



TEMA:

**“ Investigación de mercado e
implementación de una hostería en la
entrada sur del Parque nacional
Cotopaxi”**



Introducción

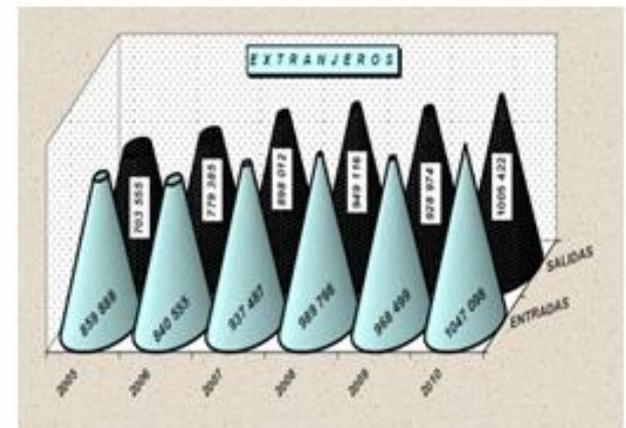
- En la actualidad la empresa no cuenta con un lineamiento Hotelero por lo cual el propósito familiar es la implementación de la Hostería bajo un concepto turístico y Hotelero, para convertirse en uno de los lugares preferidos para el turista para recrearse en un entorno natural, placentero y especialmente familiar.
- Es por lo expuesto que la consecución del proyecto no solo permitirá aprovechar los recursos naturales, de manera sostenible, sino que concederá a lo habitantes mejorar las condiciones de vida mediante actividades relacionadas con el comercio y oportunidades de empleo. De no ser así se dejaría de producir una fuente de ingresos potencial para el desarrollo de todos los involucrados.



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 2010, llegaron al país 1.947.037 extranjeros, los ingresos generados fueron de US\$781 millones

Justificación

- El requerimiento del servicio esta integrado por dos personas quienes realizan actividades de limpieza, cocina, guianza e información turística. Ofrece pequeños paquetes turísticos, transporte y alimentación, 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.
- El grado de aceptación de la hostería , se lo analizara a través del estudio de mercados, para identificar la posible demanda de acuerdo al perfil del consumidor, utilizando fuentes de apoyo secundarias, de institutos abalizados obtenidos a través de la red o boletines de dichos establecimientos.
- Además se realizara un estrategias de mercado el cual permita la comercialización e implementación de actividades y servicios turísticos.

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.

ESPECÍFICOS

- Identificar la oferta potencial de servicios y facilidades turísticas en el área de influencia en el Parque Nacional Cotopaxi.
- Diseñar estrategias de mercado que permita comercializar e implementar actividades y servicios turísticos bajo el concepto de productos turísticos.
- Determinar la demanda existente de flujos en el parque nacional Cotopaxi de la Provincia de Cotopaxi, como destino turístico local.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE LA EMPRESA (PEST)

Microambiente

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

Clientes:

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.

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

Competencia Directa e Indirecta

- Competencia Directa

Tabla N° 1.2 LISTA DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA, 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 |

| NOMBRE | UBICACIÓN |
|---------------------|---|
| Hostería La Ciénega | Lasso |
| Hostería San Mateo | 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 |

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.

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.

Área Administrativa

- Esta área no existe ya que no se encuentra desarrollada una organización estructural formal
- Todas las decisiones actuales las toma el emprendedor de la Hostería 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

MEDIO EXTERNO

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.

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.

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 que se mide 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

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



FUENTE: INEC

AMBIENTE POLÍTICO LEGAL

- 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.

AMBIENTE CULTURAL

Cultura de la comunidad de Santa Rita

Su nombre proviene de un equipo de fútbol que surgió a través de la juventud como Club Cultural Santa Rita. 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. Cada 22 de mayo de cada año la comunidad celebra 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.

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

Tecnología dura que requiere la hostería para su implementación

| EQUIPOS | SERVICIOS |
|--|---|
|  <p>Proyector de video conferencias</p> |  <p>Acceso a computador/internet</p> |
|  <p>Note Book/PC Completa</p> |  <p>Impresiones: Blanco – Negro</p> |
|  <p>Reproductor de audio</p> |  <p>Útiles de oficina</p> |
|  <p>Televisor</p> |  <p>Sistema de calefacción</p> |
|  <p>DVD</p> |  <p>Sistema de seguridad</p> |
|  |  |

Ambiente turístico



| INGRESOS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGUN PAIS DE PROCEDENCIA, PARTICIPACIÓN POR CENTAL AÑOS 2007-2010 | | | | | | |
|--|----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|--------|
| 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% |
| Africa | 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 | |

El Turismo externo es el que realizan los turistas no residentes del país al que viajan.

Motivos de viaje

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

| Entrada de Extranjeros Según Motivo de Viaje, Año 2010 | | |
|---|----------------|-------------|
| Motivo de viaje | Número | % |
| Turismo | 474.753 | 53% |
| Negocios | 5.272 | 1% |
| Eventos | 15.836 | 2% |
| Estudios | 4.624 | 1% |
| Otros | 398.399 | 44% |
| Total | 898.884 | 100% |



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

Grupos de edad de los turistas

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

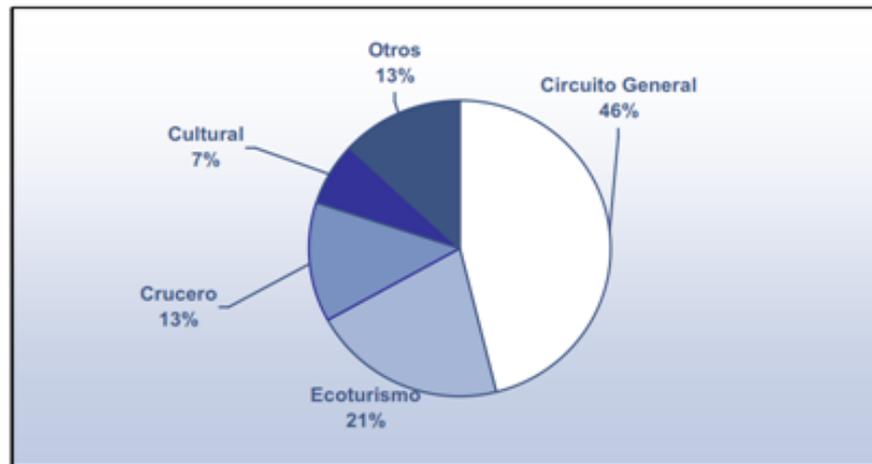
| GRUPO DE EDAD, AÑO 2010 | | |
|-------------------------|------------------|-------------|
| Grupos de Edad | Numero | % |
| 0-4 | 28.245 | 0,03 |
| 5-9 | 31.689 | 0,03 |
| 10-14 | 28.999 | 0,03 |
| 15-19 | 47.301 | 0,05 |
| 20-24 | 94.063 | 0,09 |
| 25-29 | 115.173 | 0,11 |
| 30-34 | 116.930 | 0,11 |
| 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.

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.

Turismo Interno

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 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.

PREFERENCIAS DE ACTIVIDAD DE VISITANTES

**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 |

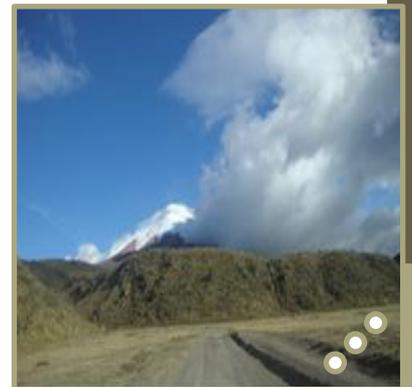
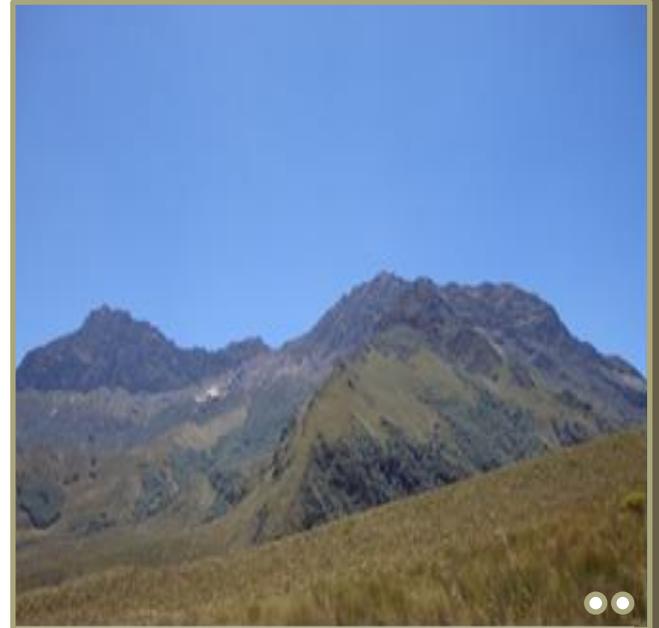
FUENTE: Dirección Nacional de Migración de la Policía, Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014.

PUNTO FOCAL TURÍSTICO



- 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 curianguinos al igual que la presencia de conejos silvestres, lobos de páramo, osos, caballos salvajes y zorros.

OFERTA TURISTICA

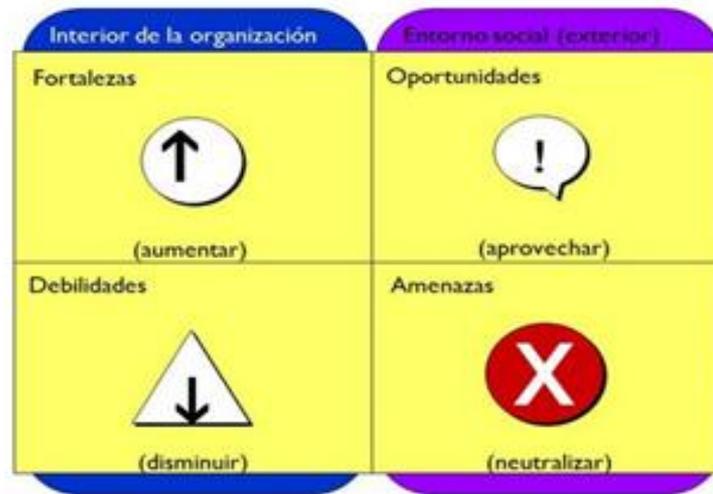


OFERTA TURÍSTICA



ANÁLISIS FODA

Gráfico N° 1.23 FODA



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

| 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>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).</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> |
| 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. Se encuentra localizado en el principal punto focal del Parque Nacional Cotopaxi cuyo atractivo más representativo es el Volcán.</p> <p>4. Población creciente en el sector urbano a nivel nacional, lo que puede significar un incremento de los clientes.</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)</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> <p>8. La Hostería depende específicamente de la estacionalidad vacacional.</p> <p>9. Falta de convenios con intermediarios turísticos para poder ofertar el servicio</p> <p>10. El incremento de la competencia formal e informal en el punto focal es predeterminate en el costo del precio y servicio</p> |

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- **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.
- 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 encontramos diferentes tipos y subtipos.

- 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.
- 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.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- Formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- Para poder determinar el análisis de la demanda que tendrá la Hostería a implementarse en la entrada al Parque Nacional Cotopaxi se analizara a través de la 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

DEMANDA EXTERNA

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:

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

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.

- 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 productos turísticos, ambos representando un 13% cada uno respectivamente.
- 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

DEMANDA INTERNA

- Los desplazamientos de los ecuatorianos 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.
- 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%).
- 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 turistas

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

Áreas Naturales y Vida Silvestre

| 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 YA SUNI | 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 COFAN BERMEJO | 0 | 0 |
| 15 | RESERVA ECOLÓGICA ARENILLAS | 0 | 0 |
| 16 | RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL | 403 | 2.194 |
| 17 | RESERVA ECOL. CAYAPAS MATAJE | 0 | 0 |
| 18 | RESERVA ECOL. COTACACHI CAYAPAS | 16.447 | 88.346 |
| 19 | RESERVA ECOLÓGICA LOS ILDNIZAS | 1.590 | 1.384 |
| 20 | RESERVA ECOL. MACHE CHINDUL | 34 | 199 |
| 21 | RESERVA ECOL. MANGLARES CHURUTE | 384 | 1.608 |
| 22 | RESERVA GEOBOTÁNICA 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 CORAZON | 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 RECREACION 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 Iz

POBLACIÓN Y MUESTRA

- 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
- Muestra es una técnica matemática con el cual obtenemos información el cual permitirá determinar el tamaño de la muestra para poder determinar la estimación mas probable

ESTRUCTURA y CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

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%

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

$$n = 138$$

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

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 PÓ: Gladys Iza

Modelo de Encuesta

- El modelo de la encuesta 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 como prueba piloto y para su mejor comprensión el modelo aplicado al turista extranjero fue desarrollado en idioma inglés
- El cuestionario definitivo que para su mejor comprensión se realizó en español e inglés en 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

CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS DEL CLIENTE- CONSUMIDOR

Tabla 2.7 CARACTERÍSTICAS 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 |
| Habitos 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 | Dos días y una noche | Un día |
| Sociabilidad | Forma de viaje | Grupo de amigos, familia (Tres a cinco personas a mas) | Tour (Diez personas a mas) |
| | 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. |
| Precios | Presupuesto diario de hospedaje | 15,00 a 30,00 dólares por persona en una habitación económica | |
| | Presupuesto diario de alimentación | Hasta 8 dólares | hasta 12 dólares |
| | Presupuesto diario para actividades de recreación | 10 a 15 dólares | 16 a 20 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

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

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 y por lo tanto permitirá conocer la temporada turística y de esta manera además brindar alojamiento, ofertar nuevas actividades turísticas que les permitan estar en contacto con el entorno.
3. 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.

AFLUENCIA AL PARQUE NACIONAL COTOPAXI 2005-2010

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



TASA DE CRECIMIENTO

Fórmula:

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

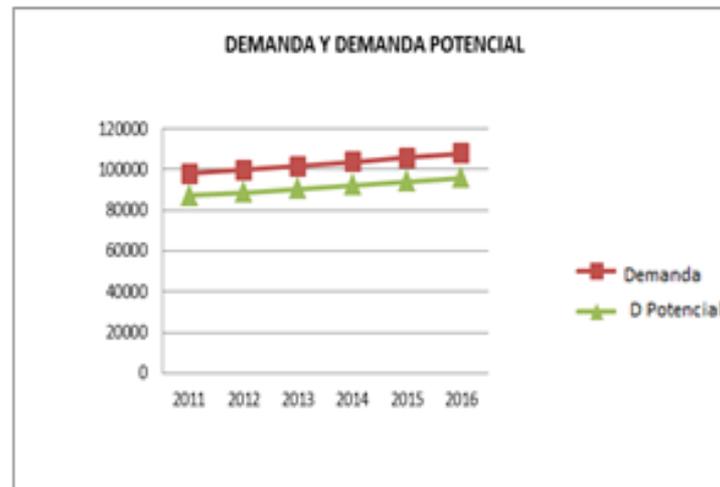
$$TC = 0.019498$$

$$TC = 1,95\%$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

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

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

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.

Tabla N°2.9 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

| AÑO | Capacidad de plaza N° de plazas | Oferta Anual N° de plazas |
|------|---------------------------------|---------------------------|
| 2011 | 516 | 185760 |
| 2012 | 516 | 185760 |
| 2013 | 516 | 185760 |
| 2014 | 516 | 185760 |
| 2015 | 516 | 185760 |
| 2016 | 516 | 185760 |

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

| 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 |

Tabla N° 2.8 COMPETENCIA DIRECTA

| Alojamientos Hosterias | | | |
|------------------------|-----------|-----------------|------------|
| Razón Social | Categoría | Habitaciones | Plazas |
| La Ciénega | Primera | 34 habitaciones | 68 |
| San Agustín de Callo | Primera | 11 habitaciones | 22 |
| San Mateo | Primera | 7 habitaciones | 14 |
| 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 | 516 |

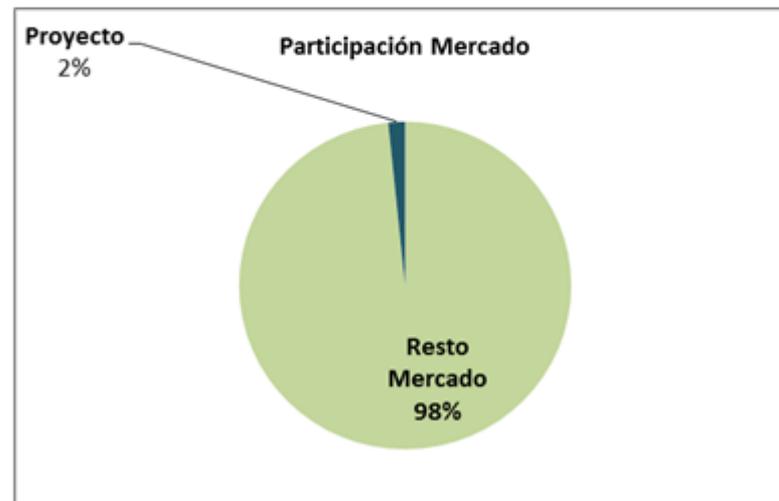
FUENTE: Catastros Turísticos del Cantón Latacunga y Mejía.
ELABORADO POR: Gladys Iza.

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DEL PROYECTO

- 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.
- 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.

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





1.Producto:



Estrategia 1: Desarrollar el concepto de ecolodge bajo parámetros de servicio, alimentación, hospedaje, transporte, y guianza.

Actividad N° 1: Categorización y tipología según el Reglamento ley de actividades turísticas de la República del Ecuador.



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

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

Áreas:

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



Servicios que la Hostería ofertará:



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.
- Se dará una atención especial, por ejemplo: para el santo o cumpleaños, pareja de recién casados, se dejará en la habitación un ramo de flores, una botella de vino o chocolates.
- El horario de atención será permanente, las 24 horas del día, de lunes a domingo.



La Hostería, contará con el servicio de restaurante/cafetería que ofrecerá: desayunos americanos, menú del día (comida de casa), platos típicos (sábados y domingos), también contará con un pequeño snack bar en el que se expendrán 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.



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.



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 dará información acerca del Parque Nacional Cotopaxi y los diferentes atractivos turísticos que posee el Cantón Latacunga.(Volcanes, lagunas, refugios)
- 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
- Caminata alrededor de la Hostería disfrutando de hermosos paisajes que ofrece el Parque Nacional Cotopaxi. (Observación de plantas nativas, alpacas, ovejas)
- Rincón de lectura.
- Fogatas
- Chimenea, Servicio de estacionamiento privado las 24 horas.

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
- ❖ Venta de artesanías.

El Reglamento General de Actividades Turísticas en el Art. 23 señala:

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:

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

- **Estrategia 2:** Ofrecer paquetes turísticos con rutas de esparcimiento natural y cultura, que involucre al turista en un ambiente de total contacto con la naturaleza
- **Actividad 2:** Diseñar paquetes turísticos enfocados en el turismo natural que involucre al turista en un total contacto con la naturaleza.



PAQUETES TURISTICOS/
VISITA AL PARQUE NACIONAL
COTOPAXI CARA NORTE Y SUR

TOUR LAGUNA
LIMPIOPUNGO

TOUR CUEVA DE LOS BÚHOS



2. Precio

- **Estrategia 1:** Definir los precios estableciendo el alcance del mercado existente en el Parque Nacional Cotopaxi.
- La fijación de precios 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 un precio justo para el mercado.



Propuesta del método de fijación de precios

Tabla N° 3.12 PRECIOS DE VENTA PARA LOS SERVICIOS DE LA HOSTERÍA A IMPLEMENTARSE

| PRECIOS DE VENTA PARA LOS SERVICIOS DE LA HOSTERÍA A IMPLEMENTARSE | | | | | |
|--|------------------------------------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------|
| Alojamiento | | Paquetes turísticos | | Alimentación | |
| Habitación | Precio de venta incluido impuestos | Lugar | Precio de Venta | Descripción | Precio de Venta |
| Económicas | 30,00 | Volcán Cotopaxi | 55,00 | Desayuno | 3,00 |
| Confortables | 55,00 | Laguna Limpiopungo | 34,50 | Almuerzo | 3,00 |
| Familiares | 77,00 | Cueva de los Búho | 30,00 | Cena | 3,00 |
| Lujo | 85,00 | | | | |

FUENTE: Trabajo de Campo
ELABORADO POR: Gladys Iza



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 en el mercado y crecer, mediante oferta de nuevos servicios para de esta manera acelerar la adquisición del servicio que ofertará la Hostería.

- **Actividad N° 2: Paquetes promocionales o descuentos**



Turistas nacionales y extranjeros:

Por cada doce personas o más, el guía y chofer recibirá un descuento del 10% en hospedaje o alimentación

En temporada normal: diciembre, enero, febrero, marzo, abril, se captará otro tipo de segmento, como: guías de alta montaña, empresas de transporte. Mismos que arriben a la Hostería con grupos de 15 personas o más, tendrán el 15% de descuento en todos los servicios de la Hostería.

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 dos noches reservadas en la Hostería con un producto turístico completo, la tercera tendrá un descuento de 5% en hospedaje y alimentación.

Turistas nacionales y extranjeros:

3.- Plaza

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución en un mercado turístico son las organizaciones, siendo su función poner el servicio turístico a disposición del consumidor final.

- **Estrategia N° 1:** Establecer el vínculo del mercado turístico internacional a través de las agencias operadoras locales
- **Actividades N°1:** Para establecer un vínculo en el mercado turístico nacional se pretenderá realizará alianzas estratégica con intermediarios que ayuden a llegar al cliente meta.

Investigación de mercado el 78% turista extranjero los precios fueron manejados por paquetes.





Operadoras turísticas.
Selva Nieve.
Boliche Tours



Agencias de Viaje:
Metropolitan Touring.

Instituciones publicas y privadas. Boca en boca



Transporte Turistico Cutucllari

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.



Instituciones vinculadas al turismo
Ministerio de turismo
www.hotelesecuador.com



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.

4.- Promoción:

- **Estrategia N° 1:** Contar con el Diseño de imagen corporativo y slogan promocional para la Hostería.
- **Actividad N° 1:** Contar con un Diseño de logotipo y slogan es uno de los retos mas importantes para la Hostería para lo cual se ha analizado los componentes gráficos de la Norma de Señalización Turística, según el Instituto Ecuatoriano de Normalización.
- Esta propuesta es partir de un bosquejo que en lo futuro se pretenderá crear una imagen de marca para la hostería.



A stylized, colorful illustration of a landscape. In the foreground, a large, rounded mountain shape is filled with a gradient from light blue at the top to orange at the bottom. A thick orange line outlines the mountain's profile. Above the mountain, a bright orange sun or moon is partially obscured by a white crescent shape. The background is a soft gradient of light blue and white. The text 'Llamahuasi Lodge' is written across the bottom of the mountain in a playful, rounded font. The word 'Llamahuasi' is in green with a white outline, and 'Lodge' is in brown with a white outline. Below the main title, the text 'Jardin Secreto al pie del volcán' is written in a black, cursive script.

Llamahuasi Lodge

Jardin Secreto al pie del volcán

Estrategia N° 2: Determinar los incentivos promocionales para el corto, mediano y largo plazo.

Arrancará su promoción por medio de las agencias de viajes nacionales.

❖ **Actividad N° 2:** Mantener una participación creciente en el mercado, mediante la oferta de nuevos servicios acelerando así la adquisición del servicio que ofertará la Hostería.

Cupones: Se entregará a las agencias de viajes y operadoras de turismo cupones de descuento que contendrá. Por cada 10 personas del arribo a la hostería recibirá un 10 puntos y por 100 una noche gratis

Sorteos:

Cada huésped recibirá un boleto por la inauguración de la Hostería, su aniversario o fechas festivas de la comunidad; se rifará artesanías autóctonas de la comunidad, y paquetes turístico

Membresía hospedaje y alimentación durante todo el año para el gerente pero solo en temporada baja.

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 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.



- **Estrategia N° 3:** Establecer los mecanismos de promoción y publicidad de los servicios a ofertar.
- **Actividad N° 3:** 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:



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 clientes

- 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.

Propuesta de diseño de la página web para la Hostería Llamahuasi Lodge

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

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.

5.- Personas

- **Estrategia N° 1:** Definir los parámetros técnicos laborales para el manejo de las áreas y servicios de la Hostería
- **Actividad N° 1:** Para un mejor manejo de las áreas y servicios de la Hostería se desarrollo 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

Mesero
Polivalente

Camarero de
pisos

Administrador
de alojamiento.

Cocinero
Polivalente

Guía
especializado
en áreas
naturales

6.- Proceso

- **Estrategia N° 1:** Definir el diagrama de flujo de procesos por actividad y servicio dentro de cada área proyectada
- **Actividad N° 1:** 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, etc.
- Recepción.

7.- Evidencia física

- **Estrategia N° 1:** Contar con los diseños arquitectónicos de las áreas de manejo y operación de la Hostería.

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 almacenar



Llamahuasi Lodge

Jardín Secreto al pie del volcán





1

Llamahuasi

2

Llamahuasi

3

Llamahuasi

Diseño y decoración de los ambientes de la Hostería

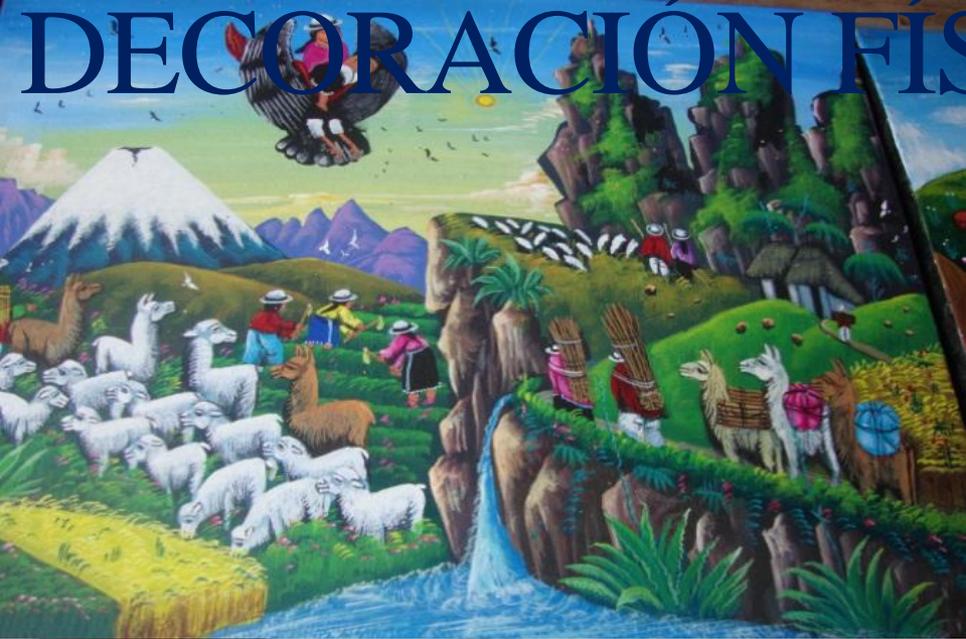


La Hostería cuenta con 11 habitaciones que serán decoradas con elementos ecológico, con diseños elaborados a mano por los artesanos de la comunidad de Santa Rita, pensadas en la comodidad del huésped y preparadas para un descanso acogedor.

HABITACIÓN DEL LA HOSTERÍA.



DECORACION FISICA INTERNAS



Cafetería

Características físicas de la cafetería:

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

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

Foto N° 3.9 PASILLOS DE LA HOSTERÍA.



Recepción

The image shows the interior of a reception area. In the foreground, there is a curved, dark-colored counter. To the right, a wall features a mural of a snow-capped mountain peak, likely Volcán Cotopaxi, with a person and sheep in the foreground. To the left, a large window looks out onto another building with a balcony. The ceiling is dark with some hanging lights. The overall atmosphere is warm and rustic.

Decoración física interna de la recepción.

- 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.).

Salas de Star y Sala de star con chimenea

- ❖ 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.



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:



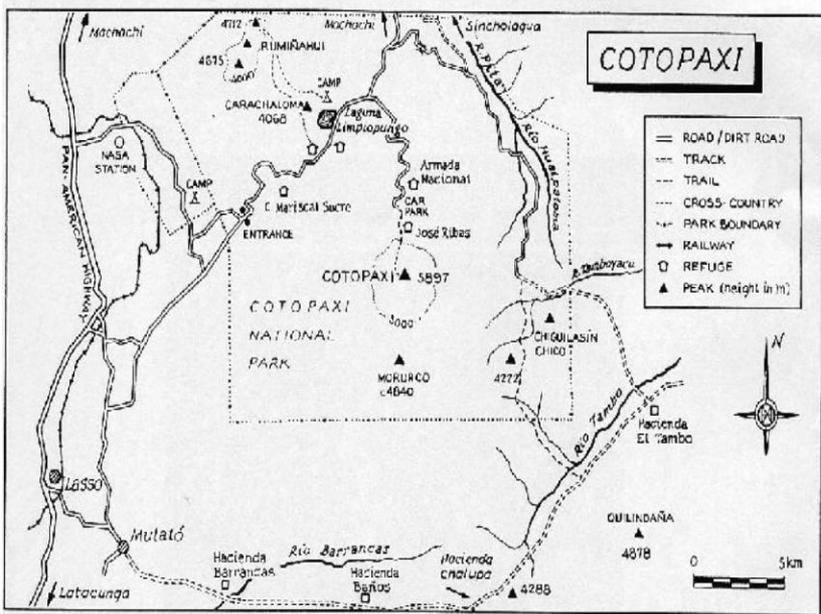
- El sitio donde se podrá realizar barbacoas se encuentra ubicado en el lado derecho de la Hostería, tendrá un comedor autóctono donde se podrá degustar de platos exquisitos, se decorará con plantas nativas, y funcionará en la noche con su respectiva iluminación.



- **Estrategia N° 2:** Establecer las rutas de esparcimiento natural y cultural que ofertará la Hostería
- **Actividad N° 2:** Para establecer las rutas que se van a desarrollar, hemos tomado como base mapas reales realizadas por el Ministerio de Turismo y el Parque Nacional Cotopaxi las misma que se encuentran en los diferentes sitios turísticos dentro del parque.



Foto N° 3.20 SENDERO CUEVA DE LOS BUHOS



FUENTE: Observación de Campo

RUTA ALTERNATIVA

- Dentro de la hostería.
- Existen dos pequeños senderos denominados las llamas que están formadas en cejas de bosque andino que le permitirán apreciar la vegetación del lugar
- Duración de una hora
- Acompañado de una hermosa alpaca



8.- Innovación

- **Estrategia N° 1:** Establecer los parámetros de certificación por buenas prácticas turísticas.
- **Actividad N° 1:** Se pretenderá fomentar el desarrollo ambiental, socio-cultural y económico de la comunidad, Cantón y del país, mediante charlas, seminarios y proyectos para mejorar el estilo de vida de nuestros habitantes

Contar con una certificación de categoría ecológica,

- 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 la organización de la comunidad del lugar para que mediante asociaciones estratégicas involucrarlos en la oferta de su producto, dentro de las microempresas que se están impulsando 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 su mejor adecuación contará con cyber café, karaoke, 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.

El modelo de casa de paramo con infraestructura o diseño ecológico y los platos a servirse serán con productos orgánicos producidos en la comunidad.

Estrategia operacional

- La Hostería Llamahuasi 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 Ecuador, actividades folklóricas : música, danza, teatro, etc., los días sábados, domingos y fechas ferriadas.
- Para para crear expectativas, curiosidad del servicio que se pretenderá ofrecer.

ESTUDIO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Tipo De Sociedad

- ✓ Hostería Llamahuasi Lodge se establecerá como Sociedad Anónima
- ✓ 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 capital suscrito será: 5000,00 USD de los cuales los dos socios aportaran de manera equitativa con 2500, 00 USD cada uno.



Direccionamiento Estratégico

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.”*



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”



VALORES CORPORATIVOS

Confianza:
Reflejada en la total lealtad y continuidad

Innovación: Para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

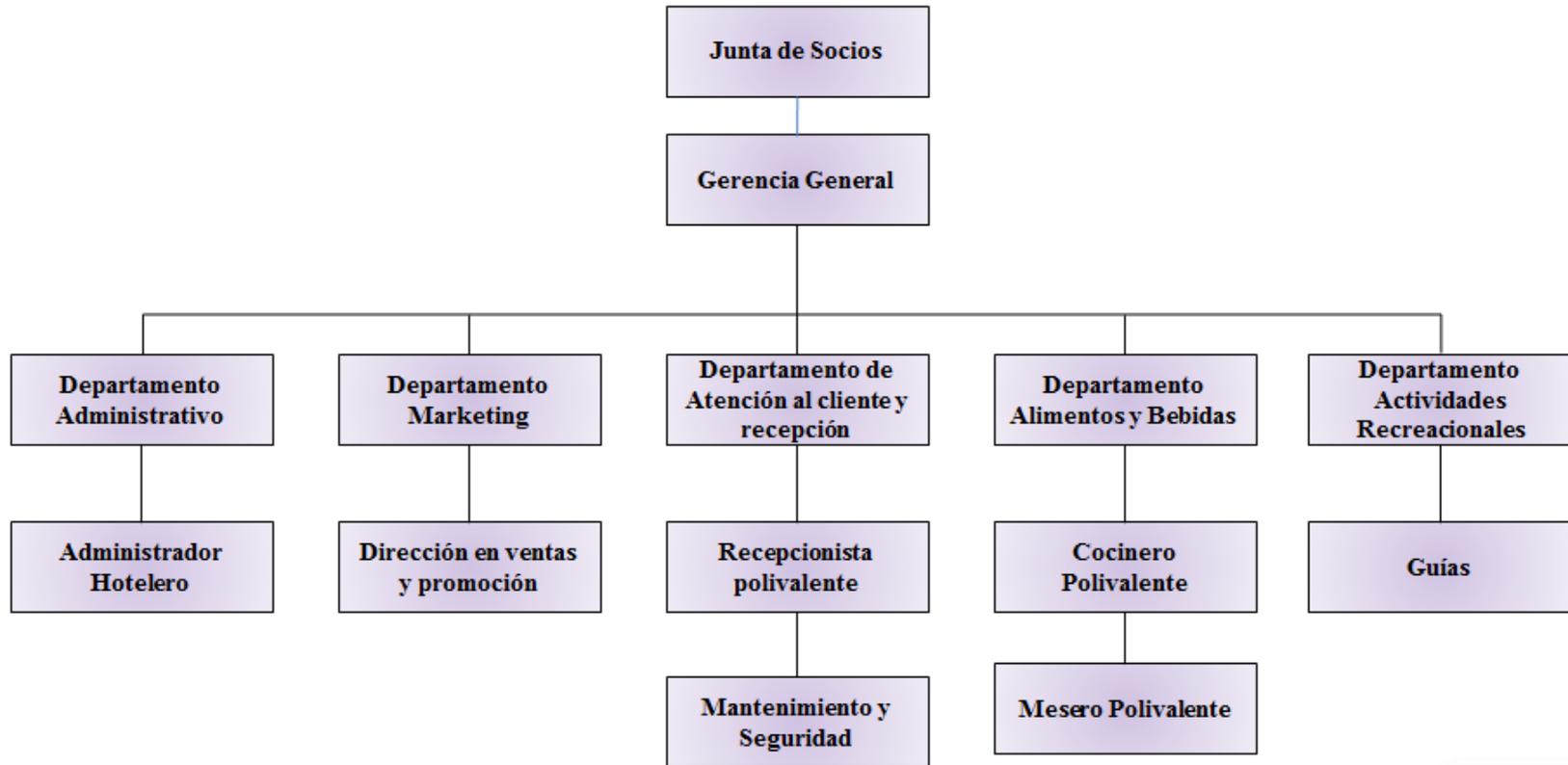
Honestidad: Actuar con transparencia con los clientes ofreciéndoles siempre el precio justo y cumpliendo lo ofrecido.

Profesionalismo: El equipo estará integrado por amplio grupo de expertos reconocidos por su rigor profesional.

Excelencia: El talento del equipo humano garantiza la calidad de los servicios.



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO PARA LA HOSTERÍA “LLAMAHUASI LODGE”



Parte Legal

Tabla N° 3.34 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.

PLAN DE INVERSIONES

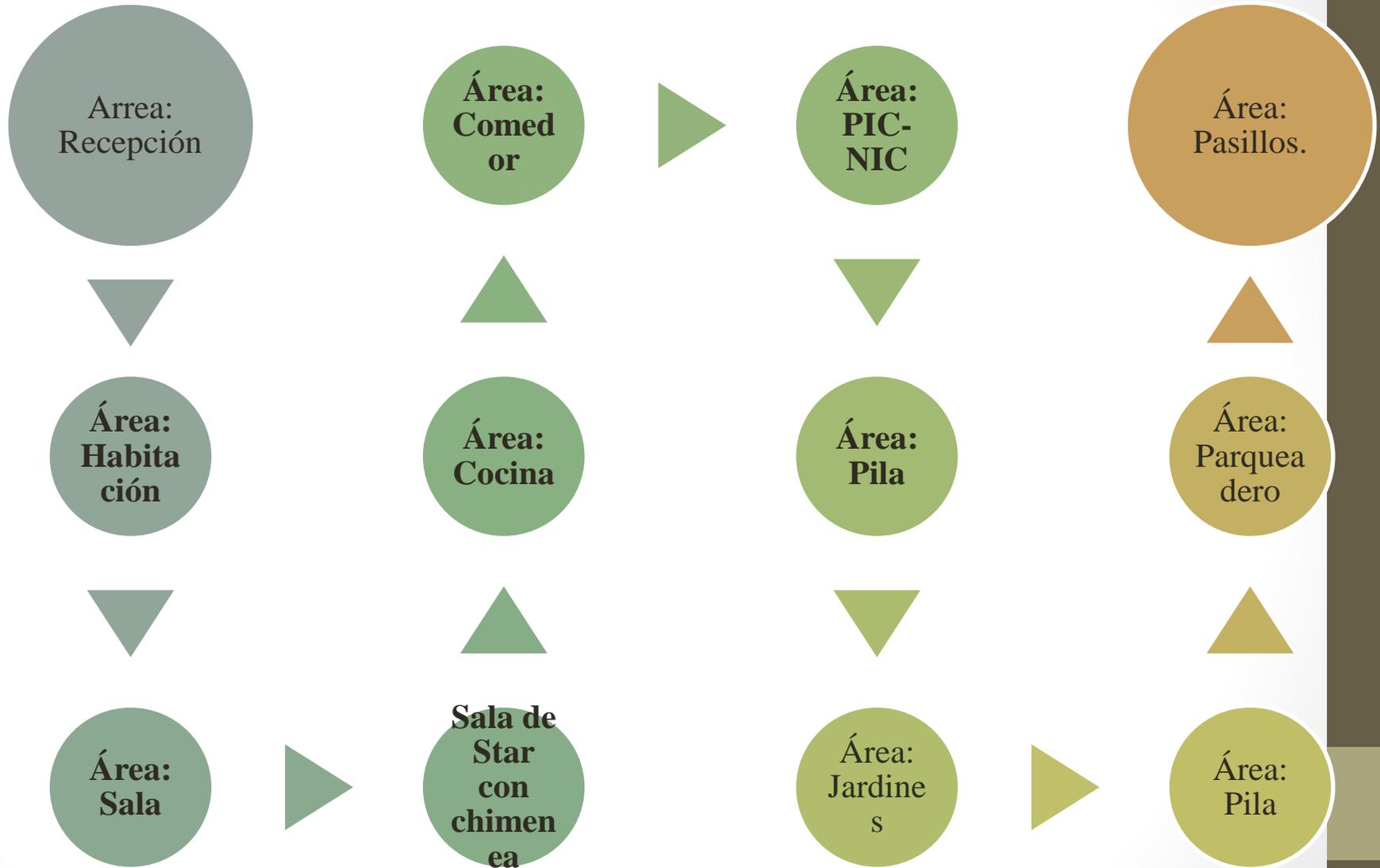
- Los equipos a utilizar se determinaron según los servicios que la Hostería Llamahuasi Lodge ofertará entre el área administrativa y área de operación.

Tabla N° 3.35 INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN PARA LA “HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE

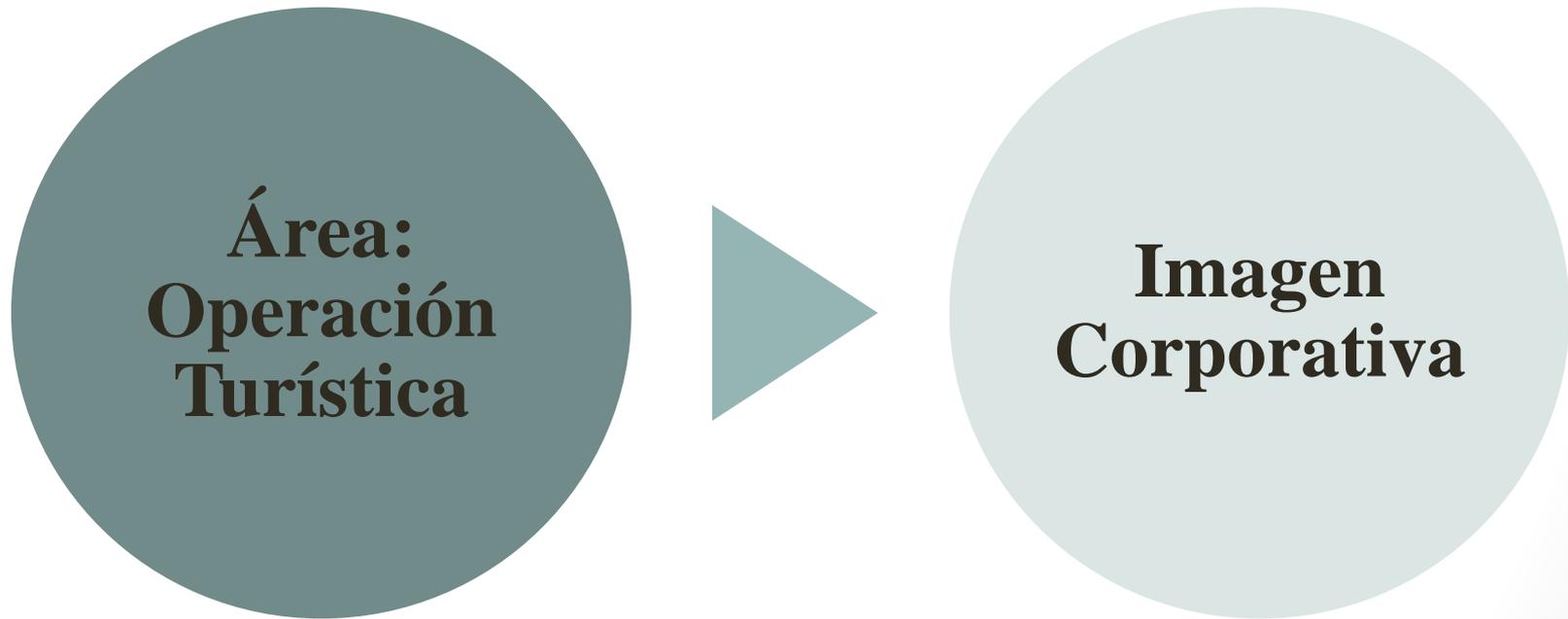
| HOSTERÍA LLAMAHUASI LODGE | | |
|--|--|-----------------|
| INVERSIÓN EN CONSTITUCIÓN | | |
| | Requerimiento | Costo |
| De Constitución | Inscripción del nombre comercial (presentación y título) | 120,00 |
| | Afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi. | 650,00 |
| | Elaboración de escritura 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

Plan de Inversiones



Plan Inversiones: Operación Turística



Capacitación e implementación de procesos para la gestión del recurso humano

Tabla N° 3.55 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

CONCLUSIONES

- 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. La falta de marketing y publicidad es una de las estrategias de penetración que la hostería deberá realizar de manera intensiva.
- 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

- ❖ 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.
- ❖ 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

RECOMENDACIONES

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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 “Llamahsi Lodge” reúne las características necesarias para ser considerada: Hostería con categoría de una estrella.

1. 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.
2. 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.
3. 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.

