una mejor prestación del servicio y comodidad del huésped.

Ubicación:

- ✚ Puertas de las habitaciones de la Hostería.
- ✚ Empresa de Transporte Refugio José Rivas (Entrada sur del Parque Nacional Cotopaxi)

Características:

- ✚ Logotipo de la Hostería.
- ✚ Imágenes de las diferentes actividades que puede experimentar dentro de la Hostería.

➤ **Adhesivos**

Ayudará a memorizar la marca de la Hostería así como inquietud por conocer la misma.

Ubicación:

- ✚ Cooperativa de Transporte José Rivas
- ✚ Operadora Turística Quilindaña Tour y Boliche Tours.
- ✚ Cooperativa de Transporte Manuel Lasso
- ✚ Artesanías Locales.

Características:

- ✚ El logotipo de la Hostería.

➤ **Comunicación verbal**

Es importante tener en cuenta que el método más factible para promocionar cualquier producto o servicio es la de boca en boca, en donde la imagen y calidad del servicio de un cliente satisfecho atraerá más clientes⁴².

De esta forma, se prestará un excelente servicio al huésped, quién hará promoción de la experiencia obtenido en el establecimiento.

En la Hostería se obtendrá a disposición un libro de vivencias en las cuales en turista podrá conocer cada una de las vivencias y registrar su estadía dentro de la Hostería.

⁴² Investigación de mercado, Medios de comunicación para adquirir información del destino, turistas nacionales el 68%, turistas extranjeros el 7%, viajan y visitan lugares según referencias de familiares/amigos.

➤ **Propuesta de diseño de la página web para la Hostería “Llamahuasi Lodge”**

Por medio de la página web⁴³ se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de los clientes, se podrá realizar reservaciones, descuentos así como también se podrá dar a conocer los servicios que pretende implementar la Hostería. Para lo cual el gerente general o el administrador diseñarán la página web acoplándose a las necesidades de los turistas para así ofrecer un servicio de calidad.

La presente descripción es solo para la interpretación de lo que se pretende que contenga la página a desarrollar:

Características de la página web a implementar:

En la presentación de la Hostería, se divisará el logotipo y slogan, habrán tres opciones de idiomas a escoger: español, inglés y francés.

En la página principal habrán varias opciones, como:

- ✓ Reseña histórica de la Hostería.

Se publicará:

- ✓ Bienvenida al navegante.
- ✓ Descripción de las instalaciones e imágenes de la Hostería Llamahuasi Lodge
- ✓ El número y tipo de habitaciones con las que cuenta.
- ✓ Descripción y complementos del servicio de alojamiento.

⁴³ Investigación de Mercado, Medios de comunicación para adquirir información del destino turístico, Turistas Extranjero el 16%, Turista Nacional el 13%, de los turistas utilizan internet para conocer los diferentes destinos turísticos.

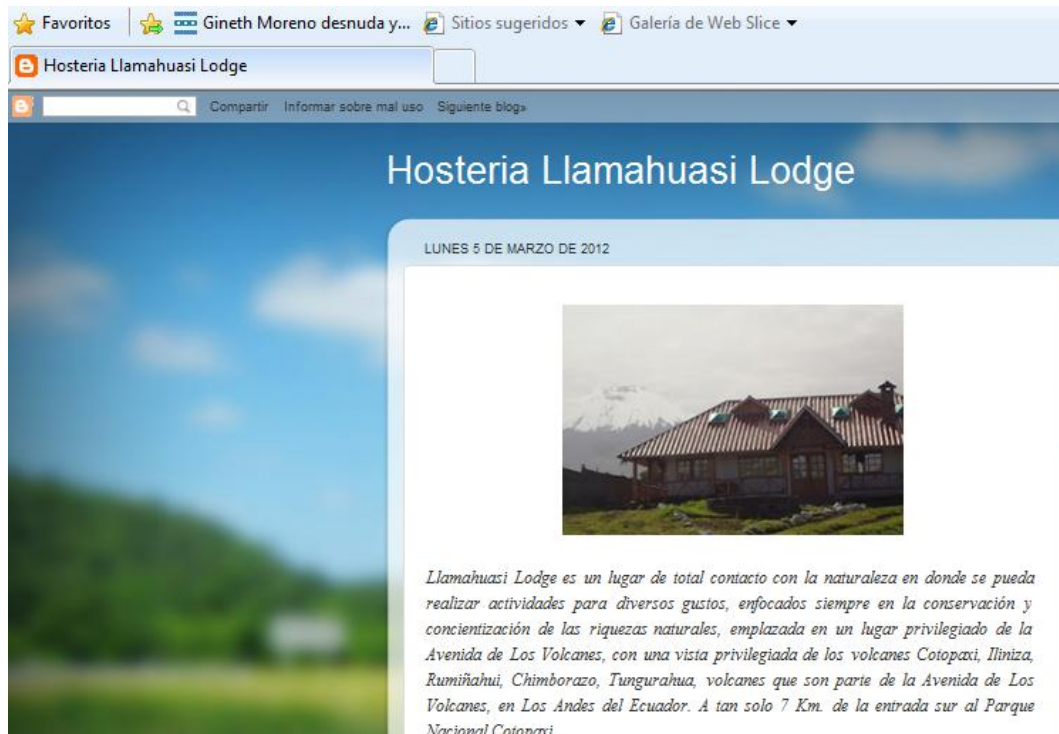
- ✓ Galería de imágenes.
- ✓ Los servicios de restaurante, opciones de menú diario, y para eventos especiales.
- ✓ Paquetes turísticos.
- ✓ Galería de imágenes.

Además en la página web constará:

- ✓ Ubicación de la Hostería, con un mapa turístico fácil de interpretar.
- ✓ Contactos telefónicos.
- ✓ Correo electrónico para reservaciones (Ficha de reservación).
- ✓ Ofertas y promociones.
- ✓ Cotizaciones.
- ✓ Calendario de feriados y festividades importantes en el cantón, la provincia, de la comunidad Santa Rita y el país.

Cabe recalcar que la página web es uno de las herramientas más indispensables para la promoción de los servicios que ofertara la hostería a implementarse, pero a se ha creado un blog con el cual la hostería arrancará con su promoción misma que se presenta a continuación.

Gráfico N° 3.3 BLOG DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.



ELABORADO POR: Gladys Iza

3.1.5 Personas

3.1.5.1 Estrategia N° 1: Parámetros Técnicos

Definir los parámetros técnicos laborales para el manejo de las áreas y servicios de la Hostería

3.1.5.2 Actividad N° 1: Mejor manejo

Para un mejor manejo de las áreas y servicios de la Hostería se detallara a continuación cada uno de las competencias laborales que se registran en las normas INEN mismas que nos servirán para realizar la contratación del personal para la Hostería.

Recepcionista Polivalente.

Un recepcionista que desempeña un puesto de polivalente se ocupa principalmente de cumplir los servicios de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; Ser nexos entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja, cubrir ciertas actividades de botones, cámara y seguridad cuando sea necesario.

**Tabla N° 3.18 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA
RECEPCIONISTA**

RECEPCIONISTA POLIVALENTE	
REQUISITOS	
El recepcionista polivalente debe:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registrar el ingreso (Check in)del Huésped dar la bienvenida al huésped. ✓ Verificar los datos de reserva. ✓ Llenar la ficha, libro, o registro. ✓ Ayudar al huésped en el llenado de la ficha de registro. ✓ Acordar la forma de pago. ✓ Entregar la Llave. ✓ Presentar los servicios y horarios del establecimiento 	
Acomodar a los huéspedes de la habitación	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acompañar al huésped a la habitación. ✓ Mostrar instalación e instruir acerca del uso de los equipos. ✓ Finalizar la organización de la habitación, si es necesario. ✓ Orientar a los camareros de piso. 	
Controlar el acceso a las habitaciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entregar y recoger las llaves de las habitaciones. ✓ Controlar el acceso de visitantes. 	
Apoyar al huésped	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar información sobre el establecimiento o la ciudad. ✓ Aclarar dudas del huésped sobre gustos, equipaje y objetos olvidados. ✓ Coordinar la entrega de lencería extra, pequeñas compras u objetos de promoción del establecimiento. 	
Apoyar a la administración	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar reservas. ✓ Averiguar el consumo de mini bar. ✓ Investigar la satisfacción del huésped durante su estadía. ✓ Emitir factura. ✓ Revisar los consumos realizados por el huésped. ✓ Apoyar al departamento de mantenimiento reportando danos o averías. 	
Efectuar los procedimientos de salida (Check out)	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentar la cuenta del huésped. ✓ Detallar los gastos. ✓ Recibir el pago. ✓ Verificar la firma autorizada. ✓ Verificar el consumo en el establecimiento y el estado de la habitación. ✓ Ofrecer servicio de transporte. ✓ Evaluar la satisfacción del cliente. ✓ Controlar la entrega del equipaje. ✓ Despedir al huésped de manera que comprometa su fidelidad hacia el establecimiento 	
Realizar los trabajos de auditoria nocturna	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar informes de caja de los diferentes puntos de venta, identificar y corregir errores. ✓ Monitorea los límites de crédito de los huéspedes. 	

✓ Entregar informes requeridos por la administración, registrar novedades.
Entregar la recepción al turno correspondiente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejar el libro de recepción. ✓ Entregar el arqueado de caja. ✓ Reportar novedades adicionales
Cuidar el área de recepción
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpiar., organizar y conservar el área de recepción. ✓ Colaborar para mantener la seguridad del área de recepción
Operar los equipos de recepción
✓ Operar teléfono, central telefónica, alarma, radio y computadora
Actuar como nexo entre el huésped y otros miembros del departamento del establecimiento
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir pedidos del huésped y transmitir a los responsables de ese servicio en el establecimiento. ✓ Informar sobre el estado del pedido del huésped. ✓ Controlar los tiempos de respuesta de los servicios solicitados. ✓ Recibir, anotar y entregar mensajes y encomiendas destinados al huésped de la manera más organizada y efectiva. ✓ Organizar el transporte del equipaje.
Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento
<ul style="list-style-type: none"> ✓ No dar información a extraños sin previo autorización del huésped. ✓ Controlar el acceso de los huéspedes. ✓ Actuar como observador de posibles anomalías que pueden suscitarse. ✓ Chequear la entrada y salida de personas que no estén autorizadas.
Asegurar la satisfacción del cliente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Anticipar a las necesidades del cliente. ✓ Solicitar la opinión del cliente sobre los servicios prestados. ✓ Recibir reclamos y aplicar soluciones inmediatas. ✓ Informar sobre aspectos de seguridad de la localidad.
Cuidar de la apariencia personal
✓ Cuidar la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.
Competencia
El recepcionista polivalente, para alcanzar los servicios esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:
Conocimientos:
Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla las explosiones temperamentales. ✓ Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, aporta soluciones. ✓ Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros tolerante comprometido. ✓ Orientado al Cambio: Goza haciendo cosas nuevas, acepta cambios, busca variedad.

FUENTE: NORMAS INEN/NTE INEN 2446: 2008
ELABORADO POR: Gladys Iza

Mesero Polivalente

Descripción y ocupación:

El mesero polivalente se encarga principalmente, de recibir y acoger al cliente, servir alimentos bebidas, y cuidar del arreglo de punto de venta o servicio.

**Tabla N° 3.19 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA MESERO
POLIVALENTE**

MESERO POLIVALENTE
Requisitos
El mesero polivalente debe:
Atender al cliente
<ul style="list-style-type: none">✓ Recibir, guiar y acomodar la cliente en una meza, o área de realización de evento, como almuerzo, coctel o fiesta.✓ Asistir al cliente especial
Presentar el menú o carta
Establecer el contenido y disponibilidad del menú. Recibir pedidos. Anular pedidos. Entregar las demandas en barras o en la cocina
Servirle al cliente
<ul style="list-style-type: none">✓ Atender pedidos y solicitudes simultáneamente.✓ Servir platillos, bebidas, postres, café, refrigerios, bocaditos de dulce y de sal.✓ Aplicar técnicas de servicio avanzado como el servicio a la inglesa, a la francesa entre otros.
Actuar como nexo entre el cliente y las otras área del establecimiento
<ul style="list-style-type: none">✓ Levantar, y retirar pedidos en la cocina, comedor, cafetería, lugar donde se preparen alimentos ligeros o bar.✓ Reponer bandejas de bocaditos de dulce, sal, pan, mantequilla y bebidas en el área de apoyo a un evento, banquete y similar.✓ Resolver problemas convirtiendo en ser parte de la solución y no incentivando al problema.✓ Establecer prioridades.
Finalizar la atención y recibir el pago
<ul style="list-style-type: none">✓ Solicitar la cuenta al cajero.✓ Presentar la cuenta al cliente.✓ Establecer o encaminar dudas para el supervisor.✓ Recoger pago y llevarlo a caja.✓ Ser cordial a todo momento
Cuidar de la seguridad de los alimentos
<ul style="list-style-type: none">✓ Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad de la manipulación de los alimentos y bebidas.✓ Aplicar los procedimientos de higiene en la limpieza de utensilios manipulados.

Cuidar del arreglo del punto de venta
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpiar, higienizar, arreglar y hacer la puesta a punto (mise en place) del punto de venta donde actúa. ✓ Velar por la imagen del local del trabajo
Representar y vender
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informar sobre el punto de venta donde esté actuando. ✓ Establecer dudas sobre la reservación, precios, productos y servicios. ✓ Apoyar al cliente en la toma de decisión.
Operar equipos del salón y del punto de venta
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operar calentadores, máquina de café y otras bebidas, comandas electrónicas, considerando procedimientos de seguridad.
Asegurar la satisfacción del cliente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aproximarse sin la necesidad de ser llamado. ✓ Recibir y atender solicitudes. ✓ Reponer productos sin que el cliente solicite. ✓ Retirar utensilios que no estén en uso. ✓ Limpiar mesa y muebles de servicio. ✓ Constatar satisfacción sobre productos y servicios ofertados.
Cuidar de la presentación personal
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuidar la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.
Apoyar al equipo
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alertar sobre la solicitud de cliente de otra mesa. ✓ Atender la mesa de otro mesero en la preparación de platos y bebidas. ✓ Atender solicitudes bajo presión de tiempo.
Competencia
El mesero polivalente para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes
Conocimientos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de servicio a la mesa y al cliente según puntos de venta. ✓ Normas de etiqueta a la mesa y salón. ✓ Preparación básica de alimentos y bebidas. ✓ Técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vinos. ✓ Procedimientos de emergencia. ✓ Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación. ✓ Operación de los equipos de salón y comedor, cafetería, lugar donde se preparen los alimentos. ✓ Técnicas de comunicación en el servicio. ✓ Técnicas de trabajo en equipo. ✓ Técnicas de servicio
Habilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de las cuatro operaciones matemáticas. ✓ Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible. ✓ Comunicación oral clara y articulada con empleo de gramática y vocabulario adecuados. Trabajo en equipo. ✓ Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual. ✓ Capacidad de transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante

la jornada de trabajo
Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Detallista: Metódico, ordenado, preciso le gusta tener cada cosa en su sitio. ✓ Confiable: Establecer relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y que decir, hace que otros se sientan cómodos. ✓ Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

FUENTE: NORMAS INEN/ NTE INEN 2453: 2008
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Camarero de pisos

Descripción y ocupación: principalmente se encarga de limpiar y adecuar las habitaciones.

Tabla N° 3.20 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA CAMARERO DE PISOS

CAMARERO DE PISOS
Requisitos
El camarero debe:
Limpiar, asear las habitaciones:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Barrer, aspirar, lavar, pulir, remover manchas simples de sanitarios, pisos, mini bar, ventanas, paredes, muebles, espejos, cuadros, barrederas, equipos y de más elementos de la habitación área social, aplicando procedimientos o estándares mínimos.
Adecuar la habitación para recibir al huésped:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpiar íntegramente la habitación. ✓ Realizar el montaje de cama extra o cuna. ✓ Poner y retirar elementos extras. ✓ Arreglar y ordenar menaje de acuerdo con los requerimientos del huésped. ✓ Coordinar con el departamento de recepción y alimentos y bebidas atenciones especiales al huésped. ✓ Coordinar con el departamento de reservas el estado de las habitaciones
Inspeccionar el estado de una habitación
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer inspección visual de la apariencia y calidad después de la finalización del servicio de ordenamiento y limpieza. ✓ Confirmar el consumo del mini bar. ✓ Confirmar la integridad de las instalaciones, el abastecimiento de agua en el baño, la ausencia de algún elemento que perjudique la presentación final de la habitación.

Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar el funcionamiento de interruptores, luz, radio, teléfono, control remoto, tv, aire acondicionado, ventana, puerta, gaveta, ducha, radios despertadores, persianas, u otros. ✓ Detectar la presencia de insectos, olores y ruidos excesivos.
Ordenar la habitación ocupada.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arreglar la habitación. ✓ Retirar el menaje del servicio a la habitación (room service). ✓ Hacer la cama, reponer toallas, sábanas y otros elementos de lencería menaje. ✓ Reabastecer el mini bar.
Efectuar controles y registros
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería. ✓ Controlar y registrar consumo de mini bar. ✓ Registrar la cantidad de huéspedes por habitación y novedades. ✓ Recoger y registrar objetos olvidados. ✓ Hacer inventario de cada habitación y de la bodega de piso
Operar equipos de trabajo:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operar la aspiradora, enceradora, radio transistor y aparatos del uso del huésped como televisión, control remoto, aire acondicionados, secador de cabello, mini bar. Equipar y maniobrar el carro de apoyo
Brindar información del establecimiento al huésped:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar información acerca de los horarios, actividades del establecimiento y los servicios que se generen en los diferentes ambientes. ✓ Direccionar al huésped con el departamento de responsable se solucionar sus inquietudes.
Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir, tramitar y hacer seguimientos de los requerimientos del huésped en relación a otros ambientes.
Velar por la seguridad y privacidad del huésped
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Notificar al departamento de seguridad el acceso de personas ajenas. ✓ Observar el flujo y tipo de equipaje. ✓ Comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped. ✓ Garantizar confidencialidad sobre los hábitos e información del huésped. ✓ Trabajar conjuntamente con su jefatura y departamento de seguridad para solventar cualquier anomalía.
Asegurar la satisfacción del cliente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transformar el ambiente en un lugar agradable para el huésped. ✓ Hacer la cobertura de la habitación. ✓ Atender situaciones incómodas. ✓ Atender solicitudes y quejas de los huéspedes. ✓ Escuchar y comunicar al supervisor las impresiones y opiniones del huésped ✓ Realizar las tareas de limpieza sin perturbar la estadía del huésped.
Cuidar la apariencia personal
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuidar la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia. Utilizar trato formal y conducta discreta.
Mantener la comunicación con los demás departamentos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar actividades relacionadas con las demás áreas.

Competencia
La camarera de pisos para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:
Conocimientos:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicable a instalaciones y equipos de uso común en las habitaciones. ✓ Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje. ✓ Requisitos de higiene personal. ✓ Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones. ✓ Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped. ✓ Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo. ✓ Procedimiento de manejo de mini bares. ✓ Manejo de formularios.
Habilidades
Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registro de novedades simples. Tomar decisiones rápidas bajo presión. Comunicarse claramente de manera verbal. Manipular los objetos con firmeza y coordinación motriz.
Actitudes:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Practico: Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas. ✓ Detallista: Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. ✓ Tradicional: Prefiere la ortodoxia, disciplinado y convencional. ✓ Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado a su emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales. ✓ Discreto: Reservado, evita hablar de sí mismo y de los otros. ✓ Atento: Cordial con el cliente, considerando hacia los otros, ayuda a los que los necesitan, tolerante, comprometido.

FUENTE: NORMAS INEN/ NORMA TÉCNICA ECUATORIANA 2432:2008
ELABORADO POR: Gladys Iza

Administrador de alojamiento

Tabla N° 3.21 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO
Requisitos de competencia laboral
El administrador de empresas de alojamiento debe:
Planificar objetivo y estrategias:
<ul style="list-style-type: none">✓ Establecer, objetivos, metas, estrategias, y políticas para la gestión y desempeño de la empresa.✓ Definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos.✓ Planear y desarrollar nuevos productos y procesos.✓ Indicar las necesidades de inversión.✓ Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.✓ Establecer segmentos de mercado.
Establecer estrategias y acciones de mercado (Marketing)
<ul style="list-style-type: none">✓ Investigar y analizar tendencias de mercado.✓ Definir objetivos y metas periódicas.✓ Definir políticas de precios.✓ Promover las ventas.✓ Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento.✓ Definir perfil de clientes.✓ Determinar datos del cliente par la generación de estadísticas.✓ Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.
Analizar y evaluar resultados para proponer acciones;
<ul style="list-style-type: none">✓ Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos.✓ Controlar costos.✓ Analizar proyecciones financieras.✓ Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad.✓ Determinar el flujo de informaciones.✓ Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.
Alcanzar Objetivos esperados
<ul style="list-style-type: none">✓ Logra la máxima rentabilidad.✓ Mantener el valor comercial del hotel.✓ Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado.✓ Impulsar nuevos negocios.✓ Representar a la empresa en eventos y en la comunidad.✓ Trabajar en alianzas con empresas del sector.✓ Participar en soluciones de conflictos laborales y judiciales.✓ Elaborar resúmenes e informe escritos y orales.✓ Asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas.

Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planear, organizar e implementar reformas y mejoras. ✓ Definir y aplicar procedimientos de seguridad. ✓ Promover el entrenamiento para emergencias. Implementar un programa de manejo ambiental. ✓ Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios. Implementar procedimientos de fraude
Asegurar la satisfacción del cliente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras. ✓ Mantener contacto permanente con el cliente. ✓ Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped. ✓ Controlar estándares de calidad. ✓ Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente.
Liderar el equipo humano de trabajo
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incentivar la cooperación, participación y el compromiso de sus colaboradores. ✓ Desarrollar actividades motivadoras. ✓ Brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo. ✓ Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo. ✓ Promover el entrenamiento de continuo del personal de las diversas áreas. ✓ Establecer una política de remuneración e incentivo. ✓ Promover cambios orientados a la consecución de objetivos. ✓ Solucionar diferencias entre colaboradores.
Competencia
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El administrador de empresas de alojamiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.
Conocimientos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proceso, y procedimientos administrativos y contables. ✓ Técnicas de definición de promoción, productos y servicios. ✓ Técnica de manejo de personal y equipos de trabajo. ✓ Procesos de mejora continua. ✓ Técnicas de negociación y administración de contratos. ✓ Vocabulario técnico del segmento turístico y hospitalidad. ✓ Técnicas de liderazgo y jefatura. ✓ Métodos de evaluación de desempeño de personal. ✓ Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. ✓ Técnicas de mercadeo
Habilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación de corto y largo plazo. ✓ Toma de decisiones. ✓ Raciocinio numérico aplicado a los negocios. ✓ Raciocinio lógico verbal para atender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita. ✓ Interpretación de lenguaje corporal.

<p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovador: Con ideas nuevas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones. ✓ Perseverante: Se ajusta a plazos acordados, contempla las tareas, constante para cumplir la rutina, le gustan los programas definidos. ✓ Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido. ✓ Detallista: Metódico, Ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. ✓ Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos. ✓ Orienta al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca variedad.
--

FUENTE: NORMAS INEN/ NORMA TÉCNICA ECUATORIANA 2450:2007
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Cocinero Polivalente

Tabla N° 3.22 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA COCINERO POLIVALENTE

COCINERO POLIVALENTE
Requisitos de competencia laboral
El cocinero polivalente debe:
Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias y control de consumo de la cocina:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer la carta o menú y ayudar en la definición de calificación y cuantificación de producto. ✓ Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada. Inspeccionar cantidad de acuerdo a con la solicitud. Verificar calidad y controlar tiempo máximo de consumo. ✓ Organizar y hacer rotación de producto de cámara de fría. ✓ Apoyar el consumo de ingrediente, producto y material. ✓ Evitar desperdicio.
Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sugerir platos. ✓ Equilibrar la carta según el color, sabor, textura, tamaño, temporada o estación, conservación, método y tiempo de cocción, rendimiento de los alimentos, rentabilidad y economía para el establecimiento. ✓ Mantener registros en fichas técnicas.
Realizar corte y preparación de comestibles variados:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cortar, tornear, picar, moler, rallar y licuar el producto alimenticio. ✓ Moldear verduras y legumbres. ✓ Limpiar, cortar, deshuesar y conservar ave, carne, caza, pescados y mariscos. ✓ Condimentar y marinear alimento.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar técnica de congelamiento, deshielo, manipulación, corte, almacenamiento y conservación de alimento. ✓ Utilizar técnicas de aprovechamiento. ✓ Cortar comestibles fríos, frescos preparados, listos para cocinar, listos para servir y otros.
<p>Realizar cocción</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocinar, asar, freír, rehogar, estofar, saltear, guisar y gratinar alimento. ✓ Utilizar técnicas de cocción. ✓ Observar punto, textura, sabor, color y conservación de las propiedades del alimento. ✓ Controlar tiempo y temperatura del producto alimenticio.
<p>Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar ensalada, platos caliente y frío de carne, ave, caza, pescado y mariscos y guarnición, salsa, sánduche, canapé, rellenos, gelatina y postres caliente o frío de la cocina nacional e internacional. ✓ Montar y presentar platos. Flambear el alimento. ✓ Dar información sobre composición de plato, en el salón o en la cocina. ✓ Montar servicio de banquete, autor=servicio y similar. ✓ Utilizar vocabulario técnico de la cocina internacional.
<p>Cuidar la higiene y la seguridad alimentaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios. ✓ Aplicar técnica de control de contaminación. ✓ Mantener el área limpia segura y saludable
<p>Cuidar el área de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar y organizar el propio trabajo. ✓ Preparar y arreglar el área de trabajo para el inicio de puesta a punto (mise en place). ✓ Realizar el cierre del servicio de la cocina. ✓ Coordinar o realizar la limpieza. ✓ Mantener higiene y seguridad permanentes en el lugar d trabajo.
<p>Operar equipos y maquinaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Operar cocina, horno, plancha, parrilla, horno de microondas, cámara frigorífica, refrigeradora, batidora, sartén mezcladora, licuadora, picador, molino, cortadora de embutidos, descascarador, multiprocesador y otros equipos destinados a la confección de alimentos.
<p>Orientar ayudantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientar, asistir, supervisar y entrenar a los ayudantes del trabajo. ✓ Controlar y aplicar procedimientos de operación. ✓ Reorientar el proceso. ✓ Transmitir nuevos conocimientos. ✓ Planificar. ✓ Distribuir y coordinar tareas con junto con el ayudante. ✓ Cuidar de los pedidos en la cocina. ✓ Obtener la colaboración constante del ayudante para atender reclamos y pedidos especiales del cliente.

Cuidar de su higiene y presentación personal:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la seguridad personal y de los alimentos.
Mantener al equipo de trabajo motivado:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planear el logro y la ejecución de las Tareas repetitivas, desagradables, cansadas. ✓ Asumir o acompañar el trabajo de otro colaborador. ✓ Desarrollar cooperación y espíritu de trabajo en equipo.
Competencia:
El cocinero polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:
Conocimientos:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencias. ✓ Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos. ✓ Procedimientos de emergencia. ✓ Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo. ✓ Técnicas de corte y moldeado. ✓ Aprovechamiento y procesamiento de alimentos. Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y forma de temporal mariscos y marinar alimentos. ✓ Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, conservación de alimentos. ✓ Técnicas de combinación de alimento de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual. ✓ Principales tipos de servicio y presentación de platos. ✓ Maquinaria, equipos, y utensilios básicos de la cocina. ✓ Vocabulario técnico de la cocina internacional. ✓ Requisitos de higiene y presentación personal ✓ Primeros auxilios básicos. ✓ Programas informáticos para manejo de inventarios. ✓ Técnicas de decoración de platos. ✓ Principios de repostería, panadería y pastelería. ✓ Elaboración de presupuestos.
Habilidades:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas. ✓ Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenados de formularios. ✓ Lectura e identificación de hora, temperatura y peso. ✓ Cálculos de estimativa de tiempo, peso y dimensión, cantidad, rendimiento y costos de los alimentos. ✓ Memoria de corto y largo plazo. ✓ Motricidad fina. ✓ Capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y espíritu de adaptación. ✓ Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pies o andando durante la jornada de trabajo y en un ambiente con temperatura elevada.

Actitudes:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Detallista: Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. ✓ Confiable: Establecer relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y que decir, hace que otros se sientan cómodos. ✓ Equilibrados emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla las explosiones temperamentales.

FUENTE: NORMAS INEN/ NORMA TÉCNICA ECUATORIANA 2441:2008
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Guía especializado en áreas naturales

Tabla N° 3.23 DE COMPETENCIAS LABORABLES PARA GUÍA ESPECIALIZADO EN ÁREAS NATURALES

GUÍA ESPECIALIZADO EN ÁREAS NATURALES
Requisitos
El guía especializado debe:
Organizar el trabajo:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confirmar servicio de apoyo. ✓ Asegurar la posibilidad de comunicación. ✓ Destinar transporte especial en caso de requerir. ✓ Asegurar el cumplimiento de la programación. ✓ Disponer de alimentación, paradas y alojamiento durante el trayecto. ✓ Verificar y disponer materiales y equipos necesarios. ✓ Mantener en orden la carpeta con documentación de la operadora, ficha médica y responsabilidad aceptada la condición del trayecto. ✓ Demostrar capacidad para guiar turista en visita, viajes y recorridos. ✓ Proveer información y asistencia en los servicios de acampamiento, recepción, alojamiento, alimentación y entretenimiento, en determinado tipo de atractivos. Informar llegada
Ayudar en la preparación de rutas y trayectos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Efectuar el levantamiento de las potencialidades de la localidad. ✓ Abrir y recomendar rutas. ✓ Definir actividades. ✓ Mantener una buena relación con las comunidades receptoras.
Orientar al conductor del transporte turístico:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicar rutas, horarios y puntos de parada. ✓ Alertar aspectos sobre seguridad, confort y velocidad adecuada al tour. ✓ Recomendar comportamiento y limpieza del vehículo.

Ajustar rutas y trayectos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modificar actividades, programación y trayectos en función de las vías de acceso, condición climática, seguridad, horario y puntos de parada.
Apoyar al guía tour conductor:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recomendar servicios de alimentación, transporte, alojamiento y actividades para los periodos libres. ✓ Sugerir itinerarios. ✓ Informar costumbres locales.
Orientar en la preparación de alimentos;
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicar procedimientos de higiene y seguridad en los alimentos. ✓ Recomendar preparación y cocción.
Operar equipos de uso en ambientes naturales:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Armar campamentos. ✓ Utilizar técnicas de navegación, orientación y cartografía. ✓ Realizar lectura de puntos cardinales. ✓ Manejar equipos de seguridad y protección.
Promover la integración con el medio ambiente
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear situaciones para que el turista pueda experimentar con la naturaleza de forma segura y placentera. Informar sobre cultura, historia, fauna, la importancia del ecosistema, clima, particularidades y curiosidades de los regios. ✓ Concientizar sobre la conservación de los recursos naturales. ✓ Correlacionar los recursos naturales con los hábitos urbanos. ✓ Minimizar el impacto ambiental. Controlar el desecho de la basura.
Velar por el bienestar y la seguridad del turista.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Combinar regla de convivencia y crear relaciones positivas entre, los miembros del grupo. ✓ Viabilizar actividades de entretenimiento e integración. ✓ Mantener al turista motivado e interesado en el programación. ✓ Observar señales de cansancio. ✓ Recomendar alimentación y vestuario adecuados a las actividades. ✓ Indicar ubicación de servicios higiénicos. ✓ Coordinar la cantidad de guías y auxiliares. ✓ Verificar la cantidad de turistas. ✓ Orientar sobre riesgos. ✓ Recomendar compartimento y cuidaos especiales. ✓ Inspeccionar la condición de equipos
Asegurar la satisfacción del turista
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar la satisfacción del turista. ✓ Solucionar problemas y conflictos. ✓ Indicar mejores lugares para tomar fotografías, filmar, acampara y establecer paradas especiales. ✓ Celebra cumpleaños y fechas importantes para los turistas.

Actuar en emergencias
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar alternativas. ✓ Solicitar auxilio o movilización. ✓ Controlar el comportamiento del turista en caso de accidentes e imprevistos. ✓ Aplicar primeros auxilios básicos.
Cuidar la imagen de la operadora contratada:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Demostrar confianza en la operadora y profesionalismo en el trato de errores. ✓ Asegurar la fidelidad del cliente.
Cuidar la apariencia personal y postura profesional:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuidar de la higiene, apariencia y postura corporal y disposición física. ✓ Controlar la alimentación, bebidas y periodos de reposo. ✓ Evitar relacionarse íntimamente con el turista. ✓ Manejar situaciones incómodas. ✓ Usar lenguaje apropiado.
Promover el turismo:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Divulgar opciones de interés turístico. ✓ Sugerir otros trayectos. ✓ Recomendar puntos de compra y paseo adicional. Involucra a la población local para participar en el manejo turístico
Competencia
El guía especializado en áreas naturales, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:
Conocimientos:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vocabulario técnico de hotelería y turismo. ✓ Aspectos de flora, fauna y geografía vinculada al atractivo natural. ✓ Manejo de cartas, mapas, escalas, curvas de nivel y técnicas de orientación por brújula y sistema de posicionamiento global GPS. ✓ Principios de conservación ambiental. ✓ Ley Forestal Y Conservación De Áreas Naturales Y Vida Silvestre. ✓ Ley De Régimen Especial Para La Conservación Y Desarrollo Sustentable Para La Provincia De Galápagos. ✓ Reglamento de Guías Naturalistas de Áreas Protegidas. ✓ Técnicas de conducción de grupos en ambiente natural. ✓ Equipos y vestuario específicos para área natural. ✓ Técnicas de instalaciones de campamento. ✓ Seguridad de alimentos. ✓ Técnicas de entretenimiento, animación, integración. ✓ Estrategia de solución de conflictos. ✓ Técnicas de venta y atención al público. ✓ Procedimientos de primeros auxilios básicos

<p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación de corto plazo de acuerdo a las condiciones ambientales. ✓ Caminatas largas y capacidad para transportar peso. ✓ Expresividad en la comunicación. ✓ Análisis del comportamiento humano e interrelación de lenguaje corporal.
--

FUENTE: NORMAS INEN/ NORMA TÉCNICA ECUATORIANA 2444:2008

ELABORADO POR: Gladys Iza

3.1.6 Proceso

3.1.6.1 Estrategia N° 1: Diagrama de flujo

Definir el diagrama de flujo de procesos por actividad y servicio dentro de cada área proyectada

3.1.6.2 Actividad N° 1: Elaboración de diagramas de flujos

Se elaborarán diagramas de flujos los cuales se adapten de mejor manera para la Hostería, que describirán el procedimiento para realizar la reservación a través del internet, intermediarios, despedida, facturación.

Los procesos son series de actividades o pasos relacionados entre sí a través de los cuales se transforman unos recursos y se obtiene un producto o servicio.⁴⁴

Diagrama de flujo vía página web

En este tipo de reserva el cliente tiene la opción de escoger varios servicios que prestará la Hostería, para separar su reservación completará un formulario ingresando: nombres, apellidos, correo electrónico, teléfono, país/ciudad y días previstos de su viaje.

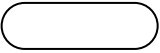


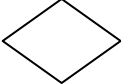

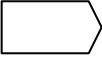


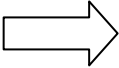
⁴⁴ CARDENAS Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos Editorial Trillas . Segunda Edición, México 2006. Pág. 10

El ordenar los procesos en forma secuencial permite comprender su verdadera dimensión. La mejor forma de entender un proceso es mediante su diagramación o flujograma

Flujo Grama: Es un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras .permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administradoras comprometidas.⁴⁵ Los diagramas de flujo o flujo gramas utilizan unos símbolos ampliamente reconocidos. Estos han sido propuestos por la ANSI (América Nacional Estándar Institute), de Norteamérica. Los principales son:

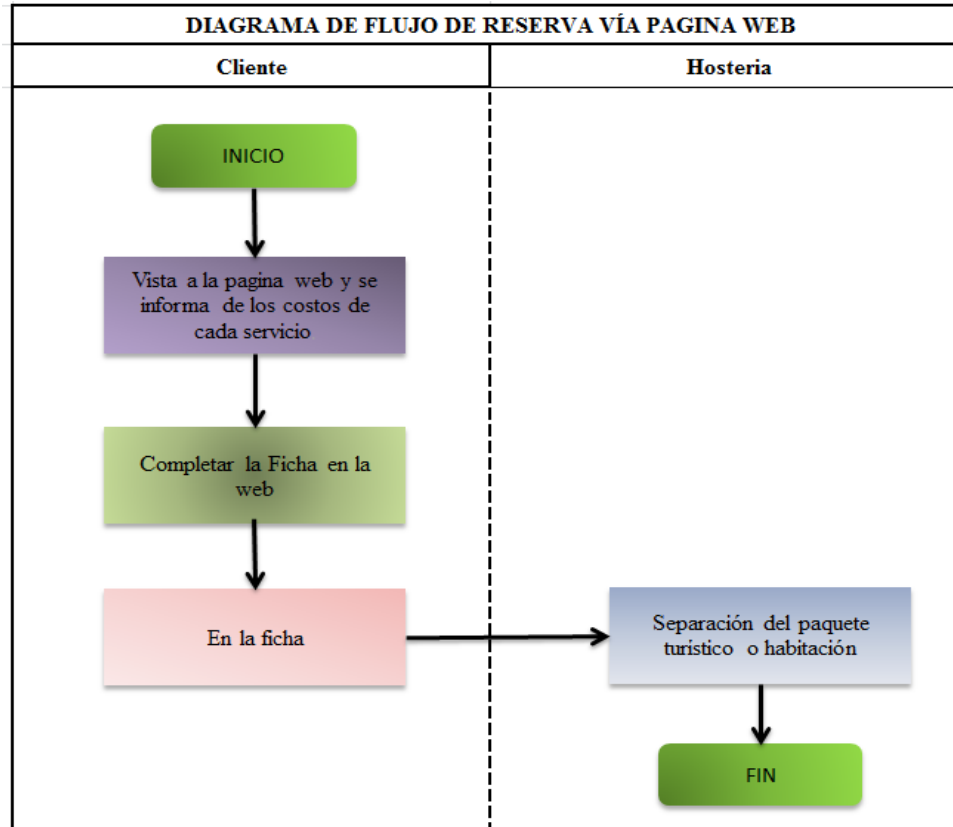
⁴⁵ Mejía Braulio, Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud .Ecoe Ediciones Bogotá 2000Pag 45.

Tabla N° 3.24 SÍMBOLOS DIAGRAMAS DE PROCESOS

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Limites principio y fin
	Acción
	Inspección
	Decisión
	Documentación
	Espera
	Corrector
	Sentido de Flujo
	Transporte

FUENTE: Mejía Braulio, Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud .Ecoe Ediciones Bogotá 2000Pag 45
ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.25 DIAGRAMA DE FLUJO DE RESERVA VÍA PÁGINA WEB

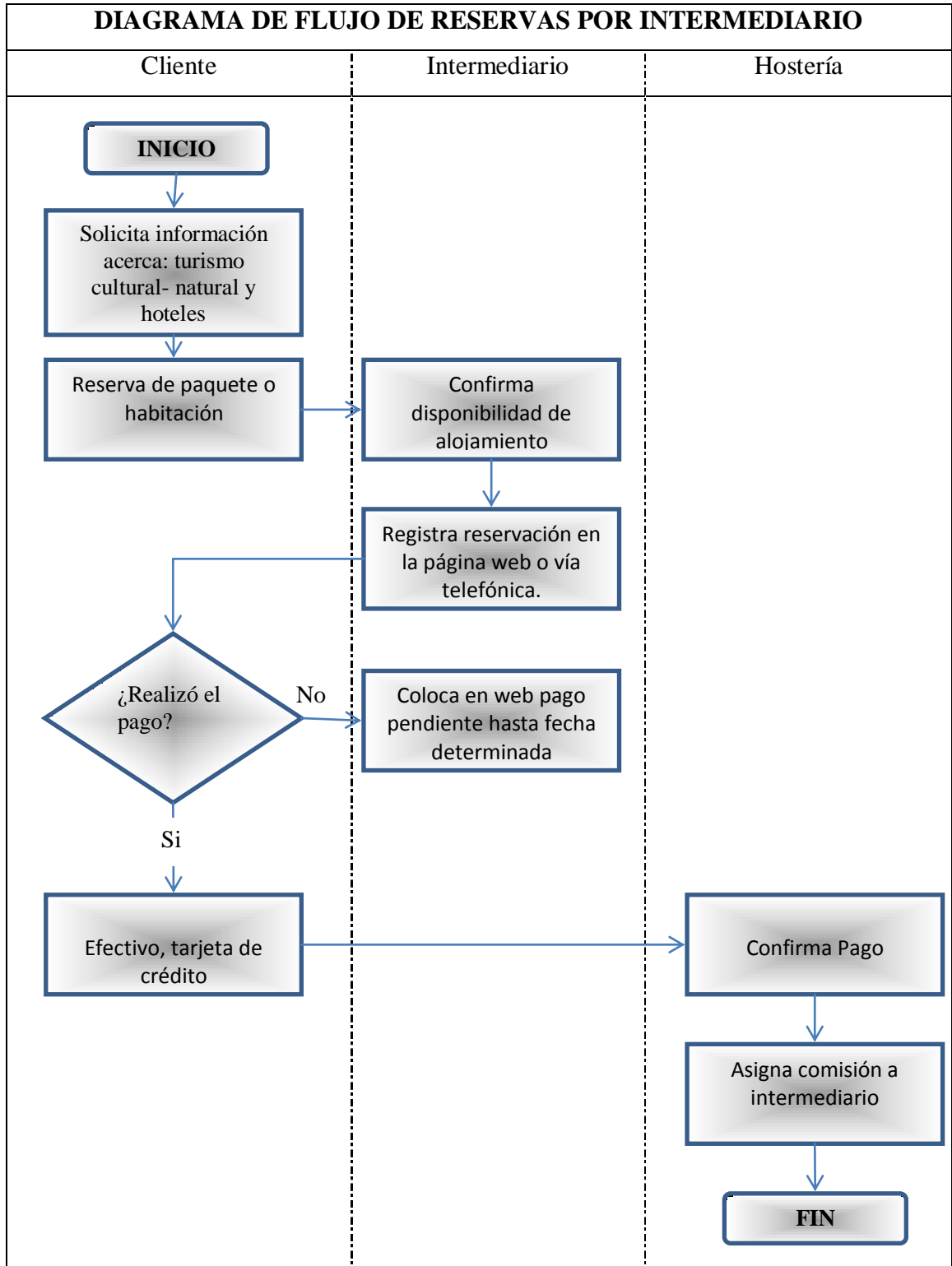


FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Diagrama de flujo por intermediarios

La reserva por intermediarios, puede darse por: operadoras de turismo, agencias de viaje, mayoristas de turismo, las mismas que informarán a los turistas los costos de los servicios que prestará el Hostería.

Tabla N° 3.26 DIAGRAMA RESERVAS POR INTERMEDIARIO



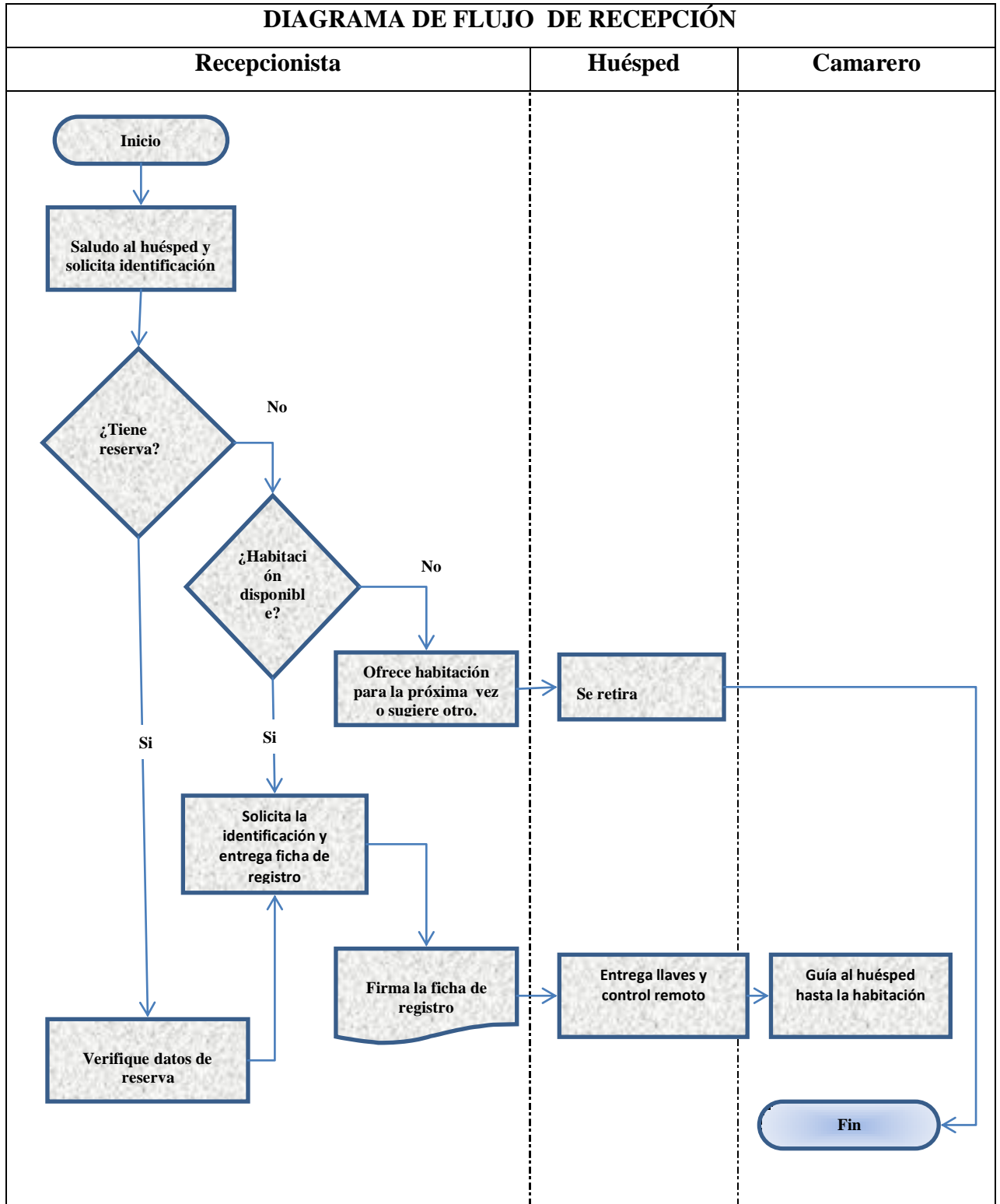
FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Diagrama de flujo de recepción

Este se inicia con la llegada del cliente, se le consultará si tiene alguna reservación. En caso de no tener reserva, la recepcionista verificará la disponibilidad de alojamiento. Si existen habitaciones disponibles, el turista elegirá la habitación que desea y el número de días que se quedará. En el caso que el cliente tenga reserva, la recepcionista verificará los datos de la reservación, solicitando su identificación o pasaporte; el turista tiene que completar una ficha de registro de huésped el cual contiene sus datos, y firma. En caso contrario si las habitaciones se encuentran ocupadas, se ofrecerá al cliente otras alternativas en fechas más cercanas con disponibilidad de habitaciones.

Luego, se destina la habitación, la recepcionista entregará la llave; le indicará al conserje que lleve el equipaje. El conserje lo saludará, cargará el equipaje y lo llevará a la habitación designada. Cuando el huésped deje el área de recepción, la recepcionista ingresará en el software la llegada de un nuevo huésped para que el personal administrativo este informado en especial el chef, y el personal de limpieza.

Tabla N° 3.27 DIAGRAMA DE FLUJO DE RECEPCIÓN

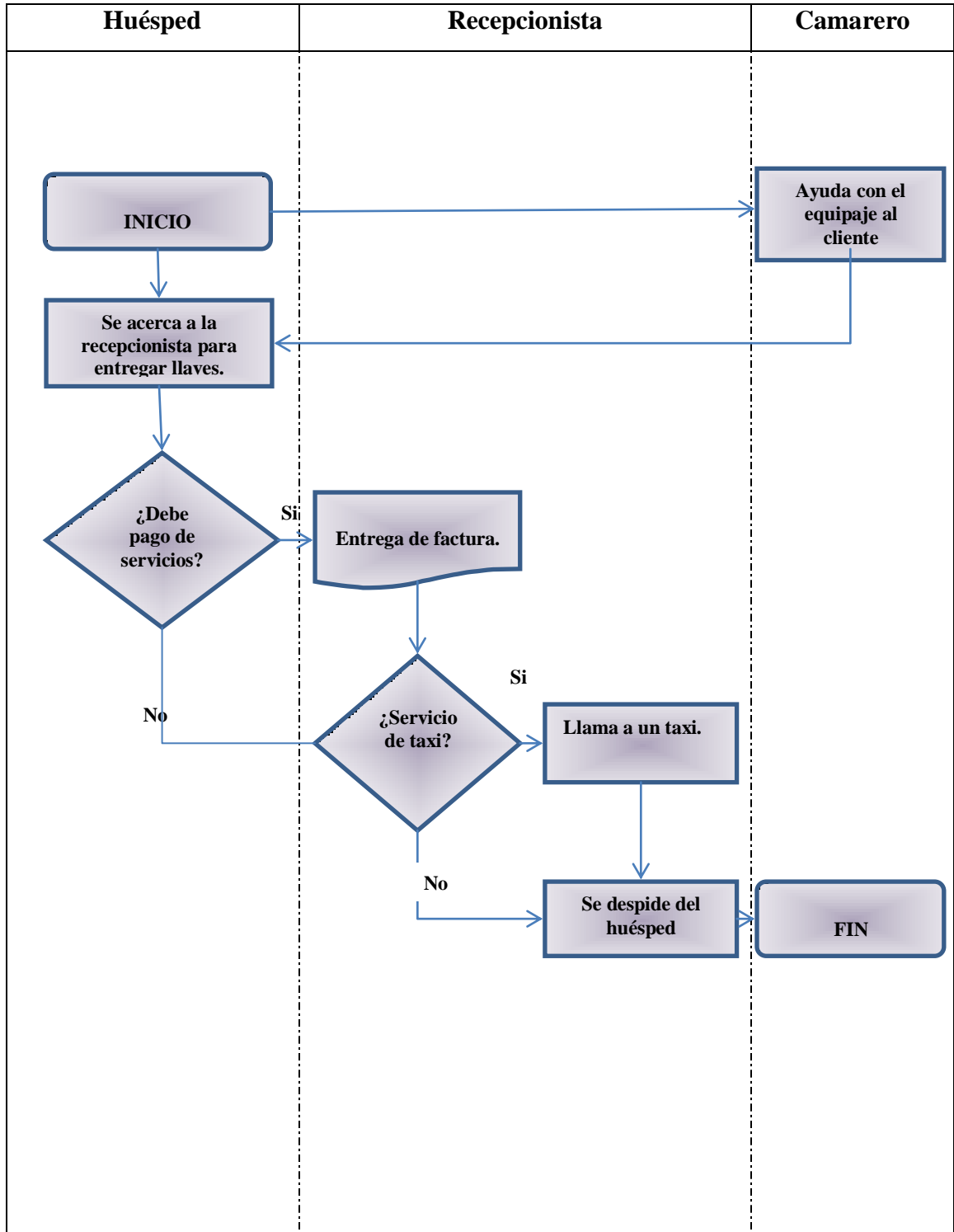


FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Diagrama de flujo de despedida y facturación

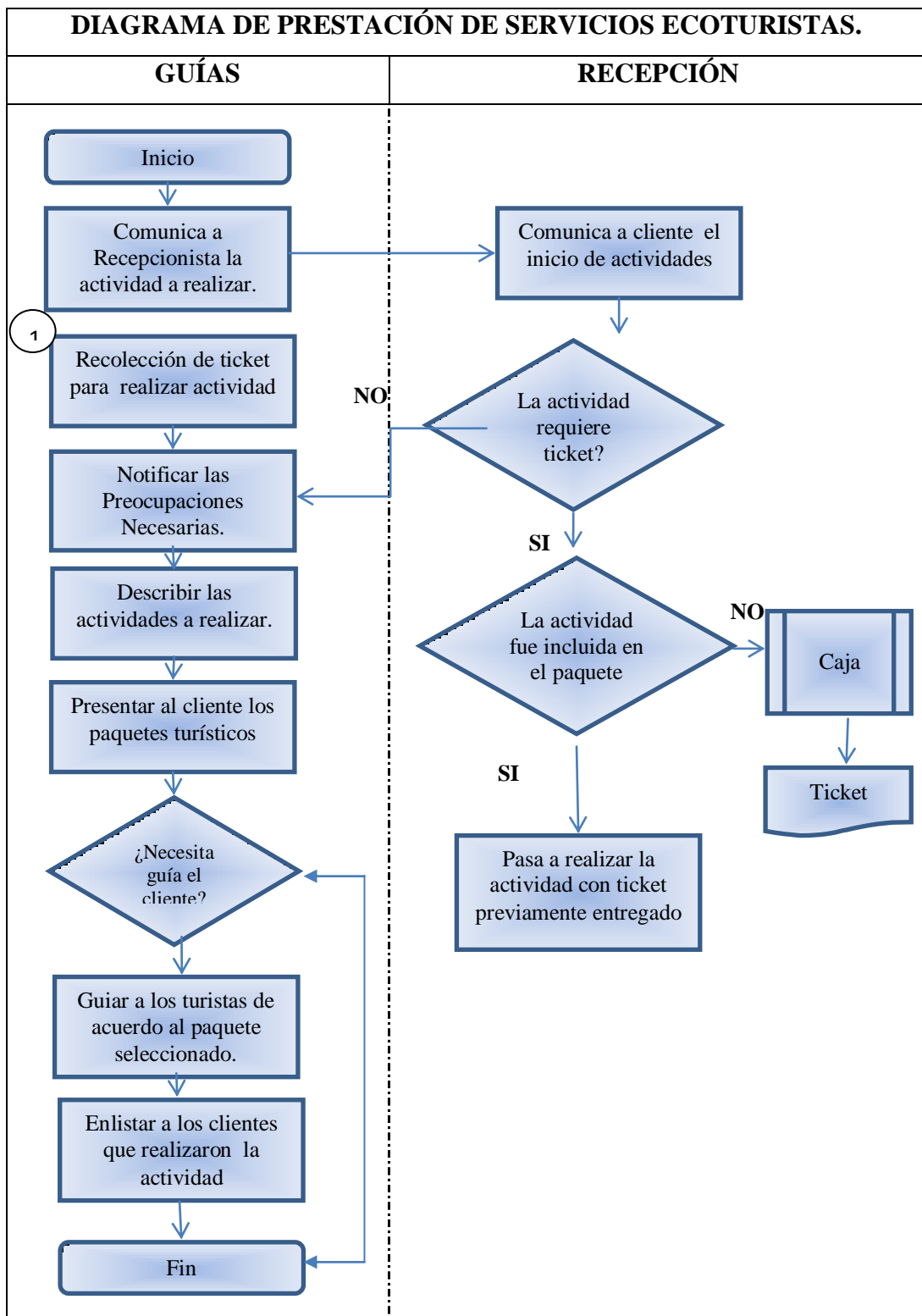
La recepcionista tendrá previsto que día se retirará el cliente, ya que este manifestará una posible fecha de retiro durante su llegada. La camarera inspeccionará la habitación y transportará las maletas del huésped si lo pide. En recepción se elaborará el estado de cuenta del huésped detallándose el consumo de los servicios recibidos y los consumos extras realizados por el cliente, se le entregará la factura o nota de venta al cliente para que este verifique, firme la conformidad y proceda a cancelar, y se le preguntará si desea solicitar un taxi, como un servicio adicional.

Tabla N° 3.28 DIAGRAMA DE DESPEDIDA Y FACTURACIÓN



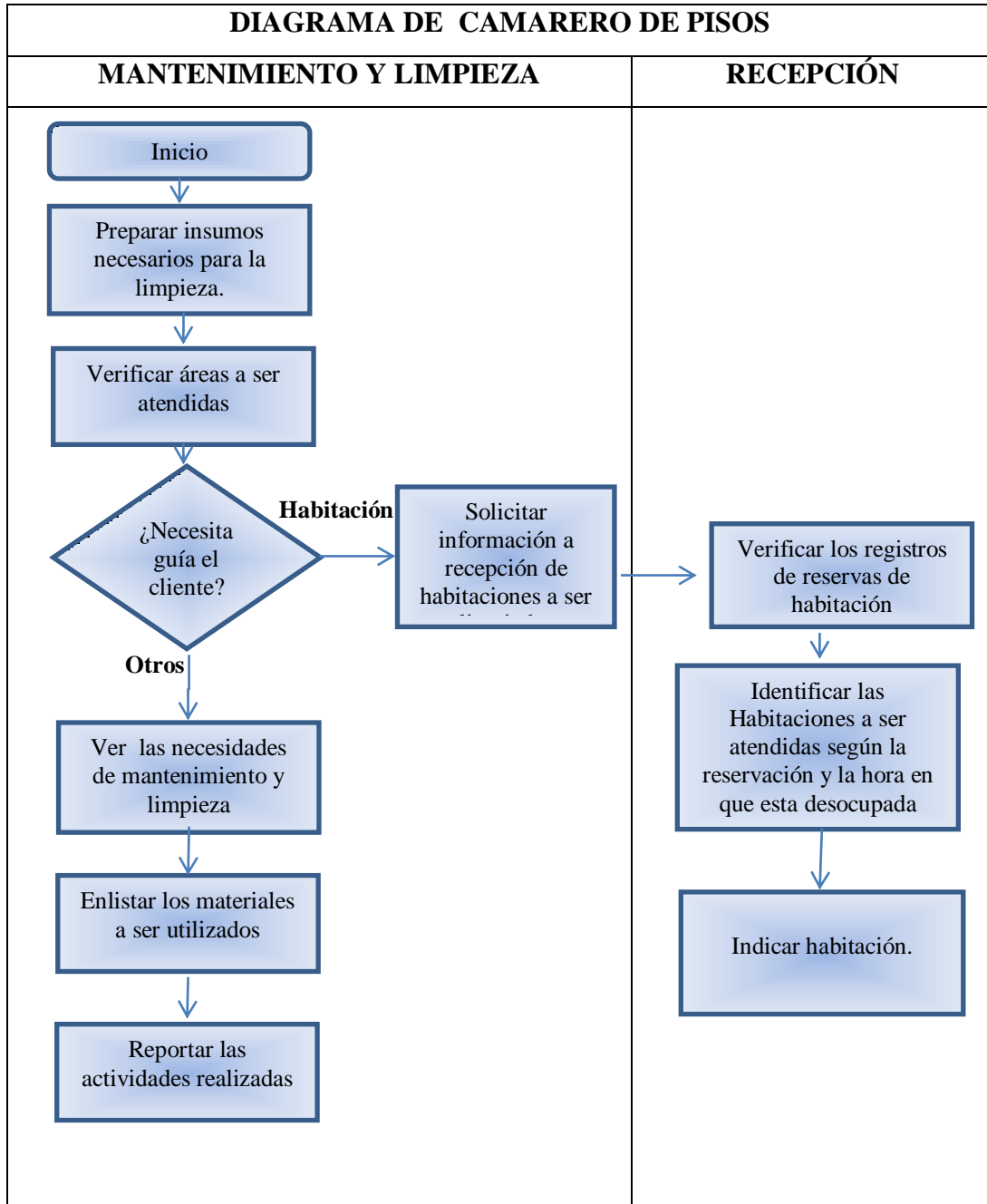
FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.29 DIAGRAMA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.



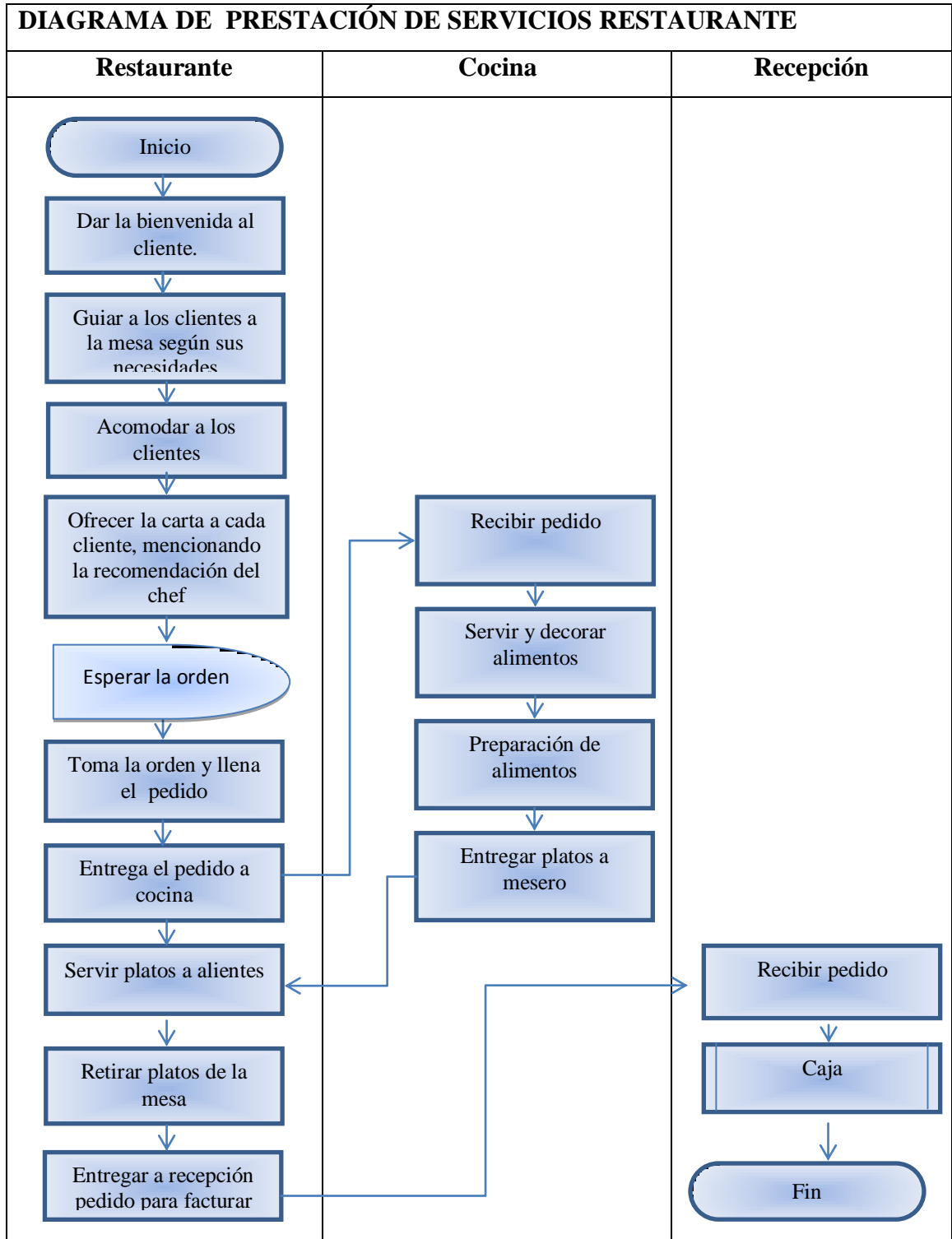
FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.30 DIAGRAMA DE CAMARERO DE PISOS



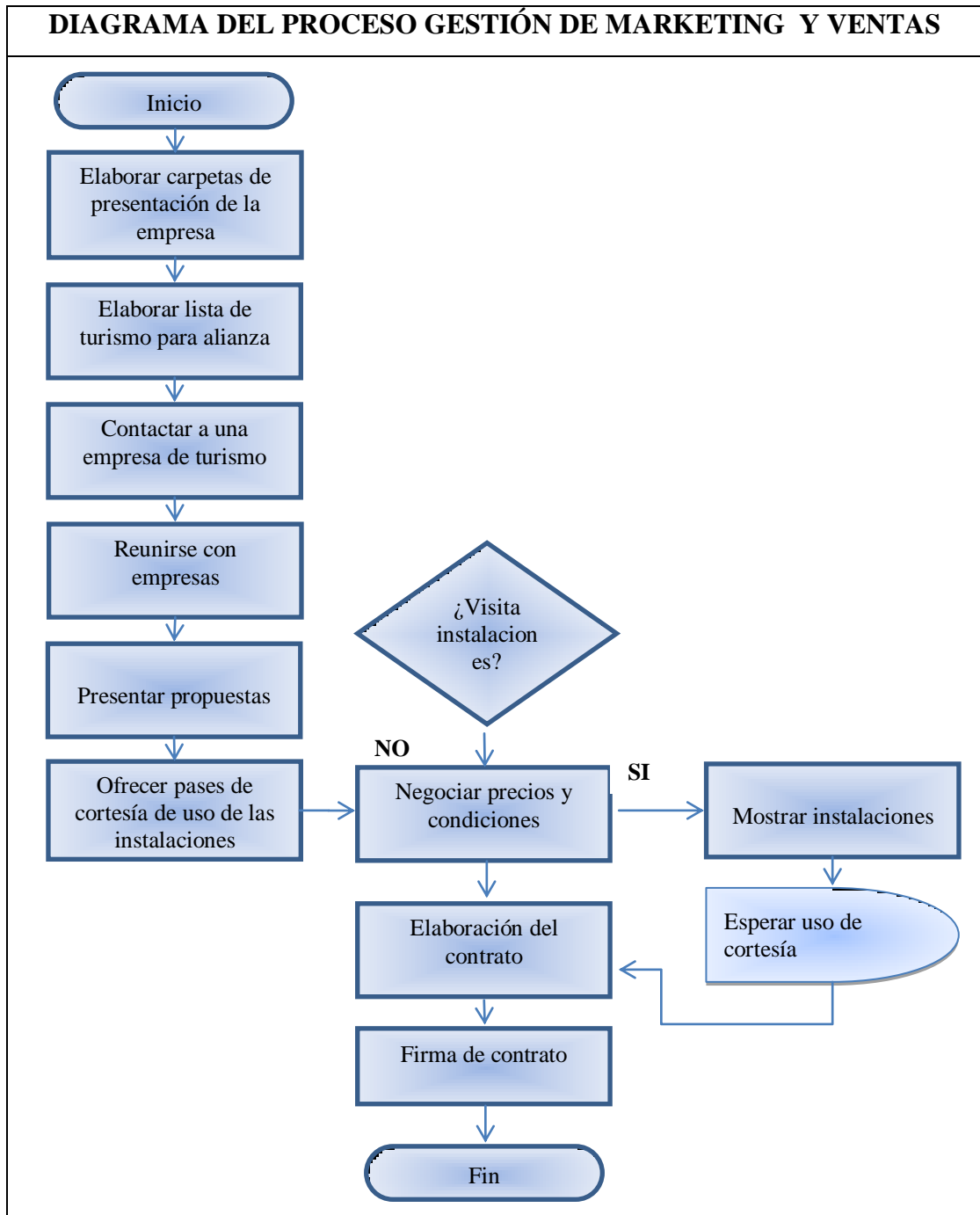
FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.31 PROCESO PRESTACIÓN SERVICIOS RESTAURANTE



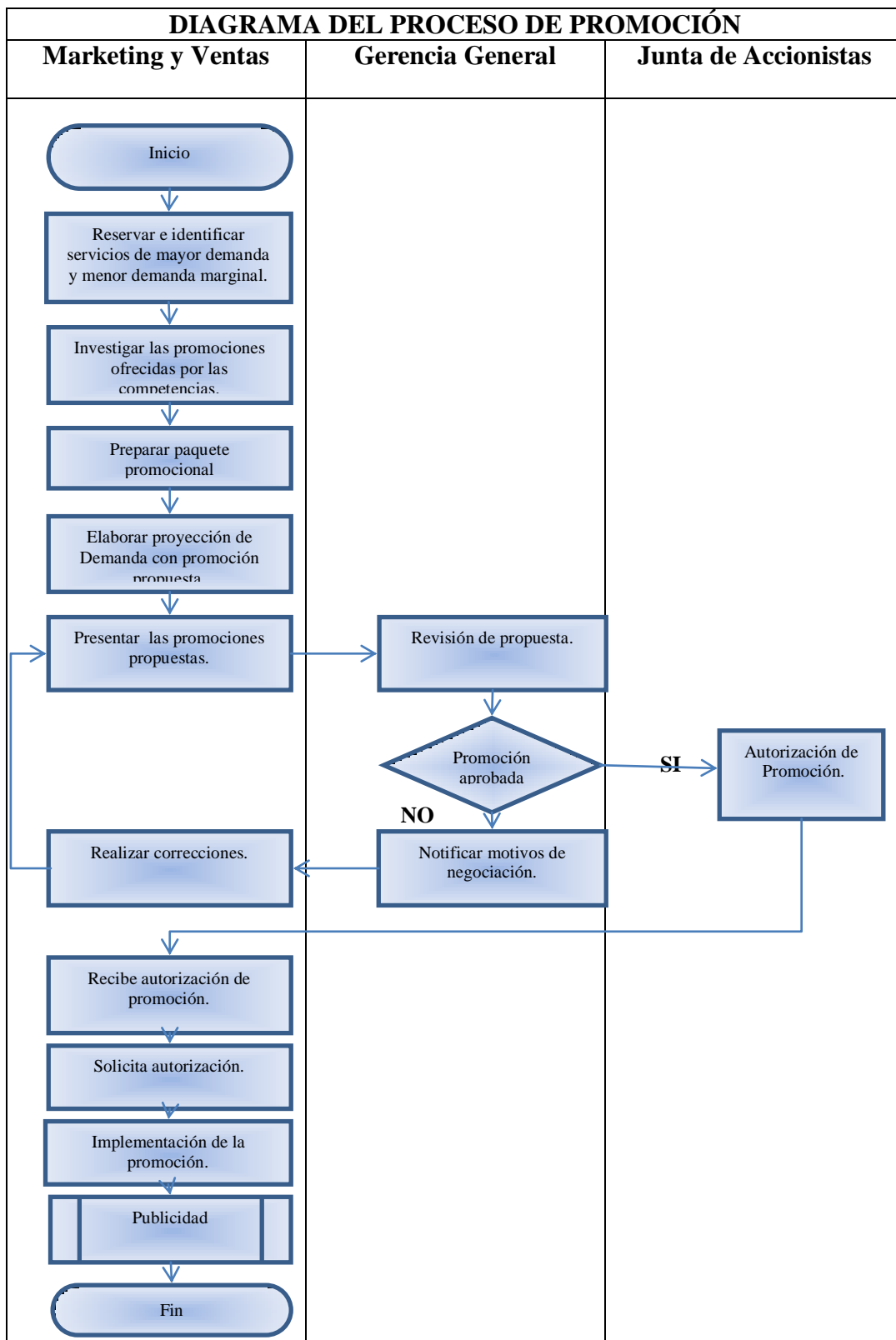
FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.32 DIAGRAMA DEL PROCESO ADMINISTRADOR DE HOSTERÍA



FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.33 DIAGRAMA DEL PROCESO DE PROMOCIÓN



FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

3.1.7 Evidencia física

3.1.7.1 Estrategia N° 1: Diseños arquitectónicos

Contar con los diseños arquitectónicos de las áreas de manejo y operación de la Hostería.

3.1.7.2 Actividad N° 1: Evidencia física

Se contara como evidencia física cada una de las áreas para manejo y operación con sus respectivas adecuaciones.

Los servicios poseen cuatro características distintivas que influyen considerablemente en el diseño de programas de marketing: intangibilidad los servicios no se pueden experimentar a través de los sentidos antes de su adquisición, la inseparabilidad es cuando los servicios se producen y se consumen a la vez, la variabilidad dependen de quienes lo prestan, cuando y donde y finalmente la caducidad es muy importante ya que estos servicios no se puede almacenar⁴⁶

Por tanto los clientes de la Hostería dependen de las sugerencias tangibles o de las evidencias físicas para evaluar el servicio antes de su compra, o para medir su satisfacción después de su consumo.

Entre los elementos de la evidencia física se encuentran: el diseño de la infraestructura, señalización, entorno limpio, uniformes, etc.

⁴⁶ Dirección de Marketing, Philip Kotler y Kevin Lane Keller, capítulo trece diseño y administración de servicios.

Se diseñará y colocara un letrero a mano a través de los artesanos de Tigua cuya decoración será el logotipo de la Hostería que será colocada en la entrada principal.

Foto N° 3.2 SEÑALÉTICA DE PUERTA PRINCIPAL



ELABORADO POR: Gladys Iza

Las habitaciones tendrán la siguiente señalización:

- ✚ En la puerta se colocará el logo de la Hostería, la cual será realizada de forma artesanal con totora y contendrá el número de habitaciones

Foto N° 3.3 SEÑALÉTICA DE LAS PUERTAS DE LAS HABITACIONES



ELABORADO POR: Gladys Iza

- ✚ Los letreros de señalización de emergencia serán visibles para el huésped, y estarán ubicados en las dos plantas de la Hostería, en los pasillos de las habitaciones y en ambientes comunes. Además la alarma contra incendios se ubicará en la planta superior, para mayor audición.

Diseño y decoración de los ambientes de la Hostería.

Considerando las tendencias actuales en Hotelería, donde el diseño arquitectónico es un elemento importante, la Hostería “Llamahuasi Lodge”, creará una identidad cuyo elemento distintivo y atrayente será mediante, la remodelación decorativa de interiores, basada en las características propias de las casonas ecológicas y con decoración autóctona de la zona.

Habitaciones

La Hostería cuenta con 11 habitaciones que serán decoradas con elementos ecológico⁴⁷, con diseños elaborados a mano por los artesanos de la comunidad de Santa Rita, pensadas en la comodidad del huésped y preparadas para un descanso acogedor; además se encuentran distribuidas en las dos plantas distintas de la casona y son:

- ✚ 4 habitaciones simples es decir una cama de una plaza. Económica.
- ✚ 5 habitaciones dobles que está conformada por una cama de dos plazas.
Confortables
- ✚ 2 habitación familiares compuesta por una cama de dos plazas y una de una plaza. Familiares.

Características físicas de las habitaciones:

- ✚ Camas.
- ✚ Música ambiental regulable desde la sala.
- ✚ Baño (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón).
- ✚ Mesas/veladores.
- ✚ Silla/sofá.
- ✚ Lámparas.
- ✚ Espejo.
- ✚ Obras de arte locales.
- ✚ Sistema de agua fría y caliente con temperatura y presión adecuada las 24 horas.

⁴⁷ Investigación de Mercado, Características y diseños de instalación turística, el 41% de turistas nacionales les gusta alojarse en una casa ecológica, y el 33% de los turistas extranjeros le agrada hospedarse en una casa con características y diseños de instalación ecológica.

Foto N° 3.4 HABITACIÓN DEL LA HOSTERÍA.



FUENTE: Observación de Campo.

Decoración física interna de las habitaciones:

- ✚ Se personalizará la decoración colocando cuadros de pinturas artesanales de Tigua, con figuras de los atractivos turísticos del Parque Nacional Cotopaxi, y demás atractivos que se encuentran en la Provincia de Cotopaxi.

Foto N° 3.5 PINTURA DE TIGUA EN CUERO DE BORREGO



FUENTE: Observación de Campo

- Las habitaciones estarán iluminadas, con lámparas de estilo ecológico, realizadas a mano por artesanos de la zona.

Foto N° 3.6 LÁMPARA COLONIAL



FUENTE: Observación de Campo

- Estarán decoradas con adornos florales típicos de la zona.

Foto N° 3.7 DECORACIÓN FLORAL



FUENTE: Observación de Campo

- ✚ Se ubicará en las habitaciones un tríptico informativo acerca de la Hostería y sus servicios, descrito en inglés y español.

Cafetería

Características físicas de la cafetería:

- ✚ Mesas y sillas de madera labradas con el logotipo de la Hostería.
- ✚ Baños.

Foto N° 3.8 CAFETERÍA

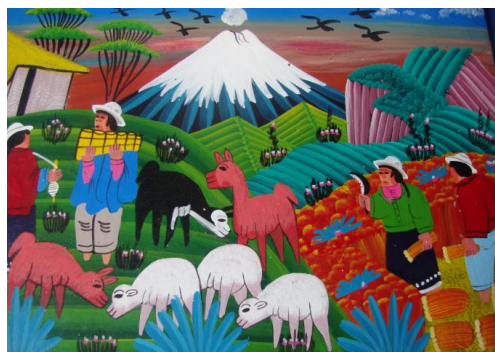


FUENTE: Observación de Campo

Decoración física interna de la cafetería:

- ✚ Las mesas siempre se mantendrán ordenadas, limpias y adornadas con mantelería distintiva de la Hostería
- ✚ Se decorará el ambiente con pinturas artesanales en cerámica, con diferentes motivos que denotan la cultura de Panzaleo.

Foto N° 3.9 PINTURA DE TIGUA (CULTURA PANZALEO) EN CUERO DE BORREGO



FUENTE: Observación de Campo.

- ✚ Se diseñará y ubicará un letrero del menú, que dará a conocer la especialidad del día que ofrece el restaurante/cafetería.

Pasillos

Decoración física interna de los pasillos

- ✚ Sus pasillos serán adornados con ornamentación natural (maseteros colgantes con plantas, helechos, etc.).

Foto N° 3.10 PASILLOS DE LA HOSTERÍA.



FUENTE: Observación de Campo

Recepción

Decoración física interna de la recepción.

Foto N° 3.11 RECEPCIÓN DE LA HOSTERÍA.



FUENTE: Observación de Campo

- ✚ En el espacio de recepción se ubicará: un botiquín de primeros auxilios, un buzón de sugerencias, quejas/reclamos. En la parte derecha de la recepción se ubicará la venta de artesanías y diferentes recuerdos como: postales, mapas, camisetas, gorros, llaveros (del Volcán Cotopaxi), folletos (de la Hostería, operadoras de turismo, etc.).

Foto N° 3.12 VENTA DE ARTESANIAS



FUENTE: Observación de Campo

Salas de Star

La Hostería cuenta con dos salas de estar una en la planta alta y la segunda en la parte principal.

Decoración física interna de las salas de Star

- ✚ La sala de Star, será muy acogedora, contará con un espacio de entretenimiento, donde se ubicará una mesa de centro con un juego de ajedrez indígena, y sillas de madera a su alrededor, decorado con artesanías y obras de arte pintorescas de Tigua y de la zona.

Foto N° 3.13 SALA DE STAR



FUENTE: Observación de Campo

Sala de star con chimenea

Foto N° 3.14 SALA DE STAR PRINCIPAL



FUENTE: Observación de Campo

- ✚ La sala de star con chimenea principal de la planta baja, será un rincón de lectura, zona iluminada con lámparas coloniales, con decoración pintoresca de la zona y de los pintores de Tigua; este espacio dispondrá de chimenea, sillones, una mesa de centro, ornamentación natural-estética, libros, revistas de uso cotidiano, información turística, en español e inglés, y un pedestal con el libro de experiencias vivenciales.

Foto N° 3.15 PINTURA DE TIGUA EN CUERO DE BORREGO - VOLCÁN COTOPAXI



FUENTE: Observación de Campo

Pila

- ✚ En esta área se pretende instalar una pila con un diseño ecológico transmitiendo naturaleza con el entorno, con plantas ornamentales típicas de la comunidad y para su mejor decoración se recomienda la contratación de un especialista en la elaboración de pilas centrales.

Área de PIC-NIC:

- ✚ El sitio donde se podrá realizar barbacoas se encuentra ubicado en el lado derecho de la Hostería, tendrá un comedor autóctono donde se podrá degustar de los platos más exquisitos, se decorar con hermosas plantas, y funcionara en la noche con su respectiva eliminación.

Foto N° 3.16 ÁREA DE PIC-NIC



FUENTE: Observación de Campo

Servicio de transporte

- ✚ Para prestar el servicio de transporte se contará con la empresa de transportes José Rivas y la operadora Quilindaña Tours, las cuales estarán a disposición de la Hostería.
- ✚ La Hostería dispondrá bicicletas de alta montaña, equipos necesarios para practicar este deporte y para actividades de camping.

Con el fin de mantener una estancia limpia, agradable y cómoda para el huésped, la Hostería establecerá lo siguiente:

- ✚ Dispondrá de equipos de limpieza y suministros generales de mantenimiento necesarios para todas las áreas de la Hostería. Sobre todo un carrito de limpieza que deberá ser preparado y equipado con: utensilios, productos de limpieza, artículos de baño, etc.
- ✚ El personal de limpieza, coordinará con la recepcionista el aseo de las habitaciones ocupadas, que consistirá en el cambio y reposición diario de sábanas, toallas, jabones y papel higiénico.
- ✚ Se preparará las habitaciones para huéspedes nuevos.

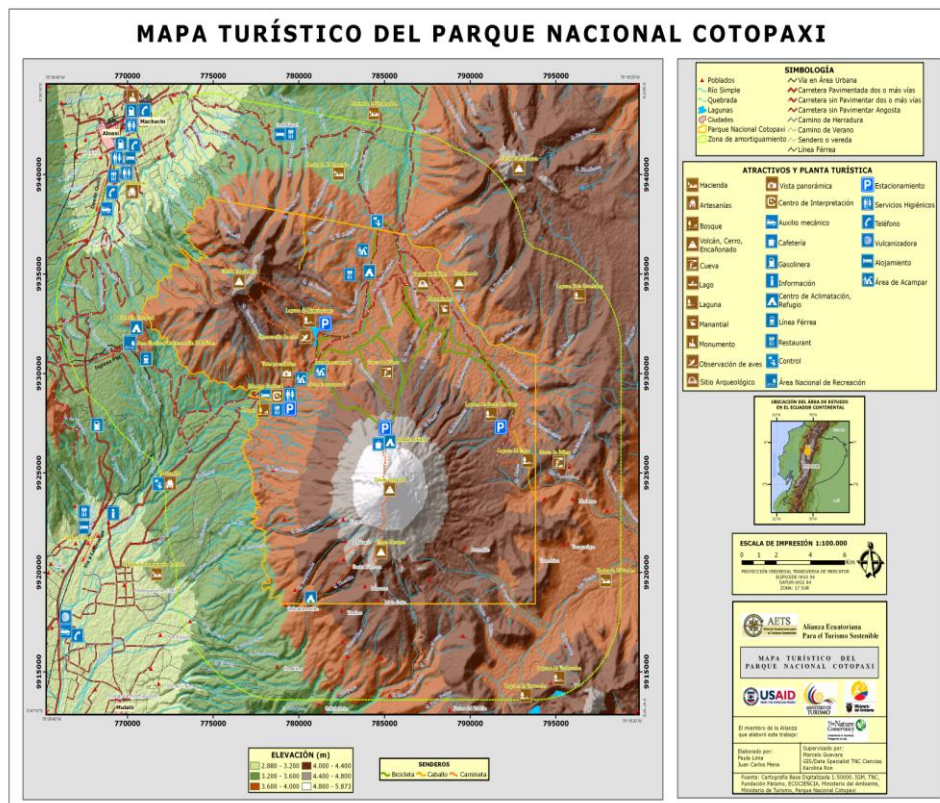
3.1.7.3 Estrategia N° 2: Rutas

Establecer las rutas de esparcimiento natural y cultural que ofertará la Hostería

3.1.7.4 Actividad N° 2: Rutas y mapas

Para establecer las rutas que se van a desarrollar, hemos tomado como base mapas reales realizadas por el Ministerio de Turismo, Alianza Ecuatoriana para el Turismo Sostenible AETS y el Parque Nacional Cotopaxi las misma que se encuentran en los diferentes sitios turísticos dentro del parque.

Foto N° 3.17 MAPA TURÍSTICO PARQUE NACIONAL COTOPAXI



FUENTE: Ministerio de Turismo/AETS.
Ruta Cotopaxi Cara Sur

La ruta Cotopaxi Cara Sur, se encuentra a 3995 m. s. n. m. en la parte sur del volcán. Se encuentra a dos horas de la capital del Ecuador, Quito, a 1 hora y ½ de la provincia de Cotopaxi y a 1 hora desde la Hostería Llamahuasi Lodge.

Foto N° 3.18 RUTA COTOPAXI CARA SUR

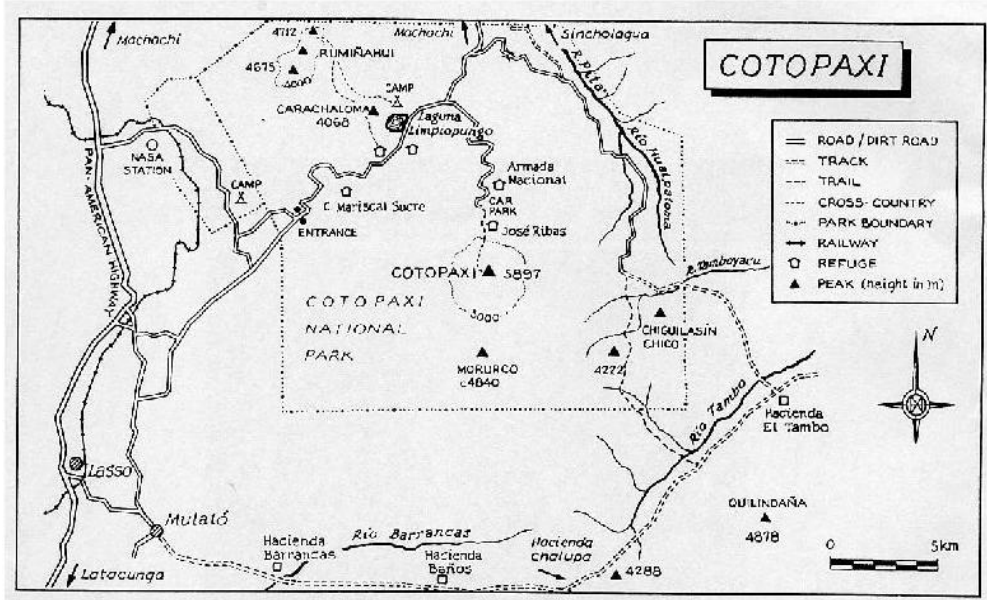


FUENTE: Parque Nacional Cotopaxi/ Ing. Cesar Iza Guarda Parque del PNC.

Ruta Cotopaxi Norte

El volcán Cotopaxi es considerado el volcán más activo del Mundo. Por la altitud a la que estaremos sujetos, recomendamos varios días previos de aclimatación y entrenamiento. La caminata desde el parqueadero (4500 m) hasta el Refugio Padre José F. Ribas (4800 m) nos toma de 45 minutos a 2 horas. Una vez en el refugio se tomara fotografías y se servirá un box lunch.

Foto N° 3.19 RUTA COTOPAXI CARA NORTE



FUENTE: Parque Nacional Cotopaxi/ Ing. Cesar Iza /Guarda Parque del PNC.

Ruta Laguna Limpiopungo

El tercer paquete turístico que se ofertará consta de una caminata alrededor de la laguna, a través de un sendero auto guiado de fácil acceso y transitable para niños, jóvenes y adultos.

La ruta empieza desde la Hostería hasta la laguna de Limpiopungo tiempo estimado durante el tour cinco a seis horas, ofreciendo una diversidad de flora y fauna, una vez realizada la caminata (1 hora) se servirá un box lunch.

Foto N° 3.20 SENDERO NATURAL LAGUNA LIMPIOPUNGO



FUENTE: Observación de Campo.

Ruta cueva de los búhos

Este sitio natural de tipo Fenómeno Espeleológico se encuentra en los flancos noreste del Cotopaxi, siguiendo el camino paralelo al canal de agua que inicia en el cruce del camino que se dirige hacia el refugio; se debe dirigir por este camino hasta encontrar un sendero obvio hacia la derecha, luego de esto podemos ver que se inicia un cañón de paredes de flujos piroclásticos y afloramientos de lava basáltica.

El cañón recorre una distancia aproximada de 800 metros, en donde podremos observar flora característica del Parque y sobretodo aves como curiquire, colibríes, gaviñanes, azulejo, etc. y reptiles como la guagua, una vez realizada la caminata (1 hora) se servirá un box lunch cortesía de la Hostería.

Foto N° 3.21 SENDERO CUEVA DE LOS BÚHOS



FUENTE: Observación de Campo

RUTA ALTERNATIVA QUE SE OFRECERÁ A LOS HUÉSPEDES DESPUÉS DEL PAQUETE TURÍSTICO REALIZADO.

Ruta Llamahuasi Lodge.

Esta ruta es una opción interesante e innovadora ya que se realiza en la comunidad de Santa Rita, disfrutando de altura del páramo andino y la calidez de los comuneros de la comunidad en compañía de una hermosa y domesticada alpaca, el tiempo que se estima para esta actividad es de una hora. Es necesaria la contratación de un guía local para realizar esta actividad.

3.1.8 Innovación

Purple Cow es la innovación, iniciativa, creatividad que el administrador destaca en una empresa el cual hace que sea diferente dentro del mercado, es decir que el producto y/o servicio será totalmente diferente para que las personas puedan percibir de tal forma que no se pierda en la publicidad.

La innovación es un factor clave para posicionar a la Hostería Llamahusi Lodge como la mejor opción del turista al momento de hospedarse en una Hostería para lo cual se plantea estrategias y actividades que en el futuro se pretenderá implementar.

3.1.8.1 Estrategia N° 1: Parámetros

Establecer los parámetros de certificación por buenas prácticas turísticas.

3.1.8.2 Actividad N° 1: Fomentar el desarrollo

Uno de los objetivos a largo plazo que la Hostería pretende obtener para ser reconocida a nivel nacional e internacional, es la certificación de categoría ecológica, para la contribución a la conservación de la naturaleza, del patrimonio cultural, participación y beneficios para la comunidad, elementos educativos, viabilidad comercial e innovación.

Para lo cual se recomienda organizar a la comunidad para que, mediante asociaciones estratégicas involucrarlos en la oferta de su producto, dentro de las estas están: la renta de caballos y bicicletas, excursiones y paseos guiados por guías nativos, tienda de recuerdos.

Todo esto enmarcado en un proyecto piloto, en el que participará el Ministerio de Turismo, el Consejo Provincial, la Municipalidad de Latacunga y la Junta Parroquia de Pastocalle. Con este proyecto se creará una mayor conciencia del desarrollo turístico sustentable y del beneficio económico tangible para la comunidad.

Estrategia de eventos sociales

Para mejor comodidad del huésped, la Hostería ofrecerá un servicio de eventos sociales debido a la cercanía con empresas públicas y privadas que se encuentran alrededor del Parque Nacional Cotopaxi, dando así a la Hostería un nuevo segmento de mercado el cual se pretenderá captar, ofreciendo cordialidad en cada uno de los servicios que este prestara.

Para su mejor adecuación contara con servicio de lavandería, buffets para eventos especiales y guardianía. Estarán dotados con equipos de apoyo (audiovisuales, consola de sonido y karaoke) para el desarrollo de diferentes eventos. El salón principal, será decorado con muebles coloniales tallados en madera y cuando se trate de programas especiales tendrá su propia decoración.

Estrategia operacional

La comunidad de Santa Rita cuenta con guías naturalistas siendo un beneficios para la Hostería la contratación de guía nativos tendrá gran acogida para el proyecto que se pretenderá realizar. Según el estudio de mercado realizado a los turistas nacionales y extranjeros para su mejor estadía requieren la contratación de un guía local.⁴⁸

⁴⁸ Investigación de Mercado, Turista Nacional, el 58% considera que es necesario contratar un guía naturalista para su mejor estadía. Turista Extranjero, el 96% considera que es necesario contratar un guía naturalista para su mejor estadía

La Hostería Lodge, pretende crear un servicio operacional diferente ofreciendo guía nativos del Parque Nacional Cotopaxi especializados en el idioma ingles básico e idioma quichua como lengua nativa y además ofrecer guías nativos con las vestimenta nativa de las diferentes manifestaciones culturales que tiene el la cultura Panzaleo.

Además se pretende realizar actividades folklóricas tales como: música, danza, teatro, etc., los días sábados, domingos y fechas ferias. Para así crear expectativas, curiosidad del servicio que se pretenderá ofrecer.

3.2 ESTUDIO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Dentro del estudio organizacional y legal se propone establecer estrategias administrativas turísticas, que garantice el logro de los objetivos y metas de la empresa, así como el marco legal sobre el cual operar la Hostería Llamahuasi Lodge.

3.2.1 Tipo De Sociedad

La Hostería Llanmahuasi Lodge actualmente está formada por un cuerpo administrativo familiar, lo conforman 4 personas dentro del manejo administrativo y operativo.

Para establecerse como una Compañía de Sociedad Anónima se entrevistó personalmente a tres abogados del Cantón Latacunga determinando así que, la Hostería Llamahuasi Lodge se establecerá como Sociedad Anónima.⁴⁹

⁴⁹ Dr. Wilson Iza Abogado, Dr. Jaime Tapia., Dra. Lilian Díaz. Abogados.

Ventajas

- ✚ La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios
- ✚ Sociedad abierta. Los socios pueden vender libremente sus acciones y la sociedad puede cotizar en Bolsa.
- ✚ Le resulta relativamente fácil obtener crédito a largo plazo ofreciendo grandes activos como garantía.
- ✚ Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la corporación, no sobre los bienes de los accionistas. El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una Soc. Anónima se limita al valor de su inversión.
- ✚ La empresa se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.
- ✚ Acciones pueden adquirirse por transferencia o herencia.
- ✚ Buena imagen frente a terceros.

Desventajas

- ✚ Requiere una forma más compleja de organización y una Junta de Accionistas al año como mínimo
- ✚ Mayor cantidad relativa de trámites, procedimientos y requisitos que la ley establece
- ✚ Destinada a negocios con gran número de socios o con grandes inversiones
- ✚ El alto costo que implica el cumplimiento de las formalidades exigidas por la ley para el mantenimiento de la misma.

De acuerdo a la Ley de Compañías Sección VI Art. 143 al 300 cumplirá las siguientes características

**Tabla N° 3.34 RESUMEN DE REQUISITOS QUE TENDRÁ LA
COMPAÑÍA**

Normas	Requerimientos
Integración de Capital	Se integra por la aportación de accionistas (dinero en especie).El monto mínimo de capital suscrito es de 800,00 USD, y el monto mínimo de capital pagado es la cuarta parte del capital suscrito.
Modificación del Capital	Se puede realizar una disminución o aumento de capital, se debe pedir a la autorización a la superintendencia de compañías y debe ser registrado en el Registro Mercantil.
De las Reservas	Las reservas legales se tomara de las utilidades liquidas un porcentaje no menor del 10%
De los Socios y Accionistas	Número mínimo de socios para incorporar la empresa es de dos y no existe límite máximo.
De la Constitución	Requisitos de fondo
	+ Capacidad
	+ Consentimiento
	+ Objeto y causa Lícita
	+ Fin de Lucro
	Requisitos de forma
	+ Elevar el acta constitutiva a escritura publica
+ Aprobación por parte del juez de lo civil	
+ Registro Mercantil	
Gobierno y Administración	El gobierno lo constituye la Junta General. Y la administración lo llevan los órganos establecidos, en los estatutos de la compañía.

FUENTE: Ley de Compañías
ELBORADO POR: Gladys Iza

3.2.2 Nombre Comercial

La ley de Propiedad Intelectual en el **Art. 229**. Aclara: “Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica”

Para el proyecto se ha establecido como nombre comercial “Hostería LLAMAHUASI LODGE”, el mismo se podrá obtener al registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial. El registro tendrá una duración indefinida a partir de la fecha de su concesión.

3.2.2.1 Participación Social

El capital suscrito será: 5000,00 USD de los cuales los dos socios aportaran de manera equitativa con 2500, 00 USD cada uno.

3.2.2.2 Órganos Administrativos

La Junta General será formada por todos los accionistas, que el proyecto específicamente son dos.

En el **Art. 251 de la Ley de Compañías** establece que “la escritura básica y generalizada de la compañía anónima comprende a la presidencia y a la Gerencia, dependiendo al número de accionistas” por lo tanto para efecto se nombra como órgano administrativo al Gerente

3.2.3 Direccionamiento Estratégico

3.2.3.1 Visión

La visión estratégica es una visión a futuro la cual constituye el sueño de la empresa, es decir hacia dónde quiere llegar en el futuro y aunque no se alcance con facilidad, ofrece condiciones considerablemente mejores que las presentes.

Los elementos que tendrá la visión de la Hostería “Llamahuasí Lodge.” se incluyen en la siguiente tabla:

**Tabla N° 3.35 ELEMENTOS DE LA VISIÓN DE LA HOSTERÍA
“LLAMAHUASI LODGE”**

ELEMENTOS DE LA VISIÓN	
Posición del mercado	Hostería ecológica en el mercado hotelero y turístico
Cliente	Instituciones públicas y privadas. - Turistas nacionales y extranjeros.
Tiempo	3 años
Ámbito de servicio	Provincia de Cotopaxi
Servicios	- Hospedaje, alimentación, servicios complementarios. - Paquetes turísticos.
Valores	Responsabilidad, Respeto por la naturaleza.
Principio organizacional	Competitivo, innovador.

ELABORADO POR: Gladys Iza.

Visión de la Hostería Llamahuasi Lodge para el año 2015

“La Hostería Llamahuasi Lodge se posicionará en el mercado turístico nacional como una de las mejores hosterías ecológicas brindando servicios diferenciados hoteleros y turísticos, garantizando un ambiente organizacional óptimo y excelente en cada uno de los servicios.”

La visión de la Hostería Llamahuasi Lodge está enfocada a destacarse de su competencia al dar la mejor alternativa de servicio ecológico hotelero y turístico, acogándose por el respeto y cuidado de la naturaleza, apoyado en el trabajo constante de todos quienes conforman la Hostería Llamahuasi Lodge.

3.2.3.2 Misión

La misión describe la naturaleza y el campo al cual se dedica la organización, en otros términos es la respuesta a la pregunta: ¿Para qué existe la organización?

Debe ser básicamente amplia en su alcance, que permita el estudio y la generación de una vasta gama de objetivos y estrategias. Es importante incluir todos los elementos esenciales de la misión para poder desarrollar la misma.

En la siguiente tabla se incluyen los elementos de la misión, enfocados a la Hostería Llamahuasi Lodge.

**Tabla N° 3.36 ELEMENTOS DE LA MISIÓN DE LA HOSTERÍA
“LLAMAHUASI LODGE”**

ELEMENTOS DE LA MISIÓN	
Naturaleza de Negocios	✓ Prestación de servicios ecológicos hoteleros y turísticos
Razón por existir	✓ Brindar servicio de alojamiento, alimentación y actividades relacionadas con el turismo natural y cultural.
Mercado al que sirve	✓ Turistas nacionales y extranjeros. ✓ Instituciones públicas y privadas.
Servicios	✓ Hospedaje, alimentación, servicios complementarios.
Principios y Valores	✓ Vocación y entrega del personal para brindar excelente atención y servicios de calidad que supere las expectativas de satisfacción de los clientes.
Eficiencia económica	✓ Captar una cartera de clientes fija a través de un servicio de calidad el cual se verá reflejado en el compromiso de todos quienes conforman la Hostería Llamahuasi Lodge.

ELABORADO POR: Gladys Iza.

Misión De La Hostería Llamahuasi Lodge.

“Hostería Llamahuasi Lodge es una empresa turística ecuatoriana destinada a ofrecer servicios ecológicos hoteleros y turísticos, orientados hacia el cliente nacional e internacional, dando como prioridad la satisfacción de las necesidades de los clientes a través de servicios de calidad, para hacer de la estadía del turista un momento inolvidable e incomparable; empleando para ello personal calificado, motivado e involucrado”

Se puede concluir que la misión de la Hostería “Llamahuasi Lodge” está enfocada en brindar servicios hoteleros y turísticos, apegados a los principios del turismo sustentable dentro de la zona de influencia, y calidad total en el servicio.

3.3 VALORES CORPORATIVOS

Los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización.

Confianza: Reflejada en la total lealtad y continuidad de todos los importantes y los prestigiosos clientes para establecer relaciones a largo plazo.

Innovación: Para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes desarrollando proactividad ante los cambios del entorno (del entorno, sectorial, del mercado y de los clientes)

Honestidad: Actuar con transparencia con los clientes ofreciéndoles siempre el precio justo y cumpliendo lo ofrecido.

Profesionalismo: El equipo estará integrado por amplio grupo de expertos reconocidos por su rigor profesional.

El Trabajo En Equipo: Actuar con compañerismo mediante la suma de esfuerzos personales en la búsqueda del cumplimiento de metas y objetivos de la empresa. Estar siempre dispuesto a ofrecer apoyo.

Excelencia: Actuar para ser reconocidos por la calidad prestada a los clientes en la actividad desarrollada. El talento del equipo humano garantiza la calidad de los servicios.

Retribución: Dar una retribución justa, razonable y específica para cada individuo, además de brindar un ambiente saludable que favorezca el equilibrio entre la vida profesional y personal.

3.4 OBJETIVOS EMPRESARIALES

3.4.1 Objetivos De La Hostería Llamahuasi Lodge

Los objetivos corporativos son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión. Por ser globales, estos deben cubrir e involucrar a toda la organización. Por ello, se deben tener en cuenta todas las áreas que integran a la empresa. Los objetivos corporativos ya sean a corto, mediano o largo plazo deben ser medibles y con posibilidad de evaluación, es decir, que debe ser posible aplicarles una auditoría mediante indicadores globales de gestión.

3.4.1.1 Objetivo General

Brindar servicios ecológicos hoteleros y turísticos, orientados hacia el cliente nacional e internacional, dando como prioridad el satisfacer las necesidades de los clientes a través de nuevos servicios; empleando para ello personal calificado para entregar un servicio de calidad.

3.4.1.2 Objetivos Específicos Administrativos y Financieros

1. Captar en un 50% la demanda de huéspedes.
2. Llegar a ser en el 2015 una empresa Turística con el total financiamiento posible para poder cubrir sus necesidades.
3. Fortalecer los planes corporativos, de crédito y sociales para el año 2015.
4. Aportar al desarrollo socio-económico de la zona en la cual se ejecuta el proyecto
5. Lograr una correcta jerarquización de los espacios y un adecuado desenvolvimiento de las funciones del personal.
6. Realizar estrategias y conducir los esfuerzos organizacionales hacia el alcance de los objetivos a mediano y largo plazo.
7. Participar activamente con instituciones del sector hotelero que favorezcan el desarrollo y funcionamiento de la Hostería.

3.4.1.3 Objetivos Específicos Recurso Humano

1. Contar con el talento humano que propendan una cultura de mejoramiento integral de acuerdo con las necesidades de la Hostería.
2. Realizar un control adecuado a las actividades que se van a desarrollarse dentro del paquete ofrecido al turista.

3. Realizar capacitaciones para de esta forma fortalecer el desarrollo del capital humano con el fin de potenciar la calidad del servicio de la Hostería Llamahuasi Lodge.

3.4.2 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

La estrategia empresarial que adoptará la Hostería es la estrategia de desarrollo en diferenciación, para lograr una fidelización del cliente en el largo plazo, la misma que tiene por objetivo brindar características distintivas importantes para el consumidor y que sean diferenciadoras de la competencia en el campo del turismo sustentable con ayuda de recursos humanos capacitados, e instalaciones de alojamiento que brinden calidad y tranquilidad para el turista.

3.4.2.1 Estrategias de los Objetivos Administrativos y Financieros

Estrategias del objetivo 1

- ✚ Determinar las necesidades y expectativas del cliente.

Estrategias del objetivo 2

- ✚ Determinar herramientas que permitan optimizar recursos económicos que involucran los servicios que oferta el Hostal.
- ✚ Del 100% de las utilidades el 60% se invertirá en la Hostería en publicidad y menaje para las instalaciones de la Hostería.

Estrategias del objetivo 3

- ✚ Investigar en las instituciones financieras la aceptación de los planes corporativos, de crédito y sociales.

Estrategias del objetivo 4

- ✚ Cumplir con leyes y normas exigidos por la comunidad.(Santa Rita)

Estrategias del objetivo 5

- ✚ Implementar el manual de funciones y procesos a desarrollarse en cada uno de los espacios de la Hostería.

Estrategias del objetivo 6

- ✚ Determinar herramientas de control y evaluación para el cumplimiento de la planificación estratégica.

Estrategias del objetivo 7

- ✚ Cumplir con las leyes y reglamentos exigidos por entidades del sector hotelero.

3.4.2.2 Estrategias de los Objetivos del Recurso Humano

Estrategias del objetivo 1

- ✚ Implementar un programa integrado de evaluación del desempeño laboral para el personal de la Hostería.
- ✚ Establecer procesos de selección del personal.
- ✚ Implementar un programa para medir la calidad de servicio.

Estrategias del objetivo 2

- ✚ Llevar un control adecuado de las actividades que se van a desarrollarse dentro del paquete ofrecido al turista, por medio del programa Project en el cual se tomará en cuenta los tiempo asignados en cada actividad.

Estrategias del objetivo 3

- ✚ Implementar un plan integral de capacitación para el personal.

3.5 POLÍTICAS

Las políticas, son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de la empresa. Una de las características primordiales de las políticas es, que dan un margen de interpretación, por tanto deben ser flexibles y no rígidas⁵⁰

3.5.1 Políticas para el Personal

- ✚ La calidad de los servicios será la base principal que sustentará el desarrollo de la Hostería.
- ✚ Eficiencia y agilidad en los servicios que prestará la Hostería.
- ✚ Comprometerse a que el servicio prestado, cumpla las expectativas del huésped sin ningún inconveniente.
- ✚ Los precios a los que se expendan los servicios serán acorde a la calidad del servicio que se preste.
- ✚ El servicio será innovador y personalizado.

⁵⁰ ESPE- Organización de Empresas II

- ✚ El personal será altamente calificado y autosuficiente, que este comprometido con la misión y visión de la empresa.
- ✚ Evaluación permanente del personal y los servicios que prestara la Hostería.

3.5.1.1 Políticas para el Huésped

- ✚ La Hostería solo se responsabiliza por pertenencias de valor entregadas en la recepción.
- ✚ Se cobrará al huésped todas las pérdidas que hubieren en la habitación.
- ✚ Estará permitido que un huésped sea visitado en su habitación
- ✚ Toda persona que ingrese a la Hostería deberá registrarse portando sus documentos de identidad.
- ✚ Puede un huésped solicitar un médico a la Hostería y ser atendido en sus instalaciones.
- ✚ No se permite el ingreso a mascotas a las instalaciones de la Hostería.
- ✚ La salida de la habitación será máximo a las once de la mañana del día siguiente.

3.5.1.2 Políticas de conservación del Medio Ambiente

La política de la Hostería Llamahuasi Lodge, es mantener y promocionar una diversidad social y cultural, mediante el uso sostenible de recursos además de optimizar todos los desechos y transformarlos en materia útil.

3.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El objetivo de la estructura organizacional es proveer un medio necesario con el cual el administrador pueda coordinar las diversas actividades y funciones, para

aprovechar en forma completa la capacidad y habilidad de todo el personal. La estructura organizacional de la empresa permite determinar:

- ✚ Niveles de responsabilidad y autoridad.
- ✚ Racionalización de funciones, procedimientos y canales de comunicación.
- ✚ Desarrollo de actividades, acorde con las circunstancias y evolución de la empresa.

3.6.1 ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE.

La Hostería contará con una estructura funcional vertical, en la que se pone énfasis a la autoridad ejercida y la responsabilidad que cada unidad organizativa posee, se ejerce un fuerte liderazgo que es necesario en una organización que se encuentra en la etapa de introducción al mercado.

A continuación se presenta el organigrama estructural:

Nivel directivo.

Espacio de administración.

El departamento será el responsable de actividades como la contratación de personal, la compra de insumos, el pago de obligaciones y haberes, etc.

Cabe recalcar que para la contratación del personal el administrador deberá regirse a las tablas de competencias laborales de acuerdo a las normas INEN

Generando información oportuna al gerente; en lo referente a la administración del personal y la gestión financiera, mediante la coordinación y colaboración con el departamento de servicios.

✚ Administrador Hotelero.

Nivel de apoyo o staff.

Es el departamento donde se ejecutaran las actividades concernientes a la prestación de servicios, en el cual existe netamente contacto con el cliente, de aquí se ha dividido en cuatro secciones:

Departamento de Servicios

Recepcionista.

Lugar a donde se recibe a turistas para su registro además donde se realiza pedidos de servicios y cobro de cuenta.

Departamento de mantenimiento y seguridad.

Área de apoyo, que permite que se desarrolle con normalidad la prestación del servicio en el cual se incluye la limpieza de las instalaciones, mantenimiento de equipos, infraestructura y seguridad

✚ Camarero Polivalente.

✚ Conserje.

Departamento de alimentos y bebidas

Área en el cual se planificara y servirá a los clientes alimentos y bebidas dentro de esta ara tenemos:

✚ Cocinero Polivalente

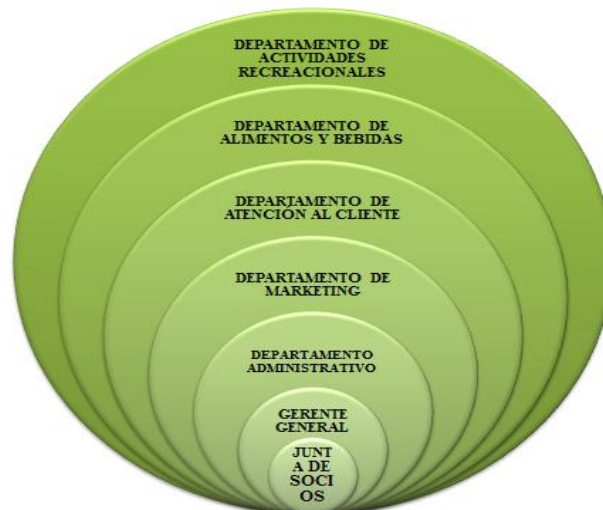
✚ Mesero Polivalente.

Departamento de Actividades Recreacionales:

Área donde se planificara y se realizara las actividades turísticas de caminata, cabalgatas, bicicleta de montaña, observación de flora y fauna, etc.

- ✚ Guía turístico por contrato o convenio.

Gráfico 3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ELABORADO POR: Gladys Iza

**Gráfico N° 3.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO
PARA LA HOSTERÍA “LLAMAHUASI LODGE”**



ELABORADO POR: Gladys Iza.

3.6.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

La organización funcional, es aquella en la que se describen los puestos de los diferentes empleados que trabajan para la empresa, sus requerimientos, sus obligaciones, sus tareas a desempeñar.

Las responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros que conformaran la familia Llamahuasi Lodge, se analizó en la mezcla del marketing, en Personas en la cual se determinó las competencias laborales para un buen servicio de acuerdo a las normas INEN mismas que nos servirán para la contratación del personal y conocer cada una de las funciones a desarrollar en la empresa.

3.6.3 DIAGRAMA DE PROCESOS

Es un cuadro o mapa que retrata en forma precisa el sistema del servicio, de modo que las distintas personas involucradas en proporcionarlo lo comprendan, y traten con él en forma objetiva sin tener en cuenta sus papeles o sus puntos de vista individuales⁵¹.

En la mezcla del marketing se puede apreciar los diferentes diagramas que se realizaron para los diferentes servicios que ofrece la Hostería, el mismo que se permite desglosar un servicio en sus componentes lógicos y de describir los pasos o tareas en procesos, los medios a través de los cuales se ejecutan las tareas y la evidencia de servicio según la experimenta el cliente. (Ver tabla 3.21 a tabla 3.28)

3.7 PARTE LEGAL

El marco legal que se requiere para la conformación de una empresa turística está regido por la LEY DE TURISMO, Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo).

Además son participes en la aprobación de la creación del establecimiento diversos organismos como:

- ✚ Superintendencia de Compañías.
- ✚ Servicio de Rentas Internas.
- ✚ Municipio del Cantón Latacunga: Ley de Régimen Municipal.
- ✚ Ministerio de Salud Pública: Según el código de salud.
- ✚ Instituto de propiedad intelectual IEPPI.
- ✚ Cuerpo de Bomberos – Ley de Defensa contra incendios.

⁵¹ Marketing de servicios, Un enfoque de integración del cliente a la empresa, segunda edición, Valarie A. Zeithaml y Mary Jo Bitner, pág 254.

3.7.1 Procedimiento y documentación que se requiere para establecer la compañía.

Cuenta De Integración:

- 1. Cuenta de integración:** Se realizara el depósito del monto del dinero que representa el capital, en una cuenta bancaria.
- 2. Escritura pública de constitución de la compañía**

La escritura pública constara de:

- ✚ Nombres y apellidos y estado civil de los socios, de las personas naturales o jurídicas, en los dos casos la nacionalidad y domicilio.
- ✚ La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- ✚ El objeto social.
- ✚ Duración de la compañía.
- ✚ Domicilio de la compañía.
- ✚ Importe del capital con la expresión del número de participaciones.
- ✚ Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en especie.
- ✚ La forma en que se organizara la administración y fiscalización de la compañía.
- ✚ La forma de deliberar y tomar soluciones en la junta general y el modo de convocar y sustituirla.

3. Aprobación en la superintendencia de compañías.

Se hará un oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías, pidiendo se autorice o acepte la razón social para constituirse, y posteriormente se tendrá la resolución emitida por la Superintendencia de Compañías, en la

que resuelve aprobar el contrato constituido y la publicación por la prensa del extracto.

La solicitud se presentara en simple papel blanco y la respuesta se otorga en cuatro días.

4. Inscripción en el registro mercantil

Los requisitos para el registro mercantil de constitución de compañías son:

- ✚ Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- ✚ Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
- ✚ Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social.
- ✚ Publicaciones del extracto (Prensa).
- ✚ Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- ✚ Copias de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación vigente de los comparecientes.
- ✚ Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria de Municipio (Para Constituciones).
- ✚ Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para actos Societarios).

5. Registro único de contribuyentes.

Para las empresas se requiere:

- ✚ La escritura de constitución de la compañía.

- ✚ Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- ✚ Copia del Título de propiedad (escrituras de propiedad), o contrato de arrendamiento del local debidamente legalizado.
- ✚ Llenar el formulario 01 A.

6. Obtención de permisos para la constitución de establecimientos de alojamientos:

En el presente cuadro se resume los permisos que debe cumplir el alojamiento, al inicio de sus actividades y durante su funcionamiento.

Tabla N° 3.37 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR LA OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro De Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Solo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Única De Funcionamiento De Turismo	Ministerio de Turismo/ Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso sanitario	Ministerio de Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificado De Salud De Empleados	Ministerio de Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos Y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

FUENTE: Asociación Hotelera del Ecuador – Permisos de Funcionamiento Establecimientos Turísticos.

ELABORADO POR: Gladys Iza.

a) Registro de Actividad Turística

Los artículos 8 y 9 citados en el reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, mencionan la obligatoriedad del registro de la actividad a la cual se registrará la Hostería:

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

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

Prescribiendo un plazo máximo de 30 días después del inicio de actividades para obtener el Registro de Turismo, en el Ministerio de Turismo, siendo sancionado hasta con la clausura del establecimiento de no cumplir con la obligación.

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
3. Copia del R. U. C.
4. Copia de la cedula de identidad.
5. Copia de papeleta de votación.
6. Copia del Contrato compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPP.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de precios de los servicios prestados (original y copia).
10. Declaración Juramentada.

b) Licencia de funcionamiento de Turismo

Aplicando los artículos 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, se requerirá renovar la licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o en el Municipio Cantón Latacunga, según corresponda, además se indica como plazo: hasta el 28 de febrero de cada año.

c) Permiso Sanitario – Certificado de Salud de Empleados

Se deberá renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud según el Código de Salud; reglamento de Tasas en un Plazo de hasta el 31 de Marzo de cada año.

Requisitos permisos sanitarios:

- ✚ Solicitud para permisos de funcionamiento.
- ✚ Planilla de Inspección.
- ✚ Copia del R. U. C del establecimiento.
- ✚ Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por una año desde su emisión).
- ✚ Copia de cedula y papeleta de votación del propietario.
- ✚ Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

d) Patente

Según la Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón, el pago de patentes deberá hacerse en forma anual hasta el 31 de enero en el Respectivo Municipio.

Al momento de constituir la empresa se necesita:

- ✚ Escritura de Constitución de la compañía original y copia.
- ✚ Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ✚ Copias de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✚ Dirección donde funciona la misma.

Para los posteriores años se necesita cancelar las obligaciones del 2 al 31 de enero de cada año, estimando los impuestos del 1.5 x 1000, sobre los activos totales lo siguiente.

- ✚ Los balances y declaraciones en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías y/o Ministerio de Finanzas.
- ✚ La declaración de impuestos del 1.5 x 1000, sobre los activos totales presentada al Municipio. El formulario pertinente lo puede adquirir en Recaudaciones.
- ✚ Copia del Registro Único de Contribuyente (R.U.C) actualizado.
- ✚ Copias de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizado del representante legal.
- ✚ Copia del carnet del contador, actualizado.
- ✚ Copia de la carta de pago del 1.5 x 1000, del año anterior.

e) Rótulos y publicidad exterior

La colocación de rótulos requiere la obtención de un permiso en el municipio del Cantón Latacunga.

Para permisos a mediano (6 meses a 1 año) y largo plazo (1 año a 5 años) se presentara:

- ✚ Croquis de ubicación, fotografía del sitio.
- ✚ Solicitud de permiso de rotulación con timbres y con el registro de datos del titular. Documento que acredite la propiedad o autorización del propietario en caso de arrendamiento.
- ✚ Comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al presente año y autorización del propietario del inmueble.

f) Bomberos

De acuerdo a la Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art. 40) requiere su renovación anual hasta el 31 de marzo de cada año.

7. Afiliación A La Cámara De Turismo CAPTUR

Para la obtención del certificado de afiliación se requerirá los siguientes documentos:

- ✚ Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta.
- ✚ Copia del último aumento de capital (si lo hubiere).
- ✚ Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
- ✚ Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- ✚ Copia del R. U. C
- ✚ Cancelar la cuota de afiliación.
- ✚ Llenar formulario de afiliación.

8. Otros

Además se debe considerar aspectos complementarios para el inicio de actividades como:

1. Inscripción en el IESS para obtener el número de identificación del empleador y la aprobación de los formularios de roles de pago.
2. Inscribir todos los contratos de trabajo en el Ministerio de Trabajo.
3. Imprimir documentación como: facturas, comandas, etc.

3.8 PLAN DE INVERSIONES

Los equipos a utilizar se determinaron según los servicios que la Hostería Llamahuasi Lodge ofertará entre el área administrativa y área de operación, mismos que a continuación se detallará tanto la cantidad y tipo de bien inmueble determinando los existentes y los requerimientos que se necesitarán para la operación de la misma bajo el concepto Hotelero.

3.8.1 Inversión en constitución

Tabla N° 3.38 INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN PARA LA “HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE

HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE		
INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN		
	Requerimiento	Costo
De Constitución	Inscripción del nombre comercial (presentación y título)	120,00
	Afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi.	650,00
	Elaboración de escritura Pública y aspectos legales.	1.200,00
	Permiso sanitario, Patente, Inscripción de Registro Mercantil, RUC, rótulos, Licencias de Turismo y otros.	520,00
Investigación y Desarrollo	Asesoría Técnica	3.000,00
Imprevistos		300,00
TOTAL INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN		5.790,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.2 Área: Recepción

**Tabla N° 3.39 REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MUEBLES Y ENSERES				Área: Recepción
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unit.	Valor Total
Basurero	Plástico, mediano	1	1,50	2,50
Escritorio	Mostrador compuesto por 1 módulo recto de 145 cm., 2 módulos curvos de 138 cm. y 2 módulos rectos de 72 cm. de madera, de madera rustica.	1	550,00	550,00
TOTAL EXISTENTES EN MUEBLES Y ENSERES				552,50
REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES				Área: Recepción
Sillón artesanal ecológico	Sillón plegable de madera con trama artesanal hecho en madera semidura, trama de hoja de palma en asiento y respaldo	1	250,00	250,00
Sillón estilo provenzal para descanso	Estructura de madera maciza. Las medidas: Ancho 150 cm, Profundidad 60 cm, Altura asiento 35 cm, Altura Apoyabrazos 65 cm, Altura total 95 cm.	1	999,00	999,00
TOTAL REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES				1.249,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

**Tabla N° 3.40 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN.
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
Nombre	Unidad	Valor Unitario
Laptop	1	1.200,00
Teléfono Celular	1	120,00
Impresora a tinta	1	75,00
TOTAL EXISTENTES		1.395,00
Hostería Llamahuasi Lodge		
REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
Nombre	Unidad	Valor Unitario
Telefonía convencional	1	120,00
Proyector lg bs274 dlp 2700 lumenes.	1	535,00
TOTAL REQUERIMIENTO		655,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza.

3.8.3 Área: Habitación

**Tabla N° 3.41 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENSERES EN HABITACIONES
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MUEBLES Y ENSERES				Área: Habitación
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO
Camas	Camas de madera laurel con dos amos de garantía, dos plazas	12	45,00	540,00
Estante	Varias dimensiones	2	55,00	110,00
Basurero	De plástico	2	2,50	5,00
Veladores	Madera laurel con garantía	12	25,00	300,00
Total Existentes de Muebles Y Enseres				955,00
REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES				
Sillas de descanso	Madera con recubrimiento acolchonado rustico	2	25,00	50,00
Veladores artesanales	Diseñadas artesanalmente, labrado logotipo de la Hostería, madera pino.	12	35,00	420,00
Camas artesanales	Diseñadas artesanalmente, labrado logotipo de la Hostería, madera pino.	12	60,00	720,00
TOTAL REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES				1.190,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Menaje Habitación

**Tabla N° 3.42 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS EN MENAJE
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MENAJE				Área: Habitación
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Cobijas	2 y 1 1/2 plaza	20	50,00	1.000,00
Colchón	Colchón Chaide Y Chaide Continental De Lujo Anti ácaros , de dos plazas y una plaza	12	180,00	2.160,00
Lámparas	Artesanales	11	25,00	275,00
Edredones	2 y 1 1/2 plaza	12	40,00	480,00
Sábanas	2 y 1 1/2 plaza	24	15,00	360,00
Almohadas	plumón 60 como longitud	12	8,00	96,00
Rodapié	Dimensión 40 m x 50 m	12	4,00	48,00
Cortinas	Dimensión 120 m x 150 m	9	12,00	108,00
Toallas	Dimensiones 70 cm por 50 cm	24	6,00	144,00
Total existente de muebles y enseres/menaje				4.671,00
REQUERIMIENTOS DE MENAJE				
Cobijas artesanales ecológicas	2 y 1 1/2 plaza	12	35,00	420,00
Cubre colchones	Protector de colchón realizado de un lado de toalla y del reverso es de una tela vinílica que lo hace completamente impermeable de 2 y 1 1/2 plaza, Color Blanco	12	30,00	360,00
Cortinas artesanales		12	125,00	1.500,00
Juego de sábanas bordadas	Juego de sábanas de 3 piezas bordado logotipo de la Hostería 100%	12	25,00	300,00

	algodón percal 200 hilos de 2 y 1 1/2 plaza			
Edredones artesanales	2 y 1 1/2 plaza elaboradas a mano	12	50,00	600,00
Alfombras Artesanales	Dimensiones 1,50m por 2,50 m	12	60,00	720,00
Cuadros con atractivos turísticos del Parque Nacional Cotopaxi	Realizadas a mano en cuero de borrego, volcanes, lagunas, refugios, etc.	12	80,00	960,00
Lámparas artesanales	Lámpara, velador de mesa bien rustico, con base de madera antigua y tronco de árbol. Con llave de baquelita antigua color blanca.	12	270,00	3.240,00
Chimeneas eléctricas	Totalmente funcional, tienen aislamiento, tamaño aproximado. 85cm de alto y 85 de ancho con 45 de fondo	4	320,00	1.280,00
TOTAL REQUERIMIENTO DE MENAJE				9.380,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.4 Área: Sala

**Tabla N° 3.43 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS AREA SALA DE STAR
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MUEBLES Y ENSERES			Área: Sala de Star	
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de sillón con acabados de madera artesanal	Madera acabado rustico silla y mesa, capacidad para 6 personas	1	100,00	100,00
Cuadros	Elaborados por artesanos de la comunidad de Santa Rita y pintores de Tigua	4	25,00	100,00
Lámpara	Artesanal	1	12,00	12,00
REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES PARA LA SALA STAR				
Floreros	Floreros rústicos con terminados de madera	2	15,00	30,00
Juego de ajedrez indígena	Rustico, terminado de madera	2	20,00	40,00
Alfombras artesanales	Dimensiones 2,50 m por 3,00 m	1	145,00	145,00
Juego de sala modelo ODIN	Rustico de madera pino, capacidad para 6 personas de 3 piezas, código 048SAL0165T.	1	2100,00	2100,00
TOTAL EXISTENTE DE MUEBLES Y ENSERES PARA SALA DE STAR				212,00
TOTAL REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES PARA SALA DE STAR				2315,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Sala de Star con chimenea

**Tabla N° 3.44 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS ÁREA SALA DE STAR CON CHIMENEA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MUEBLES Y ENSERES PARA LA SALA STAR				
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Minicomponente	Sony Mini Component Mhc-ex9 + Subwoofer 5100 Watts Usb Mp3	1	350,00	350,00
Juego de muebles	Madera, tradicional capacidad 8 personas	1	350,00	350,00
Cuadros	Elaborados por artesanos de la comunidad de Santa Rita y pintores de Tigua	6	34,00	204,00
Lámpara	Artesanal	4	15,00	60,00
Alfombras artesanales	Dimensiones 2,50 m por 3,00 m	1	145,00	145,00
REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES				
Artesanías	Elaborados por artesanos de la comunidad de Santa Rita y de la comunidad de Tigua.	15	6,00	90,00
Televisor	Panasonic 3d Plasma Full Hd 50 Pulgadas Tc-p50vt25 Gafas	1	1.799,00	1.799,00
Soporte para TV	Soporte para pared, capacidad para 50kg.	1	35,00	35,00
Juego de sala modelo odin	Rustico de madera pino, capacidad para 12 personas de 3 pieza, condigo 048SAL0165T.	1	2.500,00	2.500,00
Lámparas artesanales para sala	Lámpara Para Sala o Dormitorio, Diseño Naranja Minimalista	6	30,00	180,00
Floreros	Floreros rústicos con terminado	4	15,00	60,00
Juego de ajedrez indígena	Rustico, terminado de madera	3	20,00	60,00
Sistema de calefacción	En toda la sala.	2	700,00	1.400,00
TOTAL EXISTENTE MUEBLES Y ENSERES PARA SALA DE STAR				794,00
TOTAL REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES PARA SALA DE STAR				6.124,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza.

3.8.5 Área: Cocina

Tabla N° 3.45 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL AREA DE COCINA.

“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”

EXISTENTES DE MAQUINARIA Y EQUIPOS				Área: Cocina
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina Industrial	Hornilla de 40 x 40 con quemadores importados de capacidad calorífica de 30.00BTUS. Plancha para carnes de 40a y 70f cms, en el lateral de la cocina con recogedor de desperdicios en la frente. Mueble construido en acero inoxidable y patas en tubo de acero inoxidable. Horno de gas con válvula de paso sin termostato con puerta de cierre autónomo.	1	1.850,00	1.850,00
Refrigeradora	Fabricación nacional de 2 puertas frontales. Frente y puertas de acero inoxidable 304 mm. Laterales del mueble en acero inoxidable. Paredes y pisos de acero inoxidable. Aislamiento de poliuretano inyectado. Enfriamiento por aire forzado.	1	1.999,00	1.999,00
Licadora	Oster con asas de acero inoxidable	1	70,00	70,00
Batidora	Oster desmontable de pedal con cucharas de acero inoxidable	1	45,00	45,00
Mozones	Acero inoxidable peso 50 libras	2	80,00	160,00

REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS				
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavavajillas industrial Jolly	Lavavajillas industrial, ideal para bares y restaurantes. Dosificador abrillantador, resistencias en Incoloy, Tecla para aclarado en frío, micro paro puerta, termostato de seguridad, bomba de lavado gran potencia. Medidas: ancho: 425mm x alto: 600mm x fondo: 475mm. Altura puerta: 19,5cm	1	1716,00	1.716,00
Secadora	Secadora digital uso de gas 23kg.	1	750,00	750,00
Congelador vertical gran capacidad inoxidable	Congelador vertical de gran capacidad que Volumen l :525 / Gama de temperatura °C -25 / Capacidad congelación kg/24h 30 / Datos técnicos Tensión/Fases V/n° 220/2 / Potencia eléctrica W: 250 / Consumo eléctrico kWh/24h: 4,z Peso neto/bruto kg: 86/94	1	530,00	530,00
Horno RS 604	Peso del aparato vacío 44 kg Dimensiones 800 x 770 x 515 mm Bandejas 4 bandejas 600x400 Distancias entre bandejas 75 mm Cable de alimentación 1Ph+N+PE - 5x1,5 mm ² , Alimentación de agua 1-2,5 bar , Potencia total 5,2 kW , Máxima: 5kW Potencia térmica nominal Media carga: 3kW	1	1.041,00	1.041,00
Batidora Semi-industrial	10 velocidades, 3 aspas, tazon de acero inoxidable KITCHEN AID - modelo KA-RRK5AWH (5 l.)	1	475,00	475,00
Balanza	Acero inoxidable, 50 libras	1	25,00	25,00
TOTAL EXISTENTES MAQUINARIA Y EQUIPOS				4.124,00
TOTAL REQUERIMIENTOS MAQUINARIA Y EQUIPOS				4.537,00

FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza.

Cubertería y Loza

**Tabla N° 3.46 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN CUBERTERÍA Y LOZA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES CUBERTERÍA Y LOZA				Área: Cocina
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Cucharas	postre/sopera	50	0,5	25,00
Cuchillos	carne, pescado	6	2,5	15,00
Cubiertos	Tenedor	50	0,5	25,00
Vajillas	1 Juego que contiene: Plato sobero, plato base, plato postre, plato tendido, tasa, soporte de tas,	25	18	450,00
Porta servilletas	Decorado para centro de mesas	3	0,5	1,50
TOTAL EXISTENTES DE CUBERTERÍA Y LOZA				516,50
REQUERIMIENTOS				
Nombre	Descripción	Unidad	valor Unitario	Valor Total
Juego de cubiertos de 24 piezas	Para 6 persona en acero inoxidable de alta resistencia, TRAMONTINA cosmos - modelo 66950-000 b.c.: 7891116012635	5	32,00	160,00
Vajillas de porcelana	1 Juego que contiene: Plato sobero, plato base, plato postre, plato tendido, taza, soporte de taza,	6	35,00	210,00
TOTAL REQUERIMIENTO DE CUBERTERÍA Y LOZA				370,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Cristalería

**Tabla N° 3.47 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN CRISTALERÍA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES EN CRISTALERÍA				Área: Cocina
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Vasos Grandes	Vasos para capacidad de 5 onz	36	0,80	28,80
Jarras	Vidrio 1 litro	8	2,50	20,00
Vasos Pequeños	Vasos para capacidad de 2 onz	36	0,80	28,80
Copas	Helado	36	2,25	81,00
TOTAL EXISTENTES EN CRISTALERÍA EN EL ÁREA DE COCINA				158,60
REQUERIMIENTO				
Jarra Lechera y Cafetera	Jarra Lechera y Cafetera Acero Inoxidable 11 Cm / 1 L Tramontina - Línea Hotelera	12	25,00	300,00
Copa agua Ballón 25 cl	Diam. 83 mm Alto. 138 Mm	12	1,20	14,40
Copa vino Ballón 19 cl	Diam. 83 mm Alto. 138 Mm	12	1,20	14,40
Copa vino Lira 16 cl	Diam. 57 mm Alto. 141 Mm	12	2,10	25,20
Copa flauta Lira 15 cl	Diam. 51 mm Alto. 161 Mm	12	2,10	25,20
Copa vino Reserva Bordeaux 53.5	Diam. 90 mm Alto. 233 Mm	12	2,50	30,00
TOTAL REQUERIMIENTOS EN CRISTALERÍA EN EL ÁREA DE COCINA				409,20

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Menaje en cocina

**Tabla N° 3.48 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN MENAJE
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE MENAJE				Área: Cocina
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de cuchillos	Cuchillo de 12 pieza	1	35,00	35,00
Exprimidores	para limón, plástico	2	2,50	5,00
Juego de Ollas acero inoxidable	Ollas de acero inoxidable, sin riesgo de contaminación con una base de 5 mm. De espesor para transferencia alta de calor desde el interior hacia el exterior. 10 pieza	1	150,00	150,00
Juego de sartén	Teflón colorido de peltri anti-adherente. De fácil limpieza. De aluminio. Tres piezas	1	65,00	65,00
Olla de presión	Capacidad 6 litros	1	45,00	45,00
Recipientes	Plástico mediano	3	3,00	9,00
Tabla de corte	Bandejas de corte de policarbonato, de fácil limpieza y resistencia	2	2,50	5,00
Bandejas	Porcelana mixta	4	6,00	24,00
Tenedor	Espátula fabricada en acero inoxidable con mango de madera de alta resistencia al calor	2	5,00	10,00
Cucharones	Cucharones con acabado tipo espejo, cucharón y mango de madera de alta resistencia al calor	6	12,00	72,00
Saleros y condimentemos	Plástico medio	6	1,00	6,00
REQUERIMIENTOS DE MENAJE				
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Abrelatas	Acero inoxidable 10 cm.	1	10,00	10,00
Moldes	Postres pequeños por 12 pax	1	12,00	12,00
Juego de Ollas acero inoxidable	Ollas de acero inoxidable, sin riesgo de contaminación con una base de 5 mm. De	2	150,00	300,00

	espesor para transferencia alta de calor desde el interior hacia el exterior. 10 pieza			
Ensaladeras	plástico resistente	2	4,00	8,00
Licuada Industrial	Licuada Industrial De 2 Litros, Alta Rotación 22000rpm, Cod:334065, 1200w, 110v;60hz	1	258,00	258,00
Olla Con Tapa	Olla Con Tapa Ø20cm/ 4,50l En Acero Inoxidable De 0.7mm De Espesor Y Triple Base	2	51,00	102,00
Cacerola Con Mango Y Tapa	Cacerola Con Mango Y Tapa 4cm/ 4,50l En Acero Inoxidable De 0,7mm De Espesor Y Triple Fondo	2	61,00	122,00
Cafetera eléctrica comercial	Cafetera eléctrica comercial - 100 tazas de capacidad - made in usa, west bend - modelo 33600	1	194,00	194,00
Sartén profesional	Sartén profesional acero inoxidable ø 26cm / 2,25l y fondo triple, tramontina - profesional gourmet	2	32,00	64,00
Olla de presión	Olla de presión en acero inoxidable de 6 litros, modelo 21672 (6 l.)	2	117,00	234,00
Plancha sandwichera	Plancha sandwichera press grill, OSTER - modelo 3882-12	1	75,00	75,00
Peladora de papas de acero inoxidable,	Peladora de papas de acero inoxidable, producción 100kg/ hora; cod:208787; 1/4cv, 110v	1	577,00	577,00
TOTAL EXISTENTES EN MENAJE EN EL ÁREA DE COCINA				426,00
TOTAL REQUERIMIENTOS EN MENAJE EN EL ÁREA DE COCINA				1.956,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.6 Área: Comedor

**Tabla N° 3.49 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA
COMEDOR.
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES DE COMEDOR				
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de muebles comedor	Terminado rustico, madera, capacidad para 6 personas	1	450,00	450,00
REQUERIMIENTOS DEL COMEDOR				
Juego de muebles para comedor	Terminado rustico, madera, con diseños del logotipo de la Hostería, capacidad para 8 personas	5	105,00	525,00
Artesanías	Realizadas por los artesanos de Tigua y de la comunidad de Santa Rita	4	15,00	60,00
Cubre mesas	Tela impermeable con bordados tradicionales	6	35,00	210,00
TOTAL EXISTENTES PARA COMEDOR				450,00
TOTAL REQUERIMIENTOS PARA COMEDOR				795,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.7 Área: PIC- NIC

**Tabla N° 3.50 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA PIC-
NIC
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

EXISTENTES PARA EL ÁREA: PIC-NIC				
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Parrilla	Terminado en acero inoxidable, Dimensiones de 1,00 m por 55m	1	45,00	45.00
Juego de muebles de madera	Terminado rustico, madera, capacidad para 8 personas	1	70,00	70.00
TOTAL EXISTENTE EN EL ÁREA DE PIC-NIC				115.00
REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PIC-NIC				
Juegos de muebles de madera	Terminado rustico, madera, capacidad para 8 personas	2	85,00	170.00
Plantas ornamentales	Plantas ornamentales para un ambiente natural y total contacto con la naturaleza	40	0,55	22.00
Señalización	Señalética adecuada en el área de PIC- NIC, en madera de pino con colores según normas INEN	6	8,00	48.00
TOTAL REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PIC- NIC				240.00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.8 Área: Jardines

Tabla N° 3.51 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE JARDINES “HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”

EXISTENTES				Área: Jardín	
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total	
Pino	Planta introducida en el Parque Nacional Cotopaxi	50	0,25	12,50	
Plantas Ornamentales	Plantas ornamentales como: Gramelias, margaritas, Stellaria, cartucho, geranio, palmeras, browalia americana, etc.	200	0,50	100,00	
Plantas Nativas	Pucachaglla, Floripondio, Tilo, pumamaqui, escobill, Fuccia arete, huicundo, polilepis, orejas de conejo.	200	0,5	100,00	
TOTAL EXISTENTES EN JARDINES				212,50	
REQUERIMIENTOS				Área: Jardín	
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total	
Señalética	Artesanal, en pino dimensiones adecuadas para jardín	6	7,00	42,00	
Iluminación	Instalación de iluminación interna en los jardines	1	1200,00	1200,00	
Lámparas	Lámparas artesanales, para jardín	12	25,00	300,00	
TOTAL REQUERIMIENTOS EN JARDINES				1542,00	

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.9 Área: Pila

**Tabla N° 3.52 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PILA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTOS PARA PILA				
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Pila	Pila realizada en forma artesanal de piedra eléctrica	1	280,00	280,00
Instalación Eléctrica	Iluminación pileta	1	250,00	250,00
Especialista en construcción	Diseño y terminado de la pila	1	450,00	450,00
TOTAL REQUERIMIENTO EN PILA				980,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.10 Área: Parqueadero

**Tabla N° 3. 53 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA PARQUEADERO
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTOS			Área: Parqueadero	
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Señalización	Señalética adecuada en el área, en madera de pino con colores según las normas INEN	8	8,00	64,00
Lámparas/Faroles	Lámpara farol, tradicional, modelo p-610	6	35,00	210,00
TOTAL REQUERIMIENTOS PARA PARQUEADERO				274,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.11 Área: Pasillos

**Tabla N° 3.54 EXISTENTE Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE PASILLOS
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTOS			Área: Pasillos	
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Cuadros	Realizados por los artesanos de la comunidad de Santa Rita y Pintores de Tigua	6	7,50	45,00
Plantas	Plantas ornamentales como helechos, etc.	6	2,00	12,00
Señalización	Señalética adecuada en el área, en madera de pino con colores según las normas INEN, ejemplo, salida de emergencia, primeros auxilios, etc.	6	8,00	48,00
TOTAL REQUERIMIENTO EN PASILLOS				105,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Semovientes

**Tabla N° 3.55 REQUERIMIENTOS EN SEMOVIENTES
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTOS EN SEMOVIENTES			
Nombre	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Alpacas	15	145	2.175,00
Semillas	5	80	400,00
TOTAL REQUERIMIENTOS EN SEMOVIENTES			2.575,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.8.12 Área: Operación Turística

**Tabla N° 3.56 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA OPERACIÓN
TURÍSTICA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTOS EN EQUIPO PARA CAMPING, BICICLETA, CABALGATAS				
Nombre	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Carpas	Tienda tipo domo: 2.10m x 1.50m, Altura central 1.11 aprox. 2 bolsos de malla Para almacenamiento. Capacidad 2 a 3 personas	6	105,00	630,00
Linterna	Linterna Coleman para acampar viene con pilas tiene 2 fusiones de mano y como foco soporta el agua recomendable y garantizada	6	25,00	150,00
Bolsa de dormir	Lafuma Yellowstone sleeping bag Size: 7'4" Including Hood (6'4" w/o hood) X 20"Weight: 1500 Grams. Temperature Range: 7°F - 43°F / Max Comfort @ 30°F	6	120,00	720,00
Cascos	Casco para ciclismo, Talla Largo de 59 a 63 centímetros y pesa 347 g. combina 23 generosas rejillas de ventilación de túnel de viento	6	20,00	120,00
Guantes	Licras, de algodón e hilo.	12	2,00	24,00
Cuerda	10,5mm/60 metros	6	110,00	660,00
Piolets	Ideal para rutas duras y mixtas. Propiedad Thermo Shield le da excelentes para el manejo manual.	6	55,00	330,00
Linterna de montaña	Linterna de cabeza de 9 leds, requiere de 3 pilas AAA (no incluidas), súper practica para llevar a todo lado	6	14,00	84,00
Bastón para caminatas	Bastón resistente y ajustable que cuenta con sistema amortiguador para minimizar el esfuerzo y cansancio en tus caminatas, excursiones, campamentos etc. Medidas colapsado: 70 cms. Medidas extendido: 135 cms Peso total: 200 gramos.	6	120,00	720,00
Pochos Tradicionales	Lana de Llama y bordados artesanalmente por artesanos de la comunidad.	12	35,00	420
TOTAL DE REQUERIMIENTOS PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS				3.858,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Imagen Corporativa

Tabla N° 3.57 REQUERIMIENTOS PLAN DE COMERCIALIZACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA “HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”

REQUERIMIENTOS PARA COMERCIALIZACIÓN				
Nombre	Descripción	Unid	Valor Unitario	Valor Total
Marca Corporativa	Diseñado a través de un programa técnico, utilizando colores determinados por el INEN. Dimensión 33 de ancho y 5,55 de altura.	1	3000,00	3000,00
Página Web	Descripción de los servicios que ofertar la Hostería, reservación, reseña histórica, actividades, etc.	1	1.000,00	1.000,00
Trípticos	Contendrá información turística, actividades que se puede desarrollar en la Hostería, en papel resistente.	100	1,50	150,00
Volantes	Servirá para difundir los servicios, las promociones y descuentos	100	0,75	75,00
Valla Publicitaria	Servirá de guía para potenciar la marca, ubicación y oferta de los servicios. Dimensiones 4,80 x 2,40 m	1	1.000,00	1.000,00
Tótems / Atractivos Turísticos	Dimensiones 1,20m x 2,40 m. Lámina de tol inoxidable de 1 mm de espesor, logos y/o textos en: lámina reflectiva de alta intensidad (AI) y lámina reflectiva blanca para el fondo, con 6 pictogramas de 600m x 600m	1	1.500,00	1.500,00
Señales de aproximación	Dimensiones 2,40 m x 0,60 m	2	8	16,00
Cartel colgante	Señalización interna para una mejor prestación del servicio y comodidad del huésped. Dimensiones 1,20 m x 1,80m	2	25,00	50,00
Adhesivos	Ayudará a memorizar la marca de la Hostería así como inquietud por conocer la misma.	100	0,25	25,00
Tarjeta de presentación	Permitirá la identificación del Hostería y su imagen corporativa	150	0,60	90,00
Pulseras Distintivas	Elaboradas a mano por artesanos de Tigua	100	0,75	75,00
TOTAL REQUERIMIENTOS PARA COMERCIALIZACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA				6.981,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza.

3.9 Capacitación e implementación de procesos para la gestión del recurso humano (empresas)

Para la implementación bajo el concepto de Hostería se propone como estrategia que el gerente realice capacitaciones para el personal que actualmente trabaja, permitiendo así el adecuado manejo administrativo de la Hostería.

Tabla N° 3.58 CAPACITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO. “HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”

REQUERIMIENTO DEL SERVICIO (MOD).			
CURSO	EMPRESA/INSTITUCIÓN	N° PERSONAS	COSTO POR TALLER
Mesero	Instituto Argentino de Gastronomía, Duración: 20 horas - 10 clases de 2 horas - 1 vez por semana, mail: contacto@cave.com.ar	6	300,00
Camarero	Taller de camarera, 40 horas, Dirigidas por la Sra. Lcda. Pamela Sandoval. Camarera de la Hostería la Ciénega. Teléfono 022315828	6	650,00
Cocinero	Instituto Argentino de Gastronomía, Taller de cocina, 32 horas, Tel-Fax +54 (11) 4816.1414	6	600,00
TOTAL REQUERIMIENTO DE SERVICIOS			1.550,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.10 Determinación de necesidades de mano de obra para las diferentes etapas del proceso.

Durante el desarrollo del proceso se vió la necesidad de mano de obra que permitiera brindar un servicio personalizado de calidad requerido por el cliente.

El recurso Humano Administrativo estara conformado por un Administrador de Alojamiento.

**Tabla N° 3.59 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.							
CARGO	N° PERSONAS	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Reserva Año	Sueldo Anual
Gerente Administrativo	1	327	327	327	326,86	980,86	4.904,86
REQUERIMIENTO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.							4.904,86

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

Para el servicio propiamente dicho o mano de obra directa se requerirá de 6 personas, considerando la Tabla Salarial Sectorial establecido por el Ministerio de Relaciones Laborables.

**Tabla N° 3.60 REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS MANO DE OBRA DIRECTA
“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”**

REQUERIMIENTO DEL SERVICIO (MOD).							
CARGO	N° Personas	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Reserva Año	Sueldo Anual
Recepcionista Polivalente	1	310	310	310	309,87	929,87	4.649,87
Mesero Polivalente	1	310	310	310	309,87	929,87	4.649,87
Camarero	1	310	310	310	309,87	929,87	4.649,87
Cocinero Polivalente	1	313	313	313	312,87	938,87	4.068,87
Guía Nativo	1	313	313	313	312,87	938,87	4.068,87
Conserje	1	299	299	299	298,88	896,88	4.484,88
TOTAL REQUERIMIENTO DE SERVICIOS							26.572,23

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

3.10.1 Descripción de Insumos y Servicios

En general los servicios basicos en la zona tienen un valor relativamente bajo con relación a las grandes ciudades, por lo que se estimó los siguientes valores mensuales:

Tabla N° 3.61 EXISTENTES Y REQUERIMIENTOS EN EL ÁREA DE SERVICIOS BÁSICOS

“HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE”

EXISTENTES DE INSUMOS Y SERVICIOS.			
NOMBRE	PERIODICIDAD	VALOR	VALOR ANUAL
Agua Potable	Mensual	15,00	180,00
Energía Eléctrica	Mensual	25,00	300,00
Teléfono Celular	Mensual	12,00	144,00
TOTAL EXISTENTE PARA INSUMOS Y SERVICIOS BÁSICOS			624,00

REQUERIMIENTOS DE INSUMOS Y SERVICIOS.			
NOMBRE	PERIODICIDAD	VALOR	VALOR ANUAL
Teléfono Fijo	Mensual	50,00	600,00
Internet	Mensual	45,00	540,00
Uniformes de Hostería	Anual	350,00	350,00
TOTAL REQUERIMIENTOS DE INSUMOS Y SERVICIOS			1490,00

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza.

Tabla N° 3.62 TOTAL EXISTENTE DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE

EXISTENTE DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE		
N°	Detalle	Existente
1	Servicios Básicos	624,00
2	Muebles y enseres	552,50
3	Equipos de Computo	1.395,00
4	Muebles y enseres en Habitación	955,00
5	Menaje en habitación	4.671,00
6	Sala de star	212,00
7	Sala de star con chimenea	794,00
8	Área cocina	4.124,00
9	Cubertería y Loza	516,50
10	Cristalería	158,60
11	Menaje Cocina	426,00
12	Comedor	450,00
13	Pic- Nic	115,00
14	Jardines	212,50
Total Existentes		15.206,10

FUENTE: Trabajo de Campo
 ELABORADO POR: Gladys Iza

Tabla N° 3.63 TOTAL EXISTENTES DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE

EXISTENTES DE LA HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE		
N°	Detalle	Requerimiento
1	Inversión en Constitución	5.790,00
2	Imagen Corporativa	6.981,00
3	Operación Turística	3.858,00
4	Capacitación Talento Humano	1.550,00
5	Contratación personal Administrativo	4.904,86
6	Mano de Obra Directa	26.572,23
7	Servicios Básicos	1.490,00
8	Muebles y enseres	1.249,00
9	Equipos de Computo	655,00
10	Muebles y enseres en Habitación	1.190,00
11	Menaje en habitación	9.380,00
12	Sala de star	2.315,00
13	Sala de star con chimenea	6.124,00
14	Área cocina	4.537,00
15	Cubertería y Loza	370,00
16	Cristalería	409,20
17	Menaje Cocina	1.956,00
18	Comedor	795,00
19	Pic- Nic	240,00
20	Jardines	1.542,00
21	Pila	980,00
22	Parqueadero	274,00
23	Pasillos	105,00
24	Semovientes	2.575,00
Total Requerimientos		62.165,20

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza

CAPÍTULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el capítulo se va a determinar las conclusiones hechas una vez realizado el estudio de mercado para la implementación de la Hostería Llamahuasi Lodge bajo el concepto de Hostería en el Parque Nacional Cotopaxi, así como dar recomendaciones para la posterior ejecución del proyecto.

4.1 Conclusiones

1. Como resultados del análisis FODA podemos determinar que las debilidades y amenazas son superiores a las fortalezas y oportunidades ubicando a la empresa en un cuadrante estratégico de Persista o Resista, debido que la empresa no cuenta con un Plan Estratégico el cual impide el desenvolvimiento interno y externa de la Hostería.
2. El Parque Nacional Cotopaxi es el segundo parque más visitado por turistas extranjeros dentro de sus límites cuenta con 11 atractivos naturales y 6 atractivos culturales, siendo el mayor atractivo del lugar su belleza escénica y los recursos naturales que se conserva, los mismos que permiten el desarrollo de una variedad de actividades turísticas que la Hostería puede ofertar.
3. A través del estudio de mercado se estableció las características y tendencias del cliente consumidor, por tanto quienes visitan el Parque Nacional Cotopaxi son turistas nacionales y extranjeros de género masculino y femenino entre rangos de 19 a 49 años de edad. El turista

nacional viaja independientemente de ciudades como: Quito, Ambato, Latacunga, Riobamba debido a la cercanía con el Parque, y de países como: Continente Europeo (Francia España, Bélgica y Alemania) mismos que utilizan una agencia de viajes como intermediario para conocer el Parque Nacional Cotopaxi, y como medio de comunicación más utilizado para obtener información turística es través del internet y agencias de viajes. Su principal motivo de interés dentro del Parque Nacional Cotopaxi es la observación del Coloso Volcánico. Mismo que manifestaron estar dispuestos a utilizar las instalaciones de la Hostería con una permanencia de dos días y una noche.

4. Las estrategias con respecto a las 8 P'S del marketing se hallan enmarcadas en el plan operativo diseñado para el Hostería "Llamahuasi Lodge" y representan las acciones a tomar en cuanto al producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos, evidencia física y la principal que destacara a la Hostería para la captación de mercado que es la innovación al momento de ofertar los servicios hoteleros y turísticos.
5. El servicio se lo presentará mediante paquetes turísticos, el precio para, los primeros fue establecido según los resultados de la investigación de mercados ya que el 51 % aceptó tener un presupuesto para actividad turística de 15 dólares y el 43%, 20 dólares. El precio real establecido para las actividades turísticas fue determinado según investigaciones hechas a otros establecimientos.
6. De acuerdo al Reglamento General de Actividades Turísticas, decreto de la Ley de Turismo y matrices de calificación de establecimientos hoteleros y su categoría, se ha realizado una propuesta de la línea de manejo hotelero, y se determinó que la Hostería "Llamahuasi Lodge" reúne las características necesarias para ser considerada: Hostería "Llamahuasi Lodge", con categoría de una estrella.

7. La Hostería “Llamahuasi Lodge” nacerá como una empresa turística ecuatoriana destinada a proporcionar servicio de alojamiento, restaurante y actividades recreativas, para satisfacer necesidades y expectativas del turismo interno y externo de descubrir un espacio donde se muestre una riqueza de flora y fauna, en un entorno de total contacto con la naturaleza.
8. Contribuyendo al desarrollo turístico del país y de la zona, mediante un trabajo conjunto que se fundamenta en la honestidad y ética de la dirección del personal y de la comunidad. Funcionará bajo una estructura funcional, encabezada por la junta de accionistas y conformado con un equipo de trabajo de ocho personas.

4.2 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones finalizada la investigación son:

1. Poner mayor atención a las amenazas y debilidades que afectan el entorno que rodean a la Hostería, para lo cual se recomienda que la empresa de su mayor esfuerzo y designar recursos en la elaboración de un Plan Estratégico de Marketing, que a su vez le permita incrementar su número de clientes y consumidores para así también hacer frente a la competencia. La falta de marketing y publicidad es una de las estrategias de penetración que la hostería deberá realizar de manera intensiva.
2. Se recomienda ejecutar el proyecto, en vista que los resultados obtenidos del estudio de mercado reflejan la existencia de un mercado turístico favorable, además la propuesta técnica para la implementación de la Hostería se realizó en base al mercado objetivo.
3. Se deberá cumplir y actualizar la propuesta técnica de acuerdo a los cambios que se presenten en el medio, a fin de diseñar o acoplar nuevas

estrategias que conlleven al cumplimiento de objetivos y por ende su evaluación.

4. Examinar frecuentemente las acciones e innovaciones de la competencia tanto directa como indirecta, que ayuden al mejoramiento de los servicios logrando ser competitivos en el mercado.
5. Para que la Hostería cumpla con la visión se recomienda tomar acciones en cuanto a la propuesta de valor añadido en los servicios que este prestará, surgiendo así la necesidad de extender los servicios complementarios satisfaciendo así las necesidades y deseos del mercado objetivo.
6. Se recomienda la creación de una página web, que dé a conocer su infraestructura, promociones y servicios que ofrecerá el Hostería, la misma que deberá ser actualizada permanentemente.
7. Considerando las tendencias actuales en Hotelería, donde lo tangible es un elemento importante, se recomienda mejorar la evidencia física de la Hostería, ya que en el estudio de mercado la mejor opción del turista tanto nacional como extranjero es hospedarse en una Hostería ecológica.
8. Será necesario una vez ejecutado el proyecto llevar una evaluación constante para conocer como está siendo percibido el servicio, a fin de tener un mejoramiento continuo que cumpla siempre las expectativas del cliente.
9. Será aconsejable mantener siempre criterio de sostenibilidad ambiental, e incentivar a los visitantes, pobladores de la zona al cuidado de las especies y el entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Taylor Kinnear.** Investigación de mercados, McGraw Hill, Quinta edición, Colombia 1998.
2. **Dillon, Madden & Firtle,** La investigación de mercados, un entorno de marketing, Pág. 135 – 168.
3. **Bowes, Lee.** Recursos Humanos en la empresa, organización. Pág. 183.
4. **Mejía Braulio,** Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud .Ecoe Ediciones Bogotá 2000Pag 45.
5. **Kotler, Philip,** Fundamentos de Marketing, Pearson Educación, Sexta Edición, México 2003.
6. **Novo Valencia, Gerardo,** Recorrido Turístico con regreso al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar 1977; pág.65
7. **Andrade, Hall, Mothes, Troncoso, Eissen, Samaniego, Egred, Ramón, Rivero y Yepes,** 2005 cita a Cáceres *et al.*, 2004; Cáceres, 2005. Los Peligros volcánicos asociados con el Cotopaxi,
8. **Marketing De Servicios,** Un enfoque de integración del cliente a la empresa, segunda edición, Valarie A. Zeithaml y Mary Jo Bitner, pág 254.
9. **ESPE-** Organización de Empresas II
10. Dirección Nacional de Biodiversidad, Ministerio del Ambiente
11. Alianza Ecuatoriana para el Turismo Sostenible AETS
12. **Sr. Eduardo Caiza/**Presidente de la Comunidad de Santa Rita.

DIRECCIONES EN INTERNET

1. www.captur.com/est_turisticas.html
2. http://www.franciscoulloa.com/IMGPORTALUTC/galeria/PROYECTOS_ES/PlanDesarrolloProvinciadeCotopaxi.pdf
3. www.turismo.gob.ec/
4. www.municipiodemejia.gov.ec
5. www.hotelesecuador.com.ec
6. www.inec.gov.ec
7. www.geocities.com
8. <http://www.explored.com.ec/ecuador/cotop.htm>.
9. <http://uproadmon.blogspot.com/2007/02/matriz-foda.ht>
10. <http://www.bce.fin.ec/pregun1.php>
11. <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=piib/BCE>
12. http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa
13. http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=158:comunidad-pastocalle&catid=38:andes&Itemid=273
14. <http://www.ecuale.com/cotopaxi/>
15. www.competencialaboral.org/codigo/mailling/mailling_01/mailling_01.html
16. <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html>
17. http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_EXTERNA.htm
18. <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>
19. <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

1. Plan de Desarrollo Turístico del Parque Nacional Cotopaxi, Fundación Páramo, Quito 2007.
2. Plan Estratégico De Desarrollo Turístico Sostenible Del Cantón Mejía 2020
3. Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014
4. Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador/PIMTE 2014
5. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020
6. Guía Interpretativa Del Parque Nacional Cotopaxi
7. Referencia Catastro del Cantón Latacunga 2009

GLOSARIO

Biodiversidad: La biodiversidad comprende la variedad de ecosistemas y las diferencias genéticas dentro de cada especie que permiten la combinación de múltiples formas de vida, y cuyas mutuas interacciones y con el resto del entorno, fundamentan el sustento de la vida sobre el planeta.

Cadena de Valor: En una empresa la cadena de valor está formada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por lo márgenes que estos aportan.

Check In: Término inglés. Concepto que se refiere a los procesos de inscripción en un hotel o medio de transporte, también conocido como facturación en este último caso.

Check Out: Término inglés. Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de cuentas de gastos.

Consumo Turístico: “Gasto total de consumo efectuado por un visitante, o por cuenta de un visitante para y durante el viaje y su estancia en el lugar de destino”

Demanda Turística: “Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (OMT.91).”

Desarrollo sustentable: Puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económico y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica.

Estacionalidad: Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año o en determinadas zonas geográficas. En el primer caso se trataría de la estacionalidad en el tiempo y la segunda estacionalidad en el espacio.

Excursionista: Es el visitante del día que no pernocta.

Inventario Turístico: Es el proceso mediante el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales que como un conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística de un país (OEA.73)

Pernoctación: Estadía. En estadía turística se define como la noche pasada por el turista en un lugar determinado (NOVO.77)

Relaciones Publicas: Son el manejo estratégico de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas Audiencias Objetivo, cuyo propósito es el de incrementar el posicionamiento, estimular las ventas, facilitar las comunicaciones y establecer relaciones entre las Audiencias Objetivo, la empresa y su marca.

Parque Nacional: Un parque nacional es una categoría de área protegida que goza de un determinado estatus legal que permite proteger y conservar la riqueza de su flora y su fauna.

Ecoturismo: Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajantes.

Sostenibilidad: Se refiere a un equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de revocabilidad del mismo.

Turismo: Son las actividades que realizan las personas durante su estadía en un lugar distinto al de su residencia habitual por no más de un año consecutivo por placer, negocios u otros propósitos.

Turista: Es un visitante que se queda por lo menos una noche en un alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

Visitante: Son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo. Por lo tanto, visitante representa la unidad básica de la OTM para el conjunto de estadísticas del turismo.

Menaje: Muebles y utensilios, especialmente de una casa: tenemos que renovar el menaje de cocina.

ANEXOS

ANEXO 1 -ENCUESTA TURISTA NACIONAL

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información necesaria para la implementación y operación de servicios turísticos bajo el concepto de hostería en el Parque Nacional Cotopaxi.

- 1.- ¿Su edad esta entre?
Menor de 10 años () De 30 a 39 años () De 60 años a mas ()
De 10 a 17 años () De 40 a 49 años ()
De 18 - 29 años () De 50 a 59 años ()
- 2.- ¿Género?
Masculino () Femenino ()
- 3.- ¿Cuál es su lugar de procedencia? Mencione su ciudad
Costa y/o Litoral () ----- Oriente y/o Amazonia () -----
Sierra y/o Andes () ----- Galápagos y/o Islas () -----
- 4.- ¿Los servicios dentro de un Parque Nacional deben promover los conceptos de?
Hosterías () Cabañas ()
Refugios y/o Albergues de Altura () Centro de Interpretación ()
- 5.- ¿Cómo efectuó su viaje turístico al Parque Nacional Cotopaxi?
Independiente ()
Operadora Turística ()
Agencia de Viajes ()
- 6.- ¿Cómo es su forma de viaje? Señale el número de personas que lo acompañaron en su viaje?
Grupo de Familia () ----- Solo () -----
Grupo de amigos () -----
- 7.- ¿En cuántas ocasiones ha visitado el Parque Nacional Cotopaxi?
Una Vez () Dos Veces ()
Tres Veces () Varias Veces ()
- 8.- ¿Qué sitios de interés turístico le gustaría visitar en el Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia
Volcanes () Refugios ()
Lagunas () Zona Histórica ()
Cuevas () Centro de Interpretación Mariscal Sucre ()
- 9.- ¿Le gustaría utilizar los servicios de una hostería, que además de brindar alojamiento pueda realizar actividades turísticas que le permitan estar en contacto con la naturaleza?
Si () No ()
- 10.- ¿Qué características y diseños de instalaciones turísticas, a usted le gustaría alojarse para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi?
Casa Ecológica () Casa de Campo ()
Casa Villa () Casa Hacienda ()
- 11.- ¿Según su criterio cuales deberían ser los servicios que ofrezca la hostería para su mejor estadía?

- Alimentación () Internet ()
 Hospedaje () Teléfono/Fax ()
 Recreación () Paquetes Turísticos ()
- 12.- ¿Especifique el tiempo de permanencia dentro del Parque Nacional Cotopaxi?
 Menos de un día () Dos días y una noche ()
 Un día () Tres días y dos noches ()
 Otro especifique cual.....
- 13.- ¿Los precios de los servicios que usted realiza, para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi deben ser manejados por medio de?
 Paquetes Turísticos () Servicios Suelos ()
- 14.- ¿Cuánto sería su presupuesto para hospedarse en una hostería aleadaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su plan de turístico?
 15 – 30 dólares por pax /Día/Noche/Económicas ()
 31 – 60 dólares por pax/Día/Noche/Turistas ()
 61– 100 dólares por pax/Día/Noche/Confortables ()
 101 – 400 dólares por pax/Día/Noche/Lujo ()
- 15.- ¿Cuánto sería su presupuesto para la alimentación diaria en una hostería aleadaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico?
 hasta 8 dólares ()
 hasta 12 dólares ()
 hasta 14 dólares ()
 mas 14 dólares ()
- 16.- ¿Cuánto sería su presupuesto para las diferentes actividades de recreación (caminatas, camping, cabalgatas, etc. en una hostería aleadaña al Parque Nacional Cotopaxi durante su viaje turístico.?
 10 – 15 dólares ()
 16 – 20 dólares ()
 21 – 25 dólares ()
 26 – 30 dólares ()
 31 – 35 dólares ()
 36 – 40 dólares ()
 Más de 41 dólares ()
- 17.- ¿Qué actividades le gustaría realizar para su mejor estadía dentro del Parque Nacional Cotopaxi? Mencione tres de acuerdo a su importancia
 Caminatas () Cabalgatas ()
 Visita a mercados Indígenas () Ascensiones al Volcán ()
 Observación de Flora y Fauna () Bicicleta de montaña () Otros.....
- 18.- ¿De su experiencia en el Parque Nacional Cotopaxi es necesario contar con guías naturalistas para su mejor estadía?
 Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2
SURVEY FOR TOURISTS FOREIGNERS

ARMY POLYTECHNIC SCHOOL

This survey aims to obtain information necessary for the implementation and operation of tourism services under the concept of hostel in the Cotopaxi National Park.

Tick the right answer according to your opinion.

- 1.- ¿What's your age?
Under 10 years () 30 to 39 years () More than 60 years ()
10 to 17 years () 40 to 49 years ()
18 to 29 years () 50 to 59 years ()
- 2.- ¿Gender?
Male () Female ()
- 3.- ¿What's your place of origin? Mention your city
North America () Europe () Oceania ().....
South America () Asia ()
Central America () Africa ()
- 4.- ¿How did you make your trip to the Cotopaxi National Park?
Independent () Tour Operator ()
- 5.- ¿What's your way of travelling? Number of people who accompanied you on the trip.
Family group? () Single ()
Friends Group? ()
- 6.- ¿What media did you use to acquire the destination information?
Newspaper? () Internet? () Lodging place? ()
Friends? () Travel Agency? () Travel guide? ()
- 7.- ¿What sights would you like to visit in the Cotopaxi National Park? List three according to their importance.
Volcanoes () Shelters () Caves ()
Lakes () Historical Places () Interpretive Centers ()
- 8.- ¿Would you like to use the hostel services that in addition to providing accommodation to tourist activities allow you to keep in touch with nature?
Yes () No ()
- 9.- According to you. ¿What services should the park promote?
Hostels? () Cabins? ()
Shelters? () Interpretive Centers? ()
- 10.- ¿What features and design of tourist facilities, would you like for your best stay in the Cotopaxi National Park?
Green House? () Country house? ()
House village? () Home farm?. ()
- 11.- According to your own criteria, ¿what should be the services provided by the inn for your best stay? Mention three according to their importance.

- Food? () Internet? ()
 Lodging? () Laundry? ()
 Recreation? () Tourist information? ()
 Tourist parks? () Airport Transfer? ()

- 12.- Specify the time spent in the Cotopaxi National Park.
 Less than a day () Two days and one night ()
 One day () Three days and two nights ()
- 13.- ¿The prices of services you perform in the Cotopaxi National Park should be handled by?
 Tourist Packages () Loose services ()
- 14.- ¿What would be your budget to stay in a hostel nearby Cotopaxi National Park during your tour plan?
 \$15 – \$30 per pax/day/night/economic ()
 \$31 – \$60 per pax/day/night/tourists ()
 \$61 – \$100 per pax/day/night/comfortable ()
 \$101 – \$400 per pax/day/night/luxury ()
- 15.- ¿What would be your budget for the daily feeding in a hostel nearby Cotopaxi National Park during your sightseeing trip?
 Up to 8 dollars? ()
 Up to 12 dollars? ()
 Up to 14 dollars? ()
 More than 14 dollars? ()
- 16.- ¿What would be your budget for the different recreational activities (hiking, horseback riding) etc. in a hostel nearby Cotopaxi National Park during your sightseeing trip?
 10 – 15 dollars ()
 16 – 20 dollars ()
 21 – 25 dollars ()
 26 – 30 dollars ()
 31 - 35 dollars ()
 36 - 40 dollars ()
 More than 41 dollars ()
- 17.- ¿What activities would you like to make to have your best stay in the Cotopaxi National Park? Mention three according to their importance.
 Walks () Visits to indigenous markets ()
 Rides () Observations of the flora and fauna ()
 Climbs to volcano () Mountain bike () Others ().....
- 18.- According to your experiences. ¿Do you consider important to count on guides for your best stay in the Cotopaxi National Park?
 Yes () No ()

THANKS FOR YOUR HELP AND TIME.

ANEXO 3 CATASTROS MUNICIPALES DEL CANTON LATACUNGA

PROVINCIA DE COTOPAXI CATASTROS 2010

PROVINCIA DE COTOPAXI CATASTROS 2009

REG	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CAT.	HB	PL	ME	PL	PE	R.U.C./C.I.	TEL.
-----	--------------	---------------	---------------------	-----------	------	----	----	----	----	----	-------------	------

CANTÓN : Latacunga

PARROQUIA: Latacunga

Agencias de Viajes

1	0501500167	ALOHA TRAVEL S.A.	ALOHA TRAVEL SUCURSAL LATACUNGA	ALOHA TRAVEL SUCURSAL LATACUNGA	2 DE MAYO Y GENERAL MALDONADO	DUAL	0	0	0	0	3	0500150	2811449
2	0501500158	VYZITATOURS S.A.	VYZITATOUR S.A.	CARLOS GILBER CHILUISA CHICAIZA	AV.5 DE JUNIO Y AV. COTOPAXI	DUAL	0	0	0	0		0591714171001	2808618
3	0501040118	DELGADO TRAVEL	DELGADO TRAVEL CIA LTDA	ANTONIO DELGADO	2 DE MAYO Y JUAN ABEL ECHEVERRIA	INTERNACIONAL	0	0	0	0	5	1390141773001	2811333
4	0501500001	METROPOLITAN TOURING	METROPOLITAN TOURING CIA. LTDA.	ÁNGELA JARAMILLO DE LEON	GUAYAQUIL 526 Y QUITO	INTERNACIONAL	0	0	0	0	5	05091705415001	2810334
5	0501500002	SEITUR	SEILATACUNGA CIA. LTDA.	SONIA VASCONEZ	S. ORELLANA 7093 Y G. MALDONADO	INTERNACIONAL	0	0	0	0	4	0590060216001	2811465
6	0501500147	BERREZUETA & BERREZUETA CIA. LTDA.	BERREZUETA & BERREZUETA CIA. LTDA.	GUILLERMO ENRIQUE BERREZUETA CALDERON	PADRE SALCEDO 4-38 Y QUITO	OPERADORA	0	0	0	0	2	05917116870001	2804327
7	0501590146	BOLICHETO TOURS CIA. LTDA.	BOLICHETO TOURS CIA. LTDA.	JAIME JESUS MORENO MASABANDA	BARRIO BARTOLOME DE ROMERILLO	OPERADORA	0	0	0	0	3	0591711954001	9190837
8	0501040114	ESTAMBUL TOURS	ESTAMBUL TOURS CIA LTDA	MARIA LORENA BATALLAS ESPIN	BELISARIO QUEVEDO 6-44 Y P. SALCEDO	OPERADORA	0	0	0	0	3	0591700634001	2800354
9	0501500107	EXPEDITIONS VOLCANO ROUTE	EXPEDIT VOLCANO ROUTE CIA. LTDA.	RAMIRO VITERI HERVAS	QUITO 454 Y PADRE SALCEDO	OPERADORA	0	0	0	0	2	0591704567001	99719895
10	0501500163	GREIVAG TURISMO Y SERVICIOS	GRETA MANUELA GUERRERO DE LA VEGA	GRETA MANUELA GUERRERO DE LA VEGA	QUITO 1657 Y PADRE SALCEDO	OPERADORA	0	0	0	0	3	0591715046001	328105510
11	0501610136	MARCELO ARAQUE EXPEDICIONES	A. O. V. MARCELO ARAQUE EXPEDICIONES	JOSE MARCELO ARAQUE CAIZA	CALLE PRINCIPAL	OPERADORA	0	0	0	0	4	05917103700001	2719524
12	0501590160	LIMPIO PUNGU TOURS	LIMPIO PUNGU TOURS CIA LTDA.	SEGUNDO ALFONSO TOCTAGUANO	ALVERTO VARELA QUEVEDO (ALAEQUEZ)	OPERADORA	0	0	0	0	3	1706964598001	2800799
13	0501500003	NEIGES	NEIGES CIA. LTDA.	FREDDY PARREÑO	GUAYAQUIL Y BELIZARIO QUEVEDO	OPERADORA	0	0	0	0	3	0590060208001	2811199
14	0501500142	RINA LLACTA	XAVIER LEONIDAS IZA ANGUISACA	XAVIER LEONIDAS IZA ANGUISACA	GUAYAQUIL Y QUITO	OPERADORA	0	0	0	0		0591710494001	2800357
15	0501500106	SELVA NIEVE EXPEDICIONES	SELVA NIEVE EXPEDICIONES CIA. LTDA.	FABIÁN PINEDA GALLO	PADRE SACEDO	OPERADORA	0	0	0	0	2	1890137462001	2802529
16	0501040120	SUMACÑAN EXPEDICIONES	SUMACÑAN EXPEDICIONES CIA LTDA	ALFREDO PATRICIO SANDOVAL	GUAYAQUIL S/N Y 2 DE MAYO	OPERADORA	0	0	0	0	3	0591705784001	2811728
17	0501500104	TOBAR EXPEDITIONS	TOBAR EXPEDITIONS CIA LTDA.	EDISON TOBAR GARZON	GUAYAQUIL 538 Y QUITO	OPERADORA	0	0	0	0	2	0591704079001	2811333

Hotel

18	0501500165	SAN LUIS	TERESA DE JESUS AVILA ZAPATA	TERESA DE JESUS AVILA ZAPATA	FLAVIO ALFARO Y AV. ELOY ALFARO	PRIMERA	30	60	0	0	5	0501044606001	2801911
19	0501500145	JIMMY	JAIME ALONSO CORRALES BORJA	JAIME ALONSO CORRALES BORJA	AV. 5 DE JUNIO 1-89 Y AV. COTOPAXI	SEGUNDA	30	54	0	0	5	0500740519001	2806893

Hostal

20	0501500004	MARQUEZ EL	NELSON BAYARDO ESPINEL GORDILLO	NELSON BAYARDO ESPINEL GORDILLO	MARQUEZ DE MAENZA Y ROOSVELTH	PRIMERA	16	31	20	80	5	0500807300001	2811150
21	0501500005	ALAMO EL	GERMANICO PATRICIO PAZMIÑO CORRALES	GERMANICO PATRICIO PAZMIÑO CORRALES	2 DE MAYO 801 Y J. ECHEVERRIA	SEGUNDA	16	25	10	40	2	0500807664001	2812043
	0501500178	PLAZA REAL	JOHANNA PAULINA SALAZAR JACOME	JIHANNA PAULINA SALAZAR JACOME	GUAYAQUIL 120 Y NAPO	SEGUNDA	21	42			3	0502673064001	2811940
22	0501500009	RODELU	JUAN FRANCISCO ROCHA DOURADO	JUAN FRANCISCO ROCHA DOURADO	QUITO 7341 Y PADRE SALCEDO	SEGUNDA	18	36	13	52	6	1709486607001	2800956

	0501500169	BALCON EL	VICENTE TEODOMIRO PROAÑO BELTRAN	VICENTE TEODOMIRO PROAÑO BELTRAN	AV. AMAZONAS 7-047 Y TARQUI	TERCERA	13	26			3	500401112001	2811206
23	0501500006	CENTRAL	JANINEH ABEDRABBO	JANINEH ABEDRABBO	SANCHEZ DE ORELLANA 15-61 Y P. SALCEDO	TERCERA	15	30	5	20	3	1704717956001	2801310
24	0501560133	COCHA LA	CÉSAR AUGUSTO QUEVEDO MOLINA	CÉSAR AUGUSTO QUEVEDO MOLINA	PURUHÁES Y CHIMBOS	TERCERA	16	32	0	0		050083234001	2802556
25	0501500166	ENDAMO	ENRIQUE ABELARDO NARANJO VIZCARRA	ENRIQUE ABELARDO NARANJO VIZCARRA	12 DE MAYO 430 Y TARQUI	TERCERA	13	26	0	0	3	501373336001	2802678
26	0501020113	LA LAGUNA	CARLOS ANIBAL ANCHATUÑAC PACHI	CARLOS ANIBAL ANCHATUÑAC PACHI	PARQUE IGANACIO FLORES	TERCERA	12	24	0	0	3	200154854001	2800816
27	18015000125	LLACTACUNGA	BLANCA AMÉRICA COELLO VACA	BLANCA AMÉRICA COELLO VACA	AV. ELOY ALFARO 79213 Y GRAL.	TERCERA	16	32	10	30	4	0500536145001	
	0501500171	RITSOR	JOOSE ANIBAL TELLO JACOME	JOOSE ANIBAL TELLO JACOME	AV. ORIENTE 120 Y ISLA SEIMUR	TERCERA	13	26			2	0500182183001	2811685
28	501500152	TIANA	KATRIEN DE YONG (TRIBUTREEK)	KATRIEN DE YONG (TRIBUTREEK)	GUAYAQUIL 532 Y QUITO	TERCERA	13	26	4	16	2	05917132586001	2814790
29	0501040117	SANTIAGO	GALO HERNAN SALAZAR	GALO HERNAN SALAZAR	2 DE MAYO 720 Y GUAYAQUIL	TERCERA	14	28	0	0	3	1701310888001	2800899

Hostal Residencia

30	0501500129	PIRÁMIDES LAS	BLANCA ÉLIDA GARCÍA RODRÍGUEZ	BLANCA ÉLIDA GARCÍA RODRÍGUEZ	QUITO Y PASAJE ALCÁNTARA	PRIMERA	13	26	0	0	2	1900175397001	2810821
31	0501500011	ROSIM	KELLY FLORENCIA ROCHAS SIMÓN	KELLY FLORENCIA ROCHAS SIMÓN	QUITO 7335 Y PADRE SALCEDO	PRIMERA	14	28	0	0	3	0501772776001	2800853
32	0501500012	COTOPAXI	AMADOR MARCELO SIMÓN	AMADOR MARCELO SIMÓN	PADRE SALCEDO 5-61 Y SANCHEZ ORELLANA	SEGUNDA	16	33	0	0	6	0590004464001	2801310
33	0501500013	AMAZONAS	LUZ ELENA ÁLVAREZ QUIROZ	LUZ ELENA ÁLVAREZ QUIROZ	FELIX VALENCIA Y AMAZONAS	TERCERA	20	40	0	0	3	0500805775001	2812673
34	0501500053	BALCON EL	VICENTE TEODOMIRO PROAÑO BELTRÁN	VICENTE TEODOMIRO PROAÑO BELTRÁN	AV. AMAZONAS 7059 Y TARQUI	TERCERA	12	22	0	0	2	0500401112001	
35	0501500019	ESTAMBUL	MANUEL HERÁCLIDES ESPÍN ALCOCER	MANUEL HERÁCLIDES ESPÍN ALCOCER	BELISARIO QUEVEDO 6-44 Y P. SALCEDO	TERCERA	12	22	0	0	3	0590000558001	2800354
36	0501500154	GRAN RADIZON'S DE LATAACUNGA EL	SANDRA DE LAS MERCEDES TELLO CAZAÑAS	SANDRA DE LAS MERCEDES TELLO CAZAÑAS	AV. AMAZONAS 513 Y GUAYAQUIL	SEGUNDA	4	16	16	32	3	050221956001	2803436
37	0501500025	LAGUNA LA	CARLOS ANÍBAL ANCHATUÑA PANCHI	CARLOS ANÍBAL ANCHATUÑA PANCHI	RUMIÑAHUI Y ROSSEBELL	TERCERA	12	24	0	0	3	0200154854001	2800440
38	0501500026	TURISTA EL	AÍDA GRACIELA PANCHI MORENO	AÍDA GRACIELA PANCHI MORENO	ANTONIA VELA 79-69 Y SUCRE	TERCERA	13	17	0	0	3	0500788930001	2804818
39	0505500140	TURISTA EL#2	AÍDA GRACIELA PANCHI MORENO	AÍDA GRACIELA PANCHI MORENO	PANGUA 323 Y CUSUBAMBA	TERCERA	0	0	18	24	2	0500788930001	2806122
40	0501500018	RIELES LOS	CARMEN ISABEL CHACÓN GUZMÁN	CARMEN ISABEL CHACÓN GUZMÁN	AV. MARCO AURELIO SUBIA	TERCERA	14	14	0	0	2	0590036684001	2801254

Motel

41	0501520159	ARISTO	SILVIA MARGOTH BONILLA ARIAS	SILVIA MARGOTH BONILLA ARIAS	PANAMERICANA SUR KM.8 1/2	PRIMERA	12	24	0	0	3	0501658439001	2660350
42	0501500021	SAUCES LOS	JOSÉ VICENTE CHÁVEZ SÁNCHEZ	JOSÉ VICENTE CHÁVEZ SÁNCHEZ	AV. UNIDAD NACIONAL S/N Y NIAGARA	PRIMERA	12	24	0	0	4	0590045691001	2800289
43	05015100132	CABAÑAS LAS	FANNY MARÍA BERMEO RODRÍGUEZ	FANNY MARÍA BERMEO RODRÍGUEZ	LAIGUA PUENTE DE ALAQUEZ	SEGUNDA	16	32	0	0	4	0602462145001	2813331
44	..0501500155	NARANJA AZUL LA	RAUL EDUARDO SALAZAR ESPIN	RAUL EDUARDO SALAZAR ESPIN	SAN FELIPE (TIO BAMBA)	TERCERA	16	32	0	0	4	..1706859798001	2813352

Pensión

45	0501500008	QUILOTOA	MARIANITA PAZMIÑO CORRALES	MARIANITA PAZMIÑO CORRALES	ELOY ALFARO Y JULIO ANDRADE	SEGUNDA	7	14	0	0	3	0590049514001	2800099
46	0501500016	MERCED LA	DOLORES MARICELA LÓPEZ ABRIL	DOLORES MARICELA LÓPEZ ABRIL	QUIJANO Y ORDOÑEZ 9-110 Y CALIXTO PINO	TERCERA	8	19	0	0	3	1801772565001	2800678
47	0501500020	TILIPULO	LUCILA LUZ AMÉRICA MOLINA ALCOCER	LUCILA LUZ AMÉRICA MOLINA ALCOCER	GUAYQUIL Y BELISARIO QUEVEDO	TERCERA	12	24	0	0	3	0500208038001	2810611

Hostería

48	051560133135	HATO VERDE	CESAR ENRIQUE MORA BOWEN AGUIRRE	CESAR ENRIQUE MORA BOWEN AGUIRRE	PANAMERICANA NORTE KM13 (ENTRADA A MULALO)	PRIMERA	6	12	6	12	4	1709917127001	2719348
----	--------------	------------	----------------------------------	----------------------------------	--	---------	---	----	---	----	---	---------------	---------

Cafetería

49	0506500150	GELATERIA LA FORNANCE	SANTIAGO PATRICIO RAMOS TRUJILLO	SANTIAGO PATRICIO RAMOS TRUJILLO	QUITO 17-55 Y JUAN ABEL ECHEVERRIA	SEGUNDA	0	0	8	16	4	1801791227001	99204301
50	0501500122	CAFÉ COLONIAL	JACKSON DORYAN TAPIA LEMA	JACKSON DORYAN TAPIA LEMA	QUITO 105 Y PADRE SALCEDO	TERCERA	0	0	10	30	2	0501975999001	2800461
	0501500168	COFFE ANDES ALPES	MARIANA DE JESUS ALVAREZ SANTOS	MARIANA DE JESUS ALVAREZ SANTOS	GUAYAGUIL 6-07 Y QUITO	TERCERA	0	0	4	16	2	0500355276001	2811199
51	0501500138	COMUNA LA	SILVIA ALEXANDRA ROSAS MORA	SILVIA ALEXANDRA ROSAS MORA	QUIJNO Y ORDOÑEZ	TERCERA	0	0	5	20	1	050277192001	S/N

52	0501500124	ELPASAJE EL	DANILO ANTONIO LANAS CAJIAO	DANILO ANTONIO LANAS CAJIAO	PADRE SALCEDO Y QUITO	TERCERA	0	0	9	36	2	050124111001	2660178
Bar													
53	0501500157	KARAOKE EL ESCORPION	MARIA ESTHER VEGA MALLITASIC	MARIA ESTHER VEGA MALLITASIC	COTOPAXI 202 Y LAS PAMPAS	TERCERA	0	0	10	40	2	0500850672001	2803974
54	0501500027	GENS CHOP	LUIS HUMBERTO ARIAS AGAMA	LUIS HUMBERTO ARIAS AGAMA	AV.AMAZONAS Y GRAL. MALDONADO	TERCERA	0	0	12	48	2	0500011549001	2801955
Fuente de soda													
55	0501500164	NICE CREAM	DIANA EDITH RODRIGUEZ LOAIZA	DIANA EDITH RODRIGUEZ LOAIZA	GUAYAQUIL Y SANCHEZ DE ORELLANA	SEGUNDA	0	0	8	32	4	1102719323001	2813229
56	0501500028	SWEET KISS	GLADIS MERCEDES NIETO VINUEZA	GLADIS MERCEDES NIETO VINUEZA	P.SALCEDO 444 Y B. QUEVEDO	SEGUNDA	0	0	4	16	4	1802384440001	2804992
57	0501500029	HELADOS DE PAILA	RAÚL BORJA GARCÍA	RAÚL BORJA GARCÍA	SANCHEZ DE ORELLANA 20136 Y GUAYAQUIL	TERCERA	0	0	4	16	2	1890067294001	2801210
58	0501500030	PINGÜINO	FAUSTO GERMÁNICO HERVAS CARRILLO	FAUSTO GERMÁNICO HERVAS CARRILLO	QUITO 73102 Y GUAYAQUIL	TERCERA	0	0	10	40	3	0590007463001	2810271
Restaurante													
59	0501500048	PARADERO LA FINCA	MARÍA MAGDALENA GUTIÉRREZ ESTRADA	MARÍA MAGDALENA GUTIÉRREZ ESTRADA	PANAMERICANA SUR KM. 1 1/2	PRIMERA	0	0	14	56	6	0590008478001	2811246
	0501500170	ESPAÑOLA LA	LOIDE CECILIA TAPIA ORBEA	LOIDE CECILIA TAPIA ORBEA	2 DE MAYO 7-175 Y GUAYAQUIL	SEGUNDA	0	0	9	36	3	0501605463001	2804247
60	0501500049	FOGON EL	ELSA CUMANDÁ JURADO MALDONADO	ELSA CUMANDÁ JURADO MALDONADO	AV. UNIDAD NACIONAL Y L. PINO	SEGUNDA	0	0	45	180	3	0590047864001	2801400
61	0501500050	HUAGRA CORRAL	ROMMEL VICENTE QUINAPALLO CHIGUANO	ROMMEL VICENTE QUINAPALLO CHIGUANO	ENTRADA PARQUE NACIONAL COTOPAXI	SEGUNDA	0	0	6	24	4	1712610755001	99801122
62	0501500051	POLLOS GUS	MARCEL SCHOLEN APPEL	MARCEL SCHOLEN APPEL	AV. ELOY ALFARO Y J. ANDRADE	SEGUNDA	0	0	14	56	9	1707512010002	2802959
63	0501500156	ASADERO EL BRASERO	ELSA NATALIA VIERA CAMPAÑA	ELSA NATALIA VIERA CAMPAÑA	ELOY ALFARO 3144 Y FLAVIO ALFARO	TERCERA	0	0	8	32	3	0500850672001	2803974
64	0501560134	ASADERO EL LEÑADOR	ÁNGEL MARCELO ÁLVAREZ CHIMGUERCELA	ÁNGEL MARCELO ÁLVAREZ CHIMGUERCELA	AMAZONAS Y PASTAZA	TERCERA	0	0	12	60	2	0501832232001	2814026
65	0501040111	CHIFA CHINA	SHUN HUAN LI	SHUN HUAN LI	ANTONIA VELA Y 5 DE JUNIO	TERCERA	0	0	17	72		060333854001	2813175
66	0501500128	CHIFA DRAGÓN	GUOXIAN CAO	GUOXIAN CAO	AV. UNIDAD NACIONAL Y EMILIO SANDOVAL	TERCERA	0	0	10	40	2	1718703851001	2800555
67	0501500139	CHIFA MIRAFLORES	YOUG FENG LIANG DOI	YOUG FENG LIANG DOI	PADRE MANUEL SALCEDO Y 2 DE MAYO	TERCERA	0	0	8	32	2	1716408057001	2809079
68	0501500121	CHUGCHUCARAS ANITA # 2	MILTON EDUARDO CHILUIZA PANTUSIN	MILTON EDUARDO CHILUIZA PANTUSIN	QUIJANO Y ORDOÑEZ 126 Y AV. RUMIÑAHUI	TERCERA	0	0	8	32	2	050187946001	2804461
69	0501500058	DON MARCO	GERARDO RIGOBERTO CALLE AGUILAR	GERARDO RIGOBERTO CALLE AGUILAR	FELIX VALENCIA 4140 Y QUIJANO	TERCERA	0	0	5	20	3	1704936358001	
70	0501500123	DON CARLITOS	CARLOS ABSALÓN ESTRELLA ACOSTA	CARLOS ABSALÓN ESTRELLA ACOSTA	AV. ELOY ALFARO "LA ESTACIÓN"	TERCERA	0	0	12	44	2	0500954557001	2807266
71	0501500059	EXPRESS	JOSÉ GONZALO CERNA	JOSÉ GONZALO CERNA	AV. ELOY ALFARO 7831	TERCERA	0	0	10	40	3	0590055018001	
72	0501500060	FLORIDA	JOSÉ MANUEL TARCO TARCO	JOSÉ MANUEL TARCO TARCO	ANTONIA VELA 9-85 Y FELIX VALENCIA	TERCERA	0	0	8	32	7	0590028517001	2804082
73	0501500062	GOLOSHOS	JOSÉ FERMÍN PÉREZ VACA	JOSÉ FERMÍN PÉREZ VACA	GARCIA MORENO 231 Y 24 DE MAYO	TERCERA	0	0	6	24	2	1705139799001	
74	0501500063	KARLITA	MERCEDES ANDA ZOILA	MERCEDES ANDA ZOILA	QUIJANO Y ORDOÑEZ 7083	TERCERA	0	0	10	40	2	0590040991001	2802612
75	0501500073	LA POSADA	GUSTAVO CARRERA PÉREZ	GUSTAVO CARRERA PÉREZ	QUIJANO Y ORDOÑEZ	TERCERA	0	0	7	28	3	0590046434001	
76	0501500065	LAMOSHE	VERÓNICA DE LAS MERCEDES HERBAS	VERÓNICA DE LAS MERCEDES HERBAS	QUIJANO Y ORDOÑEZ	TERCERA	0	0	6	24	2	0501737456	2800697
77	0501500068	PICK POLLO 1	RODOLFO MARIO TOBAR VILLACÍS	RODOLFO MARIO TOBAR VILLACÍS	SANCHEZ DE ORELLANA Y FELIX VALENCIA	TERCERA	0	0	6	24	3	0590028401001	2801136
78	0501500070	POLLOS DON SERBULO	SÉRBULO PACHECHO MENA	SÉRBULO PACHECHO MENA	CINCO DE JUNIO Y ELOY ALFARO	TERCERA	0	0	7	28	6	0501247274001	
79	0501500071	POLLOS DON SERBULO# 1	SÉRBULO PACHECHO MENA	SÉRBULO PACHECHO MENA	AV. AMAZONAS Y GUAYAQUIL	TERCERA	0	0	14	56	7	0501247274001	2802551
80	0501500126	POLLOS DON SERBULO # 4	CARMEN ELISA LEÓN ALBA	CARMEN ELISA LEÓN ALBA	AV. AMAZONAS Y GUAYAQUIL	TERCERA	0	0	7	28	3	0500536145001	2802551
81	0501500130	RICOS	LUIS ALFREDO LLAULLI TENORIO	LUIS ALFREDO LLAULLI TENORIO	AV. ELOY ALFARO Y FLAVIO ALFARO	TERCERA	0	0	8	32	4	0501509111001	2804219
82	0501500144	SOL CARIBE	NORMA FABIOLA TAPIA MOLINA	NORMA FABIOLA TAPIA MOLINA	NORMA FABIOLA TAPIA MOLINA	TERCERA	0	0	10	40	6	0502000037001	2812291
83	0501500127	SUPER POLLO SABROSÓN	CARMEN ELISA LEÓN ALBA	CARMEN ELISA LEÓN ALBA	AV. 5 DE JUNIO Y ELOY ALFARO	TERCERA	0	0	6	24	3	1900292267001	2802551
84	0501500143	SUPER POLLO RICO	MARCO VINICIO LLERENA MARTINEZ	MARCO VINICIO LLERENA MARTINEZ	GUAYAQUIL Y QUIJANO Y ORDOÑEZ	TERCERA	0	0	5	20	3	1802935794001	2660142

85	0501500035	CHUGCHUCARAS ANITA	SEGUNDO OSWALDO CHILUIZA TRAVEZ	SEGUNDO OSWALDO CHILUIZA TRAVEZ	QUIJANO Y ORDOÑEZ 6624 Y RUMIÑAHUI	CUARTA	0	0	7	28	3	0590038814001	2811961
86	0501500036	CHUGCHUCARAS AQUI SON	JOSÉ JIMÉNEZ QUINTANILLAS	JOSÉ JIMÉNEZ QUINTANILLAS	AV. UNIDAD NACIONAL 5468	CUARTA	0	0	6	24	3	0590024236001	
87	0501500037	CHUGCHUCARAS CHARITO	LUIS ARCENIO MASAPANTA JIMÉNEZ	LUIS ARCENIO MASAPANTA JIMÉNEZ	QUIJANO Y ORDOÑEZ Y MARQUEZ DE MAENZA	CUARTA	0	0	10	40	2	0590049077001	2810932
88	0501500038	CHUGCHUCARAS DON GUAITA	MARÍA HORTENSIA GUAITA IZA	MARÍA HORTENSIA GUAITA IZA	QUIJANO Y ORDOÑEZ 6622	CUARTA	0	0	8	32	4	0500956917001	2802196
89	0501500039	CHUGCHUCARAS DON PANCHO	LAURA MARÍA SALAZAR BORJA	LAURA MARÍA SALAZAR BORJA	QUIJANO Y ORDOÑEZ 6636	CUARTA	0	0	7	28	4	0590048879001	2802514
90	0501500046	CHUGCHUCARAS ROSITA	JOSÉ RIGOBERTO CALLE AGUILAR	JOSÉ RIGOBERTO CALLE AGUILAR	AVE. ELOY ALFARO 31-126	CUARTA	0	0	8	32	4	0590027634001	2813468
91	0501500044	PANAMERICANO	MARÍA ELISA GRACIELA LÓPEZ CUEVA	MARÍA ELISA GRACIELA LÓPEZ CUEVA	AV. ELOY ALFARO 7839 Y V. TORRES	CUARTA	0	0	8	32	2	1702240753001	2813316

Discoteca

92	0501500076	GALAXI	LUIS ANTONIO PUMA SÁNCHEZ	LUIS ANTONIO PUMA SÁNCHEZ	BARRIO EL MIRADOR	SEGUNDA	0	0	40	150	9	1704354842001	2811185
93	0501500077	PARADISE	FERNANDO ISABEL ESCOBAR MIRANDA	FERNANDO ISABEL ESCOBAR MIRANDA	GNRAL.MALDONADO Y AMAZONAS	SEGUNDA	0	0	28	200		1600109134001	2800913
94	05015000141	SKY WAY	JAIME EDUARDO LANAS NARANJO	JAIME EDUARDO LANAS NARANJO	ORIENTE 1-37 Y NAPO	SEGUNDA	0	0	13	100	5	0501698146001	

Refugio

95	0501500078	REFUGIO JOSE F. RIVAS	CLUB DE ACENCIONISTAS DEL COLEGIO SAN GABRIEL	PABLO FERNÁNDEZ	PARQUE NACIONAL COTOPAXI	SEGUNDA	10	20	0	0	3	1707249049001	2222240
----	------------	-----------------------	---	-----------------	--------------------------	---------	----	----	---	---	---	---------------	---------

PARROQUIA: Mulaló

Hostería

96	0501560079	SAN AGUSTIN DEL CALLO	MIGNON BERNADETTE PLAZA SOMMERS	MIGNON BERNADETTE PLAZA SOMMERS	VIA MULALO - HCDA. SAN AGUSTIN DEL CALLO	PRIMERA	8	16	5	20	12	1702405364001	2719160
----	------------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------------	--	---------	---	----	---	----	----	---------------	---------

PARROQUIA: San Juan de Pasto Calle -Lasso

Agencias de Viajes

97	0501590119	ZONA VERDE EXPEDICIONES	ZONA VERDE EXPEDICIONES CIA LTDA	LUIS MEDARDO TOAPANTA	ENTRADA AL PARQUE COTOPAXI	OPERADORA	0	0	0	0	3	0591706713001	2719875
----	------------	-------------------------	----------------------------------	-----------------------	----------------------------	-----------	---	---	---	---	---	---------------	---------

Hostería

98	0501590080	CIENEGA LA	BOLÍVAR LASSO CARRIÓN	BOLÍVAR LASSO CARRIÓN	HCDA. LA CIENEGA LASSO KM 72	PRIMERA	33	83	45	180	47	0590035025001	2549126
99	0501590115	CUELLO DE LUNA	WALTER FRANT JOSEF JANISCH	WALTER FRANT JOSEF JANISCH	PANAMERICANA SUR KM 65	SEGUNDA	18	36	6	36	6	1791414233001	099700330
100	0501500105	HUAGRA CORRAL	ROMEL QUINAPALLO QUIGUANO	ROMEL QUINAPALLO QUIGUANO	ENT. PARQUE N. COTOPAXI	SEGUNDA	0	0	12	20	4	1712610755001	2234196
101	0501610112	PACHOSALAC	LOURDES DEL ROCIO BARAHONA GARCIA	LOURDES DEL ROCIO BARAHONA GARCIA	LASSO CENTRO	SEGUNDA	6	20	70	200	10	1707575062001	2719194
102	0501590082	POSADA DEL REYLA	MARÍA ELIZABETH VARGAS CHÁVEZ	MARÍA ELIZABETH VARGAS CHÁVEZ	PANAMERICANA SUR KM 20	SEGUNDA	7	14	14	56	6	1706910658001	2719319
103	0501560110	CABAÑAS LOS VOLCANES	JOSE MARCELO ARAQUE CAIZA	JOSE MARCELO ARAQUE CAIZA	PANAMERICANA NORTE KM 20	TERCERA	0	0	0	8	25	1702652395001	2719524

Cafetería

104	0501590083	CHALUPAS	PLAZA LASSO LEONIDAS HEREDEROS		PANAMERICANA SUR KM.76 - LA AVELINA	SEGUNDA	0	0	6	24	3	0590008206002	2237244
-----	------------	----------	--------------------------------	--	-------------------------------------	---------	---	---	---	----	---	---------------	---------

Restaurante

105	0501590084	AVELINA LA	LEONIDAS PLAZA SOMMERS	LEONIDAS PLAZA SOMMERS	PANAMERICANA SUR KM.76	TERCERA	0	0	15	60	7	1790069532001	2719433
106	0501590085	EXPRESS	CLEOTILDE CASTRO SANTACRUZ	CLEOTILDE CASTRO SANTACRUZ	PANAMERICANA SUR	TERCERA	0	0	8	32	4	0590000524001	2719155

PARROQUIA: Toacaso

Hostería

107	0501620088	QUINTA COLORADA LA	HENRY MARCEL ALAIN ROSSELET	HENRY MARCEL ALAIN ROSSELET	LOMA DE PUCARA VIA SIGCHOS	SEGUNDA	7	32	10	40	4	1714391891001	2716122
-----	------------	--------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	---------	---	----	----	----	---	---------------	---------

CANTON: La Maná

PARROQUIA: La Maná

Hostal Residencia													
108	0502500089	HERRADURA LA	ROSARIO ENRIQUETA ORRICO PÉREZ	ROSARIO ENRIQUETA ORRICO PÉREZ	19 DE MAYO - BARRIO LOS ALAMOS	SEGUNDA	22	32	0	0	5	1702946235001	2688398
Hotel													
109	1502500162	INTERNACIONAL	MARCO VINICIO SANCHEZ SANCHEZ	MARCO VINICIO SANCHEZ SANCHEZ	AV. 19 DE MAYO Y ZACARÍAS PEREZ	SEGUNDA	30	60	10	40	6	1802111342001	2827864
110	0502500090	SOMAGG	MANUEL GONZALO LLUMILUISA MAIGUA	MANUEL GONZALO LLUMILUISA MAIGUA	AV. AMERICA 213 Y QUITO	SEGUNDA	48	98	10	40	6	0500253885001	2688731
CANTON: Salcedo													
PARROQUIA: San Miguel													
Hostal													
Hostal Residencia													
111	0505500131	CAMINO DEL SOL	ENRIQUE FLORES ESPINOZA	ENRIQUE FLORES ESPINOZA	ABDÓN CALDERÓN 1710 Y SUCRE	TERCERA	13	26	0	0	1	1700646043001	2726988
112	0505500095	VEGAS LAS	MIGUEL ÁNGEL GARZÓN	MIGUEL ÁNGEL GARZÓN	SUCRE Y JUAN LEON MERA	TERCERA	15	30	0	0	2	0590038571001	2726376
Hostería													
113	0505500153	MOLINOS LOS	MARIA ISABEL FONSECA RAMIREZ	MARIA ISABEL FONSECA RAMIREZ	CARRETERO YANAYACU	PRIMERA	7	24	16	80	6	501445118001	98227942
114	0505500096	RUMIPAMBA DE LAS ROSAS	RUMIPAMBA DE LAS ROSAS S.A.	JORGE ALVAREZ PALACIO	AV. NORTE 3501 Y AV ELOY ALFARO YEROVI	PRIMERA	31	98	30	120	40	1790269450001	2727816
115	0501500	SAN MATEO	JUAN BERNARDO BACA	JUAN BERNARDO BACA	PANAMERICANA SUR KM 75	PRIMERA	6	30	10	40	8	1704716933001	2719015
Motel													
116	0505500097	DEL RIO	ANDRÉS BENITEZ CATOTA	ANDRÉS BENITEZ CATOTA	HCDA. SAN LUIS	SEGUNDA	10	20	0	0	3	0500656186001	2726326
Cafetería													
117	0501500122	CAFÉ COLONIAL	JACKSON DORYAN TAPIA LEMA	JACKSON DORYAN TAPIA LEMA	QUITO 105 Y PADRE SALCEDO	TERCERA	0	0	10	30	2	0501975999001	2800461
118	0501500124	PASAJE EL	DANILO ANTONIO LANAS CAJIAO	DANILO ANTONIO LANAS CAJIAO	PADRE SALCEDO 497 Y QUITO	TERCERA	0	0	9		3	0501241111001	2660178
Restaurante													
119	0505500108	SURILLAL EL	HÉCTOR GUSTAVO PORRAS CORTEZ	HÉCTOR GUSTAVO PORRAS CORTEZ	YANAYACU	SEGUNDA	0	0	40	160	10	0500831177001	2726322
120	0501500123	ASADERO DON CARLITOS	CARLOS ABSALON ESTRELLA ACOSTA	CARLOS ABSALON ESTRELLA ACOSTA	AV ELOY ALFARO S/N (LA ESTACION)	TERCERA	0	0	12	24	4	0500954557001	2807266
121	0501500121	CHUGCHUCARAS ANITA	MILTON EDUARDO CHILUISA PANTUSIN	MILTON EDUARDO CHILUISA PANTUSIN	QUIJANO ORDOÑEZ 126 Y AV. RUMIÑAHUI	TERCERA	0	0	8	40	1	0501879464001	
122	0505500100	PARADERO SALCEDO	JAIME EDUARDO GUANOPATÍN SILVA	JAIME EDUARDO GUANOPATÍN SILVA	PANAMERICANA NORTE KM.1	TERCERA	0	0	6	24	2	0590054933001	
123	0505500101	PARADERO YAMBO	RAÚL HUMBERTO CABEZAS SUCRE	RAÚL HUMBERTO CABEZAS SUCRE	PANAMERICANA SUR SALIDA A AMBATO	TERCERA	0	0	8	32	3	0590032700001	
CANTÓN: Saquisilí													
PARROQUIA: Saquisilí													
Hostal Residencia													
124	0506500102	SAN CARLOS	CARLOS ENRIQUE SINCHIGUANO TOAPANTA	SINCHIGUANO TOAPANTA CARLOS ENRIQUE	BOLIVAR (PARQUE LA CONCORDIA)	SEGUNDA	22	44	0	0	3	O500190715001	2721057
Hostería													
125	0506500149	GILO CARMELO	JUAN CARLOS LOPEZ JACOME	JUAN CARLOS LOPEZ JACOME	CHIMBORAZO Y BARTOLOME DE LAS CASAS	SEGUNDA	10	28	6	24	6	..1416389927001	2721634
CANTÓN: Sigchos													
PARROQUIA: Sigchos													
Agencias de Viaje													
126	0507520151	TRIBUTREEK	KATRIEN DE YONG	KATRIEN DE YONG	GENERAL MONCAYO	OPERADORA	0	0	0	0	2	0591713256001	8537829
Hostería													
127	0507500103	THE BLACK SHEEPING	ANDREW NEAL HAMMERMAN	ANDREW NEAL HAMMERMAN	SECTOR GUATUGLOMA	SEGUNDA	8	28	5	20	4	0591700350001	2814587

CANTÓN: Pujilí

PARROQUIA: La Matriz

Hostería

128	0504580109	POSADA DE TIGUA LA	MARGARITA RICAURTE TOVAR	MARGARITA RICAURTE TOVAR	COMUNA RUMICHACA (QUILOTOA)	SEGUNDA	4	16	6	14	3	0501273007001	2813682
129	...0504580137	QUILOTOA LODGE CIA. LTDA.	QUILOTOA LODGE CIA. LTDA.	CARLOS ALFONSO LOPEZ ORDOÑEZ	LAGUNA DE QUILOTOA	PRIMERA	7	12	12	48	6	...1791970047001	22527835

CANTÓN: La Mana

PARROQUIA: La Matriz

Hotel

130	502500162	INTERNACIONAL	MARCO VINICIO SANCHEZ SANCHEZ	MARCO VINICIO SANCHEZ SANCHEZ	AV. 9 DE MAYO Y ZACARIAS PEREZ	SEGUNDA	30	60	10	44	6	1802111342001	2827864
-----	-----------	---------------	-------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---------	----	----	----	----	---	---------------	---------

ANEXO 4 CATASTROS MUNICIPALES DEL CANTON LATACUNGA

PROVINCIA DE COTOPAXI CATASTROS 2010

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Actividad	Registro	Nombre	Propietario	Representante	Dirección
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	ALBERGUE	1703503843	HOSPEDERIA REFUGIO CHIGUAC	MORALES OLINA RODRIGO ANTONIO	MORALES OLINA RODRIGO ANTONIO	CALLES LOS CARAS Y CRISTOBAL COLON SECTOR MAMAHUACHO
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	MOTEL	1703506696	CIELO Y MIEL	GUANO MORENO HILDA SUSANA		PANAMERICANA SUR S/N Y MARQUEZA DE SOLANDA
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	MOTEL	1703504090	REY JORGE EL	YANEZ JORGE EDUARDO	YANEZ JORGE EDUARDO	PANAMERICANA NORTE LT. 2 VALLE HERMOSO
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	PENSION	1703503330	PAPAGAYO	HAYOUN ERAN	HAYOUN ERAN	PANAMERICANA SUR S/N KM 43
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	PENSION	1703506781	THE SECRET GARDEN - COTOPAXI	VALDIVIEZO VELA KETHERINE ANDREA		VIA A LORETO - SANTA ANA DEL PEDREGAL
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	1703503200	TAMBOPAXI	ROMAN SILVA CESAR RENE	ROMAN SILVA CESAR RENE	PARQUE NACIONAL COTOPAXI
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	1703505239	DESCANSO DEL CHAGRA EL	MERINO DIRANI MARIA TATIANA	MERINO DIRANI MARIA TATIANA	PANAMERICANA SUR S/N Y KM. 34 1/2 - EL TAMBO
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1703505085	HACIENDA LA ALEGRIA	ESPINOSA & DASSUM COMPAÑIA	DASSUM DE ESPINOSA PATRICIA/ GABRIEL ESPINOZA	VIA QUITO MACHACHI KM 35 - SECTOR RUMIPAMBA
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1703506686	CHILCABAMBA	ROMAN SILVA CESAR RENE		CALLE LORETO DE PEDREGAL S/N Y VIA SANGOLQUI
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	1703506630	VRAS	MORETA MERA ANA ELIZABETH		JOSE MEJIA S/N Y BOLIVAR
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703505512	CAFE DE LA VACA EL	EL CAFE DE LA VACA CAFEVAC CIA. LTDA.	GUARDERAS MARIA SOL	PANAMERICANA SUR KM 41
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703501719	CASA BLANCA	ESPIN HUGO	ESPIN HUGO	AMAZONAS 215 Y LUIS CORDERO
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703502773	MARISQUERIA LA SIRENA	VELASQUEZ CEVALLOS LUIS	VELASQUEZ CEVALLOS LUIS	PANAMERICANA SUR KM. 36 ENTRADA MACHACHI
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703502775	PEDREGAL EL	JARAMILLO ALBUJA JOSE GABRIEL	JARAMILLO ALBUJA JOSE GABRIEL	COLON 464 Y GRAN COLOMBIA
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703502771	ASADERO EL AVENTURERO	QUILLUPANGUI MONTATIXU LUIS ALFONSO	QUILLUPANGUI MONTATIXU LUIS ALFONSO	CRISTOBAL COLON Y EL HOGAR
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703502776	POSADA DEL CHAGRA	ALTAMIRANO MASAPANTA MARIA INES	ALTAMIRANO MASAPANTA MARIA INES	AMAZONAS Y ARROBA

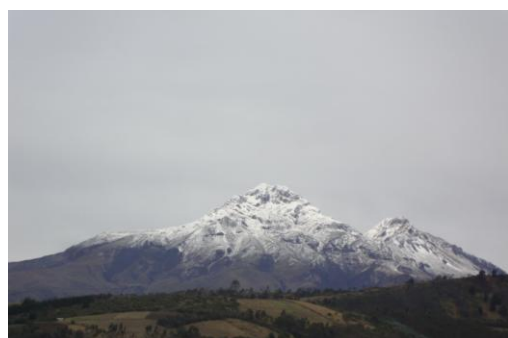
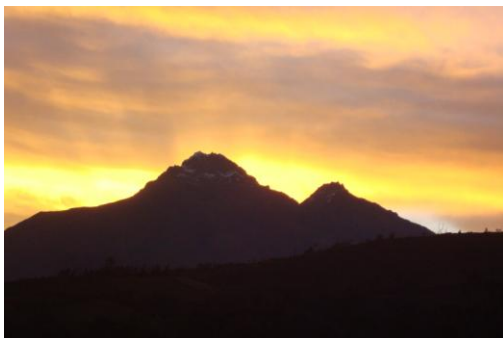
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703506632	MASTERLAPS	MORENO LANDETA LUZ AMERICA		AMAZONAS 630 Y RAFAEL ARROBA
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703504526	CHIFA CHINA MACHACHI NO 2	ESCUDERO NARANJO FRANCY YAMILE	ESCUDERO NARANJO FRANCY YAMILE	CRISTOBAL COLON S/N Y COLOMBIA
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703506631	REFUGIO DEL SUCO EL	MOLINA ALBUJA PABLO ALFREDO		CRISTOBAL COLON S/N Y COLOMBIA
PICHINCHA	MEJIA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	1703503869	THE TESALIA SPRINGS COMPANY	THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A	ALARCON VILLAFUERTE LUIS EDUARDO	AV. RICARDO FERNANDEZ SALVADOR S/N
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	PENSION	1703516762	CORCEL EL	VINUEZA GUTIERREZ ANA ISABEL		PANAMERICANA SUR KM 28
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703516694	CHIFA VALLE HERMOSO	CELI FEJOO SUSANA LUCIA		OBELISCO DE ALOAG KM. 14 1/2 - PANAMERICANA SUR
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703512781	ALOAG	ROJAS DIGNA	ROJAS DIGNA	VIA ALOAG - STO. DOMINGO DE LOS COLORADOS
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703512782	BUEN SABOR EL	MUNZON SARMIENTO MIGUEL	MUNZON SARMIENTO MIGUEL	OBELISCO DE ALOAG
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703512788	SANDRITA	MUZON REGALADO FAUSTO RIGOBERTO	MUZON REGALADO FAUSTO RIGOBERTO	OBELISCO ALOAG
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703512789	SU CASA	MOLINA ALBUJA MARIO ENRIQUE	MOLINA ALBUJA MARIO ENRIQUE	PANAMERICANA SUR KM.30 ALOAG
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703514549	VALLE HERMOSO	RIVERA MERA ALEJANDRO RICAURTE	RIVERA MERA ALEJANDRO RICAURTE	OBELISCO VIA ALOAG - ESMERALDAS
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1703526771	PUERTA AL CORAZON	SANDOVAL PEREZ ROCIO DEL PILAR		CALLE PRINCIPAL - ALOASI
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1703526263	UMBRIA GOURMET	SAMPER QUEVEDO ALVARO FRANCISCO SERGIO		CALLE PRINCIPAL S/N A 1 KM DE ECO ROSAS - PANAMERICANA SUR
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	1703526193	SAN PATRICIO	ROLDAN CHIRIBOGA MARIA JOSE		HACIENDA LA LOLITA A 3 KM DE LA TIENDA LA AVANZADA
PICHINCHA	MEJIA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	1703536629	MANANTIAL DEL SUR	GUAITA CHASI JESUS ABEL		PANAMERICANA SUR KM 00 - CALLE D
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	ALBERGUE	1703544737	NINA RUMY	SALAZAR VILLEGAS BOANERGES NEPTALI	SALAZAR VILLEGAS BOANERGES NEPTALI	CALLE PRINCIPAL BARRIO EL CENTRO
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	PENSION	1703556687	ESPAÑA DE TANDAPI	VARGAS NARANJO JUAN VICENTE		VIA ALOAG LT 2 JUNTO AL COLISEO MANUEL CORNEJO ASTORGA
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703552792	BELLAVISTA	TAPIA ROSA MARIA		VIA PRINCIPAL
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703552796	TANDAPI	PEÑAFIEL CHIRIBOGA MARIA CARMELINA		VIA PRINCIPAL

PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	PENSION	1703565916	ÑUCA HUASI	QUINGA SUAREZ MARIA MAGDALENA		PANAMERICANA SUR LT-1 Y VIA AL VALLE DE LOS CHILLOS
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703562809	VIEJO ROSAL EL	TURCONAGRO CIA.LTDA.	BARRIONUEVO BOLIVAR	PANAMERICANA SUR KM. 25
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703562810	PIC NIC	REST. PIC NIC COLONIAL CIA. LTDA.	BERTONE GIOVANNI	PANAM. SUR KM.24
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	MOTEL	1703576273	SEPTIMO CIELO	ARIAS LARCO JOSE ALFONSO		AUTOPISTA AMAGUAÑA- TAMBILLO - FRENTE AL PARQUEADERO CALDERON CAICEDO
PICHINCHA	MEJIA	ALOJAMIENTO	MOTEL	1703575396	AREA 51	GUERRERO DUQUE CARLOS JULIO		AUTOPISTA A TAMBILLO CALLE GERARDO AGUIRRE S/N Y CALLE B
PICHINCHA	MEJIA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	1703573318	MATILDE LA	ANDERSON GIRON NELLY MARGARITA	ANDERSON GIRON NELLY MARGARITA	VIA A AMAGUAÑA - TAMBILLO
PICHINCHA	MEJIA	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TERRESTRE	1703573547	LEON TRAVEL	FAICAN SEGOVIA PATRICIA ELIZABETH	FAICAN SEGOVIA PATRICIA ELIZABETH	ISIDRO AYORA 3-185 Y 1ERA. TRANSVERSAL

ANEXO 5 VISTA HOSTERIA LLAMAHUASI LODGE

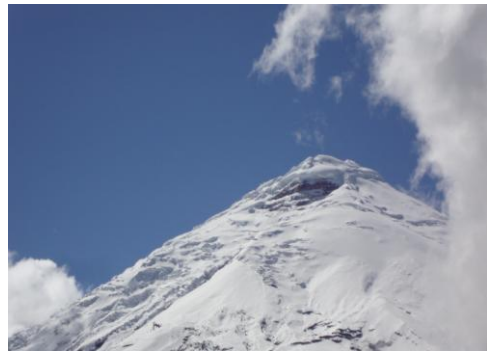


Vista de una hermoso atardecer y amanecer desde la hosteria al Volcan Ilinizas.



ANEXO 6 OFERTA TURISTA DEL PARQUE NACIONAL COTOPAXI

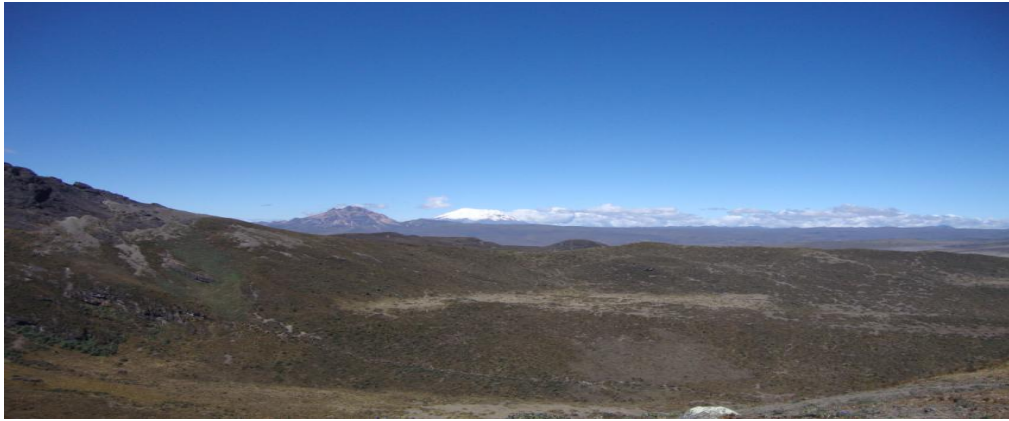
Volcán Cotopaxi



Volcán Rumiñahui



Volcán Sincholahuá



Laguna Limpiopungo



Laguna Los Manantiales



Ruinas Salitres



Refugio José Rivas



Centro de Interpretación Mariscal Sucre



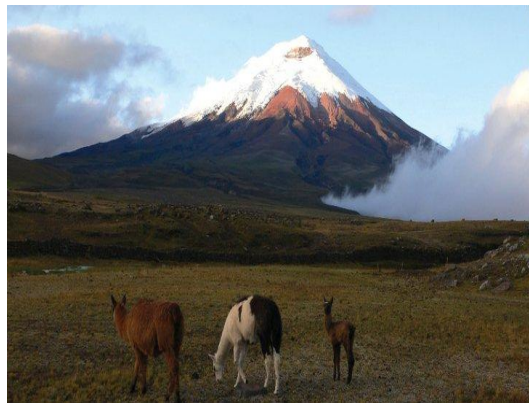
Entrada Sur Parque Nacional Cotopaxi



Ascenso al Volcán Cotopaxi



Fauna



Flora



ANEXO 7 PASOS PARA LA CONSTITUCION DE LA EMPRESA



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

PASOS PARA LA CONSTITUCION

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa que se va a formar en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier BANCO de la ciudad, si el capital con el que se constituye es en numerario.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en cualquier Notaría.
4. Presentación de 3 escrituras de constitución con un oficio firmado por un Abogado Patrocinador que se presentará en la Superintendencia de Compañías o en las Ventanillas Únicas.
5. La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 72 horas como máximo puede responder así:
OFICIO
 - o Cuando existe algún error en la escritura.
 - o Cuando por su objeto social debe obtener permisos previos, tales como Comisión Nacional de Tránsito.
 - o Se deben cumplir con las observaciones enviadas para poder continuar con el proceso de constitución.RESOLUCION

Cuando no existen errores en la escritura, la Superintendencia de Compañías emitirá la resolución de aprobación de la constitución, y los extractos para su publicación.
6. Una vez aprobada la constitución, se deberá publicar en un periódico de amplia circulación del domicilio que va a tener la compañía por un solo día el extracto (se recomienda comparar 3 ejemplares del periódico dónde se publica el extracto: 1 para el Registro mercantil, Otro para la Superintendencia de Compañías y el tercero para la compañía).
7. Se debe presentar una razón de la resolución de constitución en la escritura, en la Notaría dónde obtuvo las escrituras.
8. Debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil del domicilio de la compañía en formación, debe llevar al Registro las 3 escrituras y las resoluciones de aprobación que le entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Debe inscribir los nombramientos del Representante Legal y del Administrador de la compañía para ello debe representar por lo menos 4 ejemplares de cada uno, y cumplir con los requisitos que requiera el Registro Mercantil.
10. Debe presentar a la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:
 - o El tercer testimonio de la escritura de constitución debidamente marginada e inscrita.
 - o La resolución de aprobación de la constitución debidamente marginada e inscrita.
 - o Un ejemplar del periódico dónde se publicó el extracto.
 - o Un ejemplar original de cada uno de los nombramientos inscritos del Representante Legal y Administrador de la compañía.
 - o Copias de la cédula de ciudadanía o del pasaporte del Representante Legal y Administrador de la compañía.
 - o Formulario 01A del Servicio de Rentas Internas debidamente llenado y firmado por el representante legal de la compañía.
 - o Copia simple de una planilla de pago de agua, luz o teléfono, del lugar dónde se abrirá la oficina de la compañía.
11. La Superintendencia de Compañías después de verificar que todo esté correcto, le entregará al usuario:
 - o Los formularios del 01A y 01B del Servicio de Rentas Internas
 - o El certificado de cumplimiento de obligaciones.
 - o La Hoja de Datos Generales.
 - o La Nómina de Accionistas.
12. El usuario con los documentos que le entrega la Superintendencia de Compañías irá al SRI para la obtención del RUC.
13. Debe presentar a la Superintendencia de Compañías copia del RUC DE LA COMPAÑÍA previa a la entrega del oficio al Banco para retirar los fondos de la cuenta de integración.

ANEXO 8 FORMATO DE SOLICITUD PERMISO SANITARIO – CERTIFICADO DE SALUD DE EMPLEADOS



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE COTOPAXI
CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

Latacunga, _____ de _____ del 2012

Señor Doctor
DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DE COTOPAXI
Presente.-

Yo _____ con C. I. _____,
solicito a Ud, muy comedidamente me conceda el permiso de funcionamiento
para el año 2012 conforme al reglamento para otorgar permisos de
funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario,
del Establecimiento _____, que legalmente represento
que se encuentra ubicado en el
cantón _____ Parroquia _____ Calles _____
Telf: _____

Adjunto al presente, sírvase encontrar la documentación necesaria para este fin y
me comprometo a cumplir con las disposiciones legales vigentes.

Atentamente

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- A) Hoja de Calificación
- B) Copia del RUC
- C) Copia de la Cédula de Ciudadanía
- D) Croquis de ubicación del Establecimiento
- E) Certificados de Salud
- F) Permiso del año anterior
- G) Copia del Título del profesional, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública
- H) Plano del Establecimiento a escala 1:50
- I) Permiso otorgado por el cuerpo de Bomberos
- J) Permiso de uso del suelo otorgado en el Municipio (para bares, karaokes, discotecas, cantinas, y otros afines)

MULTA: \$1460,00 SI NO OBTIENE EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
PLAZO: