



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN TURISMO**

TEMA: Estudio de la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

AUTORA: Yépez Trujillo Andrea Estefanía

DIRECTOR: MSc. Raúl Clemente Cevallos Calapi

Ibarra

2019

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, marzo de 2019

En calidad de docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, certifico la aceptación de tutoría para el proyecto de Tesis: "Estudio de la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura" de la señorita Yépez Trujillo Andrea Estefanía portador de la cedula de identidad número 100347301-2.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a los interesados hacer uso del presente, en asuntos estrictamente lícitos.



MSc. Raúl Cevallos

AUTORIDAD DE RESPONSABILIDAD

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, marzo 2019

EL AUTOR:



FIRMA.....

Nombre: Yépez Trujillo Andrea Estefanía

Cedula de Identidad Nro. 100347301-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003473012		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Yépez Trujillo Andrea Estefanía		
DIRECCIÓN:	El Milagro, Naranjal 3-44		
EMAIL:	andreita.535@outlook.es		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2542 224	TELÉFONO MÓVIL:	0986506816

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de la Oferta y Demanda Turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura"
AUTOR (ES):	Yépez Trujillo Andrea Estefanía
FECHA: DD/MM/AAAA	16/Marzo/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Raul Clemente Cevallos Calapi

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los dieciséis días del mes de marzo de 2019.

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN TURISMO



APROBACION Y CALIFICACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Yo, Raúl Clemente Cevallos, en calidad de director del trabajo de titulación denominado: **“Estudio de la oferta y demanda turística de la parroquia Salinas, cantón Ibarra provincia de Imbabura”**, de autoría de la Señorita: **Yépez Trujillo Andrea Estefanía**, tengo a bien consignar la siguiente calificación **09/10 (NUEVE/DIEZ)**, y una vez que se ha procedido a revisar la estructura metodológica y el contenido científico; para que continúe el trámite correspondiente, previo a la defensa de grado.

Ibarra, 12 de marzo de 2018

Raúl Clemente Cevallos. MsC.
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres por ser el pilar fundamental y necesario en mi vida por su amor, cariño, comprensión incondicional por su ejemplo de entrega, sacrificio y dedicación, por estar presentes en cada etapa importante, a mis hermanos por su apoyo continuo y confianza en este proceso de formación profesional sin ustedes nada sería posible, gracias por hacer de mi un mejor ser humano los amo.

Andrea

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme en todos los momentos de mi vida, a mis docentes por impartir sus conocimientos y experiencias adquiridas a lo largo de su vida profesional mismas que han aportado significativamente en mi formación académica, quiero agradecer de manera especial al Ing. Pablo Molina por su apoyo incondicional y desinteresado en la realización de esta investigación, finalmente a la Universidad Técnica del Norte institución que me brindó la oportunidad de formarme profesionalmente.

Andrea

Índice General

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	ii
AUTORIDAD DE RESPONSABILIDAD.....	iii
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	9
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1 <i>Antecedentes de la Investigación.</i>	9
1.2 <i>Planteamiento del Problema</i>	10
1.3 <i>Formulación del Problema</i>	11
1.4 <i>Objeto de estudio</i>	12
1.5 <i>Objetivos</i>	12
1.5.1 <i>General</i>	12
1.5.2 <i>Específicos</i>	12
1.6 <i>Preguntas de Investigación</i>	12
1.7 <i>Justificación</i>	12
1.8 <i>Descripción del área de estudio</i>	13
CAPÍTULO II	16
2. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1 <i>Turismo</i>	16
2.1.1 <i>Clasificación del Turismo</i>	17
2.1.2 <i>Atractivos Turísticos. -</i>	20
2.1.3 <i>Destino Turístico. -</i>	21
2.1.4 <i>Recurso Turístico</i>	25
2.1.5 <i>Producto Turístico</i>	26
2.1.5.1 <i>Componentes del producto turístico</i>	27
2.1.6 <i>El desarrollo del Turismo en el Ecuador</i>	28

2.2 Desarrollo Rural	30
2.3. Competitividad	32
2.4 Emprendimiento	32
2.5 Proyecto	34
2.6 Empresa	34
2.7 Estudio de Mercado	34
2.7.1 Mercado	35
2.7.2 Mercado Real	35
2.7.3 Mercado Potencial	36
2.7.4 Oferta	36
2.7.4 Demanda	36
2.7.4 Factores determinantes de la demanda turística	37
2.7.7 Tendencias de los Turistas	38
2.8 Estudio Financiero	38
2.8.1 Marco de Financiamiento	39
2.9 Reglamento de alojamiento turístico. –	39
1.3 CAPÍTULO III	44
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1 Tipo de investigación	44
3.2 Métodos	46
3.2.2 Cuantitativo	46
3.2.3 Sintético	46
3.2.4 Deductivo	46
3.3 Técnicas	46
1.4 CAPÍTULO IV	50
4. RESULTADOS	50
4.1 Presentación	50
4.2 Localización de la Parroquia de Salinas	50
4.2.1 Características Climáticas	50
4.2.2 Clasificación Ecológica	51
4.2.3 Hidrología	51
4.3 Caracterización Socio-Económica	51
4.3.1 Aspectos Demográficos	51
4.4 Distribución Política Administrativa	51
4.5 Reseña Histórica	52
4.6 Servicios de Alojamiento Existentes en la Parroquia de Salinas	52
4.6.1 Atractivos turísticos	54
4.6.2 Encuesta dirigida a los pobladores de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura	56
4.6.3 Encuesta Dirigida a los Visitantes o Turistas de la Parroquia de Salinas, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura	65

4.8. Infraestructura turística del Sector	77
1.5 CAPÍTULO V	78
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
5.1. Conclusiones.....	78
1.6 CAPÍTULO VI.....	80
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	80
6.1. Título de la Propuesta.....	80
6.2. Justificación e Importancia	80
6.3. Objetivos.....	80
6.3.1. Objetivo General	80
6.3.2. Objetivos Específicos.....	81
6.4 Ubicación Sectorial y Física	81
6.5 Impactos	82
6.5.1 Impacto social y económico	82
6.5.2 Impacto turístico	82
6.6 Difusión.....	82
6.7 Ingeniería del Proyecto Hostal Ecológico.....	82
6.8 Distribución de los Servicios en las Instalaciones del Hostal Ecológico.....	84
6.8.1 Planta Baja.....	84
6.8.2 Primer Piso	84
6.8.3 Segundo Piso	85
6.8.4 Suministros y Utensilios del Hostal	85
6.8.5 Equipamiento y Maquinaria del Hostal	88
6.8.6 Costos por Habitación.....	90
6.9 Estructura Organizacional.....	91
6.9.1 Organigrama general.....	92
6.10 Modelo de gestión del talento humano.....	93
6.10. 1 Planeación del modelo	93
6.12 Esquema de la Propuesta	113
6.13 Glosario de Términos	114
ANEXOS	119
Anexo A Árbol de problemas	120
Anexo B Matriz de Coherencia	121
Anexo C Matriz de Categorical	122
Anexo D Encuesta a los Pobladores de la Parroquia de Salinas	123
Anexo E Encuesta a los Visitantes de la Parroquia de Salinas	126

Anexo F Registro de Atractivos Turísticos	130
Anexo G Ficha de Inventarios de Atractivos Turísticos.....	135
Anexo H Registro de Datos de los Atractivos Turísticos.....	139
Anexo I Registro de Datos de los Atractivos Turísticos	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Alojamientos disponibles	53
Tabla 2. Atractivos Turísticos.....	54
Tabla 3. Género de la población encuestada	56
Tabla 4. Instrucción académica de la población.....	57
Tabla 5. Ingreso promedio mensual de la población.....	58
Tabla 6. Actividades Turísticas en el Sector	59
Tabla 7. El Turismo Como Aporte en la Comunidad	60
Tabla 8. La Actividad turística como alternativa para el desarrollo	61
Tabla 9. Lugares de Alojamiento.....	62
Tabla 10. Actividad Turística Adicional	63
Tabla 11. Capacitación o Participación en Actividades del Servicio de Hospedaje	64
Tabla 12. Edad de los Turistas	65
Tabla 13. Género de los Turistas.....	66
Tabla 14. Instrucción académica de los Turistas.....	67
Tabla 15. Instrucción académica de los Turistas.....	68
Tabla 16. Motivo de Visita a la Parroquia	69
Tabla 17. <i>Compañías por Turista</i>	70
Tabla 18. Durante el viaje pernocta en el sector	71
Tabla 19. Necesidad de la Creación de un Hostal.....	72
Tabla 20. Demanda de Servicios	73
Tabla 21. Características para la Creación de un Hostal	74
Tabla 22. <i>Costo por Estadía</i>	75
Tabla 23. <i>Medios de Información para el Servicio de Hospedaje</i>	76
Tabla 24. Atractivos turísticos del sector	77
Tabla 25. Capacidad de hospedaje del hostel ecológico	82
Tabla 26. Suministros y Utensilios del Hostal.....	85
Tabla 27. Equipamiento y Maquinaria del Hostal.....	88
Tabla 28. <i>Costos por Habitación</i>	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género de la población encuestada	56
Figura 2. Instrucción académica de la población	57
Figura 3. Ingreso promedio mensual de la población	58
Figura 4. Actividades Turísticas en el Sector	59
Figura 5. El Turismo Como Aporte en la Comunidad	60
Figura 6. La Actividad turística como alternativa para el desarrollo	61
Figura 7. Lugares de Alojamiento	62
Figura 8. Actividad Turística Adicional.....	63
Figura 9. Capacitación o Participación en Actividades del Servicio de Hospedaje	64
Figura 10. Edad de los Turistas.....	65
Figura 11. Género de los Turistas	66
Figura 12. Instrucción académica de los Turistas	67
Figura 13. Instrucción académica de los Turistas	68
Figura 14. Motivo de Visita a la Parroquia	69
Figura 15. Compañías por Turista.....	70
Figura 16. Durante el viaje pernocta en el sector	71
Figura 17. Necesidad de la Creación de un Hostal	72
Figura 18. Demanda de Servicios.....	73
Figura 19. Características para la Creación de un Hostal.....	74
Figura 20. Costo por Estadía	75
Figura 21. Medios de Información para el Servicio de Hospedaje	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa de la parroquia de Salina.....	14
Gráfico 2. Ubicación Sectorial	81
Gráfico 3. Vista lateral derecha del Hostal Ecológico	83
Gráfico 4. Vista Frontal del Hostal Ecológico	84
Gráfico 5. Organigrama.....	92
Gráfico 6. Esquema de la propuesta.....	113
Gráfico 7. Centro Gastronómico “Palenque.....	147
Gráfico 8. Museo de sal “Barro Caliente”.....	147
Gráfico 9. Cafetería de la Estación del Tren de Salinas	148
Gráfico 10. Complejo Turístico “Bombodromo Palenque”	148
Gráfico 11. Plaza Artesanal.....	149

RESUMEN

El presente proyecto muestra un estudio realizado a los servicios turísticos que se ofertan en la Parroquia Santa Catalina de Salinas, con el propósito de diseñar un eco hotel; que aumente la oferta turística del sector, y les muestre una nueva alternativa a los visitantes que lleguen a la localidad. Para cumplir con lo planteado se formularon los siguientes objetivos: Analizar la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, Identificar la oferta del sector de servicios, así como el estado en el que se encuentran los atractivos turísticos, y de la misma manera determinar un perfil del turista que visita. El marco teórico abarca temas y conceptos relacionados a la actividad turística y la prestación de servicios para el desarrollo de la misma, de manera particular de hospedaje. La metodología aplicada se fundamentó en descriptiva, analítica y sintética, y se utilizó técnicas como: la observación, encuesta, fichas, para recabar información referente al tema de investigación. El estudio permitió determinar que la parroquia cuenta con dos establecimientos que ofertan el servicio de alojamiento, así como determinar que la mayoría de turistas encuestados no consideran satisfactoria la experiencia turística experimentada en Salinas ya que hace falta más atractivos turísticos y mejorar la infraestructura de los ya existentes. En cuanto a la difusión se determina que es insuficiente, para atraer mayor cantidad de visitantes; lo más notorio es la publicidad utilizada por la empresa pública ferrocarriles del Ecuador. En la propuesta planteada se establece el diseño e implementación de un hostel ecológico que permitirá generar fuentes de empleo para la economía y el manejo racional de los recursos naturales que posee esta población, a la vez que se satisface la necesidad que tiene el turista y los visitantes para contar con un lugar apto para el descanso y relajamiento.

Palabras clave: oferta, demanda, servicios turísticos, infraestructura, hospedaje.

ABSTRACT

The present project shows a study carried out to the tourist services that is offered in the Parish Santa Catalina de Salinas, with the purpose of improving the tourist offer of the sector and encouraging the visit of tourists to the locality. The following objectives were formulated to fulfill the stated objectives: Analyze the offer and tourist demand of the parish of Salinas, Ibarra canton, Imbabura province, Identify the offer of the accommodation sector, determine the profile of the tourist who visits the parish, inventory the tourist attractions, design an ecological hostel, to expand the hotel infrastructure for the tourism sector. The theoretical framework covers topics and concepts related to tourism activity and the provision of services for the development of tourism, particularly lodging. The methodology applied was based on descriptive, analytical and synthetic, and techniques were used such as: observation, survey, cards, to gather information regarding the subject of study. The study allowed to determine that the parish has two establishments that offer the accommodation service, as well as to determine that the majority of tourists surveyed do not consider the tourism experience experienced in Salinas satisfactory since it requires more tourist attractions and improve the infrastructure of the existing Regarding dissemination, it is determined that it is insufficient to attract more visitors; the most notorious is the publicity used by the public railway company of Ecuador. The proposed proposal establishes the design and implementation of an ecological hostel that will boost and boost the tourism activity, economy and rational management of natural resources that has this population, while satisfying the need for tourists and visitors to have a place suitable for rest and relaxation.

Key words: supply, demand, tourist services, infrastructure, lodge

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes de la Investigación.

Imbabura, provincia ubicada entre una de las áreas de mayor dinamismo turístico del país, zona liderada turísticamente por Otavalo y su mercado artesanal, el cual ha logrado consolidarse como un destino del turismo receptivo y nacional. Además, la provincia de Imbabura consolida su vocación turística a través de su cultura y naturaleza. Existen atractivos turísticos relacionados a la cultura, la cual asociada con la naturaleza forma productos turísticos que son complementados por la oferta de servicios y varias actividades como la artesanía.

La presente investigación se realizó en la parroquia Santa Catalina de Salinas que se encuentra ubicada al norte de la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ubicada en el sector rural en la cual su geografía es parte de la cuenca del río Mira con influencia del Valle del Chota. Se destaca dentro de su población los Afro ecuatorianos de ahí que sus componentes culturales giran en torno a esta comunidad. Como señala Pastrana (2014) “La parroquia de Salinas forma parte de uno de los asentamientos más importantes de población afrodescendiente del Ecuador, siendo reconocida como una de las 38 comunidades que conforman el territorio ancestral valle del Chota” (p.27).

La presente investigación aporta valor desde la actividad turística y el sector servicios a la investigación que realizó Pastrana, (2014) la cual busca analizar cómo los sistemas económicos, políticos y sociales han influenciado en el desarrollo local afrodescendiente en Salinas.

Antes de 2001 Salinas era una parroquia rural que presentaba precarias condiciones de desarrollo y bienestar muy similar a la mayoría de las comunidades afroecuatorianas pobres del país. Luego con las reformas institucionales que se dan

en el país, las parroquias como primeras unidades político administrativa de la nación logran ser fortalecidas, se les dan mayores competencias y se les entrega más presupuesto. En Salinas hoy en día la comunidad de Salinas ha progresado notablemente. (p. 13)

La parroquia Santa Catalina de Salinas se ha beneficiado especialmente de la influencia de la empresa pública Ferrocarriles del Ecuador, con la denominada “Ruta de la Libertad”, que inició su actividad en el 2011, sin embargo, esta última temporada ha tenido un importante despunte debido a un mejor apoyo que involucra al Gobierno descentralizado de Santa Catalina de Salinas, a la Empresa de Ferrocarriles del Estado Regional Norte y el Ilustre Municipio de Ibarra.

Además, se encuentra ubicada en un lugar estratégico y de fácil accesibilidad para el turismo y ecoturismo; al momento, cuenta con museos, restaurantes, paisajes paradisiacos, folclor, etc. Así mismo, dispone de sitios naturales y haciendas históricas, que son aspectos favorables para atraer visitantes al sector, siendo considerado como fuente alternativa de ingresos que le falta a la población de esta parroquia (Terán, 2013).

1.2 Planteamiento del Problema

Hay un progreso notable de la parroquia de Salinas en la última década, este avance, es posible evidenciarlo por medio de los indicadores sociales. Según el censo del 2010, la pobreza por NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas), se registró una notable disminución de 10 puntos con el 53,20%, la extrema pobreza en 15,8%, en tanto que el analfabetismo se redujo al 6,5%, la escolaridad alcanzó los 7,4 años, mientras que la red de alcantarillado creció al 77,9%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2010).

En términos generales en diez años la comunidad de Salinas mejoró notablemente sus indicadores sociales, incluso sus logros son mayores que los de otras parroquias y comunidades rurales afroecuatorianas tanto del Valle del Chota, como del resto del país. Además, en este lapso de tiempo; ha sido beneficiada de un notable mejoramiento del entorno y ornato, se han realizado mayores inversiones en infraestructura y aplicado con éxito algunos proyectos de turismo, emprendimientos gastronómicos y culturales.

Actualmente la actividad turística de la parroquia de Salinas está creciendo gracias a la implementación de la “Ruta de la Libertad”, que emprende la empresa pública Ferrocarriles del Ecuador desde el año 2011, servicio que es utilizado por turistas nacionales y extranjeros, que realizan el recorrido entre las poblaciones de la ciudad de Ibarra y Salinas.

Sin embargo, estas mejoras siendo positivas, no han sido lo suficientemente aprovechadas para el desarrollo de actividades de esparcimiento y recreación, por lo tanto, la situación del turismo en el sector se encuentra estancada debido a la falta de coordinación y operación por parte de los actores turísticos de la parroquia, provocando que no se atraiga la cantidad de visitantes que permita dinamizar la economía en la parroquia.

A esto se suma una limitada planificación turística por parte de las autoridades, ya que dentro de los planes de trabajo de la junta parroquial no se puede identificar: ejecución de objetivos, estrategias y metas, en cuanto al desarrollo del turismo en el sector; lo que en ocasiones ha provocado saturación de los atractivos con los que cuenta la parroquia, así como un deterioro de los mismos, este hecho genera que los visitantes no regresen o no los recomienden, deteriorando la imagen de la parroquia frente a posibles nuevos visitantes. (Consejo nacional electoral , 2014).

Por parte del sector privado tampoco se cuenta con iniciativas que generen excelencia en la prestación de servicios ya existentes y la creación de nuevos establecimientos que dinamicen y diversifiquen la demanda de la parroquia Santa Catalina de Salinas, lo que impide mejorar el desarrollo turístico. Los aspectos mencionados, son los principales elementos que coartan la dinamización de la economía del sector, limitándose de percibir los potenciales ingresos económicos que una adecuada planificación turística genera.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura?

1.4 Objeto de estudio

La investigación se realizó en la parroquia Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para determinar la oferta y demanda turística de la misma.

La investigación se realizó desde noviembre 2014 hasta julio 2018.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Analizar la oferta y demanda turística del sector de alojamiento, de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para el diseño de un hostel ecológico.

1.5.2 Específicos

Identificar la oferta y demanda turística en la parroquia de Salinas.

Determinar el perfil del turista que visita la parroquia de Salinas.

Diseñar un hostel ecológico en el sector de Salinas.

1.6 Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la oferta y demanda turística en la parroquia de Salinas?
- ¿Cuál es el perfil del turista que visita la parroquia de Salinas?
- ¿El diseño de un hostel ecológico en el sector de Salinas, diversificaría la oferta del sector?

1.7 Justificación

El turismo es una actividad que moviliza a la gente y que traspasa fronteras por lo que se ha convertido en un factor socioeconómico, generador de divisas para los países del mundo. Es por esto que el Ecuador al poseer las ventajas o atributos suficientes en cuanto a recursos naturales y culturales se refiere; hace falta mejorar la promoción de dichos atractivos y de la mano la regulación y capacitación a todos los servicios turísticos, para brindarle una mejor experiencia al turista.

La parroquia de Salinas reúne las características apropiadas para motivar su visita, por lo tanto, es de suma importancia que se impulse su actividad turística, y por lo tanto se debe crear las suficientes facilidades de alojamiento, transporte, alimentación y recreación.

Con lo anteriormente mencionado, se puede avanzar en una dirección que ayude a posicionar mejor a esta parroquia, desde el lado de la oferta, con nuevos establecimientos que ayuden al desarrollo turístico del sector considerando la escasa oferta hotelera, que permita al turista hospedarse, y que de esta manera que pueda conocer varios atractivos aledaños al sector como, los procesos de desarrollo de los afros ecuatorianos en la cuenca del río Mira.

1.8 Descripción del área de estudio

Salinas hace parte del territorio ancestral del Valle del Chota. Actualmente corresponde a una parroquia rural que se encuentra ubicada en la Sierra Norte del Ecuador en la provincia de Imbabura, aproximadamente 80 km de la capital de la república y a 30 km al norte de la ciudad de Ibarra. La parroquia de Salinas limita al norte con la parroquia de La Carolina del cantón Ibarra; al sur con el cantón Urcuquí, al este con la delimitación de las parroquias Juan Montalvo y Mira del cantón Mira, parroquia El Sagrario del cantón Ibarra; al oeste con las parroquias de Cahuasquí, Pablo Arenas y Tumbabiro del cantón Urcuquí, ubicación que la ha determinado como una parroquia de tránsito e intercambio desde la Sierra Norte hacia la Sierra Centro, la Costa Norte y la Amazonía Norte del Ecuador. (Pastrana, 2014).

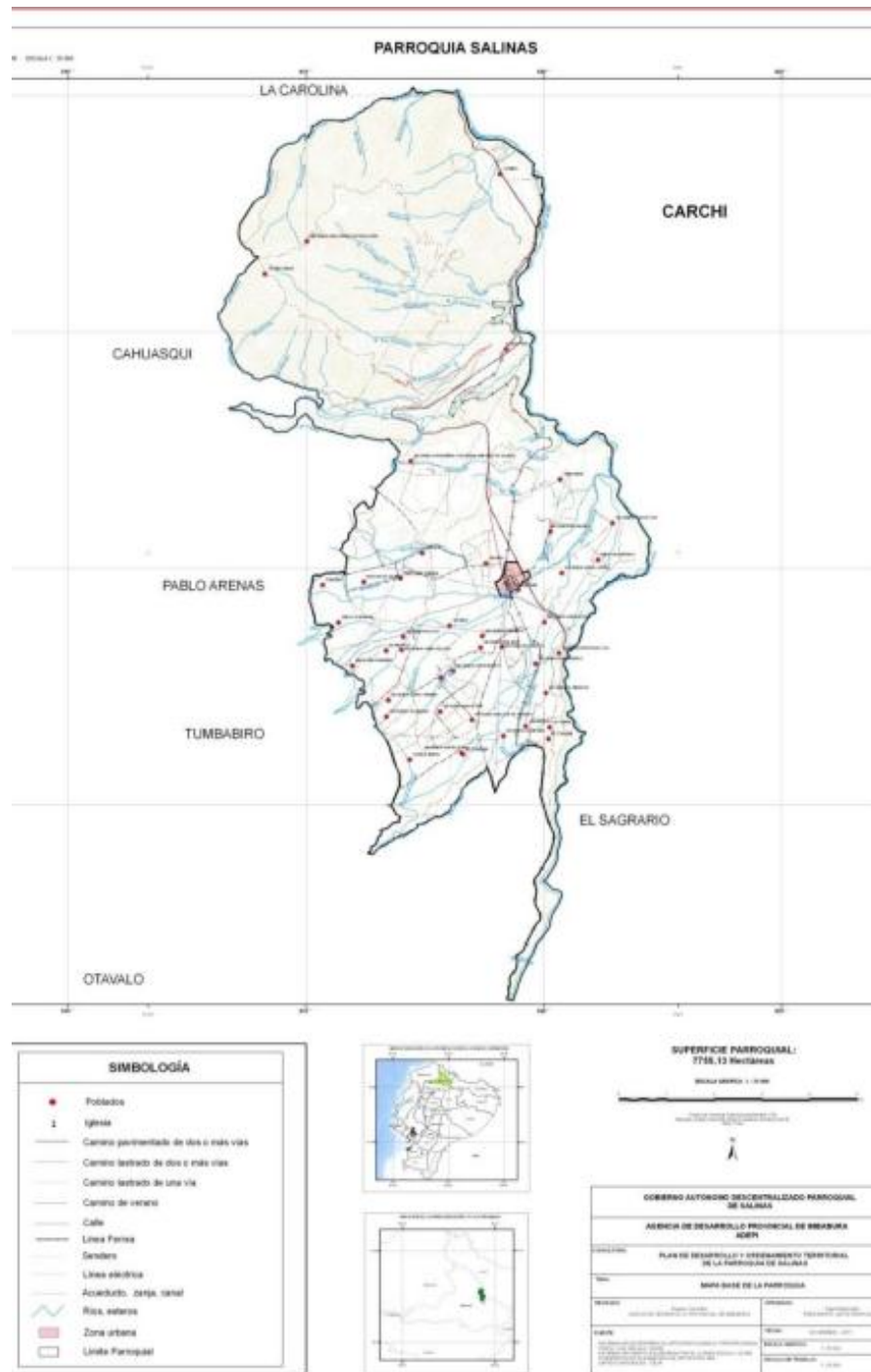


Gráfico 1. Mapa de la parroquia de Salina

Fuente: Municipalidad de Ibarra - Dirección de Avalúos y Catastros. 2014

Según datos de la Comisión Especial de Límites Internos de República. CELIR (2018)

La parroquia de Salinas cuenta aproximadamente con una superficie de 111,27 km², y su altitud oscila entre los 1.400 y 3150 m.s.n.m. sobre el nivel del mar. Además, posee una temperatura media anual de 19 a 33 grados centígrados, siendo un clima

cálido seco. Es decir, el territorio posee un clima relativamente cálido y también posee importantes cuencas hidrográficas, lo cual se explica a partir de su localización en medio de las estribaciones externas de la cordillera Occidental de los Andes, en la Sierra Norte del callejón Interandino, además presenta un sinnúmero de accidentes geográficos, el más destacable de ellos es el volcán Imbabura que se encuentra en medio de la jurisdicción territorial y de donde toma su nombre. (p.40).

En este territorio habitan pueblos desde el punto de vista étnico principalmente afrodescendientes, con alguna población mestiza y escasa población indígena que dentro de sus actividades principales se dedican a la agricultura entre los que destacan cultivos de caña de azúcar, y al comercio, por ser un centro de paso a los límites de la provincia de Imbabura que son Esmeraldas y Sucumbíos, conectando a la Sierra con la Costa principalmente.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo

Se define al turismo según la Organización Mundial de Turismo (2018) “como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (p.17).

El turismo es un movimiento de masa de personas motivadas por diferentes factores tales como; trabajo, salud, religión, educación, distracción etc. Para que un movimiento sea considerado turismo debe tomarse en cuenta el tipo de gasto, el conjunto de actividades y periodo de estancia que el individuo realiza durante su desplazamiento.

Así mismo, desde un punto de vista económico, tomando en cuenta el proceso de producción de bienes y servicios, que los visitantes requieren para el desarrollo de sus actividades. La Cuenta Satélite de Turismo de México (2014)

Se refiere a las acciones que realizan los visitantes. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Así, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes (turistas) y las acciones realizadas por éstos, durante sus viajes. El turismo, visto como una acción efectuada por turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del visitante. (p.11)

Tomando en cuenta estas dos definiciones, se puede señalar que el turismo es una actividad económica, que involucra en su desarrollo, de manera importante la satisfacción de necesidades de quienes se trasladan de un lugar a otro cualquiera que sea el motivo, por lo tanto, es muy importante prestar atención a elementos como la calidad, el buen trato y la diversidad para promover un destino.

2.1.1 Clasificación del Turismo

El turismo puede ser clasificado de acuerdo con ciertas características: el motivo del viaje, la forma del viaje, el tipo de viaje, el tipo de operación y la permanencia en el lugar de destino, existen diferentes tipos de turismo, de acuerdo a diferentes autores, sin embargo, únicamente haremos referencia a los más importantes de acuerdo a la investigación.

2.1.1.1 Según el Motivo de Viaje

Para la Fundación por la socialdemocracia de las américas, (FUSDA) (2006) “En este caso, el turismo, independientemente del tipo de arreglo efectuado por el turista para realizar el viaje” (p.15). se puede clasificar como:

- **Turismo convencional o de tipo vacacional:** es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación.
- **Turismo especializado:** es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico.
- **Turismo de afinidad o de interés común:** es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica.

2.1.1.2 Según la Forma de Viaje

Según (La Asociación Internacional de Touroperadores (IFTO), 2011):

- **Turismo individual:** El turismo individual es aquel que realiza una sola persona y toma la iniciativa por si solo
- **Turismo de grupo:** Formado por varias personas para visitar un lugar turístico.

2.1.1.3 Turismo Residencial o de Estadía

El turismo residencial o de estadía es definido por, Lagunas (2007), el cual menciona que: “se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente, está asociado al uso de sistemas de alojamiento extra hoteleros (residencias, apartamentos y condominios)” (p.26).

Este tipo de turismo se puede dar con mayor frecuencia en los sectores rurales, donde la motivación y la tipología del visitante son variadas, pero con un mismo fin conocer y experimentar diferentes estilos de vida los cuales satisfagan sus necesidades, además se caracteriza por gastar un mayor tiempo en un solo destino. (El Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC), 2017)

Así mismo desde otro mundo de vista, se hace referencia a los tiempos de estancia refiriéndose a que es el practican los extranjeros que permanecen en un país determinado durante un tiempo mayor a 10 días y que no supera el mínimo de días al año que según la legislación de un país permite para ser considerados residentes, por ejemplo en el caso de Ecuador son 90 días, pero disponen de algún tipo de vivienda dentro de ese país, ya sea propia, o de amigos, conocidos, familiares o rentas temporales de departamentos. (La cuenta satélite de turismo de México, 2014)

Este tipo de turismo es muy importante y también, es un segmento de mercado al cual destinos no muy conocidos deben enfocarse ya que por lo prolongado de su visita, les permitirá conocer mayor cantidad de atractivos de un lugar, y desde el punto de vista extra hotelero, también se convierte en una oportunidad de ingresos para aquellas personas que tengan en sus viviendas el espacio y las condiciones para recibir a este tipo de visitantes, así mismo las rentas que genera la actividad turística se descentralizaran de los destinos más conocidos, hacia otras localidades, y de igual manera es una alternativa de promoción de cultura turística de los ciudadanos.

2.1.1.4 Turismo sostenible

Desde el punto de vista económico, ambiental y social este tipo de turismo es el que se debe promover en todos los destinos de manera que no se afecte a las futuras

generaciones, y se convierta en una actividad que genere recursos y promueva el empleo motivando a los habitantes de cuidar el medio ambiente.

El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (OMT, 2014, p.19)

Por otro lado, estas actividades turísticas resultan respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, son las que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes.

2.1.1.5 Ecoturismo

El ecoturismo es una actividad turística que se realiza en zonas rurales y en la naturaleza, el cual evita alterar el equilibrio del ambiente. Es decir, busca combinar la industria turística con la ecología.

Ecoturismo es una forma sustentable de turismo basado en recursos naturales que se enfoca principalmente en experimentar y aprender sobre la naturaleza, y qué se maneja éticamente para ser de bajo impacto, no consumista y localmente orientado (la administración, los beneficios, y la escala). Ocurre típicamente en áreas naturales, y debe contribuir a la conservación o preservación de tales áreas. (Orgaz, 2009, p. 49)

En los últimos años este tipo de turismo ha cobrado fuerza, ya que, dentro de las nuevas tendencias de turismo, el cuidado de la naturaleza como experiencia que motive viajar, está siendo sobrevalorada y que hay mayor consciencia sobre el cuidado ambiental y la preservación de los recursos para las futuras generaciones, así por ejemplo en el Ecuador importantes sectores la sociedad civil se movilizaron por la defensa del Yasunni, y en Imbabura de zonas como Intag, Nankins, Zaruma, entre

otros poblados, donde existe extracción minera; promoviendo alternativas turísticas en estos sectores.

2.1.1.6 Turismo cultural

Para Quezada (2012) “Turismo cultural es el conjunto de ideas, técnicas, costumbres y arte que configuran el desarrollo material y social de un pueblo, grupo étnico o del conjunto de la humanidad, que motivan la visita y el conocimiento de lo demás” (p.90).

Así mismo Richards (2014) señala al turismo cultural como “El movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales” (p.24).

Por lo que tomando como referencia estas dos definiciones se puede señalar que el turismo cultural, puede ser entendido como aquel en que la principal motivación es conocer aspectos de la cultura (costumbres; arquitectura; manifestaciones artísticas; gastronomía; etc.) de un grupo poblacional que ha habitado en ese lugar históricamente, y a sus nuevas generaciones que han adoptado esa forma de vida. Este se puede dar tanto en el medio urbano como rural.

Esta es un tipo de turismo que siempre ha tenido un espacio importante dentro de las tendencias del turismo, un ejemplo en el Ecuador es Quito, que fue nombrada como Destino Líder de Sudamérica, en los World Travel Awards, catalogados como los 'Oscar' del sector turístico a escala mundial, uno de los componentes importantes que motiva su visita, es el Centro Histórico, en donde se encuentran un número importante de bienes muebles, inmuebles de la colonia y la república así como también en menor cantidad, bienes arqueológicos del periodo preinca e inca.

2.1.2 Atractivos Turísticos. –

Se define como atractivos turísticos, al conjunto de elementos materiales o inmateriales que pueden ser modificados, mejorados o intervenidos para derivarlos en un producto turístico que tenga la capacidad de incidir y volverse sugestivo, el

momento en el que el turista tome una decisión de visita que lo desplaza de su residencia habitual hacia otro determinado territorio. (Rivera, 2009).

Cuando un atractivo cumple con el proceso detallado en el párrafo anterior, cobra validez e importancia para los habitantes del territorio; ya que les permite alcanzar un nivel de desarrollo, visto desde la inversión en obra pública, así como la posibilidad de generar fuentes de empleo a través de la prestación de servicios turísticos a los visitantes, para finalmente pasar de ser un atractivo y transformarse en un destino turístico.

2.1.3 Destino Turístico. -

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística. (Valls, 2013, p. 59)

De esta manera un destino se convierte en la unidad base para la gestión de políticas turísticas, y que para cumplir esta finalidad existen ciertas características, como:

2.1.3.1 Características de un destino turístico

- Un espacio territorial homogéneo: en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones o estados.
- Centralidad: criterio que hace referencia a la capacidad del territorio para motivar el desplazamiento de personas hacia sí.
- Una oferta estructurada de atractivos: resulta un sistema integrado de recursos, atractivos y empresas orientado hacia la satisfacción del turista.

- Una marca integradora: el destino debe estar representado en una imagen atractiva que represente a toda la oferta en él y facilite su identificación en diferentes mercados.
- Una comercialización conjunta: resulta imprescindible la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre una visión estratégica. (Valls, 2013)

Cuando un destino cumple con estas características empieza a ser funcional, es decir a plasmar objetivos de desarrollo anclados a la actividad turística, pero de beneficio general para los territorios en donde se encuentren ubicados.

2.1.3.2 Funciones de un destino turístico

Las funciones del destino turístico están determinadas por sus objetivos como estructuras urbanísticas, sociales, culturales, etc. Así si decimos que las funciones son la calidad de vida, el desarrollo económico superior, la competitividad internacional y la satisfacción tanto de los visitantes como de los pobladores. (La Asociación Internacional de Tour operadores (IFTO), 2011, p. 12)

De esta manera podemos enumerar algunas funciones:

- Uso del espacio para producir
- Uso del espacio para crear, compartir y enriquecerse culturalmente
- Uso del espacio para actividades de ocio (deporte, diversión, turismo)
- Exportar
- Atraer capitales
- Concertarse en centro de acontecimientos internacionales
- Ser vanguardista en tecnologías
- Atraer a turistas y visitantes
- Rentabilidad económica para sector público y privado
- Rentabilidad social para los habitantes locales: trabajo, infraestructuras, instalaciones, etc.

- Rentabilidad medioambiental: revalorización del territorio y del patrimonio (La Asociación Internacional de Touroperadores (IFTO), 2011)

Todas estas funciones solo se podrán cumplir si el destino se diseña para responder a las necesidades, tanto de aquellos que viven en él, como de los que lo visitan, otorgándoles la vivencia de experiencias que los satisfaga. Esta última, la satisfacción, es el objetivo último y más importante del destino turístico y se alcanza a partir de la concreción de todas las funciones anteriormente enumeradas.

Sin embargo, se puede resumir a dos condiciones fundamentales, la primera es la situación general del entorno que tiene que ver con aspectos como la estabilidad económica, el nivel cultural y de calidad turística de la población del destino entre otras y la segunda de en las que el turista relaciona la calidad como infraestructuras, servicios, conservación de los recursos, limpieza, seguridad etc.

2.1.3.3 Agentes de un destino turístico

La coordinación entre los agentes del destino es uno de los elementos que le confiere ventajas competitivas. Dicha coordinación asegura que el potencial del destino goce de valor añadido ya que ésta es el nexo entre la dicha potencialidad y la preferencia del turista por el destino. (Valls, 2013)

En este sentido, el éxito de la gestión del destino depende de la capacidad de los agentes para desempeñar sus respectivos roles y para establecer conjuntamente un modelo de desarrollo y su consecución y observación a lo largo del tiempo. Dicho de otra manera, no puede plantearse el desarrollo de un modelo de destino y su aplicación sin la implicación y el consenso de todos los agentes sociales implicados. Así, los agentes implicados son:

A. Los turistas

Dentro de este grupo se incluyen varias concepciones, la del turista tradicional, es decir el que viaja y al que se le presta mayor atención ya que su actividad se centra en buscar la satisfacción a partir del uso del tiempo libre. Y las del turismo interno, que

son públicos que tienen una estrecha relación con el destino, los que tienen cierta vinculación física, afectiva o virtual y por último los de paso. (Valls, 2013)

Con el auge de las redes sociales y el internet, los visitantes van a un destino con mayor conocimiento, así como también con mayor perspectiva de la calidad de los servicios de un lugar. Por otro lado, hay mayor diversidad de tipos de turistas como los ecologistas o los mochileros, por lo que también la prestación de servicios se diversifica.

B. El sector económico y social turístico

Está compuesto por los empresarios, los trabajadores y los proveedores de las empresas turísticas y de apoyo y de las asociaciones e instituciones que actúan en el sector. Involucra actividades de intermediación, transporte, comercio, servicios de asistencia, etc. (Valls, 2013)

Se trata de todas las personas involucradas en la prestación de servicios; desde quienes dirigen este proceso, hasta quienes brindan el servicio de primera mano al turista, en su gran mayoría estos agentes son de carácter privado.

C. Las administraciones públicas

Las competencias en materia turística corresponden a los funcionarios y responsables políticos operando a través de sus respectivos organismos administrativos. Sus competencias abarcan la planificación territorial, la gestión de la vía pública, la seguridad pública, la limpieza, los servicios deportivos, el transporte público, la información turística, la creación de infraestructuras y equipamientos, etc. (Valls, 2013)

Cabe aclarar que estas competencias varían dependiendo de la jurisdicción de cada administración, así, si ésta es local las competencias podrían estar más orientadas a políticas de sostenibilidad, regulación de la actividad local y control al mismo nivel; si el ámbito de actuación es mayor por ejemplo las prefecturas, su función suele ser de desarrollo y cooperación entre los distintos municipios y la distribución de los recursos

para dichas acciones; y en el ámbito nacional las políticas están orientadas a la promoción exterior, la elaboración de planes generales, el apoyo a las empresas y la elaboración de productos, la dinamización turística a gran escala, la regularización y control etc.

D. *La sociedad en general*

Se considera al resto de sectores económicos, sociales, culturales, ecológicos, etc., y su implicación como parte fundamental del desarrollo turístico. La sociedad local es la primera interesada en el desarrollo turístico, beneficiándose y asumiendo sus desventajas. De ello la importancia en que la sociedad en su conjunto o por lo menos la mayoría tenga afinidad con el desarrollo turístico ya que de lo contrario éste podría generar conflictos y disfunciones en el corto y el largo plazo. Para evitarlo, hay que partir de planes de desarrollo territorial que contemplen a los habitantes naturales, es decir, que contemplen la realidad social logrando implicarlos en el proceso de desarrollo turístico y así abrir dicha sociedad hacia una nueva: la sociedad del turismo. (Valls, 2013)

Es muy importante que todos estén de acuerdo con este concepto, y nivel de desarrollo, ya que la cultura turística es un elemento abstracto pero que se vuelve indispensable si hablamos de calidad en los servicios y para la promoción de un destino que más adelante signifique que se pueda generar empleo de los reales y potenciales ingresos del turismo.

2.1.4 Recurso Turístico

Los elementos de carácter natural, o las actividades humanas o los productos antropológicos que motiven el desplazamiento por razones emotivas como la curiosidad o la emoción que causa la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. (Rivera, 2009)

Con esta definición también podemos agregar y considerar a todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios naturales o

culturales con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen necesidades de los visitantes, para transformarse en un producto turístico

Así mismo un recurso turístico cumple su finalidad cuando la utilización potencial o real de los elementos patrimoniales o atractivos naturales tienen las suficientes actuaciones humanas para ser ligadas a la creación de un producto turístico que permita ser promocionado. (Lagunas, 2007)

El poder evaluar si es factible transformar un recurso turístico en producto, permite determinar la potencialidad de desarrollo de la actividad turística en un determinado espacio.

2.1.5 Producto Turístico

El producto es el punto central de la oferta que realiza toda organización o empresa, a un mercado meta para satisfacer necesidades y cumplir con los objetivos planteados.

No es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofertan con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos naturales, culturales, facilidades y acceso. (Ruiz, 2007, p. 65)

Un concepto nuevo habla sobre lo abstracto de su utilidad, ya que depende de la percepción del turista o de quien utiliza los productos o servicios. Maubert (2009) dice lo siguiente:

El termino producto se utiliza para abarcar bienes y servicios que se ofrecen para satisfacer un deseo, de esta forma, la importancia de un producto no radica en que la persona pueda tenerlo, sino que satisfaga el deseo del que lo originó. (p.20)

Con lo citado anteriormente se puede concluir que producto es: la combinación de todos los factores de producción, para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, y la combinación de lo abstracto de los servicios como por ejemplo la calidez de los guías, meseros, cajeros, etc. en este caso la prioridad son los turistas, ya que de su buena evaluación depende la recomendación del mismo hacia otros potenciales clientes.

2.1.5.1 Componentes del producto turístico

Para Valls (2013) existen dos componentes del producto turístico, de alguna manera el los clasifica entre bienes y servicios turísticos; hablando de la tangible y lo intangible de la calidad en la prestación de los mismos

Lo tangible. - Se puede observar en la calidad de la comida, los muebles del hotel. La parte tangible la conforma el producto turístico como tal, así como es prestado por la empresa turística. (Valls, 2013)

Lo intangible. - El producto no se puede palpar con los sentidos. Estos productos generan expectativas, hacen pensar al cliente como es el producto, que uso le darán, y que resultados esperan obtener. Puede ser la atención del personal, la comodidad del sitio, etc. (Valls, 2013)

Otro autor en este caso, Santamaría (2017) señala que existen varios componentes de un producto turístico, y hace énfasis en tres como los más importantes, las cuales son las atracciones del destino, las instalaciones y la accesibilidad del mismo, de la combinación y la calidad de estas depende que un producto sea de calidad y por lo tanto un espacio geográfico se convierta en destino turístico.

Atracciones del Destino: Están formadas por la imagen que el consumidor tiene del destino, en base a las atracciones naturales, como una playa o una cadena montañosa; y, por otro lado, las atracciones construidas por la mano del hombre, como un parque temático o un enclave arqueológico. (Santamaría, 2017)

Las Instalaciones del Destino: Que normalmente por si solas no constituyen una motivación para viajar, pero cuya ausencia podría limitar el disfrute del viajero, estarían

formadas por aquellas destinadas al alojamiento, alimentación y entretenimiento. (Santamaría, 2017)

Las Instalaciones del Destino: Que normalmente por si solas no constituyen una motivación para viajar, pero cuya ausencia podría limitar el disfrute del viajero, estarían formadas por aquellas destinadas al alojamiento, alimentación y entretenimiento. (Santamaría, 2017)

2.1.6 El desarrollo del Turismo en el Ecuador

Actualmente el turismo es una de las opciones de desarrollo más atractivas para el Ecuador. Los atractivos principales son de primera calidad y las Islas Galápagos ya se consideran un destino eco-turístico prioritario. Debido al alto nivel de concientización.

El desarrollo turístico es un eje transversal que depende del nivel de implementación de los otros sectores nacionales: vialidad; infraestructura sanitaria, electrificación, servicios de salud, educación, seguridad, etc. Por ello, el turismo debe ser considerado como un mecanismo importante del sector productivo en la economía nacional, al ser una actividad de exportación de servicios que se consumen dentro del país, que genera divisas y redistribuye la riqueza en la población, de forma directa. (Sarmiento, 2010, p. 46)

La oficina económica y comercial de la embajada de España en Quito, (2018), opina que el turismo en el Ecuador es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un sector interesante de divisas para Ecuador, por su situación geográfica tiene una gran variedad de paisajes, flora, fauna, grupos étnicos y distintas culturas, las cuales hacen del país un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta del Ecuador.

Tras el estancamiento experimentado en los años 2013, 2014 Y 2015, las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares, en 2017 llegaron 1´617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016. Así lo señala la información proporcionada por la Coordinación General de Estadística e Investigación del Mintur, que en su reporte destaca que solo en diciembre de 2017 se registró el mayor incremento de llegadas en el año, es decir un crecimiento del 30,3% superior con relación a diciembre de 2016 al recibir a 171.926 personas extranjeros que recorrieron los diversos destinos turísticos del país.

En su reporte destaca también que solo entre enero y septiembre de 2017 ingresó al país 1.204,5 millones de dólares, en divisas por concepto de turismo receptor, evidenciándose así un crecimiento acumulado del 12% con relación a igual período de 2016. (MINISTERIO DE TURISMO , 2016)

Al tercer trimestre de 2017 según datos de la ENEMDU el número de empleos en la actividad de alojamiento y servicios de comida corresponde a 498.385 un 2,4% más respecto al mismo periodo en el año 2016, esto representa el 6,4% del total de empleados en la economía, lo que le permite a dicha actividad ubicarse entre las 6 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

2.1.6.1 Importancia del turismo para la economía ecuatoriana

De acuerdo a los datos brindado por el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC), 2017 el turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas.

La Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, (2018), en el 2017 se registraron 1,617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016.

Durante el feriado de fin de año en el 2017, se generó una dinamización económica de 50 millones de dólares, se estima que se realizaron más de 904 mil viajes a escala nacional, las cifras representan un incremento de 25% y 27% respectivamente, en relación al año anterior.

Conforme a los resultados definitivos proporcionados por la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, en el año 2017 las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas, Santa Elena, Manabí, Pichincha y Esmeraldas, es decir, la mayor cantidad de viajes se realizó a las ubicadas en la región costa, representando el 59.3% del total de viajes. El sector hotelero obtuvo una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento a nivel nacional del 42% con una tarifa promedio por habitación de \$61 dólares, asimismo, el gasto promedio fue de \$55 por viaje.

De los datos que se poseen, hasta el tercer trimestre del 2017, existían 498,385 personas empleadas dentro de la actividad de alojamiento y restauración, lo que equivale a un crecimiento del 2,4% en relación al año 2016, esta cifra representa el 6,4% del total de empleados en la economía nacional, lo que ubica a la actividad de alojamiento y servicios de comida entre las 5 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

El turismo es una actividad muy productiva para el Ecuador porque trae muchos beneficios económicos, sociales y culturales, el turismo podría convertirse en la actividad principal del país, siempre y cuando se obtenga la ayuda necesaria por parte del gobierno y se destinen más fondos para su promoción y desarrollo, así como la buena voluntad del sector privado de colaborar en estrategias conjuntas que sigan beneficiando el crecimiento de la misma.

2.2 Desarrollo Rural

Como anteriormente se ha mencionado debido a las nuevas tendencias del turismo y al desarrollo de actividades más conservacionistas el desarrollo de áreas rurales o áreas con características naturales es el principal eje para el desarrollo del turismo en la actualidad, es importante destacar que en un área rural la agricultura y la ganadería no deben ser el eje dinamizador de la economía y mejoramiento de la

calidad de vida de los habitantes. Como menciona (Flores y Barroso, 2012) esta estrategia integral de desarrollo rural debe considerar otras nuevas funciones a desempeñar por el medio rural tales como la protección ambiental y la creación de una oferta de ocio y entretenimiento donde el turismo se convierte en una de las actividades estratégicas.

Para Carvajal (2011) el desarrollo rural es un proceso destinado a crear condiciones de progreso económico y social para toda la comunidad, con la participación activa de ésta, y la mayor confianza posible de su iniciativa, también hace un análisis del desarrollo rural relacionando al progreso comunitario ya que en ciertos libros de turismo alternativo está el análisis del desarrollo o turismo comunitario de forma separada. En este caso podría determinarse que el desarrollo rural es la parte generalizadora y lo comunitario a la parte central, ya que el desarrollo turístico rural hace mención a tomar en consideración un área con relevancia y potencial turístico y así generar un desarrollo mancomunado a los habitantes de esa zona o área rural.

2.2.1. Espacio turístico para el desarrollo rural

Para (Martínez y Rojo, 2013) se entiende por tal aquel donde se desarrolla la actividad turística, es decir, el lugar donde se asienta una oferta y una demanda turística; así mismo. La Junta de Andalucía (2014) dentro del Plan general de turismo sostenible, lo define como el territorio donde se localizan los elementos donde están relacionados con la actividad turística, los recursos que pueden ser aprovechados para formar productos turísticos, la infraestructura de acceso y de apoyo, los alojamientos y el espacio de las actividades. Estos autores también hablan de la estructuración del espacio se refiere a la base física donde tiene su encuentro la demanda con la oferta turística y es el lugar donde se sitúa la comunidad local, que para efectos prácticos se la considera como un elemento aparte dentro del sistema, por ser un importante factor de cohesión.

Tanto el espacio físico como las personas que en el habitan son de vital importancia para lograr el desarrollo en zonas rurales sobre todo si se pretende atraer turistas, ya que la combinación de varios elementos culturales y naturales en

zonas fuera de los grandes centros poblados, tienen potencial para convertirse en atractivos a ser visitados.

2.3. Competitividad

La competitividad en el turismo, es la forma en que las empresas prestadoras de servicios tratan de sobresalir de otras y generar mejores intereses en el visitante, mostrando nuevas y variadas ofertas a la de la competencia las cuales llamen la atención de los turistas y queden completamente satisfecho del producto o servicio que han adquirido.

Así según (Porter, 2008) menciona que la principal meta económica de una nación es producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos, se vincula a la competitividad a la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital. Se define la competitividad a la forma particular de competir una empresa con otra, cuya finalidad es ganarse la confianza del cliente, a su vez generando más ingresos y ganando popularidad entre sus competidores, si bien es cierto la competitividad genera que cada prestador de servicio trate de ser mejor que el otro y así poder incrementar la calidad del servicio y que el cliente quede satisfecho del servicio brindado.

La competitividad es entendida como una especie de competencia en términos comerciales, debe ser vista como la capacidad para superar las expectativas al brindar un bien o un servicio.

2.4 Emprendimiento

Este es un concepto nuevo, que se aplica a la creación de nuevas empresas tal como le describe la FUNDACION SERES (2017). Con el término emprendimiento se identifica el efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio, no existe una definición comúnmente aceptada de iniciativa

empresaria. La mayoría de conceptos ponen énfasis en el descubrimiento de oportunidades y otros se han centrado en la creación de nuevas empresas.

Emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos. (Gerencie.com s/a 2018, p. 1)

Por lo tanto, el montar un emprendimiento implica convertir una idea, en una innovación exitosa generando o promoviendo habilidades como visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo.

2.4.1 Emprendimiento Turístico

El emprendimiento turístico trata de hacer real una propuesta que se tenga de un negocio, como por ejemplo la creación de un resort, de un restaurante o relacionado a la industria hotelera. Shepherd y Patzelt (2010).

El emprendimiento turístico genera ganancias, de esta manera se satisfacen las necesidades de los individuos (inversores y empresarios), la economía y la sociedad en general. Zahra et al (2009) el emprendimiento es aquel que abarca una serie de actividades y procesos llevados a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de aumentar la riqueza social creando nuevas empresas o productos, dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora. El emprendimiento turístico no es más que plantear una idea diferenciada de desarrollo turístico o que genere un desarrollo significativo para todos los involucrados ya sea en cualquier área del turismo, en este caso turismo rural como menciona Mukesh et al (2009) el mismo que cita que el emprendimiento 22 turístico rural se ha formado para tratar las cuestiones en las que el sector lucrativo, el gobierno y el sector no lucrativo no responden.

2.5 Proyecto

(Baca, 2014, p. 2) Dice: Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

El proyecto es una idea clara a realizarse en un determinado momento mediante un estudio que permita identificar las necesidades de los consumidores en todas sus facetas, de esta manera se puede decir que existen diferentes inversiones.

2.6 Empresa

La empresa es una institución u organización dedicada a actividades con fines económicos y comerciales, que ofrecen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Según Giner (2014) quien manifiesta lo siguiente: “La empresa está formada por un conjunto de partes relacionadas de forma directa o indirecta para conseguir una finalidad. Esta finalidad no es más que la obtención de unos outputs mediante un proceso de transformación de unos inputs” (p.63).

De acuerdo a lo mencionado, la empresa es una entidad conformada por personas, que se dedica a la producción, transformación de productos y a la prestación de servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, persiguiendo un fin que es obtener una utilidad o beneficio.

2.7 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un conjunto de acciones que se realizan para saber la respuesta de la competencia el mercado en sí y proveedores frente a un producto o servicio.

El estudio de mercado es el primer punto y el más importante a considerar en la elaboración del informe del proyecto. Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma de suministrar el producto a los consumidores (Lawrence, 2003. p.67)

Se puede concluir diciendo que es la función empresarial más importante que identifica deseos y necesidades de los clientes es decir la oferta y demanda de bienes y servicios en un tiempo determinado.

2.7.1 Mercado

Hernández (2009) Manifiesta lo siguiente: “Es el conjunto de consumidores reales y potenciales que tienen características comunes y la necesidad de un producto o servicio por el que están dispuestos a intercambiar un valor y que la empresa está interesada en otorgar” (p.90)

Por lo tanto, el mercado es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio ofertado.

2.7.2 Mercado Real

Según Toca (2009), manifiesta que el mercado real: “son las personas que tiene necesidad de un producto o servicio, que posee los medios financieros para cubrirlos y que está interesada en adquirirlos” (p.95).

El mercado real es la concentración de todos los compradores directos o inmediatos, que adquieren los productos de los ofertantes, es decir el mercado real es la meta que los ofertantes se establecen, y que tiene como fin cubrir y ofrecer un servicio o producto.

2.7.3 Mercado Potencial

Es el conjunto de consumidores que no están en el mercado real, en algunas ocasiones forman parte del mercado disponible.

Según Hernández (2009) el mercado potencial “son los compradores que manifiestan un grado suficiente de interés por la oferta e ingresos suficientes para adquirir el producto” (p.59)

Este criterio permite determinar de una forma específica el mercado potencial, el cual pasa a ser parte son todas aquellas personas que utilizaran el servicio.

2.7.4 Oferta

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (Baca, 2014)

Los elementos que conforman la oferta turística son los siguientes:

Recursos Turísticos: son los atractivos con los que cuenta un determinado destino pueden ser: de orden natural, cultural, histórico etc. Y son la principal motivación de la visita. (Baca, 2014)

Empresas Turísticas: son aquellas que prestan el servicio directo al turista como: alojamiento, transporte, alimentación etc. (Baca, 2014)

Infra Estructuras: son los componentes físicos necesarios para desarrollar la actividad planteada pueden ser públicos o privados como: carreteras y puertos. (Baca, 2014).

2.7.4 Demanda

Según Baca (2014) “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”. (p.18)

La demanda turística, trata de identificar desde el punto de vista económico los diferentes tipos turísticos como el nacional frente al internacional, también el tipo de bienes y servicios demandados así el consumo de los mismos, etc., pues el componente más importante de la demanda es el que se clasifica en varias categorías (Rivera, 2012, p.120)

- Consumo turístico interno, el efectuado por los visitantes residentes en el mismo país y sus viajes son dentro del territorio.
- Consumo turístico receptor, el de los visitantes no residentes como resultado de sus viajes a la economía de referencia.
- Consumo turístico emisor, el efectuado por los residentes como resultado de sus viajes fuera del territorio económico de referencia.

La demanda tiene como objetivo establecer los posibles compradores del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

2.7.4 Factores determinantes de la demanda turística

La propia complejidad al realizar al momento de determinar la demanda turística como, concepto global, hace necesario realizar un previo análisis de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma. Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos:

- Económicos.
- Relativos a las unidades demandantes.
- Aleatorios.

- Relativos a los sistemas de comercialización.
- Relativos a la producción.
- Factores económicos. (Baca, 2014)

2.7.7 Tendencias de los Turistas

MINCETUR (2010) “Entre las tendencias de crecimiento cualitativo importante se pueden señalar las siguientes según, en su artículo de orientación al turismo presenta lo siguiente” (p.18)

- Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, y conocer la historia, cultura, naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. Hoy día los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.
- Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales.
- Hay muchos tipos de turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.
- El turismo de raíces étnicas por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El turismo de naturaleza, cultura y aventura está registrando un fuerte crecimiento.

2.8 Estudio Financiero

Según, Lawrence (2003) el estudio financiero “permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará”. (p.38)

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y calcular la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo.

2.8.1 Marco de Financiamiento

Para poder realizar una inversión de turismo es importante contar con herramientas para financiarlo tal como lo señala Sapag, (2007)

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. (p.150)

El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará. El financiamiento puede darse dentro o fuera del país a través de créditos, adelantados y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

2.9 Reglamento de alojamiento turístico. –

Se hace referencia a lo que dice la legislación turística ecuatoriana para alojamiento turístico, en el Capítulo III, que habla sobre la clasificación y categorización de los mismos, y cuáles son las características que deben cumplirse para acreditarse en dicho ordenamiento.

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS

- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

a) Hotel. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. Para el servicio de hotel apartamento se deberá ofrecer el servicio de hospedaje en apartamentos que integren una unidad para este uso exclusivo. Cada apartamento debe estar compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

b) Hostal. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c) Hostería - Hacienda Turística - Lodge:

c.1. Hostería. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de

alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.2. Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c.3. Lodge. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d) Resort. - Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

e) Refugio. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo.

f) Campamento turístico. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

g) Casa de huéspedes. - Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos.

Art. 13.- Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico. - Es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos. Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son: Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico Categorías asignadas Hotel 2 estrellas a 5 estrellas Hostal 1 estrella a 3 estrellas Hostería - Hacienda Turística 3 estrellas a 5 estrellas - Lodge

Resort 4 estrellas a 5 estrellas Refugio Categoría única Campamento turístico
Categoría única Casa de huéspedes Categoría única.

Art. 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico. - El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local. Las modificaciones y/o adecuaciones que pudieren afectar o alterar la clasificación y/o categorización del establecimiento de alojamiento turístico ya registrado, deberán ser notificadas a la Autoridad Nacional de Turismo por medio de su herramienta digital, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la modificación, para su actualización. En caso de no dar cumplimiento a la disposición de este inciso, se aplicarán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo y demás normativa vigente.

1.3 CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Investigación de campo

La investigación de campo se basa en obtener información a partir de la realidad que el investigador experimenta en un área específico de estudio.

El trabajo de grado consideró fundamental la investigación de campo ya que permitió determinar la situación actual de aspectos turísticos, culturales, organizativos de la parroquia Santa Catalina de Salinas a través de visitas planificadas, se aplicó técnicas de investigación como: la encuesta, el fichaje y la observación

La investigación de campo se aplicó en 20 visitas a la parroquia Santa Catalina de Salinas, en donde se pre diseño técnicas con la finalidad de: determinar la zona de estudio, crear vínculos con los gestores y habitantes de la parroquia, identificar los actores y asociaciones involucradas en la actividad turística, así como los servicios turísticos existentes y determinar la calidad de los servicios ofertados de acuerdo a la experiencia vivenciada por el investigador.

3.1.4 Investigación descriptiva

La investigación permitió caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus particularidades y propiedades, sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los aspectos u objetos involucrados en el trabajo indagatorio, esta forma de investigación requiere la combinación de métodos como: análisis, deducción e inducción.

En este documento se utiliza este tipo de investigación en el proceso de tabulación y evaluación de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los

turistas, también se utilizó este tipo de investigación al caracterizar los atractivos turísticos de la parroquia, con los datos obtenidos en las fichas de inventario.

3.1.5 Investigación Bibliográfica

Constituye la primera etapa de la investigación científica, proporcionando conocimiento de investigaciones ya existentes teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador propone indagar o resolver.

La principal actividad considerada dentro de este tipo de investigación fue la revisión de libros, folletos, revistas, artículos, tesis monografías relacionadas al tema de investigación, en bibliotecas y páginas de internet.

Las bibliotecas que contribuyeron a generar conocimiento fue la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte, la Biblioteca de la Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, el repositorio digital de la Universidad de Especialidades Turísticas y el repositorio digital de la Universidad Nacional de Loja.

Otras fuentes de datos importantes que proporcionaron información referente al tema de investigación fueron: los proyectos, folletos, estudios de entidades involucradas en la actividad turística de la Parroquia de Salinas como: La Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador Filial Norte, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Catalina de Salinas y El Ministerio de Turismo del Ecuador, de estas entidades se obtuvieron documentos entre los que destacaremos: EL Plan maestro del Ferrocarril del Ecuador, Estudio de cadenas de valor turístico de Imbabura, consolidado del número de pasajeros que viajaron en el Tren de la Libertad durante el año 2012 y 2013, y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Santa Catalina de Salinas. Al analizar estos documentos se obtuvieron datos que permitieron definir los lineamientos del trabajo de grado.

La investigación bibliográfica contribuyo directamente en el planteamiento y establecimiento del marco teórico de este documento y en la obtención de datos que permitieron calcular la muestra.

3.2 Métodos

3.2.1 Cualitativo

Este método permitió analizar, identificar y clasificar los servicios turísticos existentes en la Parroquia de Santa Catalina de Salinas de acuerdo a la tabla de servicios turísticos expuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador, así como determinar la calidad de los productos, servicios ofertados y el nivel de satisfacción de los turistas al finalizar la excursión en la parroquia.

3.2.2 Cuantitativo

A través de este método se calculó la muestra del universo de la investigación, fueron los visitantes que llegaron a Salinas a través del Tren de la Libertad y participaron de la excursión turística en la parroquia.

3.2.3 Sintético

Aplicando este método se sistematizó datos relevantes y esenciales obtenidos a través de las encuestas, fichas técnicas, visitas de observación y documentos utilizados en el proceso de investigación en forma de redacción y tablas que facilitaron el ordenamiento e interpretación de la información.

3.2.4 Deductivo

El método deductivo fue empleado sustancialmente en la formulación del problema de investigación, y en el desarrollo del capítulo VI que corresponde a la propuesta que el investigador considera pertinente luego del análisis de los resultados obtenidos en todo el proceso de la investigación.

3.3 Técnicas

Para la realización del presente trabajo se utilizó como técnicas la encuesta que permitirá recolectar la información directamente de los pobladores de la parroquia de Salinas.

3.3.1 Instrumentos

- Encuestas para visitantes de la parroquia y habitantes
- Ficha de Observación MINTUR

3.3.2 Población

La unidad de análisis está enfocada en la parroquia de Salinas, perteneciente a la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Considerando las siguientes poblaciones: turistas y pobladores de la comunidad., miembros de la Junta Parroquial.

Según el último censo realizado por el INEC en el 2010, el número de habitantes de la parroquia de Salinas es 1.741

3.3.3 Muestra

Para el cálculo de la muestra poblacional, que según el último censo del INEC ES DE 1741, se utilizó la siguiente fórmula.

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

- **Simbología**

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

P = Población / Universo: 1.741 personas.

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

• **Muestra para la población:**

$$n = \frac{0.25 (1.741)}{\frac{(1.741-1) (0,05)^2 + 0,25}{2^2}}$$

$$n = \frac{435.25}{(1740) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{435.25}{1.3375}$$

n= 325 pobladores de la parroquia de Salinas

Para obtener el tamaño de la muestra de los turistas se establecieron los siguientes términos:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 N - e^2 + Z^2 \sigma^2}$$

Simbología:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de los turistas

e= Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0.05)

Z= Nivel de confianza

σ^2 = Varianza

Datos

n= ?

N= 1.814

e= 5% = (0,05)

$$z = 95\% = (1,96)$$

$$\sigma^2 = 0.25$$

$$n = \frac{(1.814)^2 (0.25)^2 \cdot 1814}{(0,05)^2 (1814-1) + (1.96)^2 (0.25)^2}$$

$$n = \frac{373.00}{4.532 + 0.24}$$

$$n = \frac{373.00}{4.772}$$

n = 78 encuestas para turistas

1.4 CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1 Presentación

El presente análisis e interpretación de datos estadísticos detallan los resultados de las herramientas de investigación aplicadas para cumplir los objetivos del proyecto propuesto. En primera instancia se da a conocer los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los pobladores de la parroquia Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura y posteriormente se efectuó las encuestas a turistas que visitan el sector. Con el objetivo de determinar la posibilidad del diseño y construcción de un hostel ecológico en el sector, para cubrir la demanda del servicio de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, motivando a conocer que tan acertada puede ser la propuesta para implementarla.

4.2 Localización de la Parroquia de Salinas

La parroquia de Salinas se encuentra ubicada, al Norte del Cantón Ibarra a treinta minutos por la Panamericana y la vía de primer orden Ibarra - San Lorenzo (Provincia de Esmeraldas)

Coordenadas Geográficas

Longitud: 819.100 UTM O

Latitud: 54.800 UTM N

Altura: 1636 m.s.n.m.

Fuente: Carta Topográfica – Ibarra (2002) IGM

4.2.1 Características Climáticas

La parroquia Santa Catalina de Salinas presenta las siguientes características climáticas, su temperatura es de 19° centígrados y su pluviosidad es de 312mm.

4.2.2 Clasificación Ecológica

Por su clima cálido presenta una zona de vida monte espinoso Pre-montano. (mePM)

4.2.3 Hidrología

Se encuentra influenciado por el río Ambi

4.3 Caracterización Socio-Económica

4.3.1 Aspectos Demográficos

- **Composición social- étnica:** Afro ecuatoriano – mestizo
- **Grupos religiosos:** católicos, evangélicos
- **Idioma:** Castellano
- **Vivienda:** Las cosas son antiguas de planta baja
- **Migración:** Existe una migración de las mujeres que se desplazan hacia las ciudades en busca de nuevas oportunidades de empleos.

4.4 Distribución Política Administrativa

En la parroquia Santa Catalina de Salinas existen organizaciones sociales distribuidas en:

- 3 comunidades (Cuambo, San Luis y Salinas – centro poblado).
- 6 barrios (Barrio San Luís, La Esperanza, La Floresta, Central, San Martín y San Miguel)
- Organizaciones religiosas (comunidad católica, y Puente de Amor-Evangélica)
- Asociación de cañicultores
- Asociaciones de orden social y cultural.

4.5 Reseña Histórica

La Fundación de Salinas fue mediante decreto del Libertador Simón Bolívar, Presidente de la Gran Colombia, el 24 de junio de 1824. Antiguamente, en forma empírica los moradores se dedicaban a la explotación de sal, al cultivo de algodón y hoy a la caña de azúcar. Salinas, lleva este nombre por ser un sitio donde han existido varias minas de sal que eran una fuente de subsistencia en tiempos anteriores para sus pobladores. (Terán, 2013)

La denominaron Santa Catalina de Salinas, gracias a la llegada de la patrona conocida como la Sra. Catalina Ranguel, quien aportó para que este pueblo empiece a surgir, fue así que la primera iglesia fue creada en los terrenos de la mencionada Señora.

Existen varias asociaciones dentro de la parroquia a continuación se detallan las mismas.

- Asociación de mujeres tiene una actividad textil, elaboran carteras y bolsos.
- Asociación de mujeres Santa Catalina, se encargan de la elaboración de dulces, mermeladas, chocolates etc.
- Asociación de jóvenes, tienen una actividad textil, elaboran estampado en camisetas.
- Fundación tiene una actividad de museos, restaurantes.

4.6 Servicios de Alojamiento Existentes en la Parroquia de Salinas

La parroquia Santa Catalina de Salinas desde el año 2008 que el Gobierno Nacional presidido por el Economista Rafael Correa Delgado inició el proyecto de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano, experimentó un cambio en la matriz productiva de su localidad ya que se convirtió en un destino turístico del Ecuador.

El GAD parroquial de Santa Catalina de Salinas liderado por el Ab. Raúl Maldonado, junto con la intervención de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública Filial Norte, representado por la Ing. Ana Villareal, y la Fundación Sembrando Nuestro Futuro, representado por la Ing. Mariela Mina, se involucró en el ámbito turístico para hacer frente a la llegada masiva de turistas consecuencia de la activación de la ruta Tren de La Libertad, para lo cual tuvo que estructurar un plan de acción que contempló: el rescate de la cultura y tradición del pueblo afro descendiente, la creación de infraestructura turística, el desarrollo de capacidades y talentos de los habitantes de la parroquia, la creación y consolidación de estructuras organizativas comunitarias y la gestión de recursos económicos en entidades nacionales e internacionales que apoyan la ejecución de las actividades turísticas en sectores rurales de países en vías de desarrollo.

Este proceso de involucramiento social hizo posible la creación e implementación de varios emprendimientos privados, los mismos que ofrecen servicios de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento a los visitantes que llegan a la parroquia.

La investigación permitió identificar los siguientes servicios de alojamiento ofrecidos en la comunidad.

Tabla 1. Alojamientos disponibles

Alojamientos disponibles

N.	SERVICIO	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	CATEGORIA
1	Alojamiento	Hostal "La casa del turista"	única N/A
2	Alojamiento	Hospedería comunitaria "El Palenque"	única N/A

Fuente: Fichas de Observación aplicadas en Santa Catalina de Salinas

Elaborado por: Yépez A, 2017

- **Hostal la Casa del Turista**

Es un establecimiento que brinda el servicio de hospedaje, tiene capacidad de albergar a 12 personas, los principales clientes de este establecimiento son las personas que trabajan de forma permanente en la parroquia.

- **Hospedería comunitaria el Palenque**

Es un establecimiento dedicado a brindar servicio de hospedaje, con capacidad para acoger a 5 personas, se encuentra ubicado en el barrio San Martín, es parte de la organización comunitaria Bombodromo Palenque

La investigación permitió identificar dos lugares que brindan el servicio de hospedaje en la parroquia de Salinas, mismas que no cubren la demanda de turistas existentes dispuestos a pernoctar en el sector, demostrando la necesidad de diseñar e implementar un hostel ecológico que cumpla con los estándares requeridos tanto para la satisfacción del cliente y el compromiso con el medio ambiente.

4.6.1 Atractivos turísticos.

Tabla 2. Atractivos Turísticos

Atractivos Turísticos

DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	TIPO
MUSEO DE SAL	Manifestaciones Culturales	Museos
MUSEO ETNOGRÁFICO	Manifestaciones Culturales	Museos
RECORRIDO EN CHIVA TURÍSTICA	Manifestaciones Culturales	Lugares a las comunidades Salinas, parroquias del Valle del Chota la cuenca del río
CAFETERÍA DEL TREN	Manifestaciones Alimentarias	Productos de la zona del Valle Salinas y Chota

PLAZA ARTESANAL	Manifestaciones Culturales	Exposición de artesanías
ESTACIÓN HOJA BLANCA	Manifestaciones Culturales	Obras de arte y técnica / lugares históricos
ESTACIÓN SALINAS	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos
PARQUE CENTRAL	Manifestaciones Culturales	Parques y plazas
FIESTAS DE LA VIRGEN DE LAS LAJAS	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones y creencias religiosas
IGLESIA DE SALINAS	Manifestaciones culturales	Manifestaciones y creencias religiosas
GRUPOS DE DANZA BOMBA	Folklore	Manifestaciones culturales y música
FIESTA MONTE CALVARIO	Folklore	Manifestaciones y creencias religiosas
LA BOMBA/ GÉNERO MUSICAL	Folklore	Música y danza
CARNAVAL PALENQUE	Folklore	Música, danza, cultura y gastronomía

Fuente: Fichas aplicada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
 Elaborado por: Yépez A. (2017)

Análisis

Al plantear y analizar los atractivos turísticos del Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas se puede dar cuenta del potencial con el que cuenta el sector, por su ubicación y su factor principal que es el clima cálido seco que le brinda la oportunidad de despegar con el turismo comunitario, además se identifica que de acuerdo a la estructura del producto turístico con el que cuenta la Parroquia, se han determinado lineamientos que permiten fortificar el plan de marketing turístico con la implementación de servicios en los que la comunidad se involucra y participa directamente, permitiendo que los pobladores son los actores principales en la actividad.

4.6.2 Encuesta dirigida a los pobladores de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Tabla 3. Género de la población encuestada

Género de la población encuestada

Género	Encuestados	Porcentaje %
Masculino	150	46
Femenino	175	54

Fuente: Encuesta aplicada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

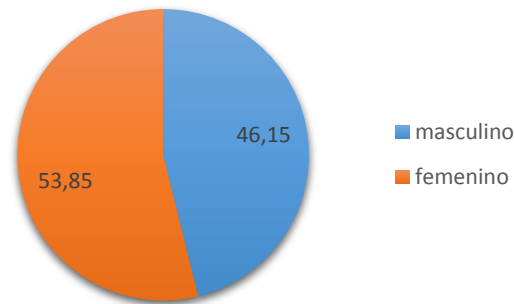


Figura 1.

Las respuestas obtenidas de los pobladores de la parroquia Santa Catalina de Salinas se encuentran representados en el gráfico 1 y se manifiesta que del total de los encuestados se representa al 54% son de género femenino mientras que 46% representan al género masculino.

Instrucción Académica

Tabla 4. Instrucción académica de la población

Instrucción académica de la población

	Instrucción académica	Porcentaje (%)
Básica	175	53
Media	100	30
Superior	50	15
Total	325	

Fuente: Encuesta aplicada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

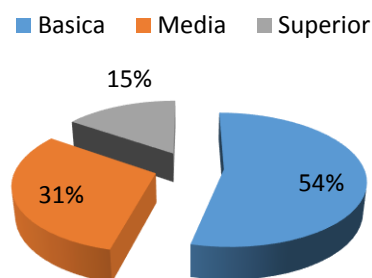


Figura 2.

El análisis de la información determinó lo siguiente: que más de la mitad de la población tiene una instrucción básica, mientras que una tercera parte pertenece a una instrucción media y finalmente quince centésimos a la instrucción superior.

1. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su hogar?

Tabla 5. Ingreso promedio mensual de la población

Ingreso promedio mensual de la población

Respuesta	N° de encuestados	Porcentaje %
1-100 USD	60	18
101-200	30	9
201-300	50	15
301-400	145	44
400 USD o mas	40	12
Total	325	

Fuente: Encuesta aplicada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

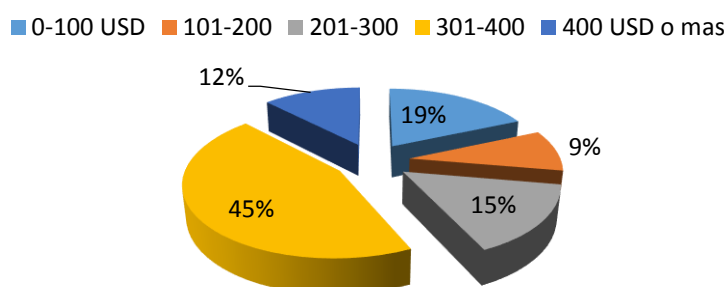


Figura 3.

La cuarta parte de la población tiene un ingreso promedio mensual en su hogar de \$USD301- 400, que corresponde al sueldo básico según la legislación vigente, el resto de la población que es más de la mitad vive con menos del salario mínimo, por lo que su condición de vida dificulta que piensen en el desarrollo de la actividad turística, ya que seguramente se les dificulta satisfacer sus necesidades mínimas, esto también se debe a que en su mayoría la población se dedica a la agricultura.

2. ¿Considera Usted que se han Desarrollado Actividades Turísticas en la Parroquia de Salinas?

Tabla 6. Actividades Turísticas en el Sector

Actividades Turísticas en el Sector

Respuestas	N° de encuestados	Porcentaje %
Si	310	95
No	15	5
Total	325	

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas

Elaborado por: Yépez A. (2017)

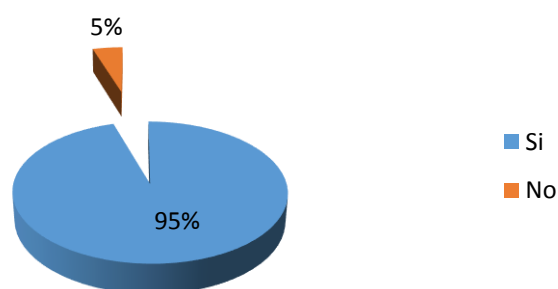


Figura 4.

Con los datos de la figura 4, se verificó que la gran mayoría de la población de Salinas, manifiestan que, si se han desarrollado actividades turísticas en dicha parroquia, mientras que cinco centésimas, señala que no se han desarrollado actividades turísticas en la parroquia. Los pobladores evidencian el desarrollado actividades turísticas dentro de su parroquia.

3. ¿Considera Usted que el Turismo Aporta Positivamente a la Comunidad?

Tabla 7. El Turismo Como Aporte en la Comunidad

El Turismo Como Aporte en la Comunidad

Respuesta	N° de encuestados	Porcentaje %
Mucho	270	83
Poco	50	15
Nada	5	2
Total	325	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

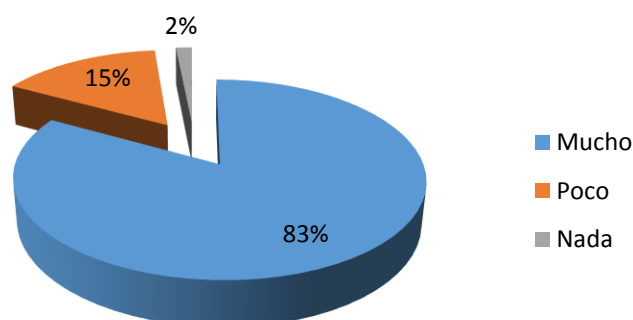


Figura 5.

Una gran mayoría de la población cree que el turismo aporta positivamente a la comunidad, mientras que quince decimas manifiestan que el turismo aporta poco a la comunidad y finalmente una muy minina parte dice que el turismo no aporta en nada a la comunidad de Salinas. Se evidenció que una gran parte de la población considera que el turismo aporta mucho al desarrollo de su comunidad.

4. ¿Considera a la Actividad Turística Una Alternativa Importante Para el Desarrollo de la Parroquia?

Tabla 8. La Actividad turística como alternativa para el desarrollo

La Actividad turística como alternativa para el desarrollo

Respuesta	N° de encuestados	Porcentaje %
Si	290	89
No	35	11
Total	325	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

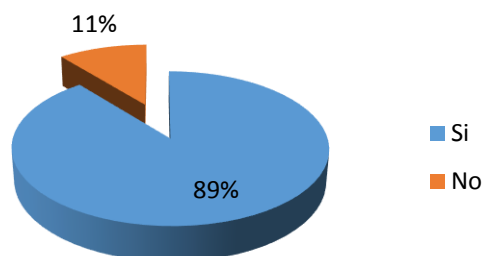


Figura 6.

La mayoría de la población considera a la actividad turística como una alternativa importante para el desarrollo de la comunidad, mientras que un 11% dice que no considera a la actividad turística como una alternativa de desarrollo en la comunidad. Es decir, la población en su mayoría manifestó que la actividad turística es una alternativa de gran importancia para el desarrollo de la parroquia en todos los ámbitos.

5. ¿Considera que en la Parroquia Hace Falta Lugares de Alojamiento?

Tabla 9. Lugares de Alojamiento

<i>Lugares de Alojamiento</i>		
Respuesta	N° de Encuestados	Porcentaje %
Si	319	98
No	6	2
Total	325	100%

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

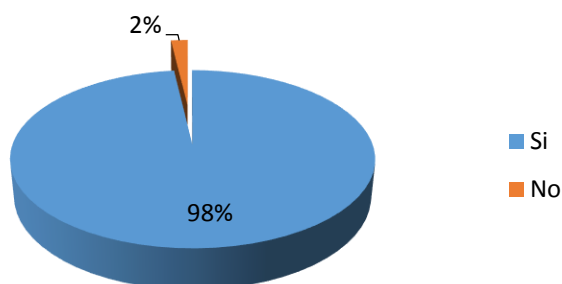


Figura 7.

La opinión de los pobladores con respecto a los pocos lugares de alojamiento en la parroquia, es decir la mayoría señala que, si hace falta lugares de alojamiento en la parroquia, mientras que muy pocos creen que no es necesario implementar lugares de alojamiento en la comunidad. Esta variable afirma la necesidad de lugares de alojamiento en el sector, que cubran la demanda de los turistas que ingresan a la parroquia.

6. ¿Le Gustaría Participar en Alguna Actividad Turística Adicionalmente a la que Usted se Dedicaba Actualmente?

Tabla 10. Actividad Turística Adicional

<i>Actividad Turística Adicional</i>		
Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Si	270	83
No	55	17
Total	325	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

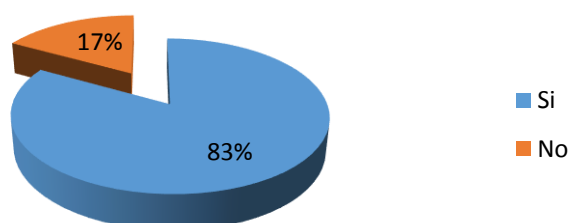


Figura 8.

Los datos señalados permiten conocer la posición de la población hacia la siguiente interrogante ¿le gustaría participar en alguna actividad turística adicional a la que usted se dedica actualmente? La población respondió de la siguiente manera, diecisiete centésimas dice que no, mientras que la mayoría dice que sí. Se pudo comprobar que la población tiene gran interés en relacionarse en actividades con el ámbito turístico.

9. ¿Usted o Algún Miembro de su Familia ha Recibido Capacitación o a Participado en Actividades del Servicio de Hospedaje Tales Cómo?

Tabla 11. Capacitación o Participación en Actividades del Servicio de Hospedaje

Capacitación o Participación en Actividades del Servicio de Hospedaje

Respuesta	N°	Porcentajes %
Atención al cliente	90	28
Manejo de desechos sólidos	25	8
Recepción de turistas	60	18
Mantenimiento o limpieza de hoteles	150	46
Total	325	

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

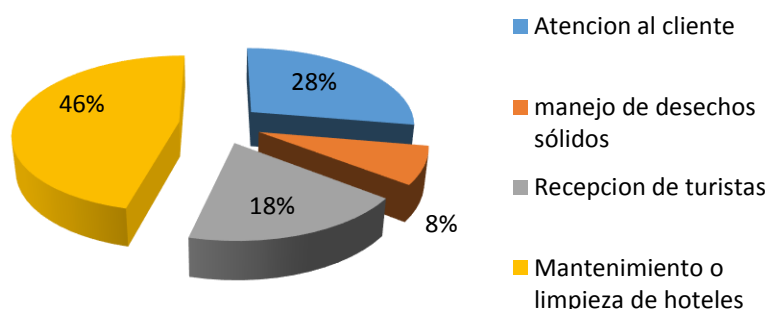


Figura 9.

Los resultados obtenidos en base a la siguiente pregunta, en donde cuarenta y seis centésimas de la población responde a la capacitación de mantenimiento o limpieza de hoteles, seguido de casi tres partes que se refiere a la atención al cliente, con dieciocho decimas se encuentra la recepción de turistas y finalmente una mínima parte manifiesta haber recibido capacitación en manejo de desechos sólidos. Se demostró que la población si tiene conocimiento o capacitación en actividades del servicio de hospedaje.

4.6.3 Encuesta Dirigida a los Visitantes o Turistas de la Parroquia de Salinas, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura

1.- Edad

Tabla 12. Edad de los Turistas

Edad de los Turistas

Edad	N° de Encuestados	Porcentajes %
18-30	19	24
31-46	22	28
46- 56	30	38
57-o mas	8	10
Total	78	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

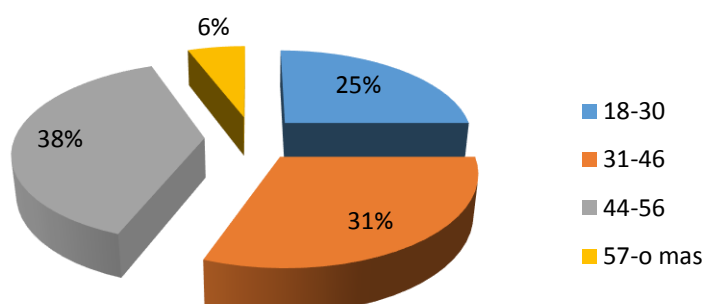


Figura 10.

La Figura 10 nos detalla los resultados obtenidos en la primera pregunta con referencia a la edad, en la que las terceras partes representan a personas de entre 44-55 años, las otras terceras partes pertenecen a personas de 31-46 años, seguidos de las personas de 18-30 años que pertenecen a veinticinco centésima y finalmente un mínimo de personas de 57 años o más. En conclusión, determinamos que los

visitantes de la parroquia de Salinas se encuentran dentro de la población económicamente activa.

2.- Género

Tabla 13. Género de los Turistas

Género de los Turistas

Género	N° de Encuestados	Porcentajes %
Masculino	48	54
Femenino	30	46
Total	78	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

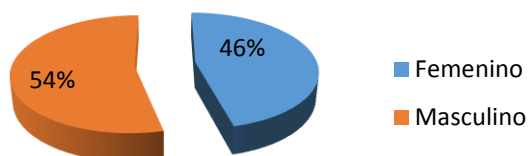


Figura 11.

Más de la mitad de los visitantes representan al género masculino, mientras que cuarenta y seis centésimas representan al género femenino de los visitantes que recibe la parroquia de Salinas. Podemos demostrar que existe una igualdad de género entre los visitantes a dicha parroquia

3. Instrucción

Tabla 14. Instrucción académica de los Turistas

Instrucción académica de los Turistas

Nivel	N° de Encuestados	Porcentajes %
Básica	8	6
Media	25	42
Superior	45	52
Total	78	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

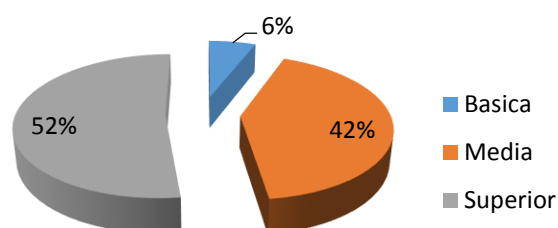


Figura 12.

Los datos señalados permiten verificar lo siguiente. Más de la mitad pertenece a la instrucción académica superior de los visitantes o turistas, con un 42% se ubican los turistas con instrucción académica media y por último un 6% perteneciente a la instrucción académica básica de los turistas. Los turistas que visitan la parroquia de Salinas tienen una instrucción académica media –superior.

4. ¿Con que Frecuencia Usted Visita la Parroquia de Salinas?

Tabla 15. Instrucción académica de los Turistas

Instrucción académica de los Turistas

Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Primera vez	6	6
Cada semana	10	8
Cada mes	34	42
Cada año	28	44

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

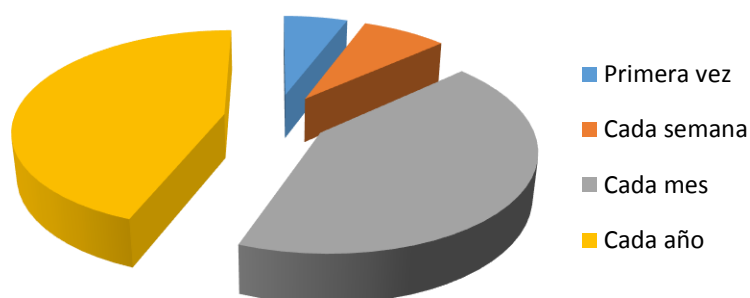


Figura 13.

Cuarenta y cuatro de los turistas manifiesta que visita la parroquia de salinas cada año, el 42% dice que visita la parroquia cada mes, un 8% señala que visita cada semana y finalmente un 6% lo hace por primera vez. Se pudo señalar que la frecuencia de visitas del turista a esta parroquia es por año y por mes, las razones son la falta de servicios de hospedaje en la parroquia.

5. ¿Por qué Motivo Usted Visita la Parroquia de Salinas?

Tabla 16. Motivo de Visita a la Parroquia

Motivo de Visita a la Parroquia

Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Lugares turísticos	72	94
Tradición en fechas importantes	6	6

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

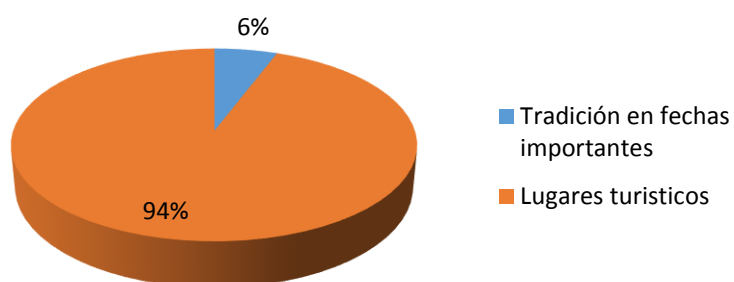


Figura 14.

Con el gráfico se detalla que la mayoría visita la parroquia de Salinas por sus lugares turísticos, mientras que una mínima parte lo hace por tradición en fechas importantes. Se demostró que los turistas se desplazan hacia esta parroquia movidos por sus lugares turísticos.

6. ¿Cuándo Usted Visita la Parroquia de Salinas lo Hace?

Tabla 17. Compañías por Turista

Compañías por Turista

Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Solo	5	6
Con familiares	50	58
Con amigos	23	36
Total	78	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

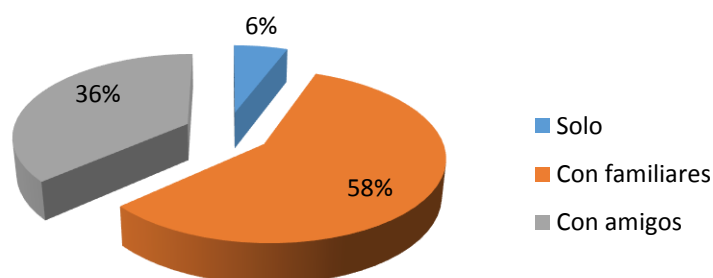


Figura 15.

Con el gráfico 15 se señalan los resultados obtenidos que a continuación se describen, que más de la mitad de los turistas manifiestan que visitan la parroquia de Salinas con familiares, seguidos de un treinta y seis por ciento de turistas que lo hacen con amigos y por último con un seis por ciento están los turistas que prefieren visitar la parroquia solo.

La mayoría de turistas visitan la parroquia de Salinas con familiares, lo que convierte a este lugar en un destino turístico favorable para la familia.

7. ¿Cuándo viaja pernocta en el sector?

Tabla 18. Durante el viaje pernocta en el sector

<i>Durante el viaje pernocta en el sector</i>		
Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Si	72	29
No	6	71
Total	78	

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

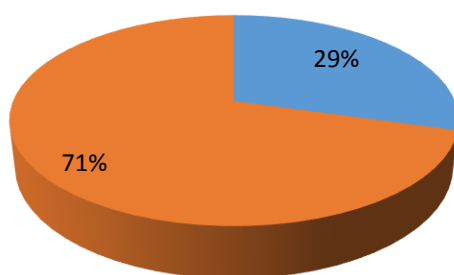


Figura 16.

Los datos señalados permiten evidenciar lo siguiente las siete partes de los turistas manifiesta que no pernocta en el sector, mientras que un veintinueve centésimas dice que sí requiere servicios de hospedaje. Con esto se puede evidenciar la falta de servicios de hospedaje en el sector.

8. ¿Cree Usted que es Necesario la Creación de un Hotel Ecológico en la Parroquia de Salinas?

Tabla 19. Necesidad de la Creación de un Hostal

Necesidad de la Creación de un Hostal

Respuesta	N° de Encuestados	Porcentajes %
Si	55	88
No	23	12
Total	78	100

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

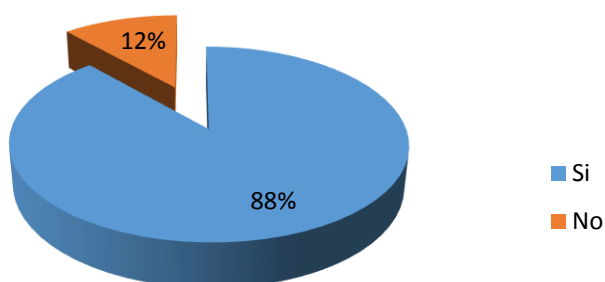


Figura 17.

Los datos señalados detallan lo siguiente: la mayoría de los encuestados manifiesta que, si es necesaria la creación de un hotel ecológico en la parroquia, mientras que una mínima parte dice que no es necesario. Con esto se verifico la creación de este hotel ecológico, para brindar el servicio de hospedaje a los turistas que visitan la parroquia de Salinas.

9. ¿Qué tipo de Servicios le Gustaría que Ofrezca este Hotel Ecológico?

Tabla 20. Demanda de Servicios

<i>Demanda de</i>	Servicios	N° de Encuestados	Porcentajes %	<i>Servicios</i>
	Hospedaje	45	59	
	Piscina	24	23	
	Restaurante	5	10	
	Canchas deportivas	4	8	

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

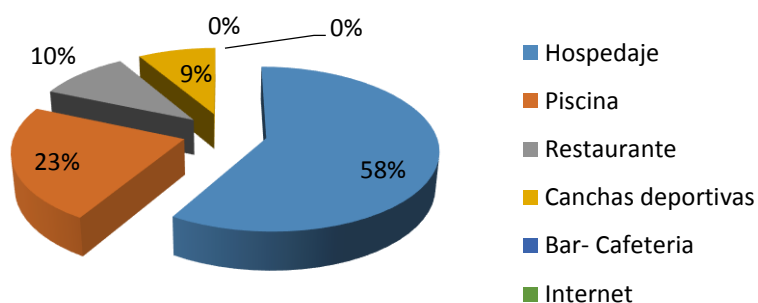


Figura 18.

Los tipos de servicios de preferencia para el turista que son los siguientes: para más de la mitad lo más importante es el servicio de hospedaje, seguido de servicios acuáticos como piscina dentro del hotel, diez centésimas se inclina por el servicio de restaurante y el restante a otros espacios deportivos como a canchas deportivas.

10. ¿Qué características considera Ud. Que se deben tomar en cuenta al momento de la creación del Hotel Ecológico.?

Tabla 21. Características para la Creación de un Hostal

Características para la Creación de un Hostal

Respuesta	N. de Encuestados	Porcentaje %
Precio	7	21
Ubicación	19	24
Atención al cliente	40	36
Infraestructura	12	19

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

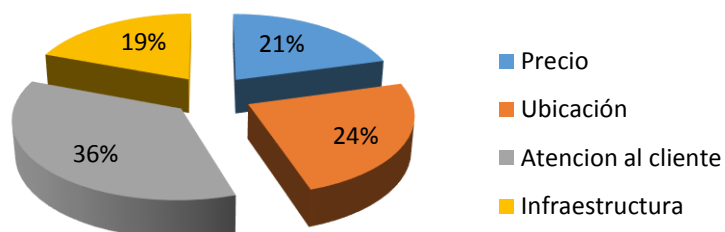


Figura 19.

Los datos evidenciados en el gráfico detalla lo siguiente: un poco más de las tres cuartas partes de los turistas señalan a la atención al cliente como característica principal para la creación del hotel ecológico, las dos partes señalan a la ubicación como característica a tomar en cuenta, para las siguientes dos partes un valor importante es el precio y por último el manifiesta como característica primordial a la infraestructura.

11. Qué precio estaría dispuesto a pagar por una noche de estadía en el Hotel Ecológico.

Tabla 22. Costo por Estadía

Costo por Estadía

Valor	N° de Encuestados	Porcentajes %
12-15	35	40
16-19	39	50
20-23	4	10

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

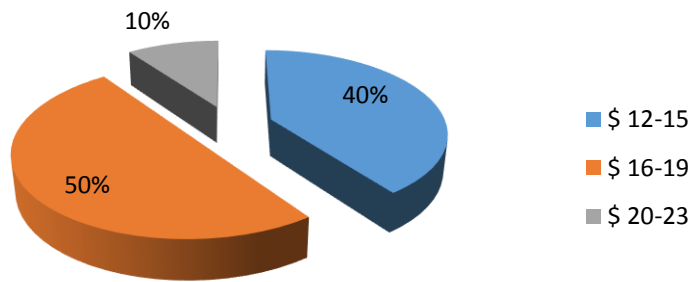


Figura 20.

Los datos establecidos permiten detallar lo siguiente: la mitad de los turistas está dispuesto a pagar \$ 16-19 por una noche de hospedaje en el hotel ecológico, mientras que una cuarta parte dice estar dispuesto a pagar \$ 12-15 por el servicio de hospedaje y finalmente una parte menor señala que pagaría \$20-23 por este servicio. Cualquiera de los 3 valores es una media que lo vuelve rentable mientras los turistas en su mayoría están dispuestos a cancelar el valor de entre \$ 16-19 dólares por el servicio de hospedaje brindado en el hotel ecológico.

12. ¿Al Momento de Elegir un Hotel Donde Hospedarse, por qué Medio de Comunicación Busca Mayor Información?

Tabla 23. Medios de Información para el Servicio de Hospedaje

<i>Medios de Información para el Servicio de Hospedaje</i>		
Medios	N° de Encuestados	Porcentajes %
Internet	40	54
Radio	15	19
Televisión	19	22
Hojas volantes	4	5

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Santa Catalina de Salinas
Elaborado por: Yépez A. (2017)

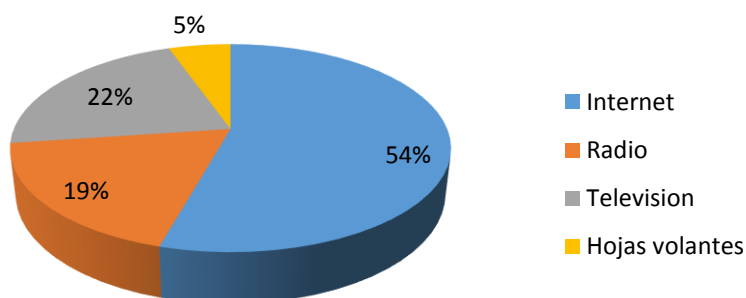


Figura 21.

Un poco más de la mitad de los turistas manifestaron que el internet es el medio por el cual buscan información al momento de elegir un establecimiento de hospedaje, mientras que las dos partes, lo realizan por medio de la televisión, casi las otras dos partes pertenecientes a los turistas que buscan dicha información por radio y una mínima parte que lo hace por otros medios, mediante hojas volantes.

Con esto es evidente que vivimos en una era netamente tecnológica es decir la tecnología es primordial para todas las personas y es realmente mucho más fácil y cómodo obtener información por estos medios ya sean en redes sociales o la web en sí.

4.8. Infraestructura turística del Sector

Tabla 24. Atractivos turísticos del sector

Atractivos turísticos del sector

N.	Nombre	Ubicación	Tipo de servicio	Capacidad	Jerarquía
1	Centro Gastronómico "Palenque"	Cabecera parroquial	Alimentación	80 personas	II
2	Museo de Sal "Barro Caliente"	Cabecera parroquial	Atractivo cultural	80 personas	III
3	Cafetería de la Estación del Tren de Salinas	Parte interna de la estación del tren de Salinas	Alimentación	34 personas	III
4	El Complejo Turístico "Bombodromo Palenque"	Panamericana	Recreación	100 personas	II
5	Plaza Artesanal	Parte interna de la estación del tren de Salinas	Artesanías	50 personas	III

Fuente: Fichas aplicadas MINTUR
Elaborado por: Yépez A. (2017)

1.5 CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En la actualidad la parroquia de Salinas se ha identificado como unos de los sectores más visitados por los turistas nacionales y extranjeros, El 89.23% de la población encuestada, determinan al turismo como una de las alternativas para el desarrollo de la parroquia; ratificando el interés de la implementación de un hostel ecológico que pueda satisfacer la demanda de hospedaje en el 98.15% de los encuestados.

En la parroquia Santa Catalina de Salinas existen dos lugares que brindan el servicio de hospedaje, una con capacidad para 5 personas y otro con capacidad para 12 personas, mismas que cubren el 41% de la demanda de turistas existentes dispuestos a pernoctar en el sector, demostrando la necesidad de diseñar e implementar un hostel ecológico que cumpla con los estándares requeridos tanto para la satisfacción del cliente y el compromiso con el medio ambiente.

Se ha establecido un perfil del turista, en su mayoría pertenecen a la población activa económicamente, en edades entre los 18 y 57 años, provienen principalmente de Imbabura, Pichincha y el Norte de Colombia en su mayoría de vinculados a diferentes actividades productivas, que les generan ingresos superiores a 500 dólares mensuales; en consecuencia, el 40% está dispuesto a gastar más de 50 dólares por actividades de recreación. Y tienen predisposición a pernoctar en el sector que visitan

El hostel ecológico está diseñado para albergar a 28 personas, sumada la capacidad de alojamiento de los otros 2 hostales mencionadas anterior da un total de 45 plazas, comparado con el 59% de los turistas que desean alojarse en el sector, implicando que de cada 100 turistas 59 requieren el servicio de alojamiento.

5. 2 Recomendaciones

- Realizar capacitaciones a las personas involucradas con actividades turísticas dentro de la parroquia Santa Catalina de Salinas, a fin de mejorar la calidad de la oferta turística de la zona.

Dinamizar la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas para fomentar el desarrollo turístico en la parroquia.

- Para cubrir la demanda de turistas existente en la parroquia Santa Catalina de Salinas es necesaria la creación y el mejoramiento de toda la infraestructura turística que brinde la parroquia.
- Desarrollar estrategias de desarrollo turístico integral, que incluyan planificación, promoción e inversión.
- La creación de un hostel ecológico, dinamizará la economía de la parroquia generando fuentes de empleo, así como diversificará los servicios turísticos de la misma.

1.6 CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

Diseño de un hostel ecológico en la parroquia de Santa Catalina Salinas, para mejorar la oferta turística.

6.2. Justificación e Importancia

La presente propuesta “Diseño de un hostel ecológico en la parroquia Santa Catalina Salinas” es de suma importancia para impulsar la actividad turística, la economía y el manejo racional de los recursos naturales que posee esta población, satisfaciendo la necesidad que tiene el turista y los visitantes al no contar con un lugar apto para el descanso y relajamiento. Es de vital importancia el desarrollo y aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales de la parroquia de Salinas, para potencializar la actividad turística y dinamizar la economía, lo que mejorará la calidad de vida de los habitantes. La parroquia de Salinas tiene una necesidad vital al no poseer lugares que sean aptos para alojar a los visitantes que llegan a este lugar, por ello es necesario el diseño de un hostel ecológico que brinde las necesidades y comodidades necesarias que requiere el turista y que cubra con sus expectativas sin alterar el equilibrio ecológico, mejorando la economía del sector que permita la creación de nuevas plazas de trabajo.

6.3. Objetivos

6.3.1. Objetivo General

Diseñar un hostel ecológico en la parroquia de Santa Catalina Salinas, para mejorar la oferta turística.

6.3.2. Objetivos Específicos

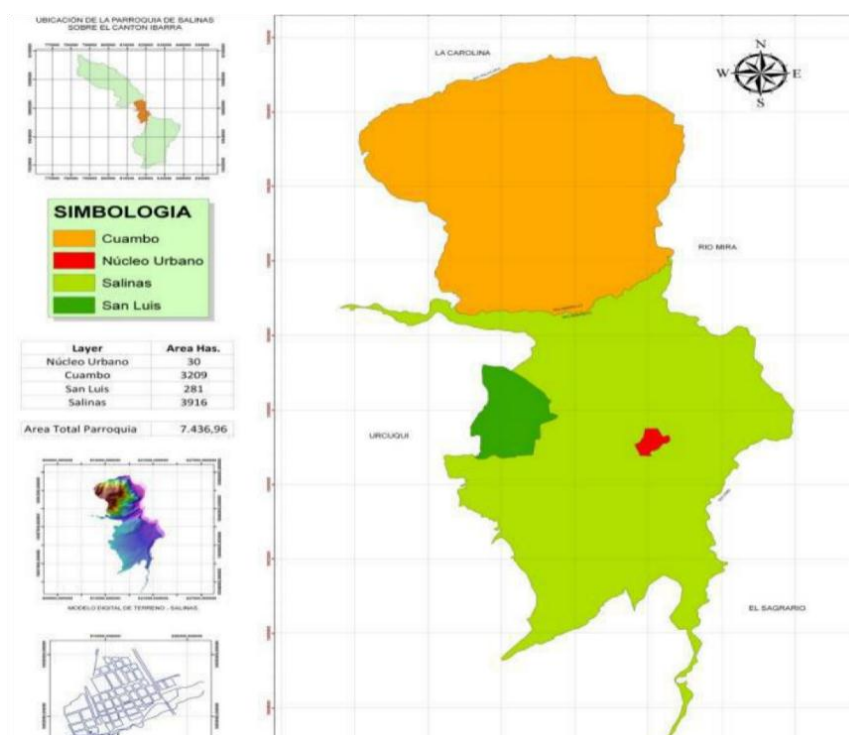
Realizar el diseño arquitectónico del hostel.

Establecer la estructura organizacional para el funcionamiento del hostel ecológico.

Diseñar un modelo de gestión del talento humano.

6.4 Ubicación Sectorial y Física

Parroquia Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.



Fuente: Plan de ordenamiento territorial 2014. GADI

Gráfico 2. Ubicación Sectorial

6.5 Impactos

6.5.1 Impacto social y económico

Este proyecto permitirá el desarrollo socio –económico de los habitantes de la parroquia; ya que se tomará en cuenta a los habitantes de la comunidad para desarrollar diferentes actividades relacionadas al turismo.

6.5.2 Impacto turístico

La implementación del hostel ecológico permitirá la dinamización de la actividad turística en la comunidad, haciendo los turistas puedan acceder a un servicio de hospedaje de calidad y amigable con el ambiente.

6.6 Difusión

Se realizará una socialización con la comunidad y las autoridades del sector.

6.7 Ingeniería del Proyecto Hostel Ecológico

Con la construcción del hostel ecológico se pretende abastecer de la demanda hospedaje de los turistas que visitan la parroquia Santa Catalina de Salinas, sean estos nacionales o extranjeros, con estos antecedentes se establece la capacidad en la siguiente tabla:

Tabla 25. Capacidad de hospedaje del hostel ecológico

<i>Capacidad de hospedaje del hostel ecológico</i>			
Número de habitaciones	Tipo de habitación	Capacidad	Detalle por cada habitación
6	Doble	12	camas de una plaza, televisión por cable, baño completo, internet y aire acondicionado
2	Familiar	8	Cama litera de una plaza, cama de una plaza ½, televisión por cable, baño

			completo, internet y aire acondicionado
3	Matrimonial	6	Cama de dos plazas, televisión por cable, baño completo, internet y aire acondicionado
1	Departamento Administración	2	Cama de dos plazas, televisión por cable, baño completo, internet y aire acondicionado
12		28	

Fuente: Datos de campo
 Elaborado por: Yépez A. (2017)



Fuente: Datos de campo
 Elaborado por: Yépez A (2017)

Gráfico 3. Vista lateral derecha del Hostal Ecológico



Fuente: Datos de campo
 Elaborado por: Yépez A. (2017)

Gráfico 4. Vista Frontal del Hostal Ecológico

6.8 Distribución de los Servicios en las Instalaciones del Hostal Ecológico

La distribución del área se realizará acorde a las necesidades del Hostal ecológico para lo cual se ha distribuido de la siguiente manera, cabe señalar que en cada uno de las plantas cuentan con escaleras tanto para el personal como para huéspedes.

6.8.1 Planta Baja

El área total de la planta baja es de 180.10 m² y su distribución es la siguiente; El restaurante cuenta con un área de 60m², con una capacidad para 32 personas, con 9 mesas de 4 personas. La recepción cuenta con un área de 9.2m², también podemos encontrar un dormitorio para los administradores que tiene un área de 15.54m², la bodega de insumos con un área de 6.6m² y una sección de baños para los visitantes de 20.58m²

6.8.2 Primer Piso

Este piso tiene un área total de 195.93 m², cuenta con una sala de espera, y seis habitaciones, distribuidas en tres habitaciones dobles de 19.35m², dos habitaciones familiares de 17.1 m², y una habitación matrimonial de 23.76 m², cada una con sus balcones

6.8.3 Segundo Piso

Este piso tiene un área total de 201.33 m², se encuentra distribuida con dos salas de espera la principal cuenta con un área de 26.4 m², y cinco habitaciones, tres habitaciones dobles de 19.35 m² y dos habitaciones familiares de 16.65m², cada una con sus balcones.

6.8.4 Suministros y Utensilios del Hostal

Un suministro consiste en la producción de bienes y servicios para suplir y satisfacer las necesidades de los consumidores, es decir son una serie de artículos que tienen a bien la tarea de facilitar las actividades a desarrollar de los futuros clientes. A continuación, se detallan cada uno de los suministros y utensilios que se necesitaran en el establecimiento.

Tabla 26. Suministros y Utensilios del Hostal

Suministros y Utensilios del Hostal

Suministros y Utensilios del Hostal			
Cantidad	Descripción	costo Unitario	Costo Total
MENAJE DE HABITACIONES Y MUEBLES			
2	Colchones 1 1/2 plazas	150	300,00
16	Colchones 1 plaza	90	1.440,00
4	Cochedones 2 plazas	220	880,00
2	Camas de madera de 1 1/2 plazas	100	200,00
16	Camas de madera de 1 plazas	60	960,00
4	Camas de madera de 2 plazas	150	600,00
12	Veladores de madera	55	660,00
44	Almohadas	4,46	196,24
12	Lámparas de noche	12,13	145,56

4	Juego de sábanas de 1 1/2 plaza	15	60,00
32	Juego de sábanas de 1 plaza	13	416,00
8	Juego de sábanas de 2 plaza	18	144,00
4	Colchas de 1 1/2 plaza	26,6	106,40
32	Colchas de 1 plaza	20,4	652,80
8	Colchas de 2 plaza	30,6	244,80
4	Cobijas de 1 1/2 plaza	23	92,00
32	Cobijas de 1 plaza	18	576,00
8	Cobijas de 2 plaza	25	200,00
84	Toallas de baño	6,56	551,04
84	Toallas de manos	1,34	112,56
24	Alfombras de baño	7,8	187,20
12	Cortina de baño	5,76	69,12
3	Juego de sala recepción y estand	650	1.950,00
1	Mueble de madera recepción	500	500,00
3	Aparadores salón y restaurante y cocina	250	750,00
9	Mesas redondas (salón y restaurante)	100	900,00
36	Sillas salón (salón y restaurante)	15	540,00
18	Manteles de mesa redondos (salon y restaurante)	7,5	135,00
72	Servilletas de tela (salon y restaurante)	1,2	86,40
UTENSILLOS DEL RESTAURANTE			
72	Copas de champagne (salón y restaurante)	1,5	108,00

72	Copas de agua (salón y restaurante)	1,5	108,00
72	Vasos de agua (salón y restaurante)	0,3	21,60
72	Plato base (salón y restaurante)	1,5	108,00
72	Plato de entrada (salón y restaurante)	1,25	90,00
72	Plato soperero (salón y restaurante)	1,5	108,00
72	Plato postre (salón y restaurante)	0,75	54,00
72	Plato principal (salón y restaurante)	1,5	108,00
72	Juegos de cubiertos (salón y restaurante)	15	1.080,00
72	Tasas y platos para café	3	216,00
TOTAL			15.656,720

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

6.8.5 Equipamiento y Maquinaria del Hostal

Tabla 27. Equipamiento y Maquinaria del Hostal

Equipamiento y Maquinaria del Hostal

Equipamiento y Maquinaria del Hotel			
Cantidad	Descripción	costo Unitario	Costo Total
EQUIPOS PARA COCINA			
2	Cocina industrial	350,00	700,00
1	Cafetera	150,00	150,00
1	Congelador	650,00	650,00
2	Refrigeradores	900,00	1800,00
2	Licadoras	120,00	240,00
1	Microondas	90,00	90,00
2	Batidoras	25,00	50,00
3	Tanques de gas	150,00	450,00
6	ollas grandes	70,00	420,00
6	Ollas medianas	50,00	300,00
2	Juegos de ollas pequeñas	40,00	80,00
2	Ollas arroceras	50,00	100,00
2	Juego de cucharas para cocina	35,00	70,00
5	juego de Sartenes	30,00	150,00
EQUIPO PARA ASEO			
1	Lavadoras y secadora	750,00	750,00
2	Aspiradora	86,00	172,00
2	Planchas	35,00	70,00
2	Carros camarera	350,00	700,00
31	Secadores de mano	70,00	2170,00

15	Dispensadores de papel	10,00	150,00
15	Dispensadores de jabón	15,00	225,00
12	Aire acondicionado	949,50	11394,00
2	Calefón	250,00	500,00
EQUIPO PARA HABITACIONES			
14	Televisores LCD 21	500,00	7000,00
9	Extintores de incendio de 10 libras	80,00	720,00
TOTAL			29101,00

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

6.8.6 Costos por Habitación

Para asignar el costo a las habitaciones se ha tomado en cuenta algunos aspectos como los servicios básicos, kits de aseo, se determinó el precio basándose en todos los servicios ofrecidos por el establecimiento, con un margen de costo basado en las encuestas realizadas a los visitantes de la parroquia, y a los precios ofrecidos por la competencia.

Las habitaciones cuentan con: seguridad electrónica, cable/satélite, Wifi (internet inalámbrico ilimitado), escritorio, mini bar, teléfono, servicio de despertador, duchas hidromasaje, alfombrado de pared a pared, muebles de primera calidad.

Tabla 28. Costos por Habitación

Costos por Habitación

Costos por habitación				
Detalle	Tipo de Habitación			
	Simple	Doble	Matrimonial	Prom.
Lavado y Secado de Toallas	\$ 0,80	\$ 1,20	\$ 1,20	
Lavado y Secado de Sabanas	\$ 0,60	\$ 1,20	\$ 1,00	
Planchado Juego de Sabanas	\$ 0,60	\$ 1,20	\$ 1,00	
Lavandería Lava Xpress	\$ 2,00	\$ 3,60	\$ 3,20	\$ 2,93
Kit de aseo	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 0,75
Agua	0,76	0,76	0,76	
Luz	0,20	0,20	0,20	
Teléfono	0,05	0,05	0,05	
TV Cable	0,09	0,09	0,09	
Wi-Fi	0,09	0,09	0,09	
Servicios Básicos	\$ 1,20	1,20	\$ 1,20	\$ 1,20

TOTAL	\$ 3,95	\$ 5,55	\$ 5,15	\$ 4,88
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------

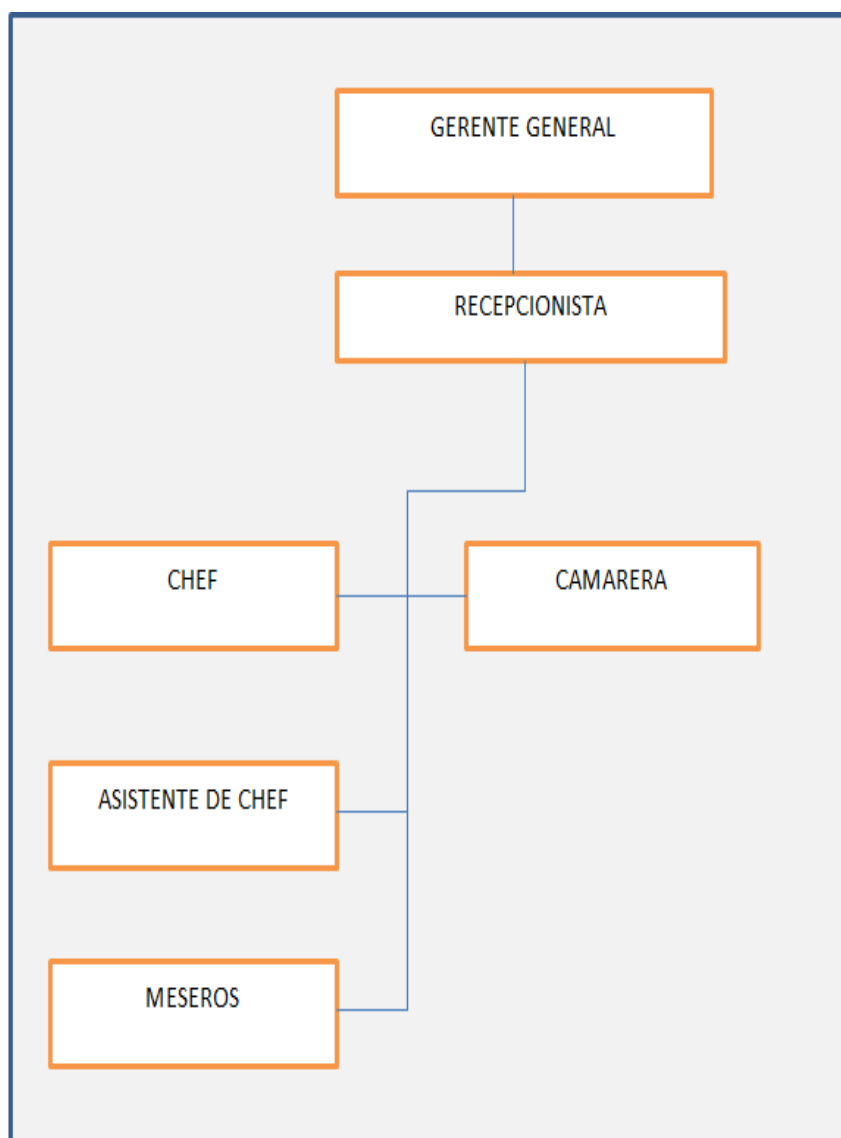
Fuente: Datos de campo
 Elaborado por: Yépez A. (2017)

Entre los servicios adicionales posee: servicio de lavandería, parqueadero, caja fuerte, servicio de taxi, servicio de mensajería, y room service

6.9 Estructura Organizacional

El hostel contará con una estructura organizacional conforme al tamaño o magnitud del establecimiento, con un gerente general liderando y tomando decisiones dentro del mismo, tendrá a su cargo todo el personal que labore en el hostel, es decir recepcionista, meseros, camarera, chef y asistente de cocina. Todas estas responsabilidades recaerán en el recepcionista en caso de la ausencia del gerente general.

6.9.1 Organigrama general



Fuente: Datos de campo
Elaborado por: Yépez A. (2017)
Gráfico 5. Organigrama

6.10 Modelo de gestión del talento humano

6.10. 1 Planeación del modelo

a. Misión

“Somos una empresa hotelera segura y transparente que brinda servicios de hospedaje, alimentación, y organización de eventos de calidad a turistas nacionales y extranjeros, garantizando el respeto, el buen trato y la cortesía en cada una de nuestras acciones, con personal ético y capacitado; y con una excelente atención al cliente.”

b. Visión:

“Liderar la industria hotelera en la ciudad de Ibarra a través de la calidad y calidez de los servicios que brinde nuestro talento humano, haciendo que la experiencia de nuestros clientes sea inolvidable; y promoviendo el turismo sostenible y el desarrollo socio económico del país.”

c. Políticas:

- Alcanzar la excelencia en los servicios prestados.
- Prestar servicios con honestidad, diligencia, sinceridad y eficacia.
- Obtener el respeto y la confianza de los clientes externos, buscando su conservación y una relación a largo plazo; y a su vez una proyección de la empresa.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- La calidad en nuestras actividades debe ser nuestro punto clave a la hora de lograr la satisfacción del cliente.
- Reconocimiento al personal por ideas de mejora para la empresa.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

- Reclutar y seleccionar al talento humano de manera exhaustiva y minuciosa.
- Realizar el proceso de inducción del Talento Humano en un periodo mínimo de 30 días, una vez seleccionado.
- Mantener una sesión mensual, a fin de realizar una toma de decisiones y cambios en el caso de que sea necesario.

d. Valores de la organización

A continuación, se presentan los valores de una organización enfocada a la Gestión del Talento Humano.

- Compromiso con la calidad
- Innovación
- Sinergia
- Responsabilidad de resultados con empoderamiento.
- Integridad
- Productividad
- Actitud de aprendizaje

e. Diseño de cargos

FORMULARIOS DE DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE PUESTOS

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Gerente General
1.2. Rol	Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. ✚ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. ✚ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. ✚ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. ✚ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal,
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Estudios superiores: Universitarios.</p> <p>Títulos: Ingeniero en Administración de Empresas o en carreras afines.</p> <p>Estudios complementarios: Informática, administración, finanzas.</p>

	<p>comercialización y ventas.</p> <p>Idioma: Inglés.</p> <p>Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.</p>
<p>2.2. Competencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Administración de Procesos. ✚ Análisis y toma de decisiones. ✚ Capacidad de negociación y solución de problemas. ✚ Innovación y creatividad. ✚ Compromiso con la misión institucional – resultados. ✚ Habilidad de liderazgo, conocimiento y credibilidad técnica.
<p>2.3. Condiciones laborales</p>	<p>Ambiente: Confortable</p> <p>Remuneración: \$ 1200,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre.</p>

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Recepcionista.
1.2. Rol	Aplicar procesos para la generación de información que conduzca a definir la ocupación de la capacidad instalada que soporte la venta de
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<p>La responsabilidad del departamento de Recepción radica precisamente en el hecho de ser el centro de operaciones desde donde se controlan todos los servicios proporcionados al huésped desde el momento de su llegada hasta que abandona el hotel.</p> <p>Su política será atender siempre con auténtico espíritu de servicio y hospitalidad a todos los clientes por igual, respetando escrupulosamente sus reservaciones y buscando en todo momento la mejor forma de complacerles.</p> <p>El recepcionista, es el encargado en atender directamente a los clientes y proporcionarles los servicios correspondientes en cada caso a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Acogida y trámites de registro. ✚ Asignación de los números de cuartos. ✚ Ventas de cuartos disponibles a clientes que no tengan reservación. ✚ Concentración y revisión de los documentos y servicios proporcionados a los huéspedes en los distintos departamentos y no pagados en






	<p>correspondencia del mismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Archivar la correspondencia y documentos del departamento.
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Nivel de instrucción: Profesional</p> <p>Idioma: inglés.</p> <p>Experiencia: 2 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conducta profesional. ✚ Habilidad para la aplicación y difusión de conocimientos. ✚ Iniciativa y Creatividad. ✚ Efectividad en equipo. ✚ Atención al cliente y comunicación. ✚ Predisposición para aprender continuamente. ✚ Compromiso con resultados.
2.3. Condiciones laborales	<p>Ambiente: Confortable</p> <p>Remuneración: \$ 400,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre</p>












1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Gobernanta o Ama de llaves
1.2. Rol	Lograr que el cliente encuentre su habitación y las áreas públicas en las condiciones ideales de aseo y presentación por él esperadas dando una buena imagen del establecimiento.
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<p>La gobernanta tiene como funciones específicas: ✚ Supervisar el trabajo de las Camareras.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Responsabilizarse, mediante inventario, de todos los muebles y enseres de las habitaciones y áreas públicas del hotel. ✚ Responsabilizarse, mediante inventario, de toda la ropa, blancos y uniformes utilizados en cualquier departamento del hotel. ✚ Responsabilizarse de la debida limpieza y presentación de todos los cuartos y áreas públicas del hotel. ✚ Tomar nota de los clientes que se hayan registrado mediante reservaciones, verificando personalmente que en las habitaciones no haya fallas al respecto. ✚ Elaborar las requisiciones de equipo y material para el departamento teniendo en cuenta los máximos y mínimos establecidos al respecto.




	<p>cortinas, paredes y tapicería, así como su reposición.</p> <p>✚ Cabe resaltar que es necesario tomar muy en cuenta la existencia de un personal de confianza, que se caracterice por llevar a cabo labores de supervisión, toma de decisiones y que cumplan las tareas que se le encomienden, sin discutir la forma de hacerlo. Este personal es contratado por el hotel a través de un estudio minucioso para determinar el personal fijo y el eventual, en</p>
<p>2. ANÁLISIS DEL PUESTO</p>	
<p>2.1. Requerimientos del puesto</p>	<p>Nivel de instrucción: Secundaria Experiencia: 2 años</p>
<p>2.2. Competencias</p>	<p>✚ Reserva y confiabilidad. ✚ Aprender continuamente. ✚ Vocación para servir.</p> <p>✚ Compromiso con resultados.</p> <p>✚ Aplicación y difusión de conocimientos.</p> <p>✚ Efectividad en equipo e irradiar energía positiva. ✚ Manejo y desarrollo de personal.</p>
<p>2.3. Condiciones laborales</p>	<p>Ambiente: Confortable Remuneración: \$ 400,00 Riesgo de trabajo: Movilización terrestre</p>

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Camarera
1.2. Rol	Lograr que el cliente encuentre su habitación y las áreas públicas en las condiciones ideales de aseo y presentación por él esperadas dando una buena imagen del establecimiento.
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Responsabilizarse de la debida limpieza, sanitación y presentación de todas las habitaciones y áreas públicas del hotel. ✚ Tomar nota de los clientes que reporta la recepcionista dentro de las reservaciones, verificando personalmente que no haya fallas al respecto. ✚ La apariencia personal es importante, deberá indicar pulcritud y eficiencia. Durante el turno solo usará el uniforme asignado. Cofia y delantal limpios, bien peinada, zapatos autorizados y medias, joyas mínimas y maquillaje discreto. ✚ Cualquier ausencia debe reportarse con suficiente antelación para poder tomar las medidas oportunas para cubrir el servicio. ✚ Tendrá cuidado del buen uso, aprovechamiento y conservación de todo lo necesario en su trabajo, implementos, productos de limpieza, dotación de ropa,

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Al final del turno llevará el informe de ocupación, sus llaves, y los objetos encontrados a Lencería, donde informará sobre cualquier incidencia habida en el turno. ✚ Además de estas, tendrá otras misiones afines con su puesto, que le pueden ser encomendadas según necesidades, y que pueden ser de niñera, supervisión de servicios públicos, etc. ✚ Contribuye con su sonrisa, amabilidad, y un
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Nivel de instrucción: Secundaria</p> <p>Experiencia: 2 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Reserva y confiabilidad. ✚ Vocación para servir. ✚ Compromiso con resultados. ✚ Aplicación y difusión de conocimientos. ✚ Efectividad en equipo e irradiar energía
2.3. Condiciones laborales	<p>Ambiente: Confortable</p> <p>Remuneración: \$ 394,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre</p>


1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Jefe de Mantenimiento
1.2. Rol	<p>Establecer los procesos de información adecuados para efectuar, proyectar y proponer la reparación de todo tipo de daños que se presentan o puedan presentarse en las instalaciones, maquinarias o equipos con el fin de que el hotel mantenga la calidad de sus servicios de acuerdo a su categoría y que en</p>
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<p>Las funciones básicas que se realizan en el departamento de mantenimiento, se derivan de los siguientes principios generales:</p> <ul style="list-style-type: none">  Prestar el servicio de reparación de todo tipo de daños que puedan presentarse en las instalaciones, maquinaria o equipos del hotel.  La aplicación del mantenimiento preventivo con miras a mantener la calidad de los servicios y que en ningún momento se suspenda la operación. Al igual que mantener informado a la gerencia sobre el estado general de los equipos, instalaciones y maquinaria.  Inspeccionar los equipos necesarios para la prevención de incendios manteniendo en perfecto estado los materiales que se requieren en caso de emergencia.  Mantener un stock de materiales y herramientas de uso más corriente para agilizar la labor de mantenimiento.  Mantener una serie de contactos y referencias de entidades y personas para la

	<p>Para ejercer las funciones descritas es necesario considerar:</p> <ul style="list-style-type: none">  Conocimiento del manejo y funcionamiento de las diferentes máquinas, equipos e instalaciones.  Fijar en lugares visibles instrucciones a seguir en caso de emergencia.  Conocer materiales y herramientas de uso más corriente en la labor de mantenimiento.  Conocimiento del tratamiento de información, su adecuado empleo y distribución.
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Nivel de instrucción: Profesional</p> <p>Experiencia: 2 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none">  Conducta profesional.  Aprender continuamente.  Iniciativa y creatividad.  Compromiso con resultados.  Aplicación y difusión de conocimientos.  Efectividad en equipo e irradiar energía positiva.  Manejo y desarrollo de personal
2.3. Condiciones laborales	<p>Ambiente: Confortable.</p> <p>Remuneración: \$ 394,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre</p>

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Chef
1.2. Rol	Brindar un buen servicio a bajo costo en la preparación de alimentos dentro de las normas de calidad.
1.3. Atribuciones y responsabilidades	 Coordinar todo lo relativo al personal en la cocina, principalmente en los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Entrevistar a aspirantes a puestos de la cocina. <input type="checkbox"/> Selección de personal en coordinación con la oficina de personal. <input type="checkbox"/> Capacitación y adiestramiento del personal. <input type="checkbox"/> Supervisión del trabajo del personal. <input type="checkbox"/> Evaluación del personal. <input type="checkbox"/> Elaboración de horarios de trabajo. <input type="checkbox"/> Programa días de descanso y vacaciones. <input type="checkbox"/> Solicita personal eventual. <input type="checkbox"/> Hace juntas periódicas entre su personal. <input type="checkbox"/> Escucha comentarios y sugerencias del personal. <input type="checkbox"/> Mantiene disciplina y aseo en el personal. <input type="checkbox"/> Elabora descripciones de puestos. <input type="checkbox"/> Asigna tareas a su personal. <input type="checkbox"/> Mantiene buenas relaciones de trabajo entre su personal.  Diariamente levanta inventario de los artículos de consumo inmediato, llenando la forma respectiva. En algunas cocinas, el chef nombra a una persona para este trabajo.  Elabora las requisiciones para la oficina

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Supervisa la calidad de los alimentos que llegan a la cocina. ✚ Interviene en la elaboración de menús. ✚ Se percata diariamente de los gastos por nómina, y cuida de reducirla, manteniendo la eficiencia en el servicio de la cocina. ✚ Inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platillos. ✚ Revisa, analiza, y autoriza las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan. ✚ Supervisa la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad. ✚ Elabora los presupuestos de gastos de la cocina. ✚ Supervisa la limpieza de la cocina. ✚ Controla las notificaciones de eventos para la elaboración de alimentos en banquetes. ✚ Supervisa que la entrega de alimentos a
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Estudios superiores: Universitarios</p> <p>Título: Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebidas, o carreras afines.</p> <p>Idioma: inglés.</p> <p>Experiencia: 2 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Aplicación y difusión de conocimientos. ✚ Efectividad en equipo e irradiar energía positiva. ✚ Compromiso y responsabilidad con resultados. ✚ Conocimiento técnico. ✚ Manejo y desarrollo de personal. ✚ Responsabilidad de rendir cuentas. ✚ Iniciativa y creatividad. ✚ Enfoque al cliente

2.3. Condiciones laborales	Ambiente: Confortable Remuneración: \$ 700,00 Riesgo de trabajo: Movilización terrestre
-----------------------------------	--

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Jefe de meseros
1.2. Rol	Ofrecer un buen servicio de atención al cliente o huésped cumpliendo con todos los procedimientos y normas establecidas por la empresa en el restaurante o bar.
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<p>Es el responsable del perfecto funcionamiento del restaurante, cafetería o bar al cual es asignado.</p> <p>Sus obligaciones específicas son:</p> <p> Hace uso diario de la lista de revisión que incluye la supervisión de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aseo general del lugar <input type="checkbox"/> Material y equipo completo. <input type="checkbox"/> Montaje correcto. <input type="checkbox"/> Mantenimiento general del lugar. <input type="checkbox"/> Música ambiental. <input type="checkbox"/> Suministros suficientes. <input type="checkbox"/> Personal completo (meseros, ayudantes, cajero, cocineros). <input type="checkbox"/> Limpieza del personal.

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Asignación de mesas a los meseros. <input type="checkbox"/> Reservaciones de mesas. ✚ Es el responsable de la supervisión del cumplimiento de todos los procedimientos y normas establecidas por la empresa en el restaurante o bar. ✚ Debe recibir a la clientela con cortesía y acompañarla a la mesa. ✚ Toma la orden al cliente, sugiriendo un aperitivo, un vino de mesa, alguna especialidad, etc. ✚ Debe conocer a la perfección los ingredientes de todos los platillos, así como sus tiempos aproximados de preparación. ✚ Entrega la comanda al mesero y supervisa que sea surtida en la cocina o bar a la mayor brevedad posible. ✚ Supervisa con rigurosidad las medidas de control en el restaurante o bar, especialmente las cuentas y comandas. ✚ Supervisa las porciones y presentación de los platillos que salen de la cocina y devuelve los que no considere adecuados. ✚ Supervisa el cobro correcto de las cuentas. ✚ Supervisa la eficiencia de la cajera. ✚ Cuando los clientes se retiran, se encarga de despedirlos, evalúa el servicio y los invita a regresar. ✚ Mantiene un ambiente de cooperación entre el personal del comedor o bar. ✚ Mantiene una comunicación constante entre sus subordinados y él.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Recibe quejas de los clientes y busca su solución. ✚ Realiza las siguientes funciones relativas al manejo de personal: <ul style="list-style-type: none"> a) Toma lista de asistencia. b) Asigna turnos de trabajo. c) Distribuye días de descanso. d) Programa vacaciones. e) Aplica suspensiones. f) Autoriza tiempo extra. ✚ Conoce los procedimientos a seguir en casos de accidentes en el comedor. ✚ Conoce y aplica las técnicas del flameado, trinchado y deshuesado. ✚ Conoce los diferentes tipos de montaje de mesas para banquetes.
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Nivel de instrucción: Bachiller</p> <p>Experiencia: 3 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Otorgar servicio en base a consulta al cliente. ✚ Vocación para servir. ✚ Iniciativa y creatividad. ✚ Conocimiento técnico.

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Atención al cliente y comunicación. ✚ Compromiso con resultados. ✚ Destrezas cuantitativas. ✚ Aplicación y difusión de conocimientos. ✚ Efectividad en equipo e irradiar energía positiva. ✚ Manejo y desarrollo de personal.
2.3. Condiciones laborales	<p>Ambiente: Confortable.</p> <p>Remuneración: \$ 400,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre.</p>

1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
1.1. Identificación	Nombre del cargo: Lavandera
1.2. Rol	Establecer el proceso de información adecuado para el control de recibo, lavado, planchado y entrega de lencería, mantelería y uniformes de los empleados del hotel, al igual que los procesos de información adecuados para el control de recibo, lavado, planchado, facturación y entrega de ropa a huéspedes.
1.3. Atribuciones y responsabilidades	<p>Las funciones básicas que se realizan en el Departamento de Lavandería son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Prestar el servicio de lavado y planchado de ropa de huéspedes.

lencería y mantelería del hotel.

- ✚ Facturar y remitir a recepción la información sobre la prestación del servicio al huésped.

Para ejercer las funciones descritas es necesario considerar los siguientes principios:

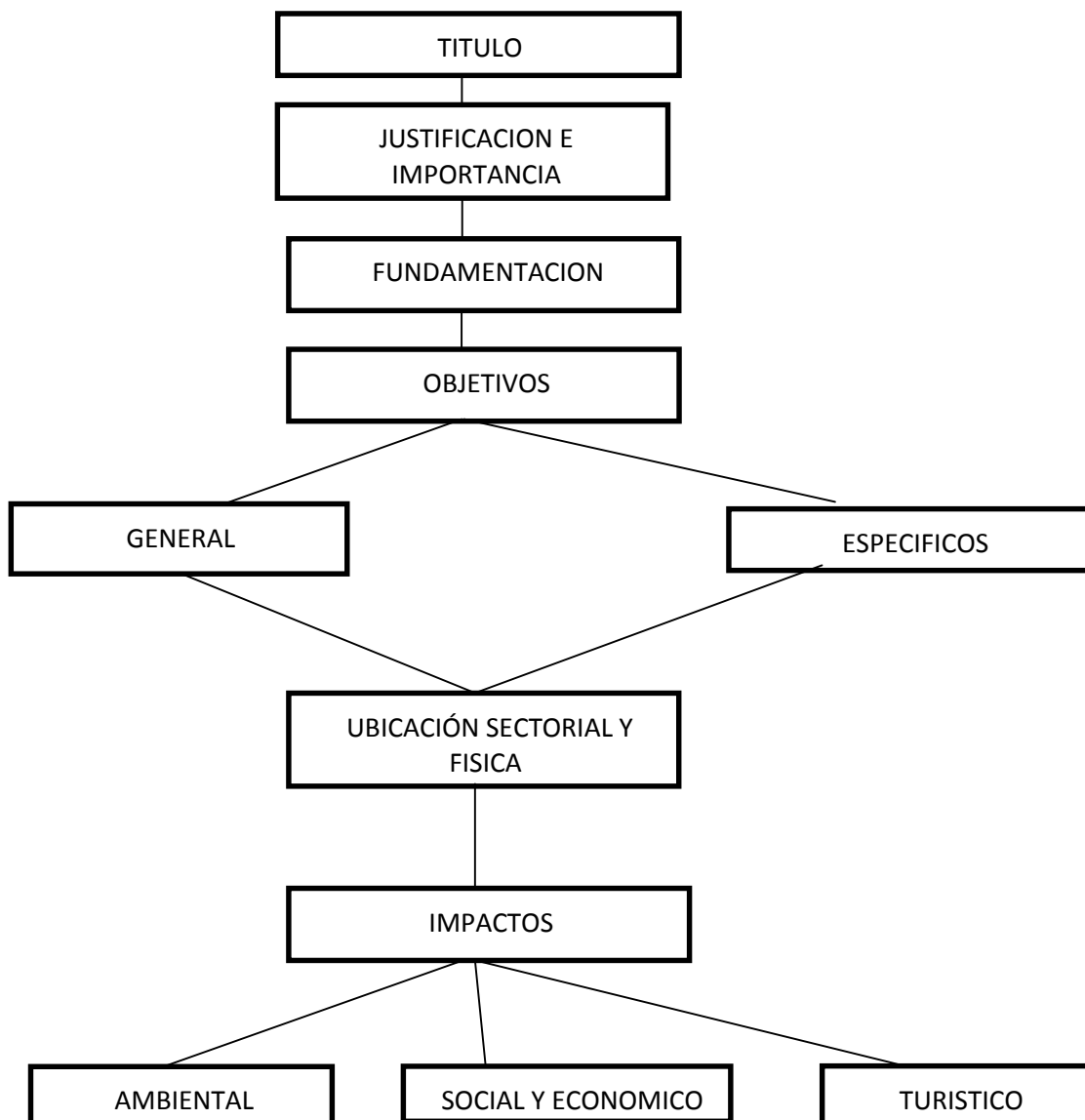
- ✚ Conocimiento del tratamiento de la ropa una vez recibida
- ✚ Conocimiento de la calidad de las prendas para la clasificación y el lavado de la ropa.
- ✚ Conocimiento del manejo de las diferentes máquinas y sus funciones, según el material de las prendas.
- ✚ Conocimiento del tratamiento de información y su adecuada distribución.
- ✚ Como se aprecia, estos principios son básicos para desarrollar adecuadamente la actividad de lavandería.

De acuerdo a estos principios es esencial que, para esta actividad, se disponga de:

- ✚ Personal competente conocedor de los materiales equipos y tratamientos de prendas.
- ✚ Aprovechamiento de espacios y distribución de los equipos que permitan minimizar en tiempo de la operación de lavado, secado y planchado.
- ✚ Especificaciones para el manejo de los equipos y el momento adecuado para su mantenimiento preventivo.
- ✚ La implantación de los procesos para la información básica para el control de suministros.

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Que se “marque” cada prenda que ingrese para el servicio y clasificarla de acuerdo al tipo de lavado que se requiera. ✚ Verificar el “estado” de la ropa para responsabilizarse o no del lavado o remitirla a ropería para costuras. ✚ “Valorización” del servicio de acuerdo a los precios ya establecidos en la “lista de lavandería”. ✚ “Empacar” y “distribuir” la ropa en bolsas de
2. ANÁLISIS DEL PUESTO	
2.1. Requerimientos del puesto	<p>Nivel de instrucción: Primaria</p> <p>Experiencia: 2 años</p>
2.2. Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Reserva y confiabilidad. ✚ Vocación para servir. ✚ Compromiso con resultados. ✚ Destrezas
2.3. Condiciones laborales	<p>Ambiente: Confortable</p> <p>Remuneración: \$ 394,00</p> <p>Riesgo de trabajo: Movilización terrestre.</p>

6.12 Esquema de la Propuesta



Elaborado por. Andrea Yépez

Gráfico 6. Esquema de la propuesta

6.13 Glosario de Términos

Atractivo Turístico: Es el conjunto de elementos materiales e inmateriales susceptibles de ser transformados en producto turístico.

Demanda: demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Ecoturismo: es una forma sustentable de turismo basado en recursos naturales

Empresas Extractivas: se dedican a la explotación de recursos naturales.

Estudio de Mercado: es un conjunto de acciones que se realizan para analizar la competencia, el mercado y proveedores frente a un producto o servicio.

Estudio Financiero: análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final, la utilidad o pérdida que tendrá el proyecto.

Hostal: es un establecimiento que presta servicios de alojamiento y alimentación, cuya capacidad no sea mayor de veinte y nueve ni menor a doce habitaciones.

Hotel: es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente.

Inversión: es la adquisición de bienes tangibles e intangibles, para un proceso de producción.

Marketing: proceso de planificar y ejecutar la promoción, el precio y distribución de ideas, bienes y servicios para satisfacer los objetivos propuestos.

Mercado Potencial: son los compradores que manifiestan un grado suficiente de interés por la oferta e ingresos suficientes para adquirir el producto

Mercado Real: son las personas que por lo regular adquieren un producto determinado.

Oferta: es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar.

Producto: es la combinación de todos los factores de producción, para poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

Proyecto: idea clara a realizarse en un determinado momento, mediante un estudio que permita identificar las necesidades y poder dar solución a las mismas.

Recursos turísticos: son los atractivos con los que cuenta un determinado destino.

Servicios Turísticos: son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo.

Turismo Rural: tipo de turismo dado por la visita a lugares del sector rural, respetando la naturaleza y el entorno.

6.14 Bibliografía

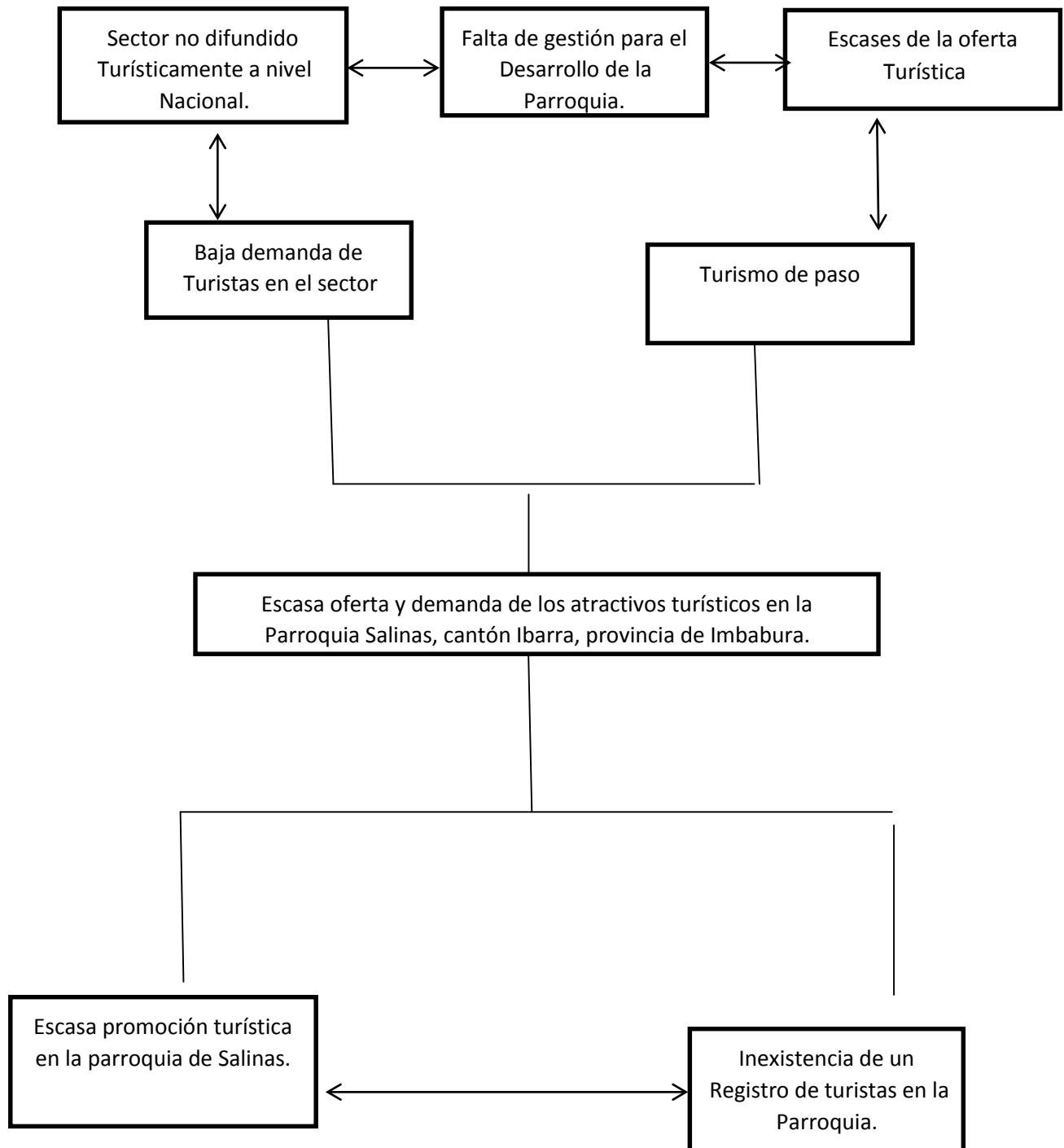
- Andrade, A. (2009). *Creación de un Hostal Ecológico en el Chontal, Cantón Cotacachi*. Quito : Universidad Técnica Particular de Loja .
- Baca, G. (25 de 11 de 2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 14 de 03 de 2016, de *Formulación y Evaluación de Proyectos*: <https://manualdelingenieroindustrial.wordpress.com/category/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/>
- CELIR. (2018). *Comisión Especial de Límites Internos de la República*. Obtenido de <https://www.ministeriointerior.gob.ec/comision-especial-de-limites-internos-de-la-republica-celir/>
- El Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC). (2017). *Impactos económicos* . (WTTC).
- FUNDACION SERES. (2017). *Fundacion SERES*. Obtenido de *Sociedad y empresa responsables* : <https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDe=24>
- FUSDA. (2006). *Turismo*. México.
- Gerencie.com. (28 de abril de 2018). *Gerencie.com* . Obtenido de <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- Giner, F. (2014). *La Organización de Empresas: Hacia un Modelo de Futuro*. España: ESIC.
- Hernández, C. (2009). *Fundamentos de Marketing*. PEARSON: México.
- INEGI; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA; SECTUR; SECRETARÍA DE TURISMO . (2014). *Cuenta Satélite del turismo de México* . Obtenido de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/scn/c_anuales/c_satelitetur/presentacion.aspx

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2010). *Censo de Población y Vivienda* . Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.
- La Asociación Internacional de Touroperadores (IFTO). (2011). *Gestiones del Negocio Turístico* . *Gestiones del Negocio Turístico* , 23.
- Lagunas, D. (2007). *Antropología y Turismo: Claves Culturales y Disciplinarias*. México: Illustrated.
- Lawrence, G. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson.
- Maubert, C. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- MINCETUR. (2010). *Variables Económicas y Tendencias del Mercado*. Recuperado el 23 de 05 de 2016, de Variables Económicas y Tendencias del Mercado: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3250>
- MINISTERIO DE TURISMO . (2016). *Anuario de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador* . Quito .
- MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR). (2018). *De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR*.
- OMT. (14 de 07 de 2014). *Introducción al Turismo OMT Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 20 de 01 de 2016, de Introducción al Turismo OMT Organización Mundial del Turismo: http://www.academia.edu/7707253/Introducci%C3%B3n_al_Turismo_OMT_Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo
- OMT; Organización Mundial de Turismo . (Abril de 2018). *Entender el Turismo; Glosario básico* . Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orgaz, F. (2009). *El Ecoturismo como Herramienta Para Mejorar la Educación Ambiental: El Caso de la República Dominicana*. España.
- PASTRANA, L. G. (2014). *DESARROLLO LOCAL Y AFRODESCENDENCIA: EL CASO DE LA PARROQUIA DE SALINAS, EN EL VALLE DEL CHOTA, ECUADOR*. QUITO: TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL Y TERRITORIAL.

- Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y Aplicaciones*. España: ESIC.
- RIVERA, S. R. (8 de Mayo de 2009). *Estudios del Turismo* . Obtenido de <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Ruiz, E. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya Yala.
- Santamaría, P. G. (2017). *Gestión Hotelera y Turística* . Mexico DF : EREXS.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión*. México: Pearson.
- Sarmiento, J. (2010). *Turismo Alternativo*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte .
- Terán, B. L. (2013). *Proyecto agroturístico, para promover la sostenibilidad del sector económico primario, en la parroquia Salinas*. LOJA: Tesis de grado previa a la Obtención, del título de Ingeniero en Administración y Producción Agropecuaria. Universidad Nacional de Loja.
- Toca, C. (2009). *Fundamentos de Marketing*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Valls, F. (2013). *"Gestión competitiva de Destinos Turísticos"*. Valencia : LM Colletti.

ANEXOS

Anexo A Árbol de problemas



Anexo B Matriz de Coherencia

Formulación del problema	Objetivo general
¿Cuál es oferta y demanda turística de la parroquia de salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura?	Determinar la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.
Preguntas de investigación	Objetivos específicos
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo determinar la situación actual turística de la parroquia? 2. ¿cómo suplir las falencias en el ámbito turístico como el hospedaje? 3. ¿Cuál será la mejor alternativa para resolver el problema a investigar? 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un diagnóstico situacional de la realidad turística de la parroquia. • Implementar un eco- hotel en el sector. • Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad del proyecto

Anexo C Matriz de Categorical

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>La oferta turística, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio- cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a Disposición de los públicos en un mercado.</p> <p>La demanda turística, en cambio es la cantidad d bienes y servicios que están disponibles para los turistas.</p>	Oferta y Demanda Turística	Oferta	<p>Componentes de la Oferta turística.</p> <p>Características de la Oferta turística.</p>
		La oferta turística, es el conjunto de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Componentes de la Demanda turística. • Características de la Demanda turística.
<p>El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios por otros Motivos.</p>	Turismo	Asociados a Turismo Sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Medioambientales. • Autenticidad • Sociocultural. <p>Beneficios económicos.</p>

Anexo D Encuesta a los Pobladores de la Parroquia de Salinas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACAE

Encuesta dirigida a los pobladores de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Objetivo: Recopilar información acerca de la comunidad para conocer la factibilidad de la creación de un hotel ecológico en el sector.

INSTRUCCIONES

- ✓ **Lea detenidamente y marque con una X según corresponda, eligiendo una o más alternativas.**
- ✓ **Por favor llenar la encuesta en su totalidad con la mayor sinceridad posible, desde ya mis más sinceros agradecimientos por su colaboración.**

Información General:

1. Género M () F ()

Instrucción Académica:

Básica () Media () Superior () Otros ()

Cuales?.....

2. ¿Qué tipo de actividad realiza?

Artesanal..... Agrícola..... Ganadera.....Otras.....

Cuales?.....

3. Edad

- 18 - 30
- 31 - 43
- 44 - 56
- 57- o más

4. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su hogar?

- 0 - 100 USD ()
- 101 - 200 USD ()
- 201 - 300 USD ()
- 301 - 400 USD ()
- 400 USD o más ()

4. ¿Considera usted que se han desarrollado actividades turísticas en la Parroquia de Salinas?

SI () NO () ¿Cuáles
?.....

5. ¿Considera usted que el turismo aporta positivamente a la comunidad?

Mucho () Poco () Nada ()

¿Por qué ?.....

6. ¿Considera a la actividad turística una alternativa importante para el desarrollo de la parroquia?

SI () NO ()

¿Por Qué?.....

7. ¿Considera que en la parroquia hace falta establecimientos de alojamiento?

SI () NO ()

¿Por Qué?.....

8. ¿Le gustaría participar en alguna actividad turística adicionalmente a la que usted se dedica actualmente?

SI () NO ()

9. ¿Ud. o algún miembro de su familia ha recibido capacitación o a participado en actividades del servicio de hospedaje tales como?

Atención al cliente ()

Manejo de desechos sólidos ()

Recepción de turistas ()

Mantenimiento o limpieza de hoteles ()

Otros ()

Cuales

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo E Encuesta a los Visitantes de la Parroquia de Salinas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACAE



Objetivo.-Obtener información referente a la factibilidad de crear un hotel ecológico en la parroquia de Salinas

Instrucciones

- ✓ Lea detenidamente y marque con una X según corresponda, eligiendo una o más alternativas.
- ✓ Por favor llenar la encuesta en su totalidad con la mayor sinceridad posible, desde ya mis más sinceros agradecimientos por su colaboración.

1. Datos Generales.

- | | |
|-----------|--------------------------|
| 18 - 30 | <input type="checkbox"/> |
| 31 – 43 | <input type="checkbox"/> |
| 44 – 56 | <input type="checkbox"/> |
| 57- o más | <input type="checkbox"/> |

2. Género

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Femenino | <input type="checkbox"/> |
| Masculino | <input type="checkbox"/> |

3. Instrucción Académica

Básica () Media () Superior () Otros ()

4. ¿Con que frecuencia usted visita la parroquia de Salinas?

Cada semana

Cada mes

Cada año

5. ¿Por qué motivo usted visita la parroquia de Salinas?

Visita a familiares o amigos

Negocios

Participación a eventos o fechas importantes

Turismo

Otros

¿Cuáles?.....

6. ¿Cuándo usted visita la parroquia de Salinas lo hace?

Solo

Con familiares

Con amigos

7. ¿Cuándo viaja a la parroquia de Salinas pernocta en el sector?

Sí

No

8. ¿Cree usted que es necesario la creación de un hotel ecológico en la parroquia de Salinas?

Sí

No

Por qué ?.....

9. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que ofrezca este hotel ecológico? Hospedaje

Piscina

Restaurante

Canchas deportivas

Bar – cafetería

Internet

Otros

¿Cuáles?.....

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una noche de estadía en el hotel ecológico?

\$12 – 15

\$16 – 19

\$20 – 23

Otro valor

¿Cuál?.....

11. ¿Qué características considera usted que se deben tomar en cuenta al momento de la creación del hotel ecológico?

Precio

Ubicación

Atención al cliente

Infraestructura

Servicios

12. ¿Al momento de elegir un hotel donde hospedarse, por qué medio de comunicación busca mayor información? (escoja dos opciones) Internet

Radio

Televisión

Hojas volantes

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo F Registro de Atractivos Turísticos

REGISTRO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea Estefanía Yépez Trujillo
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pablo Molina
NOMBRE DEL ATRACTIVO: "Museo de Sal"
PROPIETARIO: Parroquia Santa Catalina de Salinas
CATEGORÍA: Sitios Culturales

TIPO: Cultural

FICHA #: 1
FECHA: 24-06-2015

SUBTIPO: Cultural

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): X = 819548 y= 10054879
PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Ibarra

LATITUD (UTM): 1.621
PARROQUIA: Santa Catalina de Salinas

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Ciudad de Ibarra

DISTANCIA (Km): 19 km

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	<p>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTURA (m.s.n.m): 1.621 msnm TEMPERATURA (°C): 25 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 4.000 a 5.000 mm</p>
		<p>UBICACIÓN:</p> <p>El museo de sal se encuentra en la parroquia Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Con una altura de 1.621 msnm, su temperatura es de 25 c, su pluviosidad llega de 4.000 a 5.000 mm al año.</p> <p>Es un lugar donde se realiza una demostración del proceso que antiguamente se realizaba para obtener la sal proveniente de la tierra, es un sitio amplio donde además se exhiben los instrumentos que permiten la obtención de la sal.</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO:</p> <p>Es un lugar donde se realiza una demostración del proceso que antiguamente se realizaba para obtener la sal proveniente de la tierra, es un sitio amplio donde además se exhiben los instrumentos que permiten la obtención de la sal.</p> <p>ACTIVIDADES:</p> <p>Se puede realizar visitas guiadas.</p> <p>Se puede observar pipas antiguas de sal.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	<p>5. USOS (SIMBOLISMO)</p> <p>Es un sitio amplio donde además se exhiben los instrumentos que permiten la obtención de sal.</p>	<p>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p> <p>6.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad: Patrimonio del Ecuador:</p>
		<p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/></p> <p>DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS DEL AÑO	
		TERRESTRE	Asfaltado	x			Bus	X				365
Lastrado						Auto móvil	x				Día al Mes	
Empedrado						4x4					CULTURALES	Día Inicio
Sendero						Tren	x					Día Fin:
ACUATICO		Marítimo				Barco					NATURALES	31
						Bote						
		Fluvial				Canoa	X				Horas al día	
AÉREO						Avión					CULTURALES	Día Inicio
						Avioneta						Día Fin:
						Helicóptero					NATURALES	10
OBSERVACIONES:												



9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
APOYO	AGUA										
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS
	ENERGÍA ELÉCTRICA										
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>			
	ALCANTARILLADO										
	RED PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
PRECIO											
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS					
Observaciones:											
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS											

NOMBRES:	DISTANCIA: 20 km
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>	
	Ing. Pablo Molina FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR

Anexo G Ficha de Inventarios de Atractivos Turísticos

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea Estefanía Yépez Trujillo

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pablo Molina

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Centro Gastronómico Palenque.

PROPIETARIO: Parroquia Santa Catalina de Salinas

CATEGORÍA: Cultural

TIPO: Cultural

FICHA #: 02

FECHA: 24-06-2015

SUBTIPO:

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): x= 819591 y= 10054952

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Ibarra

LATITUD (UTM): 1.614

PARROQUIA: Santa Catalina de Salinas

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra

DISTANCIA (Km): 19 km

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		ALTURA (m.s.n.m): 1.614 TEMPERATURA (°C): 25 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):
		UBICACIÓN Se ubica en la parroquia Santa Catalina de Salinas, canton Ibarra, provincia de Imbabura. Con una altura de 1.614 msnm.
		DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Es un restaurante acogedor que presta el servicio de alimentación, ofrece almuerzos tipo menú con comida tradicional de la zona. Su principal clientela, es el flujo de pasajeros que viajan en la Ruta Tren de la Libertad, tiene la capacidad de acoger aproximadamente a 80 personas, cuenta con baterías sanitarias para damas y caballeros.
		ACTIVIDADES Se puede degustar de los platos típicos de la zona.

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	5. USOS (SIMBOLISMO) El lugar presta servicios de alimentación, comida tradicional de la zona, para turistas nacionales y extranjeros, además se puede apreciar una presentación de música en vivo que realiza un grupo de niños del sector. Los precios son accesibles.	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 6.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad: Patrimonio del Ecuador:
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS DEL AÑO	
	TERRESTRE	Asfaltado	X			Bus	X				365	
Lastrado					Auto móvil	x				Día al Mes		
Empedrado					4x4					CULTURALES		
Sendero					Tren	x				Día Inicio	Día Fin:	
ACUATICO	Marítimo				Barco					NATURALES		
					Bote							
	Fluvial				Canoa							

					Otros					Horas al día	
AÉREO					Avión					CULTURALES	Día Inicio
					Avioneta						Día Fin:
					Helicóptero					NATURALES	
OBSERVACIONES:											

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
	AGUA											
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA											
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	GENERADOR	<input checked="" type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>				
	ALCANTARILLADO											
	RED PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS			
	PRECIO											
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS					
	Observaciones:											
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
NOMBRES:						DISTANCIA						
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos						
LOCAL	<input type="checkbox"/>	NACIONAL	<input checked="" type="checkbox"/>									
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>									
OTROS	<input type="checkbox"/>											
						ING. PABLO MOLINA FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR						

Anexo H Registro de Datos de los Atractivos Turísticos

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea Estefanía Yépez Trujillo

FICHA #: 3

SUPERVISOR EVALUADOR: Pablo Molina

FECHA: 03-07-2015

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Complejo turístico "Bombodromo"

PROPIETARIO: Parroquia Santa Catalina de Salinas.

CATEGORÍA: Atractivo cultural

TIPO: Cultural

SUBTIPO:

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): x= 819723 y=10054666

LATITUD (UTM): 1.621

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Ibarra

PARROQUIA: Santa Catalina de Salinas.

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra DISTANCIA (Km): 19 km	
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 1.621 TEMPERATURA (°C): 24 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 67% de humedad
	Emprendimiento comunitario administrado por el GAD parroquial de Salinas y un representante de cada comunidad.

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	5. USOS (SIMBOLISMO) Está dividido en tres áreas: área de protección de la cultura, de conservación de los recursos y área recreativa. Los principales usuarios de este complejo son los habitantes de la localidad.	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Escasas propuestas de desarrollo turístico en el lugar. 6.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Archidona la Bella Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Los diferentes atractivos que posee la ciudad invitan al turista a apreciar la estructura, construcción y uso	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS DEL AÑO	
	APOYO	TERRESTRE	Asfaltado	X			Bus	X				365
Lastrado						Auto móvil	X					
Empedrado						4x4					Día al Mes	
Sendero						Tren	x				CULTURALES	Día Inicio: 1º
ACUATICO		Marítimo				Barco						Día Fin: 30º
						Bote					NATURALES	
		Fluvial				Canoa						
						Otros						Horas al día
AÉREO						Avión					CULTURALES	Día Inicio: 08:00
						Avioneta						Día Fin: 17:00
					Helicóptero					NATURALES		
OBSERVACIONES:												

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
APOYO	AGUA										
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS
	ENERGÍA ELÉCTRICA										
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>			
	ALCANTARILLADO										
		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

	RED PUBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
PRECIO	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS					
NOMBRES:			DISTANCIA		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input type="checkbox"/>	NACIONAL	<input checked="" type="checkbox"/>		
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>		
OTROS	<input type="checkbox"/>				
			Pablo Molina FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Anexo I Registro de Datos de los Atractivos Turísticos

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea Estefanía Yépez Trujillo

FICHA #: 4

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pablo Molina

FECHA: 24-06-2015

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plaza artesanal

PROPIETARIO: Parroquia Santa Catalina de Salinas

CATEGORÍA: Plaza

TIPO: Cultural

SUBTIPO:

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): x= 819548 y=10054879

LATITUD (UTM): 1.621

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Ibarra

PARROQUIA: Santa Catalina de Salinas

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra

DISTANCIA (Km): 19 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m): 1.621 TEMPERATURA (°C): Su temperatura mínima es de 13º C y la máxima es de 29º C.
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO

Es un establecimiento dedicado a la exposición y venta de productos artesanales elaborados con materiales de la zona. Tiene la capacidad para acoger a 15 personas.

ACTIVIDADES

Compra de artesanías.

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	5. USOS (SIMBOLISMO) La plaza artesanal se beneficia del material publicitario que ferrocarriles de Ecuador Empresa Publica aplica para dar a conocer la ruta Tren de la Libertad.	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: 6.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad: Patrimonio del Ecuador:
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS DEL AÑO	
	TERRESTRE	Asfaltado	x			Bus	x				365	
Lastrado					Auto móvil	x						
Empedrado					4x4					Día al Mes		
Sendero					Tren	x				CULTURALES	Día Inicio	
ACUATICO	Marítimo				Barco						Día Fin:	
					Bote					NATURALES		

		Fluvial				Canoa						
						Otros					Horas al día	
	AÉREO					Avión					CULTURALES	Día Inicio
						Avioneta						Día Fin:
						Helicóptero					NATURALES	
OBSERVACIONES:												

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	PRECIO	
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
NOMBRES:	DISTANCIA	
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos ING. PABLO MOLINA FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>		
OTROS <input type="checkbox"/>		

Fotografías

Centro Gastronómico "Palenque"

Foto 1: Centro Gastronómico "Palenque"



Gráfico 7. Centro Gastronómico "Palenque"

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

Museo de Sal "Barro Caliente"

Foto 2: Museo de sal "Barro caliente"



Gráfico 8. Museo de sal "Barro Caliente"

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

Cafetería de la Estación del Tren de Salinas

Foto 3: Cafetería de la Estación del Tren de Salinas



Gráfico 9. Cafetería de la Estación del Tren de Salinas

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

El Complejo Turístico “Bombódromo Palenque”

Foto 4: Complejo Turístico “Bombódromo Palenque”



Gráfico 10. Complejo Turístico “Bombodromo Palenque”

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)

Plaza Artesanal

Foto 5: Plaza Artesanal



Gráfico 11. Plaza Artesanal

Fuente: Datos de campo

Elaborado por: Yépez A. (2017)