



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta de Producto Turístico-Comunitario para la Hostería
Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de
Azuay**

AUTOR (ES):

Montenegro Córdova Johanna Margeory

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Montenegro Córdova Johana Margeory**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR:

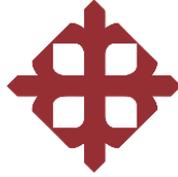
Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Montenegro Córdova Johana Margeory

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de Producto turístico-comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del 2018

EL AUTOR (A)

Montenegro Córdova Johana Margeory



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Johana Margeory Montenegro Córdova

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución el Trabajo de Titulación, **Propuesta de Producto turístico-comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del 2018

EL AUTOR (A)

Montenegro Córdova Johana Margeory



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de Producto Turístico-Comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay**, presentado por la estudiante **Montenegro Córdova Johanna Margeory**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (3 %), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	Tesis Margeory Montenegro 28082018.docx (D41022669)
Presentado	2018-08-28 18:42 (-05:00)
Presentado por	Jose Medina (jose.medina@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	jose.medina.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	RV: Informe Urkund Mostrar el mensaje completo
	3% de estas 67 páginas, se componen de texto presente en 14 fuentes.

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Mi agradecimiento especial a Dios y a mis padres ya que son y han sido un pilar fundamental en mi vida, con su dedicación y esfuerzo han logrado sembrar en mí, valores muy importantes como para forjar la persona que soy.

A mi hijo Juan Pablo quien es lo más importante en mi vida, es la bendición más grande que Dios me ha dado y ese ser pequeñito que me impulsa y motiva para seguir adelante.

A mis hermanos que han sido parte del aprendizaje de mi existencia.

A mis ángeles de luz los que nunca me ha abandonado sobre todo en momentos difíciles.

Y finalmente, mi esposo por haberme dado la felicidad más grande, mi hijo; que con su dureza y templanza me ha hecho ver el otro lado de la moneda, el que me ha enseñado que nada llega porque si, que la oscuridad también forma parte del aprendizaje y te hace más fuerte para seguir.

A todos gracias por haber sido parte de este proceso en mi vida.

“Lo más importante es la persona que eres, sin importar la profesión que tengas, lo que estudiaste o el cargo obtenido. Lo importante es: Lo que hay en el corazón. No descalifiques a ningún ser, todos tienen algo que enseñarte y tu algo que aprender.”

Montenegro Córdova Johana Margeory

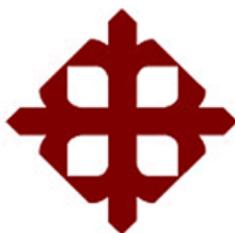
DEDICATORIA

Me llena de alegría, amor y esperanza el culminar una de mis metas profesionales dedico a Dios que es la luz interna y externa que siempre me motivó de alguna manera para soñar y perseverar en momentos complicados.

También dedico este proyecto a cada uno de mis seres queridos quienes han sido una parte importante para el desarrollo de mi vida en general.

Es una gran satisfacción de poder dedicarles, ya que me ha tomado mucho esfuerzo, esmero y trabajo el culminar mis estudios universitarios. Que aunque con obstáculos en el transcurso de mi carrera siempre de una u otra forma, estuvieron presentes animándome constantemente, ellos me han inspirado que con voluntad y entrega todo es posible.

Gracias a todos por confiar siempre en mí!



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs
TUTOR

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Montenegro Córdova Johana Margeory	

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs
TUTOR

Índice General

Introducción	2
Problemática	3
Justificación	5
Formulación del problema	6
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos	6
CAPÍTULO 1: Marco Teórico.....	7
1.1. Turismo Comunitario	7
1.1.1 Evolución Histórica del Turismo.....	9
1.1.2 La importancia del turismo y turismo comunitario en Ecuador	10
1.1.3 Turismo en sectores rurales	12
1.1.3.1 Tipos de Turismo Rural	12
1.2. Marco Referencial	15
1.2.1. Marco Legal	17
1.2.2 Ley de Turismo	18
1.2.3 Reglamento para centros turísticos comunitarios	19
Capítulo 2: Metodología de la Investigación.....	22
2.1. Tipo de investigación.....	22
2.2. Población y muestra.....	22
2.2.1. Población	22
2.2.2. Cálculo de la muestra.....	22
2.3. Tipo y técnicas de muestreo.....	23
2.3.1. Instrumentos utilizados	23
2.4. Tabulación e interpretación de datos	24

Capítulo 3: Antecedentes Hostería Aventura Park	35
3.1. Historia.....	35
3.2. Misión	36
3.3. Visión.....	36
3.4. Valores empresariales	36
3.5. Estructura orgánica	36
3.6. Productos y Servicios Turísticos.....	37
3.7. Mercado Objetivo	38
3.7.1. Procedencia	38
3.7.2. Actividades turísticas de aventura	38
3.7.3. Perfil del turista comunitario	39
Capítulo 4: Estudio de Mercado	40
4.1. Análisis de Entorno.....	40
4.1.1. Análisis PEST	40
4.1.1.1. Factor Político.....	41
4.1.1.2. Factor Económico	43
4.1.1.3. Factor Social	48
4.1.1.4. Factor Tecnológico	49
4.1.1.5. Factor Ambiental	52
4.1.2. Las cinco fuerzas de Porter	54
4.1.2.1. Proveedores.....	55
4.1.2.2. Comportamiento de los clientes.....	56
4.1.2.3. Competencia	56
4.1.3. Análisis Interno.....	58
4.1.3.1 Capacidad administrativa.....	58
4.1.3.2 Capacidad financiera.....	58
4.1.3.3 Capacidad productiva	59

4.1.3.4 Capacidad Tecnológica.....	60
4.1.3.5 Capacidad del Talento Humano.....	60
4.1.3.6 Capacidad de comercialización	61
4.2. Análisis del Mercado	61
4.2.1. FODA.....	62
4.2.2. Factores de Éxito	63
4.2.3. Segmentación del mercado	63
4.2.4. Plan de marketing	64
4.3. Ingeniería del proyecto	66
4.3.1. Localización de la empresa.....	66
4.3.2. Equipamiento requerido para la operación	67
4.3.3. Manual de Funciones	68
4.3.4. Políticas de calidad	69
4.3.5. Procesos de control de calidad.....	69
4.4. Plan de Contingencia	70
4.4.1. Previsión del escenario más desfavorable	70
4.4.2. Propuesta de prevención	71
4.4.3. Contactos de emergencia	72
4.4.4. Plan de Evacuación.....	72
CAPITULO 5: Propuesta general de Turismo Comunitario	73
5.1 TOUR BOSQUE DE PIEDRAS-PARROQUIA LA ASUNCIÓN.....	73
5.2 TOUR PIEDRA TALLADA LA ASUNCIÓN	75
5.3 TOUR MIRADOR VIRGEN DE LA ASUNCIÓN	77
5.4 TOUR MOLIENDAS LENTAG	79
5.5 TOUR CERRO FASANA-SAN PABLO.....	82
CAPÍTULO 6: Evaluación Financiera.....	86
6.1. Plan económico – financiero.....	86

6.1.1. Inversión inicial	86
6.1.2. Costes de producción	87
6.2. Rentabilidad del proyecto	87
6.3. Estado de Resultados	91
6.3.1. Flujo de caja.....	92
6.3.2. Indicadores Financieros	93
Conclusiones.....	94
Recomendaciones	95
Referencias.....	96
Apéndice	100
Presupuesto	103

Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Distribución de sexo de los participantes del estudio</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 2. Procedencia de los encuestados</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 3. Conocimiento del turismo de aventura en la provincia de Azuay.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 4. Conocimiento de experiencias en el Valle de Yunguilla</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 5. Tiempo de permanencia realizando actividades de turismo comunitario... 32</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 6. Preferencia de pago por los servicios de turismo comunitario</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 7. Productos y servicios turísticos Hostería Aventura Park</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 8. Objetivos Nacionales de Desarrollo</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 9. Tasas activas-agosto 2018</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 10. Tasas referenciales-agosto2018.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 11. Población del Cantón Girón, 2018</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 12. Población, según rangos etarios</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 13. Competidores relacionados con el giro de negocio de HAP</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 14. Matriz de Perfil Competitivo</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 15. Capacidad Financiera de Hostería Aventura Park.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 16. Matriz FODA Hostería Aventura Park</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 17. Decisiones básicas de las 4P del marketing mix.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 18. Presupuesto referencial campaña publicitaria</i>	<i>103</i>

<i>Tabla 19. Descripciones muebles y enseres para operación.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 20. Requerimiento equipos de computación.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 21. Funciones del administrador de la HAP</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 22. Funciones del Jefe de Servicios Turísticos HAP</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 23. Funciones del Asistente de Servicios Turísticos HAP</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 24. Matriz del Tour Bosque de Piedras de la Parroquia la Asunción</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 25. Matriz de actividades del tour a la Piedra Tallada</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 26. Matriz de actividades del tour al mirador de la Virgen de La Asunción..</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 27. Matriz de actividades del tour a Lentag.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 28. Matriz de actividades del tour al Cerro Fasana-San Pablo</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 29. Resumen de precios paquetes turísticos referenciales más hospedaje y alimentación</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 30. Inversión Total.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 31. Estructura de la inversión</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 32. Estructura de financiamiento</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 33. Amortizaciones crédito externo</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 34. Costes Totales proyectados</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 35. PVP por servicio.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 36. Ingresos anuales por Tour Bosque de Piedras.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 37. Ingresos anuales por Tour Piedra tallada</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 38. Ingresos anuales por Tour Mirador</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 39. Ingresos anuales Tour Moliendas</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 40. Ingresos anuales Tour Cerros</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 41. Resumen ingresos totales</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 42. Estado de Resultados.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 43. Elementos para cálculo del PE</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 44. Variables para el cálculo del PE.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 45. Flujo de caja.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 46. Indicadores financieros</i>	<i>93</i>

Índice de Imágenes

<i>Imagen 1: Vista panorámica Hostería Aventura Park</i>	35
<i>Imagen 2: Índice verde Urbano por provincia</i>	54
<i>Imagen 3: Logo Hostería Aventura Park</i>	64
<i>Imagen 4: Distribución de la Hostería Aventura Park</i>	65
<i>Imagen 5: Localización de la empresa</i>	67

Índice de Gráficos

<i>Gráfico 1: Distribución etaria de los encuestados</i>	24
<i>Gráfico 2: Ocupación de los encuestados</i>	25
<i>Gráfico 3: Preferencia en visitar lugares turísticos en el Valle de Yunguilla</i>	26
<i>Gráfico 4: Conocimiento de Turismo Comunitario</i>	27
<i>Gráfico 5: Frecuencia de visita al Valle de Yunguilla</i>	27
<i>Gráfico 6: Gusto por actividades al aire libre</i>	28
<i>Gráfico 7: Conocimiento Hostería Aventura Park</i>	28
<i>Gráfico 8: Actividades a realizar con la comunidad</i>	29
<i>Gráfico 9: Orden de importancia servicio de guías turísticos</i>	30
<i>Gráfico 10: Orden de importancia servicio de hosterías en el sector</i>	30
<i>Gráfico 11: Orden de importancia de recibir alojamiento de la comunidad</i>	31
<i>Gráfico 12: Orden de importancia percepción tienda comunitaria</i>	32
<i>Gráfico 13: Llegadas provisionales a Ecuador</i>	43
<i>Gráfico 14: PIB 2017=100 Tasas de variación trimestral</i>	44
<i>Gráfico 15: Evolución sectorial</i>	44
<i>Gráfico 16: Evolución histórica de la Inflación</i>	45
<i>Gráfico 17: Evolución Inflación mensual por región y ciudad</i>	45
<i>Gráfico 18: Evolución del Empleo Bruto</i>	46
<i>Gráfico 19: Evolución del Desempleo</i>	46
<i>Gráfico 20: Hogares con telefonía fija y móvil</i>	49
<i>Gráfico 21: Hogares con acceso a internet</i>	50
<i>Gráfico 22: Porcentaje de personas que utilizan computadora por sexo</i>	50
<i>Gráfico 23: Personas que utilizan computadora por provincias</i>	51
<i>Gráfico 24: Personas que utilizan internet</i>	51
<i>Gráfico 25: Personas que utilizan internet por provincia</i>	52

<i>Gráfico 28: Índice Verde Urbano Ecuador 2012</i>	53
<i>Gráfico 27: Cumplimiento de GAD Municipales índice verde urbano</i>	53
<i>Gráfico 28: Esquema Cinco Fuerzas de Porter</i>	55
<i>Gráfico 31: Evolución venta de servicios turísticos</i>	90
<i>Gráfico 30: Punto de equilibrio</i>	92

Índice de Figuras

<i>Figura 1: Estructura Orgánica actual</i>	37
<i>Figura 2. Actividades a mejorar HAP</i>	84
<i>Figura 3. Actividades a implementar dentro de los Tour en la HAP</i>	85

Índice de Apéndices

<i>Apéndice 1: Formato de encuesta</i>	100
<i>Apéndice 2: Formato de entrevista</i>	102
<i>Apéndice 3: Presupuesto</i>	103

Resumen

La Hostería Aventura Park, con vinculación al turismo comunitario tiene como alternativa analizar la factibilidad de fortalecer las actividades de aventura en la comunidad del sector del valle de Yunguilla, razón, para ello, se realizó un estudio de mercado que evidencie la factibilidad de asociar tanto a la empresa pública como privada en la venta de servicios turísticos rurales en la parroquia La Asunción cantón Girón, provincia del Azuay, mediante nuevas políticas públicas, las cuales, fomentan recreaciones como: aspectos culturales, religiosos y arquitectónicos que se mantienen en el sector.

El estudio busca proponer un producto turístico-comunitario, brindando atención personalizada a través de tour comunitarios que den una alternativa de conocimiento y experiencias de aspectos ancestrales del sector, mediante un equipo de colaboradores de la zona que permita satisfacer las expectativas turísticas de los viajeros y locales. Se utilizó un análisis descriptivo, cualitativo y cuantitativo, en la cual, se aplicó una encuesta dirigida a las personas locales y que visitan su entorno.

El análisis financiero determinó una inversión de \$238.133,08 y en el primer año de operación un ingreso de \$199.933, una utilidad neta de \$124.049. La factibilidad se validó, teniendo un VAN de \$24.635 y una TIR significativa de 0,43%.

Palabras clave: Turismo comunitario, rural, aventura, vinculación sociedad, factibilidad, La Asunción

Abstract

Aventura Park Inn., with links to community tourism, has the alternative to analyze the feasibility of strengthening adventure activities in the community of the Yunguilla valley sector, reason for which, a market study was carried out that demonstrates the feasibility of associating both to the public company as private in the sale of rural tourism services in the parish of La Asunción Girón canton, Azuay province, through new public policies, which encourage recreations such as: cultural, religious and architectural aspects that remain in the sector.

The study seeks to propose a tourism-community product, providing personalized attention through the route that can be an alternative of knowledge and experiences of ancestral aspects of the sector, through a team of collaborators of the area that allows to satisfy the tourist expectations of the travelers and locals. A descriptive, qualitative and quantitative analysis was used, in which a survey was applied to local people and visited their environment.

The financial analysis determined an investment of \$ 238,133.08 and in the first year of operation an income of \$ 199,933, a net profit of \$ 124,049. Feasibility was validated, having a NPV of \$ 24,635 and a significant IRR of 0.43%.

Key words: Community, rural tourism, adventure, relationship with society, feasibility, La Asunción

Introducción

El Turismo Comunitario (TC), es una alternativa preferida por viajeros del mundo entero, el respeto por la diversidad cultural, tradiciones, expresiones artísticas, artesanales y culturales, motivando el surgimiento de propuestas turísticas, en las que, los miembros de la comunidad sean agentes activos en el manejo del territorio y de sus proyectos.

El TC según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE sostiene que es una actividad asociada al turismo solidario, que articula a la comunidad desde ejes interculturales, el manejo de los bienes culturales con base a los criterios de equidad distribuidos con respecto a los beneficios que se pueden generar en territorio (Iturralde, M. Cejas, M, 2015).

En este sentido, el turismo ha sido considerado como una de las fuentes más importantes para la generación de economías alternativas enfocadas en el desarrollo de territorios en los que existen problemas sociales y económicos, además, esta perspectiva contempla los enfoques ecológicos y de desarrollo equitativo, como respuesta al progreso económico enfocado en la acumulación de capital. Esto da paso al planteamiento de un turismo sostenible que responda a las características del entorno y que se fundamente en la cultura de la comunidad (Alvear, Quishpe, & Enríquez, 2016).

El TC según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) se define como la interrelación existente entre la comunidad, el territorio y las personas que visitan el lugar. De acuerdo a estos las relaciones que se generan adquieren un carácter intercultural mediado por viajes organizados y sistematizados, en lo que la participación activa de la comunidad permite garantizar el uso adecuado de los recursos naturales, la explicitación de derechos culturales y de territorio de las naciones y el pueblo, la revalorización del patrimonio y sobre todo la redistribución equitativa de la riqueza generada por la implementación de proyectos de desarrollo comunitario (Iturralde, M. Cejas, M, 2015).

Asimismo, el TC debe tener un enfoque de desarrollo local en el que la actividad turística es gestionada por la propia comunidad, lo que ha demostrado sobre todo en países en vías de desarrollo la posibilidad de generar pequeñas y medianas empresas dirigidas por la colectividad. De acuerdo a esto el turismo comunitario es considerado como un medio para resolver problemas que se presentan en la región referidos a pobreza, inequidad, desempleo y falta de oportunidades (Guzmán, Borges, & Castillo, 2011).

El turismo comunitario se diferencia del turismo tradicional ya que considera dentro de sí mismos a las dimensiones humanas y culturales de las comunidades, por lo que se encarga de fomentar encuentros y diálogos interculturales con los visitantes. Además, el TC busca propiciar una organización empresarial regional fundamentada en la autogestión de los recursos, ya sean patrimoniales o naturales, a través de la inclusión de la comunidad como actores principales de los procesos (García, 2016).

Al respecto, el desarrollo del presente estudio, parte de la iniciativa de La Hostería Aventura Park (HAP), puesto que, la ubicación y los servicios que presta, busca fortalecer los productos y servicios de turismo comunitario, orientado a la vinculación de la sociedad y crear capacidades de autogestión que muestren a la colectividad los diversos atractivos turísticos de la zona. Se pretende el involucramiento de las autoridades públicas de la Parroquia La Asunción como emprendedores comprometidos en la administración, planeación, construcción y ejecución de los diferentes servicios que el TC se puede fortalecer en el área de influencia de la HAP.

Actualmente, el TC afianza su importancia en la protección y conservación de costumbres, gastronomía, bosques, arqueología, sitios ancestrales de culturas indígenas como los Cañarís, poco conocida tanto a nivel local como nacional; elementos prioritarios de la presente investigación. Además, de estar seguros que las instituciones públicas y privadas, coordinan esfuerzos para mejorar el desarrollo y protección de la diversidad cultural que prima en el país. No obstante, es necesario recalcar, que al producirse un contacto entre el visitante, la cultura de la región, el entorno y las instituciones con las que se relacionará, se pueden producir impactos culturales, medioambientales en la comunidad, por lo que se hace necesario que se tengan en cuenta aspectos como la capacidad de carga de la comunidad para desarrollar los proyectos turísticos (Orgaz, 2013).

Problemática

El crecimiento turístico en el Ecuador, a través del tiempo ha generado prosperidad económica, con ello, mejorar las condiciones habituales de muchas personas dando a conocer lugares atractivos, que rescatan la diversidad cultural y social. Según el Comercio (2018), que en el año 2013 Ecuador se ubicó en el tercer país con mayor crecimiento en turismo en Latinoamérica; medida de inversión del gobierno en aumentar el presupuesto en los años anteriores. Actualmente la industria del turismo contribuye de manera

significativa en los ingresos del país ubicándose en cuarto lugar; generando mayores fuentes de ingreso al país y un incremento en oportunidades de trabajo.

Al respecto, los desastres del hábitat y la deforestación de lugares con una biodiversidad extraordinaria, se van perdiendo, causados por el desarrollo turístico sin control. Es más, la poca participación de las comunidades locales, motiva el deterioro social y cultural, en un país diverso como el Ecuador, pues, el inadecuado control de las actividades turísticas afecta a la cultura, manejo ancestral de territorio y de los recursos naturales.

La gestión del turismo alternativo, actualmente, forma parte de la piedra angular del avance socioeconómico, en las zonas menos provistas de capital económico. El vender a los turistas la posibilidad de convivir o experimentar actividades en las comunidades autóctonas de cada región, se vislumbra como una estrategia de vanguardia, para ello, es necesario valorar las condiciones de cada sector, identificando, si cumplen con los elementos básicos, para ejecutar Turismo Comunitario.

Con estos antecedentes, se desea implementar el TC en el cantón Girón parroquia La Asunción, con el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, sin dañar la biodiversidad de la zona; evidenciando factores que aporten las condiciones que la actividad turística requiere, entre ellos: disponibilidad de servicios básicos y medir la capacidad de la comunidad para recibir a los turistas y poderlos involucrar con las actividades del TC, es aquí, donde interviene la Hostería Aventura Park. Por otro lado, en el sector se aprovecharía la zona ganadera «implementación empresa láctea» transformando la materia prima en quesos y otros derivados de la leche que puedan incorporarse en el mercado, adicional, beneficiarse de productos derivados de la caña de azúcar, cata de café de fino aroma y derivados del cacao.

La comunidad se caracteriza por contar con una riqueza ecológica y arqueológica relevante, con una exuberante biodiversidad, que fácilmente, puede explotarse para fomentar el avance de la localidad. Sin embargo, existen problemas de accesibilidad, puesto que, para llegar a la cabecera cantonal, la vía es de segundo orden, situación que dificulta el acceso, especialmente, en invierno.

Por otro lado, las vías no disponen de señalización turística, que oriente a las personas a conocer sobre los atractivos de la zona; observando la inexistencia de operadores turísticos que promocionen las alternativas turísticas que ofrece la parroquia La Asunción. Al respecto, el único punto de información está en el Municipio del Cantón Girón, trabajar

con el gobierno local, optimizaría, aspectos que son necesarios fortalecerlos para el empoderamiento de la comunidad en el TC.

Justificación

La propuesta se fundamenta en aprovechar los recursos naturales propios de la zona y de la historia cultural del pueblo y sus costumbres, que son un atractivo para todo aquel que lo visita. El TC, se presenta a nivel mundial como alternativa para promocionar actividades de un sector, su fortaleza radica en el mantenimiento de las tradiciones y el desarrollo económico de sectores que no han tenido oportunidad de mostrar al público sus atractivos y riqueza cultural ancestral, así como, crear fuentes de ingresos económicos, para quienes decidan ser parte del proyecto, además, promover que las actividades sean sustentables y sostenibles.

El proyecto pretende aprovechar el creciente interés por el turismo comunitario y desea aplicarlo en comunidades que poseen gran potencial. Los pobladores de La Asunción y alrededores desean mejorar la calidad de vida de sus habitantes y del sector, frente a ello, la alcaldía planea promover acciones y proyectos encaminados en aumentar las ofertas laborales que se derivan de esta actividad, con ello, un desarrollo integral de la zona.

Los pobladores de La Asunción y alrededores desean mejorar la calidad de vida del lugar, razón por la cual, es prioritario aportar con estrategias que fomente el TC. Entre las alternativas que se deberían promover en el sector, se encuentran aquellas acciones en colaboración con la alcaldía, mediante planificación de proyectos que promuevan el mercado laboral, de manera que se dinamice la economía y el desarrollo.

Los turistas contarán con un guía nativo. La alimentación y hospedaje de los visitantes, se realizarán en la Hostería Aventura Park que cuenta con instalaciones adecuadas para el turista. Así mismo, realizarán pesca deportiva. Por otra parte, se pretende trabajar conjuntamente con instituciones públicas de la zona para la organización de las familias y los diferentes talleres de capacitación para la comunidad.

Formulación del problema

¿En qué nivel el Turismo Comunitario aporte al desarrollo socioeconómico en las comunidades del Cantón Girón, Parroquia La Asunción y sus alrededores?

También se puede analizar otras interrogantes como:

¿Podría el turismo comunitario ser la alternativa principal, que enseñe a las personas locales y extranjeros sobre la cultura, tradiciones, arqueología y gastronomía de la zona?

¿Será posible que con la ejecución del turismo comunitario y el incremento de fuentes de ingreso hacia la comunidad, permitan el desarrollo sustentable de la zona?

Objetivos

Objetivo General

Propuesta de producto turístico-comunitario para la Hostería Aventura Park del Cantón Girón, Parroquia La Asunción, Provincia del Azuay

Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado del sistema turístico y recursos potenciales de la Hostería Aventura Park del Cantón Girón.
- Realizar un análisis del mercado en la zona de influencia de la Hostería Aventura Park
- Elaborar una propuesta de producto turístico-comunitario de la Hostería Aventura Park, como alternativa de turismo de aventura ubicado al sur de la provincia de Azuay, en el Cantón Girón, Parroquia La Asunción.

CAPÍTULO 1: Marco Teórico

De acuerdo a Inostroza (2018) el turismo rural, comprende cualquier distracción turística desarrollada en el sector rural; independientemente de quién lo gestione, sea una empresa privada o alguna organización campesina sin fines de lucro. El TC se desarrolla en el medio rural, a través de, servicios turísticos y tramitados bajo modelos de gestión comunitaria, o sea, que son las organizaciones conformadas por campesinos o indígenas, quienes toman las decisiones y reparten las utilidades de las actividades turísticas entre los participantes.

Según Juárez y Ramírez (2010), la manera de enfocar el crecimiento económico y el desarrollo territorial han presentado cambios fundamentales, debido a que, los modelos tradicionales de industrialización generan alternativas como el desarrollo local, no obstante, estas opciones no responden a las necesidades de comunidades específicas ocasionando una desventaja para la industria turística. Esto se produjo debido a los avances respecto a industrialización que se presentaban en las ciudades no llegaban hasta las regiones rurales, viéndose como necesaria la generación de otros tipos de economías contextualizadas y que respondan a las necesidades de la población.

Este tipo de turismo, debe promover la mejora en la calidad de vida de los pueblos, para ello, es necesario fortalecer la organización interna, enfatizando que los ingresos provenientes de la actividad, sean distribuidos equitativamente. Garantizar la participación de todas las comunidades, protegiendo el entorno, recuperando y conservando las tradiciones ancestrales que los caracterizan. Asegurando un ingreso económico a los pobladores, siendo una alternativa para que visitantes y comunidades se concienticen de la importancia en valorar y conservar los recursos naturales; y la riqueza cultural del Ecuador, que posee uno de los variados entornos naturales del mundo, dividido por 4 regiones naturales como: la Sierra Andina, Amazonía, las Costas del Pacífico y las Islas Galápagos, constituyéndose en un país mega cultural y biodiverso.

1.1. Turismo Comunitario

Al conceptualizar la palabra turismo, investigadores como Cabarcos (2006) enfatiza que es un cúmulo de actividades que desarrollan los individuos, cuando están fuera de los lugares habituales de residencia, por lo regular, en un tiempo consecuente menor a un año, asociando actividades recreacionales, empresariales, entre otros.

El turismo en Ecuador, particularmente en ciudades grandes e intermedias como Cuenca, ha crecido notablemente en los últimos años. Siendo, necesario ofrecer a la ciudadanía información sobre estadística en el entorno internacional, turismo interno, turismo emisor, oferta turística, etc. Se ha tornado una actividad socio – económica, que incluye gran diversidad de elecciones y actividades que realizan las personas durante sus viajes, brindándoles facilidad para escoger diferentes espacios urbanos y rurales, en los cuales, podrán conocer e interactuar con una amplia gama de recursos naturales, culturales, ambientales y sociales.

La Organización Mundial de Turismo (2017) determina que las actividades turísticas se componen por varios sectores que involucran la economía tales como: los medios de transporte, operadoras y agencias de viajes, hoteles, restaurantes, ferias; dejando un alto incremento en la actividad turística y económica en el país.

Siguiendo la misma línea, el Glosario Básico de la OMT, señala que el turismo abarca aspectos sociales, culturales y económicos cuando una persona se traslada de un lugar a otro, desplazándose de su lugar habitual de residencia sean por negocios o diversión; denominado visitantes «turistas, excursionistas, residentes o no», observando que el turismo se articula con actividades, que mayoritariamente implican un consumo turístico (OMT, 2018).

Al acoger la definición de la OMT, y vincular al turismo como un fenómeno social, ya que, se caracteriza por verse afectado por los individuos, se infiere en la influencia beneficiosa que incluye el deseo de fortalecer el conocimiento sobre un lugar determinado. Según San Martín (2013) la relación entre viajeros y residentes se da con gente vinculada formal o informalmente a las actividades turísticas, siendo, la interacción fugaz y ocasional, sin embargo, en viajeros motivados por la búsqueda de la autenticidad, la influencia recíproca se convierte en el punto de partida de la experiencia turística.

Bajo estos preceptos, se puede inferir al turismo como un fenómeno cultural donde se da origen al conocimiento receptor del visitante en un espacio de intercambio, de vivencias y tradiciones. En el aspecto económico, se convierte en un referente, porque se establece como estrategia para el crecimiento mercantil de la comunidad que lo promueve.

En este sentido, el desarrollo de la propuesta, parte de la iniciativa de la Hostería Aventura Park, la ubicación y los servicios que presta, motivan ampliar sus productos y servicios desde el contexto de TC, vinculando a las comunidades cercanas con el propósito de generar capacidades de autogestión que permitan mostrar a los viajeros, los

diversos atractivos turísticos de la zona. Para ello, se prevé involucrar a las autoridades públicas de la Parroquia La Asunción como parte de la organización, para que los involucrados sean piezas claves en la administración, planeación, construcción y ejecución de los servicios de TC, que se fortalecerá en la región; obteniendo ingresos para las familias participantes, así como, un desarrollo integral del sector.

1.1.1 Evolución Histórica del Turismo

López (2012) sostiene que el Ecuador dispone de un atractivo turístico invaluable, siendo actualmente el lugar favorito de viajeros; esto se ha logrado a través de los años y con el apoyo de entidades gubernamentales que dan prioridad a la explotación del turismo ecuatoriano. Así pues, los destinos turísticos en el país, son privilegiados para exploradores, la biodiversidad de especies con la que se cuenta en las cuatro regiones, la variedad de clima y paisajes a mínimas distancias entre los sectores, hace que su oferta turística sea diversa. Destacando, que las entidades gubernamentales han sido partícipes del desarrollo en el aspecto turístico.

El Turismo representa una actividad económica que se desarrolla de manera acelerada a nivel mundial, permitiendo conocer lugares únicos, nuevas culturas, paisajes impresionantes y vivir experiencias de crecimiento personal. Frente a ello, según la OMT (2018) la actividad turística muestra estadísticas mundiales con un incremento financiero con respecto a países que tienen al turismo como una fuente principal de ingresos monetarios, y Ecuador también es uno de ellos.

Ecuador, por su contraste natural, está categorizado dentro de los 17 países más diversos a nivel mundial, puesto que, el 19% de su territorio es área protegida. Al respecto, en diciembre de 1994 se creó el Ministerio de Turismo como una entidad autónoma orientada a fortalecer e impulsar la actividad turística. Actualmente, se ha dado mucho impulso a nivel de actividades de ocio transformando las pequeñas y medianas empresas de emprendimientos de recreación notables, así como el turismo comunitario que ha ido aumentando paulatinamente a través del tiempo (Caiza, R., y Molina, E., 2012)

El gobierno ecuatoriano se ha planteado diversos objetivos para la implementación de políticas públicas transversales que propician el desarrollo del turismo nacional:

- Fortalecimiento y potenciación de la industria turística orientada a la sostenibilidad en el marco del respeto de las riquezas culturales y naturales de la región.
- Brindar incentivos para generar y mantener el turismo, mediante la inclusión de la microempresa y de los actores sociales comunitarios en la cadena de valor.
- Brindar garantías de seguridad y servicios de calidad en los destinos turísticos del país.
- Promover capacitaciones y políticas de innovación para los proveedores de servicios de turismo.
- Invertir en infraestructura, promoción y conectividad para potenciar las visitas a los destinos turísticos del país.

De acuerdo a esto, la importancia que tienen en la actualidad las actividades turísticas para el Ecuador, se fundamentan en el hecho de que se presentan como una herramienta para el desarrollo social y económico, como una fuente de riqueza intergeneracional, eje para la redistribución de los recursos y la riqueza, herramienta para promover la entrada de divisas, que permite la atracción de inversiones y especialmente como un generador de la identidad nacional puesto que rescata valores culturales y ancestrales y su relación con el territorio y el contexto nacional (Ministerio de Turismo, 2017).

1.1.2 La importancia del turismo y turismo comunitario en Ecuador

A nivel mundial, el turismo es considerado como uno de los sectores que mayores aportes genera en cuestión de empleo y oferta de servicios, siendo los ingresos por divisas, la contribución a las ganancias públicas y la generación de oportunidades de negocio las más representativas para los emprendedores, que apuestan por esta actividad. En este sentido, las actividades turísticas tienen por función ayudar a equilibrar la balanza de pagos de una nación, aumentando la entrada de capital al sector público mediante la recaudación de impuestos, fomentando la actividad comercial, disminuyendo la migración, mejorando la calidad de vida y el nivel cultural de la región dedicada a este tipo de labores (Dritsakis, 2004).

De esta forma se puede apreciar que el turismo al interrelacionarse con otras áreas contribuye no solo al ámbito económico, sino a otros aspectos de la dimensión política

económica y social de una nación, estimulando el crecimiento de estos gracias a encadenamientos económicos (Gokovali & Bahar, 2006).

En este contexto, Cortes y Pulina (2010) exponen que el turismo es trascendental en la economía de un país, puesto que brinda parte de los recursos necesarios para que el Estado pueda realizar importaciones sobre todo de aquellas requeridas para la producción de bienes material o de capital. Incluso las regiones no turísticas pueden ser beneficiadas, puesto que si existe una correcta redistribución de la riqueza, obtendrán capital para satisfacer las necesidades de sus poblaciones.

Por otra parte, el desarrollo del turismo en el Ecuador se inicia a partir de la década de los 50 del siglo XX, consolidándose como una actividad que contempla las dimensiones económica, social y cultural en la que se desarrolla el ser humano. Por otra parte, en la actualidad esta actividad se presenta como una de las mayores fuentes de ingresos, solo por debajo de los réditos proporcionados por el petróleo y el banano; transformándose en una fuente de empleo y bienestar económico que ha proporcionado una gran cantidad de servicios como la hotelería, agencias y operadoras turísticas, restaurantes, transporte turístico y comercial.. Esto ha sido posible gracias a la gran diversidad cultural y natural que posee el país en toda su extensión (Ballesteros & Solis, 2007).

En contraste, según el Ministerio de Turismo citado por Ballesteros y Solís (2007) en el ámbito rural las actividades turísticas empezaron en las últimas tres décadas del siglo XX, época en la cual surge la alternativa de generación económica llamada turismo comunitario. **El turismo rural se desarrolla durante la década de los años 80**, convirtiéndose en una de los sectores con mayor trascendencia para las economías locales beneficiadas directa o indirectamente.

En este contexto, las comunidades locales e indígenas del Ecuador han empezado a manejar productos ecoturísticos, siendo de las primeras a nivel mundial y posicionando al Ecuador como una potencia global en el ámbito del ecoturismo comunitario. En vista de que las comunidades manejan este tipo de recursos, se plantea una interacción entre las comunidades y sus visitantes, con el fin de obtener beneficios conjuntos y desarrollar actividades de conservación ambiental y revalorización cultural (Ballesteros & Solis, 2007).

De esta forma, el surgimiento del turismo comunitario en el Ecuador ha traído como consecuencia que los grupos étnicos puedan tener una oportunidad de empoderarse de los recursos de sus comunidades, luchar por sus derechos, sobreponerse contra la pobreza de su entorno y liderándose como una alternativa de turismo diferente y sustentable.

No obstante, el turismo rural a pesar de presentarse como una alternativa al desarrollo económico de una región, no puede ser planteado como la única fuente para resolver los problemas de una región, puesto que, las actividades turísticas deben ser complementarias a otro tipo de actividades productivas que realice el sector rural como lo es la agricultura (André, 2000)

1.1.3 Turismo en sectores rurales

Según Boullón, R. y Boullón, D. (2008), el turismo rural se describe como las actividades turísticas que se desarrollan en el entorno rural y que son de interés para los visitantes urbanos. De acuerdo a Crosby y Moreda (1996), “El turismo en áreas rurales se define como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, considerando como partes integrantes de este último las áreas naturales, litorales, etc.”.

Basándose en este concepto, se concluye que el turismo del sector rural se presenta como una alternativa que implica una serie de características, como lo es ser el punto de conjunción del ecoturismo, turismo de aventura, el agroturismo, turismo cultural, todos realizados en áreas rurales. Todas estas actividades intentan formar una interacción entre visitantes y el medio ambiente. Además de fortalecer la conexión que hay entre la cultura y las tradiciones, con las comunidades autóctonas del lugar.

1.1.3.1 Tipos de Turismo Rural

Entre los diferentes tipos de turismo rural, encontramos al:

- **El agroturismo**

Forma parte del turismo rural, su servicio se orienta a ubicar a las personas locales o extranjeros que realizan la visita en grandes zonas rurales, las cuales poseen una gran variedad de actividades y estancias agrónomas como granjas, ranchos, haciendas. La oferta principal es la oportunidad de formar parte del trabajo agrícola de estas zonas, inmiscuyéndose en los procesos del área de producción y conviviendo con el personal que labora en el lugar.

De tal manera, el visitante puede observar las diferentes etapas por las que atraviesa un producto agrícola para su comercialización, además podrán disfrutar de los productos cultivados durante todo el recorrido y en la estancia, asegurando así la preservación ecológica.

- **Turismo Cultural**

Esta actividad se encuentra orientada preferentemente en propiciar en el visitante el conocimiento de las costumbres y tradiciones de las diferentes comunidades. La importancia de este tipo de turismo radica en la conservación de la cultura, las vestimentas, pensamiento, historia y lenguaje de los colectivos. Para las comunidades este tipo de actividades turísticas se ha transformado en la base de la revalorización de tradiciones y cultura, además de brindar la oportunidad de generar ingresos económicos para los habitantes que ofertan productos como vestimentas, adornos y recuerdos que son comercializados directamente a los turistas.

- **Ecoturismo**

El ecoturismo se ha presentado como una alternativa turística que ha ido aumentando su incidencia a nivel mundial durante los últimos años. Este incremento se debe a diversas fuentes entre las cuales se tiene a la gran actividad de campaña para la preservación ecológica y también a circunstancias económicas, puesto que este tipo de turismo resulta ser mucho más barato que cualquier otro tipo de turismo. Al tener en cuenta que la economía mundial se encuentra pasando por una crisis, el ecoturismo es la alternativa más viable para personas que deseen viajar y no cuenten con los recursos para pagar viajes costosos.

Asimismo, el ecoturismo brinda la posibilidad de convivir con las comunidades e inmiscuirse de manera profunda en sus tradiciones, actividades y estilos de vida. Si se toma en cuenta que cada comunidad se desenvuelve en una territorialidad determinada que posee grandes atractivos ecológicos, el desarrollo de sus actividades comunes y de importancia para la población tendrá un plus contextual que servirá de atractivo para el turista. El ecoturismo va de la mano con el turismo comunitario, incluso se considera que el turismo comunitario forma parte del turismo ecológico, teniendo como característica común que en ambos tipos se pone de manifiesto la preocupación por la conservación de la biodiversidad, el respeto por el ecosistema y su cuidado.

- **Turismo de aventura**

Este tipo de turismo es un ejemplo de lo que se denomina turismo activo, puesto que propicia el contacto de los turistas con el medio que los rodea. El objetivo principal de esta actividad, es producir una sensación de descubrimiento, aventura, y exploración, además, dependiendo de la actividad los visitantes tendrán que conseguir los recursos básicos de supervivencia, todo bajo el control e instrucción de un guía capacitado que brindará los conocimientos necesarios para cada circunstancia y necesidad.

- **Turismo deportivo**

Resulta el más atractivo para extranjeros y locales, puesto que, tienen la oportunidad de disfrutar de deportes en el entorno natural o en un medio artificial. Estas actividades permiten valorar la biodiversidad de cada zona territorial, sea montañas, mares, lagunas, bosques. También forma una parte importante para la comunidad local, ya que puede promover productos locales para realizar cada uno de los deportes

- **Turismo comunitario**

El turismo comunitario ha sido planteado como una de las alternativas para el progreso económico tradicional, de esta forma tiene por finalidad elevar la calidad de vida de la comunidad. Este tipo de turismo se realiza en zonas rurales, donde las personas que visitan el sector ejecutan actividades complementarias, experimentando un turismo diferente en el que las comunidades comparten con los turistas sus costumbres, tradiciones, conocimientos ancestrales y su gastronomía. Esto generará recursos importantes para el beneficio de los colectivos, el manejo y conservación de sus territorios.

La primera conceptualización acerca del turismo comunitario se presenta en la obra de Murphy (1985), que tiene por objetivo analizar la relación que existe entre las comunidades rurales y el turismo. Asimismo, en otros trabajos investigativos como el de Richards y Hall (2000) se realiza el planteamiento de ver al turismo como una herramienta para reducir la pobreza en los sectores rurales.

De esta forma, el turismo comunitario ha sido aceptado y desarrollado por gran parte de las comunidades de Latinoamérica, sobre todo en la región andina que posee un vasto arsenal cultural, patrimonial y tradicional. Estas actividades han permitido que las comunidades puedan generar economías sin la necesidad de provocar daños al medio ambiente y a la comunidad en la que se desarrolla.

1.2. Marco Referencial

Según Jarrín. (2009), en el Ecuador se presentan grandes expectativas para el desarrollo en diferentes áreas en la actividad económica, debido a que el sector turístico es de suma importancia para el país.

El Ministerio de Turismo ha realizado un proyecto estratégico para aprovechar las fuentes de ingreso que genera el turismo y erradicar la pobreza de zonas vulnerables como pueblos y comunidades.

Ejemplo 1:

▪ **64 Familias Fomentan el Turismo Comunitario**

En la comunidad de Launag Grande la mayor parte de la oferta se centra en el alquiler de caballos, venta de artesanías y la comida tradicional. El sector lo componen 64 familias que ofertan servicios de turismo comunitario se encuentra a cargo del tramo mejor conservado del Qhapaq Ñan, también conocido como el ‘Camino del Inca’. Se encuentra localizada a 30 minutos de Chunchi, al sur del Chimborazo, poseyendo en su trayecto una diversidad de cascadas, pajonales, cerros, senderos y ríos. Además posee un paisaje vasto y admirable que es lo que más han sabido promocionar a los turistas, los indígenas de la zona.

“Las operadoras llegaban con turistas todo el tiempo. Un día nos reunimos y decidimos que era momento de aprovechar bien la belleza natural de nuestra comunidad y la riqueza histórica del Camino del Inca para iniciar un negocio similar y mejorar nuestros ingresos”, recuerda Víctor Guadalupe, presidente de la comunidad. Durante el año 2013 la casa comunal que pertenecía a la comunidad pasó a ser transformada en la Hostería llamada La Parada del Inca, la cual tiene capacidad para albergar a unas 20 personas. Según los habitantes de la zona, la inversión ascendió a 30000 dólares que fueron financiados por el Municipio y los próximos beneficiarios del proyecto. Los paquetes que se ofertan dentro del turismo comunitario de la zona tienen un valor de 50 dólares, precio que cubre una extensa guía acerca de la fauna y la flora de la región, la convivencia con los habitantes de la localidad y sus familias, alimentación y albergue.

La comunidad ofrece paseo a caballo por los senderos naturales, así como por el camino del Inca, siempre acompañados por un guía del sector. Es necesario recalcar, que en la localidad el Ministerio de Turismo capacitó a cinco personas del colectivo, con la finalidad de que puedan obtener la acreditación por parte de la institución. En el norte de se inicia el recorrido, en donde los turistas eligen su caballo para atravesar los cerros en

dirección de la laguna Culebrillas. Los guías se encuentran capacitados para afrontar cualquier circunstancia que se presente en el recorrido, asimismo; el conocimiento de los senderos y de las leyendas que se contaban en el sitio es elevado; en este sentido una de las historias que más llama la atención a los turistas es la de dos rocas gigantescas que poseen forma de persona. “Una monja y un cura viajaban desde Cuenca cuando los sorprendió una tormenta. Ambos se transformaron en piedras y hoy son vigilantes”, este es el relato que los guías proporcionan a los visitantes. El sector con mayor altura de todo el recorrido se encuentra a 4 800 metros sobre el nivel del mar, por lo que desde este punto se puede visualizar la ciudad de Cañar. Al momento de descender se observa la laguna de Culebrillas, cuya extensión tiene un promedio de 3 kilómetros de largo y con agua cristalina.

El recorrido toma cinco horas y concluye en el refugio que instaló el Ministerio de Turismo en los alrededores de la laguna. Este refugio consta de un mirador, un sitio para acampar, pescar y botes para recorridos recreativos. Al regresar los viajeros son recibidos por 16 mujeres artesanas. Ellas son especialistas en la elaboración de ponchos, bufandas y gorros de lana de borrego, entre otras prendas de vestir.

Se plantea este ejemplo, puesto que es una clara muestra de cómo las comunidades por medio de la organización Municipal y entidades públicas tienen acceso y apertura a nuevas oportunidades de empleo conservando su identidad cultural, paisajística y ancestral con la finalidad de que no se pierdan y sean reconocidas por el visitante.

Ejemplo 2

▪ Centro Comunitario Chumillos

La comunidad de Chumillos está promoviendo el desarrollo turístico auténtico, el rescate y aprovechamiento sustentable de los senderos que formaron parte de la época prehispánica e incluso a tiempos previos a los incas, que ocupan territorios pertenecientes a los países como Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina.

Estos lugares representan gran importancia para cada uno de los países, puesto que su riqueza cultural es trascendente para las culturas y regiones de cada pueblo. Uno de los sitios más emblemáticos en lo que respecta a la cultura se encuentra al norte de los Andes Ecuatorianos llamado complejo Arqueológico Quitoloma, el cual evidencia un camino del Inca de 1,9 kilómetros. Para acceder a la comunidad se lo hace por la carretera Panamericana Norte E-35 hasta llegar al desvío que se dirige a la parroquia de Cangahua. En este punto, hay que seguir un camino de tercer orden hasta visualizar el sitio

arqueológico. La comunidad de Chumillos está localizada aproximadamente a 1 hora y 30 minutos de la ciudad de Quito y a 30 minutos de El Quinche (GoRaymi, 2018).

- Parroquia: Cangahua
- Comunidad: Chumillos
- Temperatura: 3° C - 9° C
- Distancias desde Cayambe: 30 Km

Servicios: - Turismo Comunitario

- Guía, Caminatas
- Gastronomía Típica
- Camping
- Observación de Flora y Fauna
- Altura: 3.652 m.s.n.m.

En este ejemplo de proyecto comunitario se enfatiza la organización comunal para el desarrollo económico de los pueblos que aunque olvidados por su lejanía, cuentan con una riqueza ancestral, cultural y natural muy importante. Los habitantes han sabido sacarle provecho a estos recursos, organizando tours para diversos atractivos.

Cabe recalcar, que solo fue necesario un impulso y ayuda estatal y municipal para que el proyecto adquiriera la forma que posee ahora, y que hoy está dando excelentes resultados.

De acuerdo a esto, la Hostería Aventura Park desea tomar el riesgo para generar un desarrollo económico para los habitantes de la localidad, así como, el engrandecimiento de la parroquia la Asunción a través de tours organizados y el fomento del crecimiento de la comunidad y sus alrededores.

1.2.1. Marco Legal

El marco legal en que se sostiene este proyecto de investigación es la ley constitucional del Ecuador en cuanto al turismo comunitario que avala a las comunidades para regirse a normas y derechos, estas establecen que se reconoce y garantizará a las comunas, pueblos, comunidades y nacionalidades indígenas, montubios, mestizos a conservar, desarrollar y fortalecer su identidad de manera libre, sus tradiciones, su sentido de pertenencia y las formas tradicionales de organización social.

1.2.2 Ley de Turismo

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ley de Turismo, 2014).

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos (Ley de Turismo, 2014).

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes (Ley de Turismo, 2014):

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

La participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos (Ley de Turismo, 2014):

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

- Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- Fomentar e incentivar el turismo interno

1.2.3 Reglamento para centros turísticos comunitarios

Considerando:

Que los artículos 56, 57, 58 y 59, del Capítulo IV de la Constitución de la República del Ecuador, publicada el 20 de octubre del 2008 en el Registro Oficial No. 449, que reconocen y garantizan derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montubios, indígenas y afro ecuatorianos, los cuales forman parte del Estado Ecuatoriano (Ley de Turismo, 2014);

Que en el Art. 3, numeral e) de la Ley de Turismo define entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos (Ley de Turismo, 2014);

Que en el Art. 4, literal a), de la Ley de Turismo, reconoce que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo (Ley de Turismo, 2014);

Que el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos (Ley de Turismo, 2014);

Que es necesario elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de turismo comunitario, cuya intención es ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros (Ley de Turismo, 2014);

Que el Art. 54, dispone que en lo que no estuviere previsto en la ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile (Ley de Turismo, 2014);

Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística (Ley de Turismo, 2014);

Que es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo Nro. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial Nro. 244 de 5 de enero del 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector (Ley de Turismo, 2014);

Que, mediante Acuerdo Ministerial No. 20090024 de 18 de marzo del 2009, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 565 de 7 de abril del 2009, se expide el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario; Que es urgente apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En uso de sus atribuciones que le confiere el Art. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva y más normas jurídicas aplicables (Ley de Turismo, 2014).

Acuerda:

Expedir el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.

CAPÍTULO I

Normas Generales

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios (Ley de Turismo, 2014).

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades (Ley de Turismo, 2014):

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.

- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Ley de Turismo, 2014).

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.**- El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento (Ley de Turismo, 2014).

Art. 4.- **Personalidad jurídica.**- Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente (Ley de Turismo, 2014)

Capítulo 2: Metodología de la Investigación

2.1. Tipo de investigación

La investigación tuvo un enfoque descriptivo, exploratorio a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, es decir, un modelo mixto por el trabajo de campo y el descriptivo, que permitió que el estudio sea concluyente.

La parte exploratoria, tiene como finalidad dar una visión objetiva del problema planteado, analizando datos sobre la promoción turística del cantón Girón y la parroquia la Asunción, el aspecto descriptivo se abordó desde la percepción que tienen los representantes de las entidades locales e identificar la relación entre el turismo y la vinculación de la colectividad

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Para considerar la población, se tomó como dato el promedio de visitantes que tiene la provincia de Azuay tanto en temporada alta como baja, según el Ministerio de Turismo (2018) el número asciende a 50.000 personas.

2.2.2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, que se muestra a continuación:

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

Dónde:

- N= 50.000
- Z= 1,96 (seguridad)
- p= 0,9 (proporción esperada 90%)
- q= 0,1 (1-p)
- d= 0,05 (precisión 5%)

Cálculo:

Numerador	17287,2
Denominador	125,34324
n=	138

El total de personas a encuestar es de 138.

2.3. Tipo y técnicas de muestreo

La muestra se tomó a los visitantes que frecuentan la ciudad de Cuenca, así como, los del cantón Girón y la parroquia La Asunción. Considerando que se busca recopilar información de una parte de los visitantes que acuden a la provincia del Azuay, analizar sus particularidades e inferir los resultados a toda la población de estudio.

Al respecto, la técnica aplicada para el levantamiento de información fue no probabilística de selección aleatoria en función de su accesibilidad y criterio del investigador, puesto, que la recopilación de datos se obtuvo en los lugares de mayor concentración de turistas del sector, bajo el criterio y desenvolvimiento de la investigadora. Bajo este contexto, las técnicas utilizadas fueron:

- Técnica indirecta: Revisión bibliográfica y teórica que aportó, a conceptualizar y orientar el estudio fundamentando los criterios del turismo comunitario y su aplicación.
- Técnica directa:
 - Encuesta aplicada al público en general (visitantes)
 - Entrevista dirigida al representante del GAD parroquial de La Asunción

2.3.1. Instrumentos utilizados

Encuesta:

La encuesta estuvo dirigida al público en general, en particular a los visitantes de la provincia de Azuay, con el propósito de conocer la percepción que tienen sobre el turismo comunitario de aventura. El instrumento, está estructurado por preguntas cerradas con escala de Likert y opciones dicotómicas, que faciliten su aplicación y posterior análisis e interpretación (Ver Anexo 1)

Entrevista:

La entrevista estuvo dirigida a un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la Parroquia La Asunción, que permitió conocer los aspectos relevantes de los planes y logros de actividades de turismo comunitario en el sector, además, de establecer criterios que orienten a la propuesta de un producto o servicio turístico de aventura con vinculación de la comunidad (Ver Anexo 2)

2.4. Tabulación e interpretación de datos

La aplicación del instrumento estuvo dirigido público en general: locales y visitantes del sector, para conocer el grado de influencia que tienen en el entorno, considerando la parroquia Asunción del cantón Girón en la Provincia de Azuay, con el propósito de valorar los conocimientos y requerimientos de los visitantes al Valle de Yunguilla.

Descripción de la población objeto de estudio

Tabla 1. *Distribución de sexo de los participantes del estudio*

Sexo del encuestado			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	71	51,4%
	Femenino	58	42,0%
Perdidos	Sistema	9	6,5%
Total		138	100,0%

Del total de encuestados (138) el 51,4% son hombres y el 42% mujeres, observando que existe prevalencia por el sexo masculino para realizar actividades turísticas, sin embargo, ambas categorías les interesa de alguna forma eventos de ocio. El 6,5 % no respondió a la pregunta formulada, razón por la cual se consideran datos perdidos.

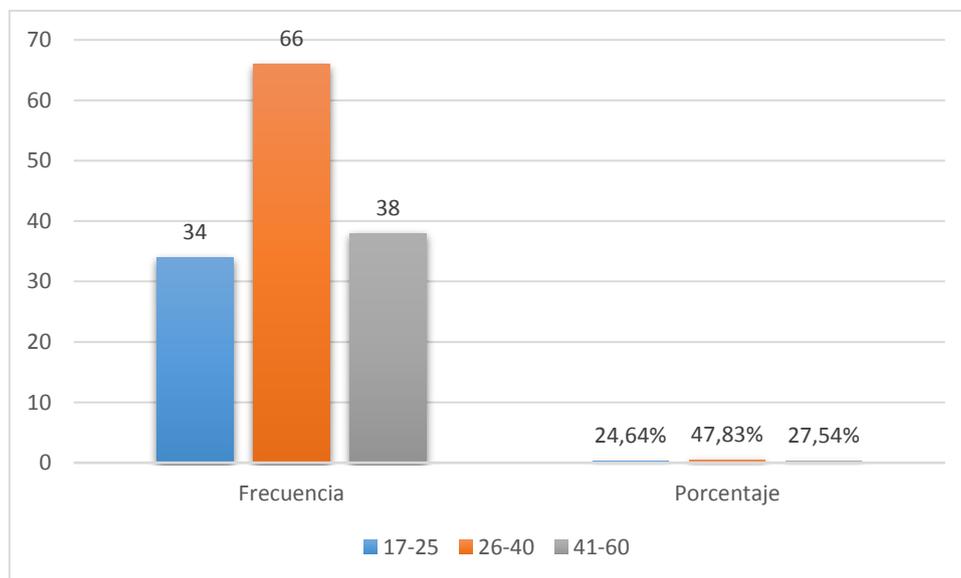


Gráfico 1: *Distribución etaria de los encuestados*

El grupo etario con mayor presencia es de 26-40 años con el 47,83%; seguido por personas entre 41-60 años (27,54%) y el 24,64% de encuestados con edades de 17-25 años. La media es de 33.80 años, mediana de 32, cuya desviación estándar corresponde a

10,360 años, observando el valor mínimo de 17 y el máximo de 60 años de los entrevistados.

Tabla 2. *Procedencia de los encuestados*

Procedencia del encuestado			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Región Sierra	70	50,7%
	Región Costa	38	27,5%
	Región Oriente	12	8,7%
	Región Insular	2	1,4%
	Extranjero	2	1,4%
Perdidos	Sistema	14	10,1%
Total		138	100,0%

Del total de entrevistados (138) el 50,7% proceden de la Sierra; 27,5% de la Costa; 8,7% del Oriente; 1,4% de la Región Insular y extranjero, respectivamente. El 10,1% no respondieron a la interrogante, identificándose como datos perdidos para el análisis. Con estos datos, se evidencia que las personas que visitan el valle de Yunguilla son turistas de la región y del área de influencia que tiene el sector.

Resultados del cuestionario

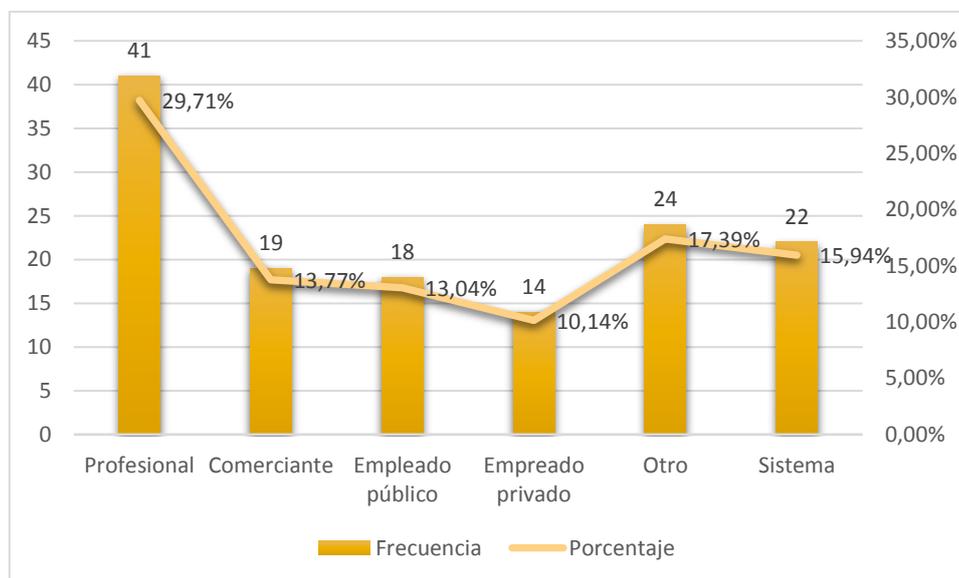


Gráfico 2: *Ocupación de los encuestados*

El 29,71% del total de entrevistados señalan ser profesionales en general; 17,39% indican tener otra ocupación, entre la que predomina ser estudiante; 13,77% afirman ser comerciantes; 13,04% servidor público y el 10,14% empleado privado. Evidenciando que

la mayoría tiene una actividad económica que podría solventar las recreaciones que demanden el turismo comunitario, sin embargo, el 15,94% no respondieron a esta pregunta.

Resultados del cuestionario

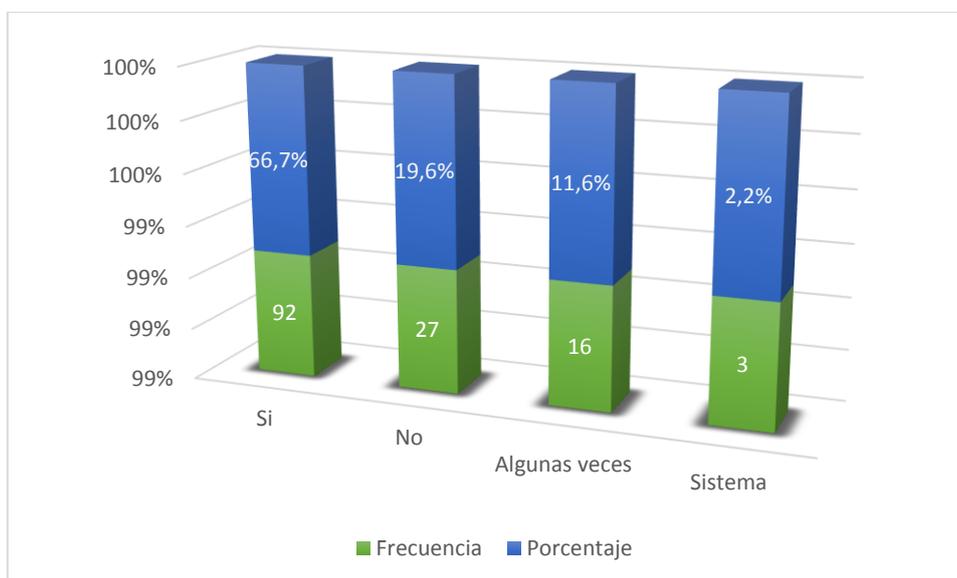


Gráfico 3: Preferencia en visitar lugares turísticos en el Valle de Yunguilla

Del total de los encuestados (138) el 66,7% afirman visitar sitios de paseo en el Valle de Yunguilla; 19,6% señalan que no frecuentan el sector; 11,6% afirma hacerlo de vez en cuando. Destacándose en la información recopilada que existe una mayoritaria distinción por acudir a sitios de la región. Con respecto a la interrogante solo el 2,2% no respondió.

Tabla 3. Conocimiento del turismo de aventura en la provincia de Azuay

¿Conoce la alternativa de turismo de aventura en la provincia de Azuay?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	72	52,17%
	No	64	46,38%
Perdidos	Sistema	2	1,45%
Total		138	100,00%

El 52,9% del total de los encuestados (138) afirman conocer de los tipos de actividades de aventura que se ofertan en la provincia; el 46,38% afirman no conocer las opciones de recreación; mientras que, solo el 1,45% no respondieron a la interrogante. Datos que revelan la necesidad de fortalecer estrategias comunicativas de las alternativas de ocio que se dan en la región.

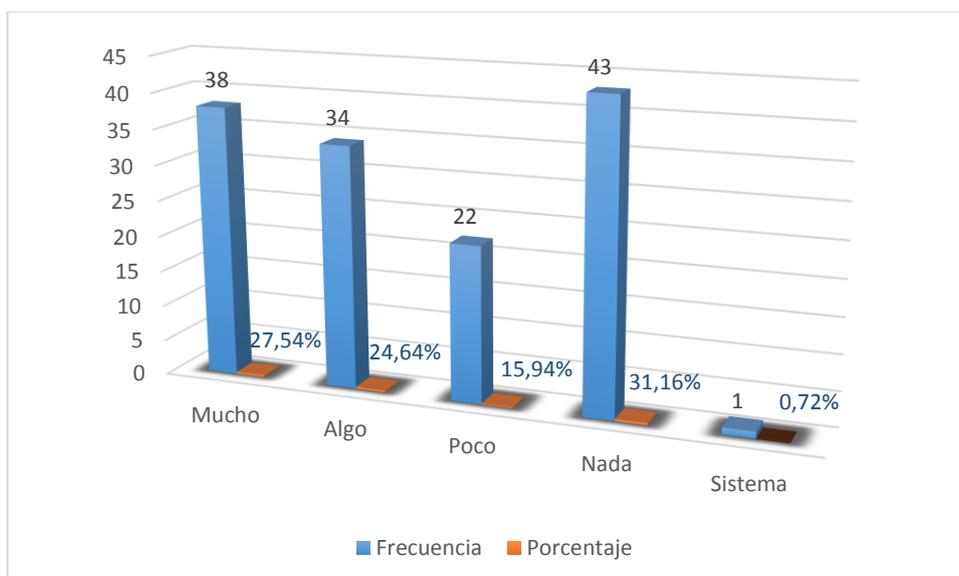


Gráfico 4: Conocimiento de Turismo Comunitario

Del total de encuestados (138) el 31,6% afirma no conocer nada; el 27,54% sostiene comprender mucho sobre el TC; 24,54% señalan entender algo del tema; 15,94% saben poco; mientras que el 0,72% no respondieron a la pregunta. Información que orienta a fortalecer acciones para posicionar las alternativas vacacionales.

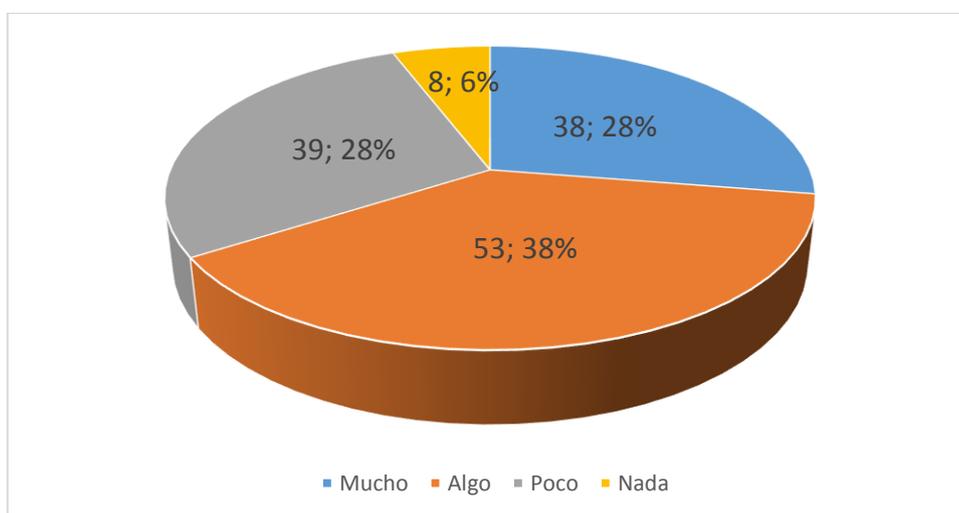


Gráfico 5: Frecuencia de visita al Valle de Yunguilla

Al preguntar sobre las visitas que realizan los encuestados al sector de Yunguilla, el 38% lo hace algunas veces; 28% poco y mucho, respectivamente; mientras que, el 6% no lo visita. Al ser una zona intermedia entre las provincias de El Oro y Azuay el sector es altamente transitado, a pesar de ello la frecuencia de acercamientos al sector por motivos turísticos deja ver que es bajo.

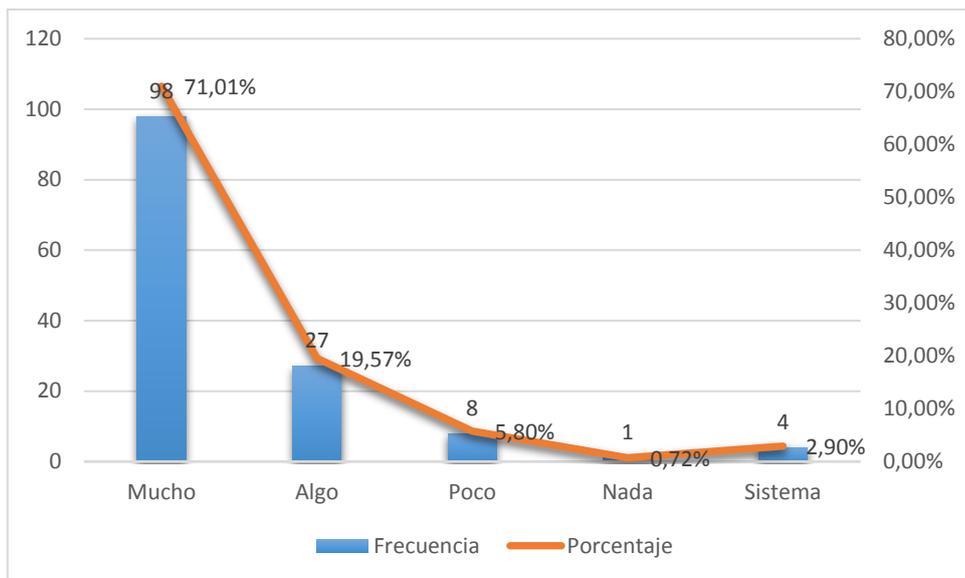


Gráfico 6: Gusto por actividades al aire libre

Del total de encuestados (138) el 71,01% le gusta mucho las actividades al aire libre; 19,57% afirma que algo; 5,80% poco; 0,72% sostiene que nada. El 2,90% decidieron no responder a la interrogante. Información que destaca una notable preferencia de las personas por actividades relacionadas con el medio ambiente, dando pautas de alternativas para potenciar el turismo de aventura.

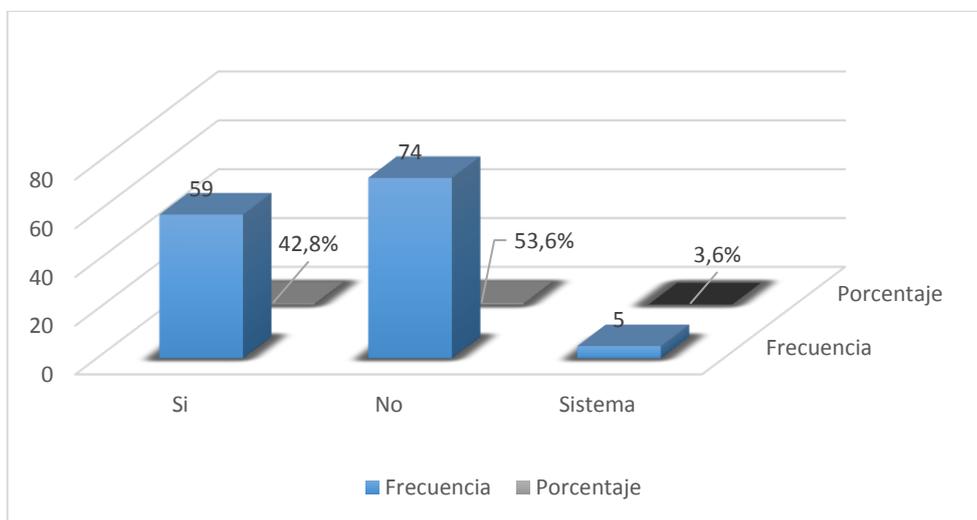


Gráfico 7: Conocimiento Hostería Aventura Park

Del total de encuestados (138), el 53,6% afirma no conocer la Hostería Aventura Park ubicada en el Valle de Yunguilla; 42,8% señala que sí; y el 3,6% de los entrevistados no

respondieron. Datos que reflejan la necesidad de realizar una campaña profunda de posicionamiento de la HAP¹.

Tabla 4. *Conocimiento de experiencias en el Valle de Yunguilla*

¿Le gustaría experimentar y conocer más sobre las costumbres del Valle de Yunguilla?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mucho	78	56,52%
	Algo	46	33,33%
	Poco	9	6,52%
	Nada	4	2,90%
Perdidos	Sistema	1	0,72%
Total		138	100,00%

El 56,52% del total de encuestados (138) sostienen que les gustaría mucho conocer las costumbres de Yunguilla; 33,3% algo; 6,52% poco y 2,90% nada. El 0,72% no respondió, evidenciando que la perspectiva de las personas es positiva frente a una alternativa que vincule a la comunidad con las actividades turísticas.

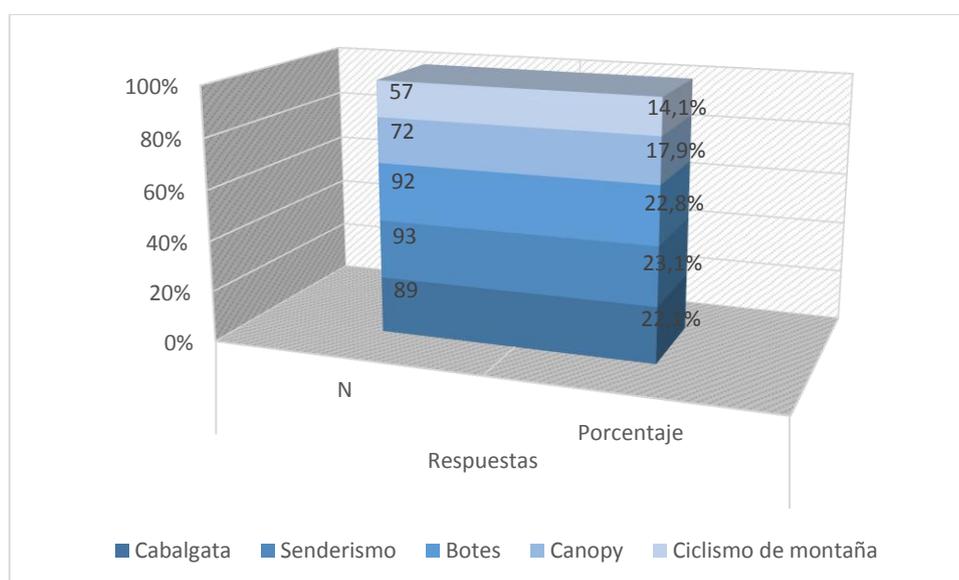


Gráfico 8: *Actividades a realizar con la comunidad*

Al consultar sobre qué actividades les gustaría a los encuestados realizar con los comuneros de Yunguilla, el 23,1% prefiere senderismo; 22,8% le agrada los botes; 22,1% le agrada las cabalgatas; 17,9 canopy y el 14,1% el ciclismo de montaña. Las personas

¹ Hostería Aventura Park

que tomaron la opción de otros no identificaron en su mayoría la opción, no obstante, un número reducido quisiera realizar parapente.

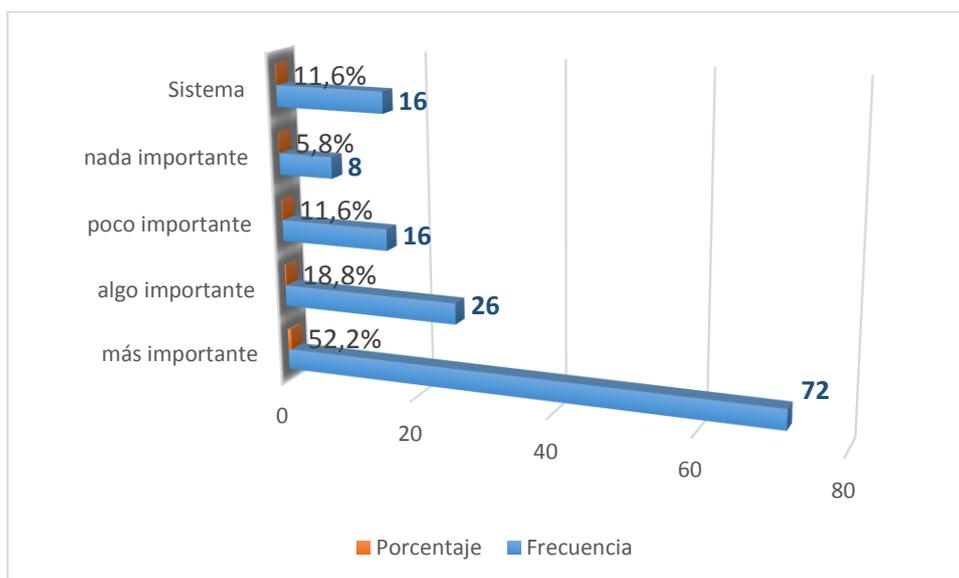


Gráfico 9: Orden de importancia servicio de guías turísticos

Con respecto a la percepción de importancia de contar con guías turísticos propios del sector para las actividades que se oferten en el Valle de Yunguilla, el 52,2% cree que es muy importante; 18,8% algo importante; 11,6% poco importante; y el 5,8% lo ve como nada importante. El 11,6% no respondió a la interrogante, pero, lo datos muestran que al público le interesa la interacción con los comuneros, lo cual evidencia que se deben ampliar o fortalecer sus capacidades turísticas.

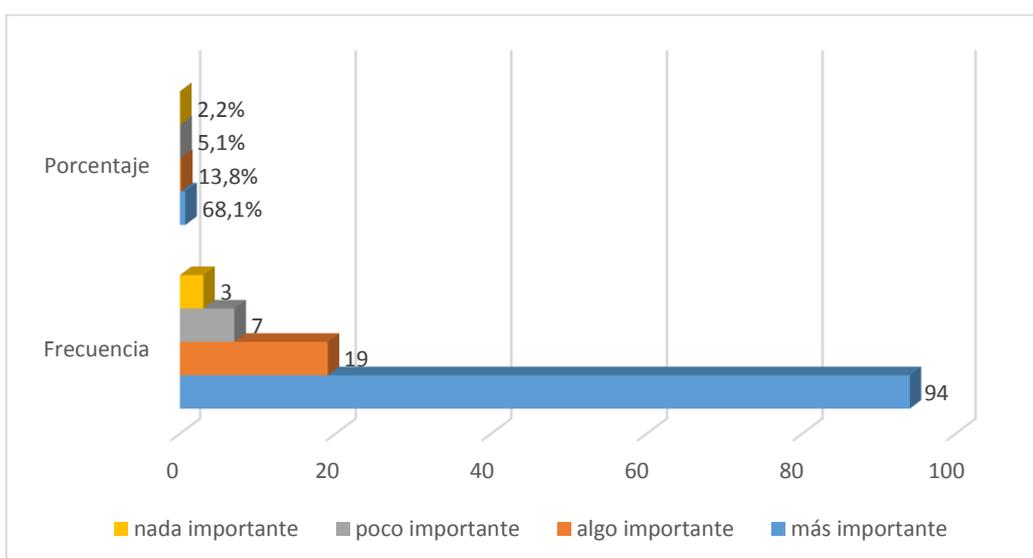


Gráfico 10: Orden de importancia servicio de hosterías en el sector

El 68,1% de los encuestados señalan que es muy importante para el turismo disponer de una hostería en el sector; 13,8% lo ve como algo importante; 5,1% poco importante; 2,2% le parece nada importante. Información que afianza la idea del Turismo Comunitario, puesto que, la Hostería aventura Park dispone de una infraestructura adecuada para el este tipo de actividades.

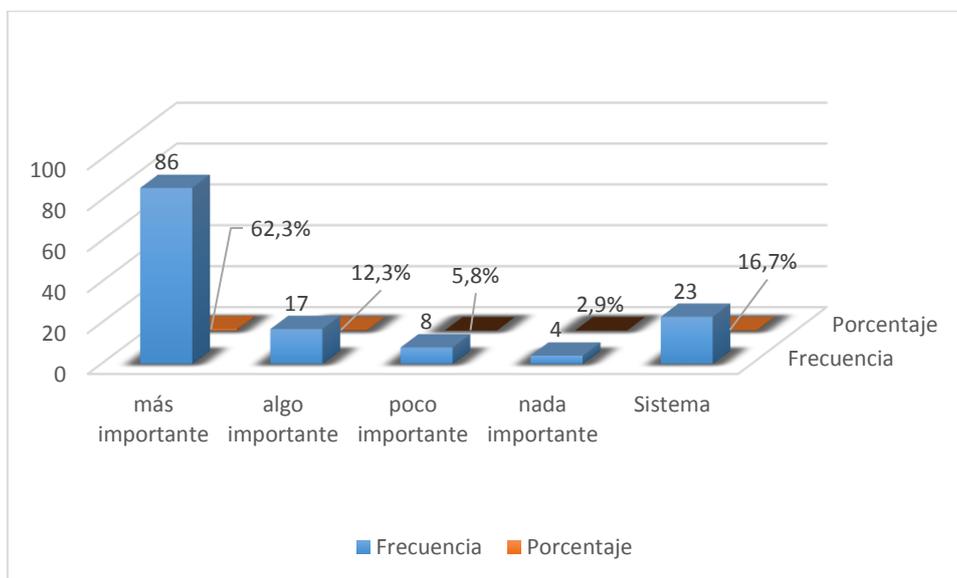


Gráfico 11: Orden de importancia de recibir alojamiento de la comunidad

El 62,3% considera que contar con hospedaje dentro del sector es “muy importante”; 12,3% opina que es “algo importante”; 5,8% “poco importante”; y el 2,9% “nada importante”. Sin embargo, el 16,78% no respondió a la pregunta, pero, se muestra una tendencia importante de los viajeros en contar con alojamiento comunitario, como alternativa de las actividades de vacaciones en el Valle de Yunguilla.

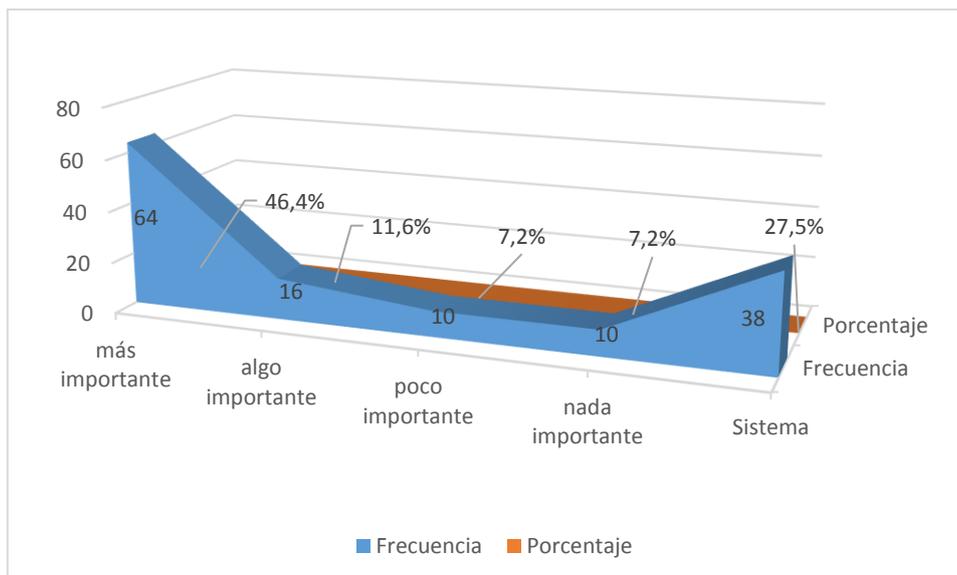


Gráfico 12: Orden de importancia percepción tienda comunitaria

Al consultar sobre la importancia de contar con una tienda comunitaria en el sector, el 46,4% cree que es muy importante; 11,6% opina que es algo importante; 7,2% señala que es poco y nada importante, respectivamente. El 27,5% de los encuestados no respondieron a la interrogante, lo que evidencia que existe una baja importancia de los viajeros cuando de comprar *souvenir* se trata.

Tabla 5. Tiempo de permanencia realizando actividades de turismo comunitario

¿Según su criterio, qué tiempo le gustaría permanecer realizando este tipo de actividades?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De 0-1 día	8	5,8%
	De 2-5 días	88	63,8%
	Más de 5 días	40	29,0%
Perdidos	Sistema	2	1,4%
Total		138	100,0%

Del total de encuestados (138) el 63,8% sostiene que le interesaría estar entre 2 a 5 días realizando actividades de turismo aventura; 29% señala más de 5 días; mientras que el 5,8% opina que de 0-1 día. Solo el 1,4% de los entrevistados no respondieron a la pregunta.

Tabla 6. *Preferencia de pago por los servicios de turismo comunitario*

Cuáles son los costos que estaría dispuesto a pagar por un producto o servicio de turismo de aventura?			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De \$30 - 50 dólares	60	43,5%
	De \$51-\$75 dólares	18	13,0%
	De \$76 - \$100 dólares	33	23,9%
	Más de \$100 dólares	26	18,8%
Perdidos	Sistema	1	0,7%
Total		138	100,0%

El 43,5% del total de encuestados (138) opina que pagaría por el servicio de TC entre \$30-\$50 dólares; 23,9% en un rango de \$76-\$100; 18,8% señalan que gastarían más del \$100 y el 13% lo compraría entre \$51-\$75 dólares. El 0,7% no respondió a la interrogante.

Análisis de las entrevistas

Las entrevistas se realizaron a un representante de la Junta Parroquial de la Asunción (EJPA) y el otro al de la Unidad Turística del Cantón Girón (EUTG)

Preguntas	Resumen/respuestas
¿Cuál es la función que desempeña la institución?	EJPA: Vocal de la Junta Parroquial EUTG: Jefe Unidad Turística
¿La entidad dispone de planes de fortalecimiento de turismo comunitario?	EJPA: No en TC, se dispone para organización de fiestas parroquiales EUTG: No en TC, quieren implementar en el Chorro
¿El TC con base a su experiencia aporta al desarrollo económico del sector?	EJPA: Sí, pero no se ha propuesto nada EUTG: Sí, el GAD realiza talleres de emprendimiento
¿La comunidad estaría dispuesta a ser parte de un producto o servicios comunitarios de aventura en el sector?	EJPA: Sí, pero se debería preguntar a la comunidad EUTG: Sí
¿Qué actividades cree usted que se podrían crear, ampliar o fortalecer para el turismo de aventura en la parroquia La Asunción?	EJPA: Capacitar a la comunidad, ubicar los sitios EUTG: Estructurar un buen proyecto, informar sobre los beneficios a la comunidad y visitantes, contar con la infraestructura adecuada.

La percepción de los representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) entrevistados, es unificado, no existen por parte de las entidades planes y

actividades planificadas que desarrollen productos y servicios de TC, se enfocan en ideas que no llegan a postularse sea por falta de gestión de las autoridades o por el interés de los propios comuneros o emprendedores del sector.

Lo que sí, queda claro es la percepción positiva que estas actividades pueden aportar al desarrollo económico de la región, al vincular adecuadamente a la sociedad, comuneros y Estado a través de capacitaciones, beneficios del TC y la coordinación entre empresas públicas y privadas para cristalizar nuevos emprendimientos de turismo de aventura en el valle de Yunguilla.

Capítulo 3: Antecedentes Hostería Aventura Park

3.1. Historia

El propietario de la Hostería Aventura Park, con una visión holística implantó el espacio turístico, en busca de ofrecer alternativas turísticas a los visitantes con valores agregados, aprovechando la biodiversidad cultural y arqueológica de la zona.

Aventura Park está localizada al noreste de Cuenca, en el valle de Yunguilla (sector Lentag); goza de un clima cálido puesto que se encuentra a 2.000 metros sobre el nivel del mar. Además, cabe recalcar que se encuentra en una región montañosa, cuyas temperaturas ambientales oscilan entre los 20 a 28° centígrados, otorgando a la región un ambiente privilegiado, con un clima agradable para los visitantes y con una extensión que permite ofrecer confort a los visitantes (Aventura Park, 2018).

Actualmente, no existe una misión plasmada en un documento que oriente las acciones estratégicas para lograr las metas que tiene la Hostería, razón por la cual, se propone los siguientes componentes estratégicos.



Imagen 1: Vista panorámica Hostería Aventura Park
Fuente: (Aventura Park, 2018)

3.2. Misión

Atender los requerimientos de los visitantes nacionales y extranjeros con cordialidad, eficiencia, amabilidad y calidez, con ello, contribuir al mejoramiento del turismo en el cantón Girón, involucrando a la comunidad para alcanzar un desarrollo integral y sustentable de la región.

3.3. Visión

Para el 2021 alcanzar reconocimientos en el mercado nacional a través de proyectos públicos y privados al turismo aventura del cantón Girón como alternativa de Turismo Comunitario que rescata la riqueza natural, cultural y arqueológica del sector. Asimismo, mejorar la calidad de vida de los comuneros por medio de la actividad turística.

3.4. Valores empresariales

Servicio: Alcanzar los niveles óptimos de satisfacción del cliente, anticipando sus requerimientos, para hacerles sentir que son los visitantes al sector y de Aventura Park la razón de ser de la Hostería.

Calidad: Ajustarse a las necesidades del cliente con atención personalizada y amabilidad, son la característica que orienta alcanzar estándares de calidad en Aventura Park.

Calidez: Las condiciones naturales del sector, asociado con el trato amable, actitud positiva, busca empoderar a los clientes que son bienvenidos y apreciados en todas las instalaciones de la Hostería.

Trabajo en equipo: A través de los colaboradores mostrar el compromiso dentro de la organización para servir a los clientes, con respeto, colaborando mutuamente con el propósito de brindar un servicio de calidad.

Compromiso: Consientes de la importancia del desarrollo integral, la Hostería motiva la adhesión emocional con colaboradores del sector, vinculando tanto empresa como servicio para atender a los visitantes.

3.5. Estructura orgánica

La empresa dispone de una organización vertical, dirigida desde su gerente propietario, quien direcciona las actividades de los productos y servicios que ofrece la Hostería Aventura Park. Cuenta con personal de servicio, así como administrativo operativo que distribuye los procesos en la Hostería.

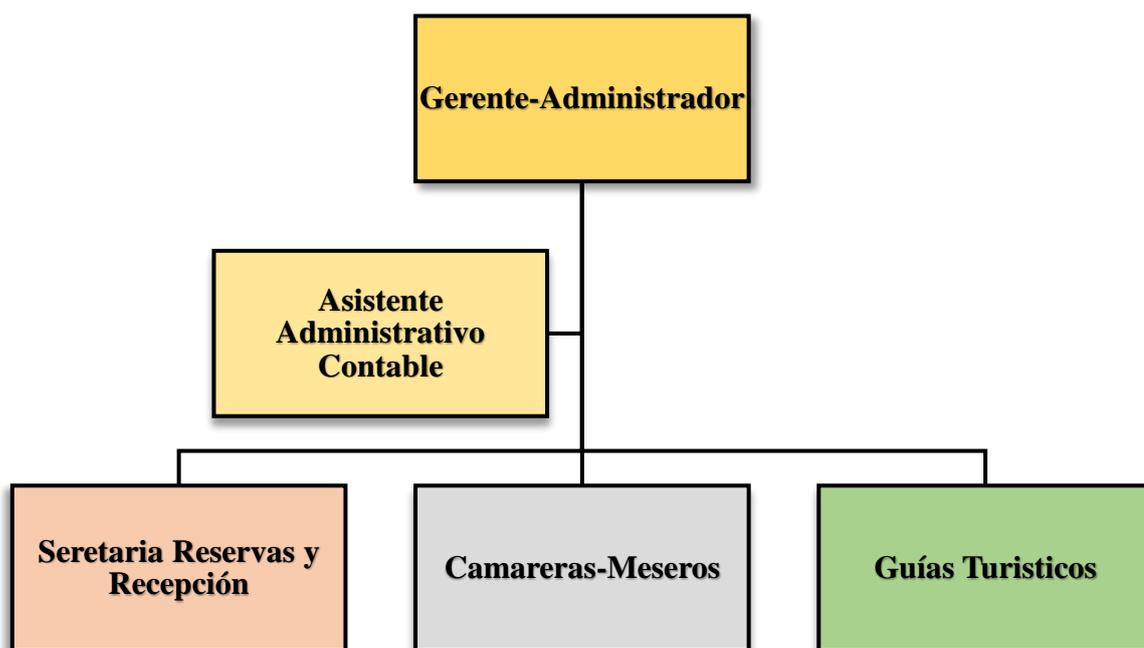


Figura 1: Estructura Orgánica actual
Fuente: (Aventura Park, 2018)

3.6. Productos y Servicios Turísticos

La Hostería Aventura Park, dispone de actividades, en las que, pueden ser parte todos los miembros del núcleo familiar, distribuidas en las 80 ha que dispone la propiedad, las cuales, se han acoplado para brindar el servicio que requieren los clientes; para ello los productos y servicios que se ofrecen actualmente son:

Tabla 7. *Productos y servicios turísticos Hostería Aventura Park.*

Servicio	Actividades Turísticas
Hospedaje	Paseo a caballo
Restaurante	
▪ Servicio de Buffet (previa reservación)	
Piscinas temperadas	Senderismo
Hidromasaje	Paseo en botes
Turco	Eventos de alquiler de rodeo
Baño de cajón	Pista 4x4
Canchas de uso múltiple	Pista de Downhill
Cosecha deportiva de mora	Rapel
Invernaderos de rosas	Columpio Extremo
Orquideario	Zona de campamento
Pesca deportiva	
Granja de animales	
Mariposario	
Sala de reuniones	
Internet-Retroproyecciones	
Amplificación	
Karaoke	

Fuente: (Aventura Park, 2018)

3.7. Mercado Objetivo

La fundamentación de una división eficaz constituye la determinación de las variables a utilizar para identificar el mercado objetivo, esencialmente en proyectos que se enfaticen en una segmentación general (Fernández Robín, C., y Aqueveque Torres, C., 2011). Así pues, considerando la particularidad del estudio y la vinculación que representan las actividades turísticas con la comunidad de la Parroquia la Asunción, del cantón Girón, para la identificación del mercado objetivo se consideran los siguientes aspectos:

- Procedencia
- Actividades turísticas de aventura
- Perfil del turista comunitario

3.7.1. Procedencia

Para el análisis de la demanda, tomando en cuenta, tanto destino como origen, es necesario conocer el mercado de procedencia (Márquez y Sánchez (007). Analizar los sectores de donde provienen los turistas, la tendencia de movilidad de nacionales y extranjeros con las actividades turísticas de preferencia, se podrá establecer acciones estratégicas que mantengan, amplíen o fortalezcan la oferta turística de Hostería Aventura Park. Se consideran como variables de estudio todas las regiones del país, además, de la procedencia extranjera que puede interesarse por el TC.

3.7.2. Actividades turísticas de aventura

Para Díaz (2012) el turismo de aventura se distingue del turismo tradicional, por la superación de varios desafíos puestos por la naturaleza, enmarcándose dentro de la categorización de alternativo, contraponiéndose a modelos tradicionales de ocio como sol y playa. Es decir, el Turismo de aventura se desarrolla a partir del acercamiento por parte del mercado turístico que demanda realizar otras actividades y con cierto nivel de dificultad con relación al medio ambiente que lo rodea.

En este sentido, Hostería Aventura Park, se enfocará en visitantes que gustan de actividades turísticas de aventura, en donde el valor agregado, sea la vinculación de la colectividad del sector, rescatando los atractivos naturales, culturales y arqueológicos. Para identificar el mercado objetivo se consideran como variables las actividades turísticas existentes que ofrece la Hostería, así como, las que posiblemente se pudieran implementar con base a la percepción y preferencia de los consumidores.

3.7.3. Perfil del turista comunitario

El TC se muestra como alternativa con respecto a las actividades turísticas tradicionales, puesto que, permite un acercamiento con la colectividad del sector que la ofrece, buscando aportar nuevas experiencias para los viajeros (López, Borges y Castillo, 2011). Con estos antecedentes, los turistas muestran ciertas características que se asocian a sus preferencias, para ello, se consideran variables identificadoras del mercado objetivo, las siguientes:

- Frecuencia de visita de lugares turísticos
- Preferencia por los sitios con alternativas turísticas de aventura
- Percepción del turismo comunitario
- Actividades de turismo de aventura que prefiere
- Importancia de la vinculación con la comunidad en las actividades turísticas de aventura
- Tiempos de permanencia
- Percepción de costos

Estos datos se sustentan con la información recopilada a través del estudio de campo, puesto que la mayor parte de personas encuestadas señalaron que entre las principales actividades turísticas, realizan visitas de paseo al valle de Yunguilla, por ser un lugar lleno de diversidad y entretenimiento para la familia.

Adicionalmente, los resultados del estudio muestran que el **71,01% de personas** les gusta realizar actividades turísticas al aire libre, lo cual, es relevante considerando que el giro de negocio de la Hostería ofrece al público una gran variedad de este tipo de alternativas de entretenimiento.

No obstante, es necesario destacar que una gran parte de la población analizada, no conoce la Hostería, información relevante que evidencia la necesidad latente de implementar actividades publicitarias que mejoren el posicionamiento del sitio turístico, y con ello, atraer a nuevos consumidores.

Capítulo 4: Estudio de Mercado

En el presente proyecto de investigación se busca analizar la importancia del turismo comunitario en Valle de Yunguilla específicamente el cantón Girón, Parroquia La Asunción, situado en la provincia del Azuay. Para justificar la propuesta, se debe efectuar en primera instancia una conceptualización de lo que es el turismo comunitario y su relación con las políticas públicas que giran en su entorno. Posteriormente se realizará un análisis de las características socioeconómicas de la localidad, lo que fundamentará la implementación de un modelo de manejo turístico con un enfoque de territorialidad, así como desde una perspectiva económica diferente al practicado comúnmente. Por último, socializar los resultados del proyecto de turismo comunitario implementado en la zona.

Las expectativas que se tiene respecto al proyecto son grandes, esperando que los resultados se visualicen a corto plazo brindando un mayor realce e importancia al lugar de implementación así como, una mayor afluencia de turistas tanto de las localidades contiguas como extranjeros. Esto permitirá proyectar a la Parroquia la Asunción y sus alrededores como una potencia turística, además, anexando la propuesta de que el turista que visite la Hostería también pueda conocer de la admirable vegetación, paisajes, gastronomía, costumbre y arqueología con la que cuenta la zona. De esta forma se podrá realizar un turismo comunitario con los pobladores que obtendrán beneficios directos o indirectos a través de la propuesta.

4.1. Análisis de Entorno

Los cambios en la economía mundial impactan en el comportamiento de los países en vías de desarrollo y motivan cambios internos, estos cambios son diversos: políticos, económicos, sociales, institucionales, ideológicos, culturales, tecnológicos y ambientales.

Se conoce como entorno, a todo lo que está fuera de la organización, en el cual incluye proveedores, clientes, competidores, entidades financieras, mercados, etc., para analizarlo los investigadores lo dividen en dos grupos: el micro-entorno y el macro-entorno

4.1.1. Análisis PEST

Constituye una herramienta útil para comprender el crecimiento o decrecimiento del mercado, con ello, la posición y dirección de un negocio, razón por la cual se constituye en un instrumento de medición de empresas, en donde el PEST son las siglas de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos utilizados habitualmente para valorar el mercado en el que se desenvuelve el giro de un negocio en particular.

4.1.1.1. Factor Político

Los aspectos claves heredados del gobierno anterior al presidente Lenin Moreno en el Ecuador, marcan hitos importantes que se discuten actualmente, la fractura entre los miembros del antes bloque oficialista mayoritario en la asamblea (Alianza PAÍS) dimensiona tales inconvenientes. La detención del vicepresidente Jorge Glas, el reconocimiento de la deuda al IESS por parte del estado, las glosas de Contraloría, los pedidos de juicios políticos y la convocatoria a referéndum dictada a través de decreto ejecutivo fueron argumentos para el debate entre los ecuatorianos, todo esto, en el año de transición de una década de gobierno del ex presidente Rafael Correa.

Para la CELAG (2018) el presidente actual relató que el compromiso es luchar contra la corrupción. Todos los hechos suscitados motivaron la estructuración de nuevas estrategias de gobierno, por ello, se encuentra un nuevo instrumento que guía la planificación a nivel nacional.

Con base a lo dispuesto en la Constitución de la República del año 2008, se crea el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) que **se orienta en erradicar la pobreza**, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al Buen Vivir. Con ello, los objetivos nacionales de desarrollo son:

Tabla 8. Objetivos Nacionales de Desarrollo

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida	1	Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas
	2	Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades
	3	Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones
Eje 2: Economía al servicio de la sociedad	4	Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización
	5	Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria
	6	Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural
Eje 3: Más sociedad, mejor Estado	7	Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía
	8	Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.
	9	Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo

Nota: Fuente, SENPLADES Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

La planificación busca articular la economía al servicio de la sociedad con acciones como el turismo comunitario responsable con el desarrollo de emprendimientos de turismo locales, es así que dentro del Objetivo 6 se destaca:

Desde el sector rural, las demandas ciudadanas, orientadas hacia la soberanía alimentaria y un modelo de desarrollo rural integral, se dirigen esencialmente al impulso de sistemas de producción alternativos bajo el enfoque agroecológico, los mismos que permitan rescatar los saberes culturales y la cohesión social, encaminados al fomento de mecanismos solidarios de comercio. De igual manera, las necesidades laborales apuntan a la creación de empleos no tradicionales, como el turismo comunitario y capacitación y asistencia técnica a pequeños productores (SENPLADES, 2017-2021, pág. 86).

El Objetivo 9 postula la política de gobierno que busca posicionar y potenciar al país como megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural, teniendo como meta al 2021 incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de US\$1,4 mm a US\$2,5 mm a 2021 (SENPLADES, 2017-2021, pág. 104).

En la Estrategia Territorial Nacional se tiene definido el desarrollo primario consolidado con enclaves industriales y/o turísticos, caracterizado por contar con un nivel de variación primario productivo, lo cual orienta a incursionar en niveles básicos de industrialización, manufactura y turismo. Con relación a las potencialidades ambientales, se enfatiza en la protección de áreas pertenecientes al Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), siendo importantes porque requieren de un manejo adecuado para proveer servicios ambientales, puesto que, su característica puede ser factible para las actividades como el turismo sostenible y comunitario (SENPLADES, 2017-2021).

Los lineamientos territoriales de acceso equitativo a infraestructura y conocimiento, señalados en el PND 2017-2021 SENPLADES (2017-2021); literal d.11 motiva a fomentar el emprendimiento local y el turismo comunitario terrestre y marino, para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad (pág. 125).

Las llegadas provisionales al Ecuador entre enero y junio de 2018 muestran un crecimiento del 60,5% con respecto al año 2017, los datos se muestran en el siguiente gráfico.

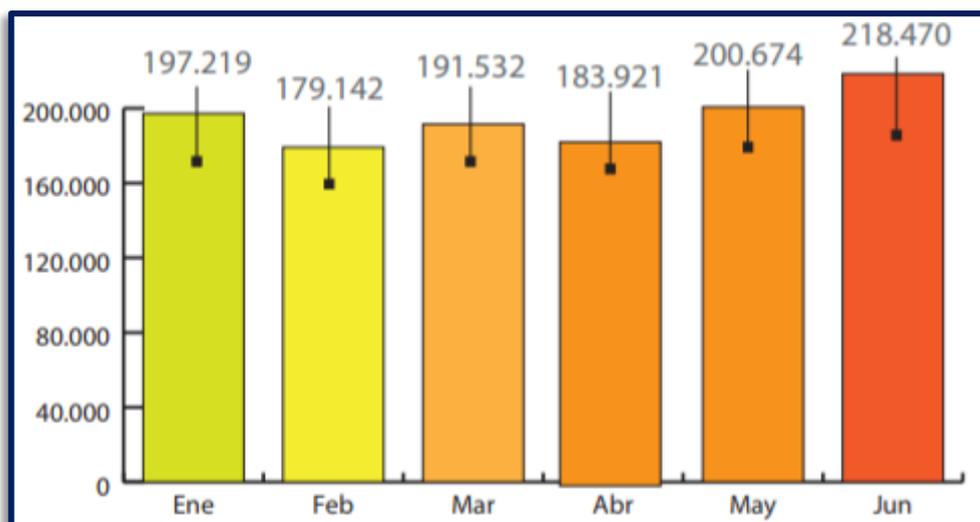


Gráfico 13: Llegadas provisionales a Ecuador

Nota: Fuente, (Ministerio de Turismo, 2018)

Los datos acumulados a junio de 2018, muestran 1.170.958 llegadas; 57,6% de crecimiento con relación al mismo periodo del año 2017. En donde las llegadas provisionales de países vecinos con corte de abril de 2018 evidencian un crecimiento de visitantes de Colombia con un 39,9% frente al año anterior y peruanos con el 12,2%.

4.1.1.2. Factor Económico

El dimensionamiento económico es **fundamental en todo análisis de negocio**, por medio de este, se busca predecir un futuro incierto con el aporte de indicadores y la forma de utilizar los recursos en el tiempo presente.

Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB en el primer trimestre del presente año, mostró un crecimiento interanual de 1,9% con respecto al mismo periodo del año 2017, con ello el PIB alcanzó US\$ 26.471 millones.

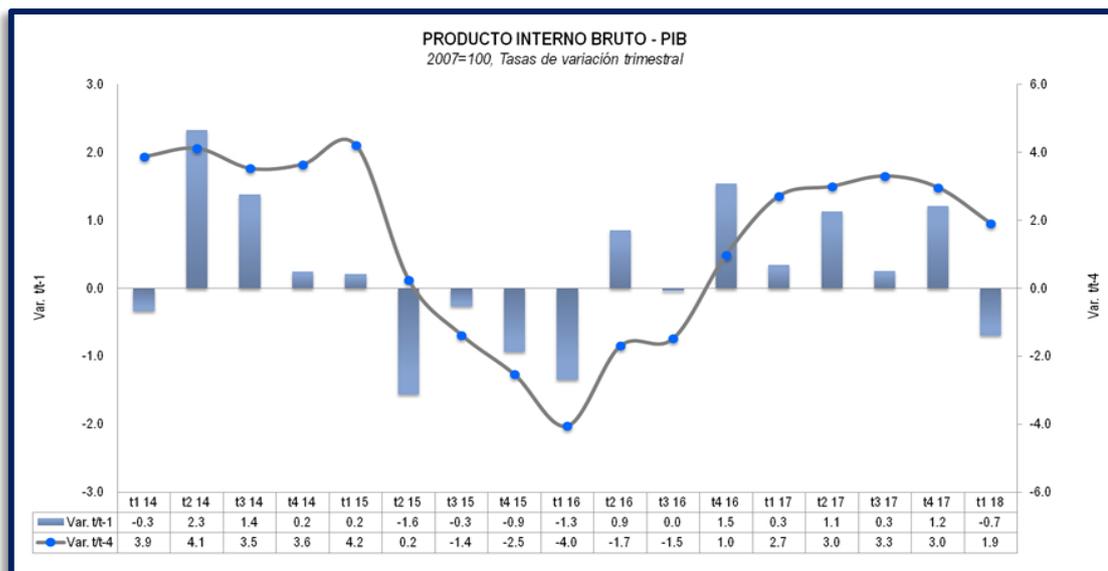


Gráfico 14: PIB 2017=100 Tasas de variación trimestral

Nota: Fuente, (Banco Central del Ecuador, 2018)

El volumen externo de bienes y servicios mostró un aumento de 1,1% con relación al 2017, los servicios de transporte y almacenamiento creció 4,1% asociado a un mayor dinamismo del turismo en el Ecuador.

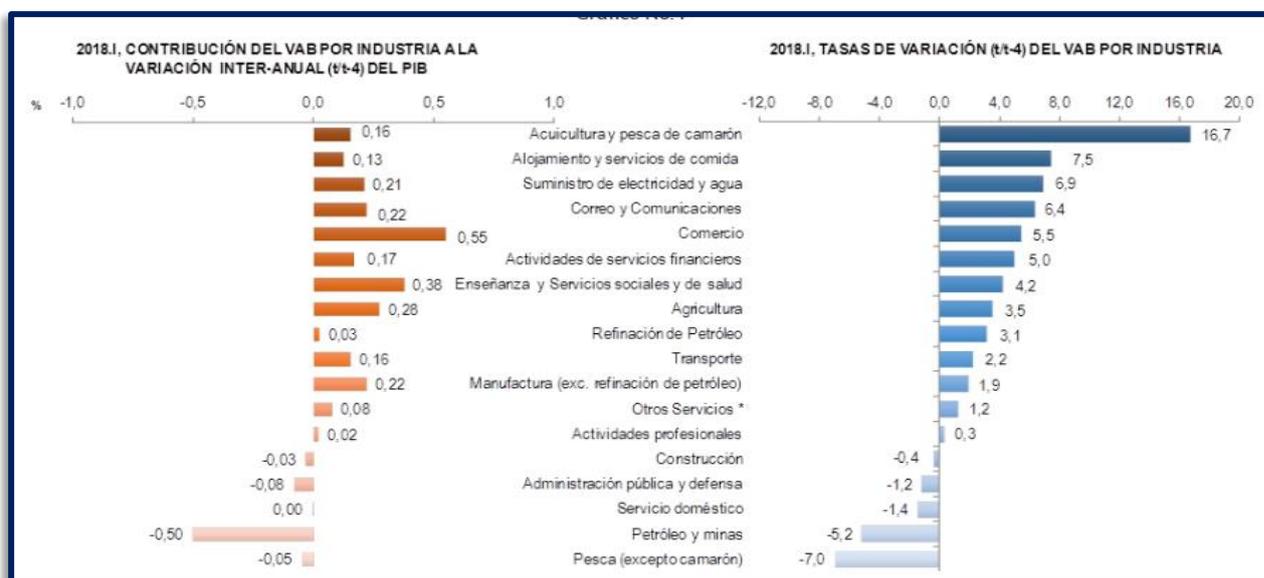


Gráfico 15: Evolución sectorial

Nota: Fuente, (Banco Central del Ecuador, 2018)

Inflación

La inflación interanual cerró a junio de 2018 en -0,71% según el INEC.

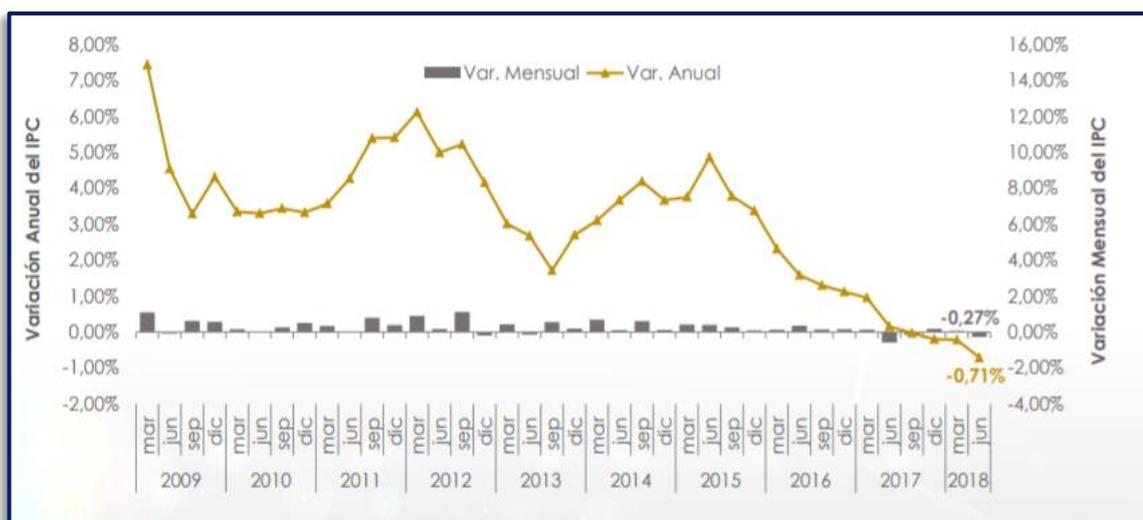


Gráfico 16: Evolución histórica de la Inflación

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2018)

Las ciudades con una variación inferior al indicador mensual Manta (-0,55%); Esmeraldas (-0,51%); Guayaquil (-0,48%); Santo Domingo (-0,44); Loja (-0,40) y Cuenca (-0,35)

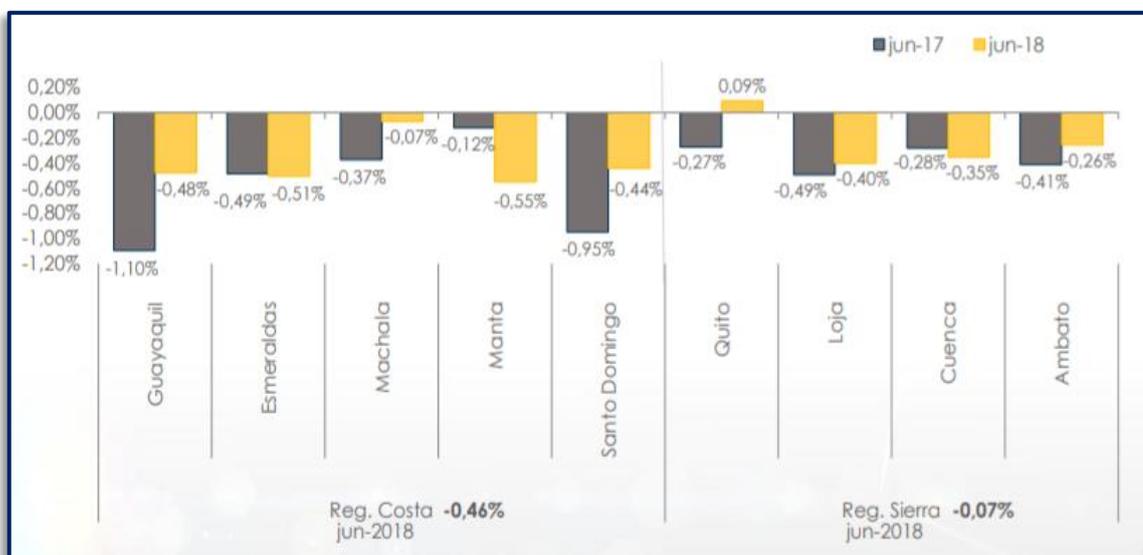


Gráfico 17: Evolución Inflación mensual por región y ciudad

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2018)

Desempleo

En marzo de 2018, la tasa de empleo bruto se ubicó en 61,5% a nivel nacional, en las que se incluyen a los asalariados independientes, cuyo indicador se relaciona entre la población ocupada y la población en edad de trabajar (PET).



Gráfico 18: Evolución del Empleo Bruto

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2018)

La tasa de desempleo alcanzó el 4,4% a nivel nacional, su evolución se muestra en el siguiente gráfico.



Gráfico 19: Evolución del Desempleo

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2018)

Las estadísticas de empleo, con respecto a la actividad turística evidenciaron un crecimiento del 4,5% con relación al año 2017, se incluye alojamiento y servicios de comida con un valor de 491.698 empleados. Así mismo, se registró un saldo en la balanza turística US\$311,1 millones, representando un crecimiento del 3,7%, las divisas ascendieron a US\$584,0 millones (ecuadorencifras, 2018).

Tipos de Interés

Los tipos de interés registran un incremento de 0,37 puntos (7,26% al 7,63%) anual, los cuales reflejan la política monetaria del país, la cual, según los entes de control sirve para frenar la inflación y proteger la divisa, a continuación se muestran las tasas activas que registra BanEcuador a Agosto de 2018.

Tabla 9. Tasas activas-agosto 2018

TASAS ACTIVAS PARA BANECUADOR B.P.		AGOSTO 2018	
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	
	BANECUADOR B.P		
CREDITOS PRODUCTIVOS			
Crédito Productivo Empresarial	9,76%	10,21%	
Crédito Productivo Pymes	9,76%	10,21%	
CREDITOS COMERCIALES			
Comercial Prioritario Empresarial	9,76%	10,21%	
Comercial Prioritario Pymes	9,76%	10,21%	
CREDITOS DE CONSUMO			
Consumo Prioritario	15,20%	16,30%	
Consumo Ordinario	15,20%	16,30%	
MICROCREDITOS			
Microcrédito Minorista			
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5,00%	5,12%	
Microcrédito Comercio y Servicios	15,00%	16,08%	
Microcrédito de Producción	11,00%	11,57%	
Microcrédito de Acumulación Simple			
Microcrédito Comercio y Servicios	15,00%	16,08%	
Microcrédito de Producción	11,00%	11,57%	
Créditos Setedis	9,62%	10,06%	
Microcrédito Sector Turismo	9,76%	10,21%	
Microcrédito de Acumulación Ampliada			
Microcrédito Comercio y Servicios	15,00%	16,08%	
Microcrédito de Producción	11,00%	11,57%	
Créditos Setedis	9,62%	10,06%	
Microcrédito Sector Turismo	9,76%	10,21%	

Nota: Fuente, (BanEcuador, 2018)

Tabla 10. Tasas referenciales-agosto2018

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA AGOSTO 2018			
TASAS REFERENCIALES		TASAS MAXIMAS	
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PARA EL SEGMENTO	% ANUAL	TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA PARA EL SEGMENTO	% ANUAL
Productivo Corporativo	7,72	Productivo Corporativo	9,33
Productivo Empresarial	8,95	Productivo Empresarial	10,21
Productivo PYMES	11,20	Productivo PYMES	11,83
Comercial Ordinario	7,96	Comercial Ordinario	11,83
Comercial Prioritario Corporativo	7,63	Comercial Prioritario Corporativo	9,33
Comercial Prioritario Empresarial	9,56	Comercial Prioritario Empresarial	10,21
Comercial Prioritario PYMES	10,52	Comercial Prioritario PYMES	11,83
Consumo Ordinario	16,51	Consumo Ordinario	17,30
Consumo Prioritario	16,54	Consumo Prioritario	17,30
Educativo	9,47	Educativo	9,50
Inmobiliario	10,26	Inmobiliario	11,33
Vivienda de Interés Público	4,84	Vivienda de Interés Público	4,99
Microcrédito Minorista	26,81	Microcrédito Minorista	28,50
Microcrédito de Acumulación Simple	23,70	Microcrédito de Acumulación Simple	25,50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	19,90	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23,50
Inversión Pública	7,97	Inversión Pública	9,33

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	5,25
Tasa Activa Referencial	7,63
Tasa Legal	7,63
Tasa Máxima Convencional	9,33

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasas de interés efectivas 2018

Nota: Fuente, (BanEcuador, 2018)

4.1.1.3. Factor Social

Para analizar el factor social, es necesario conocer la situación demográfica de la provincia del Azuay, específicamente del cantón Girón y su parroquia Asunción, sitio en donde se encuentra ubicada la Hostería Aventura Park.

Según los datos proyectados por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2018), al 2018 el cantón Girón cuenta con 13.107 habitantes, de los cuales, 3.172 residen en la parroquia Asunción.

Tabla 11. Población del Cantón Girón, 2018

GIRÓN	13107	100%
ASUNCION	3172	24%
GIRON	8772	67%
SAN GERARDO	1163	9%

Nota: Fuente, (SENPLADES, 2018)

Tabla 12. Población, según rangos etarios

GIRÓN	Número de habitantes
De 15 a 19 años	1.268
De 20 a 24 años	1.186
De 25 a 29 años	959
De 30 a 34 años	694
De 35 a 39 años	547
De 40 a 44 años	521
De 45 a 49 años	533
De 50 a 54 años	503
De 55 a 59 años	493
De 60 a 64 años	443

Nota: Fuente, (INEC, 2010)

Según los datos expuestos en la Tabla 12, se evidencia que la mayor parte de la población se encuentra en los rangos etarios de 15 a 19 y de 20 a 24 años de edad, conforme lo señalado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos a través del último censo de población y vivienda.

Por otra parte, es necesario tomar en cuenta uno de los factores sociales que puede afectar al turismo, debido a la seguridad de los habitantes y turistas. En este caso, la delincuencia en el Ecuador resulta ser un tema primordial, considerando los flujos migratorios que evidencian entradas de ciudadanos extranjeros, particularmente venezolanos. El incremento de delincuentes y su asociación a temprana edad, es otro eje que preocupa a la sociedad y el Estado.

4.1.1.4. Factor Tecnológico

Los avances tecnológicos resultan complejos de medir, considerando con la velocidad que evolucionan, razón por la cual para analizar este factor, se focaliza las acciones emprendidas por el Estado en innovación y desarrollo en el área de formación técnica y tecnológica.

Así la Secretaria de Educación Superior Ciencia y Tecnología (Senescyt) impulsa proyectos de investigación y desarrollo tecnológico, siendo los proyectos de investigación científica en áreas de salud, agricultura y ganadería, ambiente, cambio climático, desarrollo industrial, sociedad inclusiva y TIC quienes se beneficiarán (El Tiempo, 2018).

Por otro lado, el Instituto de Estadísticas y Censo (INEC) señala que en el año 2017 se incrementó 12,1% el equipamiento de computadoras portátiles en los hogares, con relación al año 2012. Destacando que cada 9 de cada 10 hogares posee al menos un teléfono celular.



Gráfico 20: Hogares con telefonía fija y móvil

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

El acceso a internet al 2017 aumentó 14,7% más que el año 2012 en el área urbana, no obstante en el sector rural crece 11,8%.



Gráfico 21: Hogares con acceso a internet

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

De igual manera, se muestra que existe una diferencia del 3% con respecto al uso de computadoras entre el sexo masculino y femenino, tal como se muestra en el siguiente gráfico.



Gráfico 22: Porcentaje de personas que utilizan computadora por sexo

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

La provincia de Azuay presenta el 58,4% de personas que utilizan computadora, con respecto a Galápagos que muestra el mayor porcentaje.

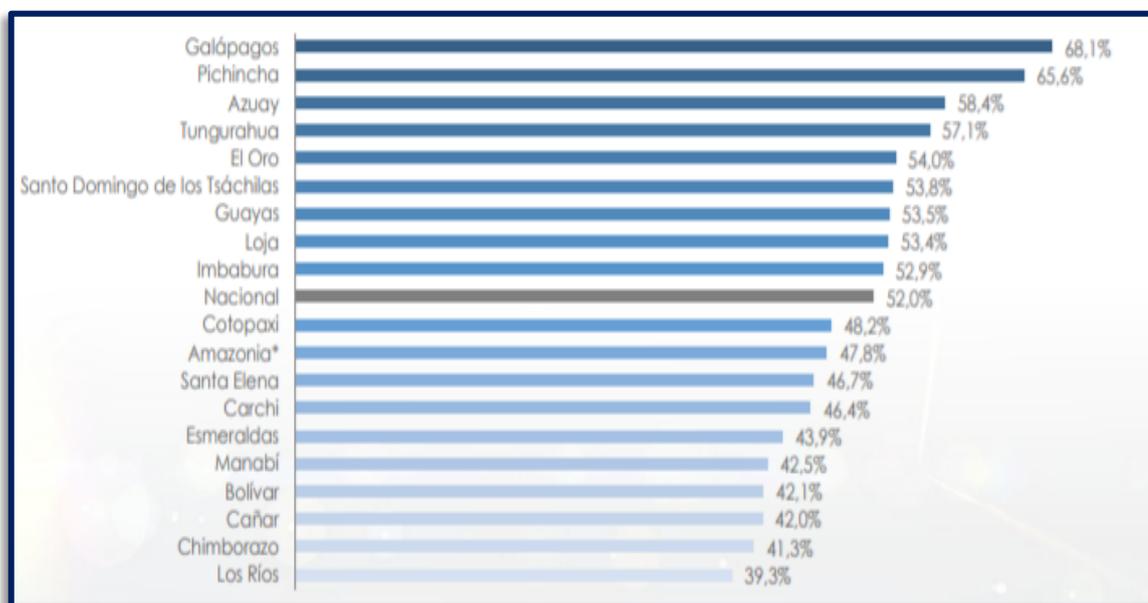


Gráfico 23: Personas que utilizan computadora por provincias

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

Datos del INEC revelan que el 58,3% de la población mayor a 5 años de edad ha utilizado internet, 66,9% en el área urbana y 39,6% en el sector rural



Gráfico 24: Personas que utilizan internet

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

El 64,5% de la población en Azuay usó internet, siendo Galápagos la de mayor prevalencia y Chimborazo la que menos utiliza este recurso tecnológico

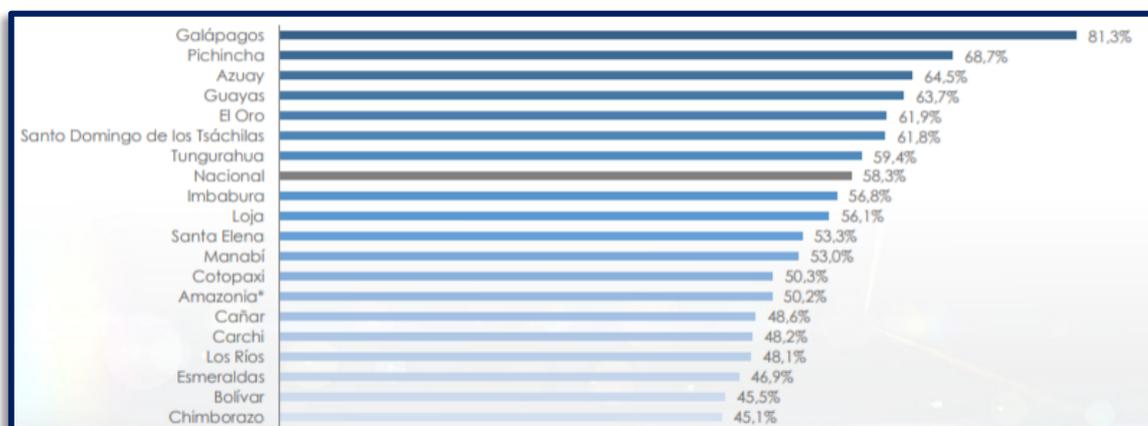


Gráfico 25: Personas que utilizan internet por provincia

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2017)

4.1.1.5. Factor Ambiental

El diálogo propuesto por el gobierno actual, abre las expectativas para que sea un año prometedor en materia ambiental en donde prevalezca los derechos de la naturaleza y las políticas estén fundamentadas ha dicho cumplimiento.

Entre los ejes que se busca fortalecer están la conservación de áreas protegidas, para ello, el ente rector encargado de velar por la conservación natural es el Ministerio del Ambiente, que destaca proyectos emblemáticos como:

- Proyecto Anfibios Ecuador
- Proyecto Paisajes Vida Silvestre
- Seminario Estratégico para Comunicadores
- Calidad Ambiental
- Programa de Reparación Ambiental y Social (PRAS)
- Programa PNGIDS Ecuador
- Sistema de gestión de Desechos Peligrosos y Especiales
- Guayaquil Ecológico
- Proyecto PANE

Datos importantes que revela el INEC, señalan que el índice verde urbano en el Ecuador es de 13,01 m²/hab; mientras que el rango superior establecido por la OMS es de 9,00 m²/hab.

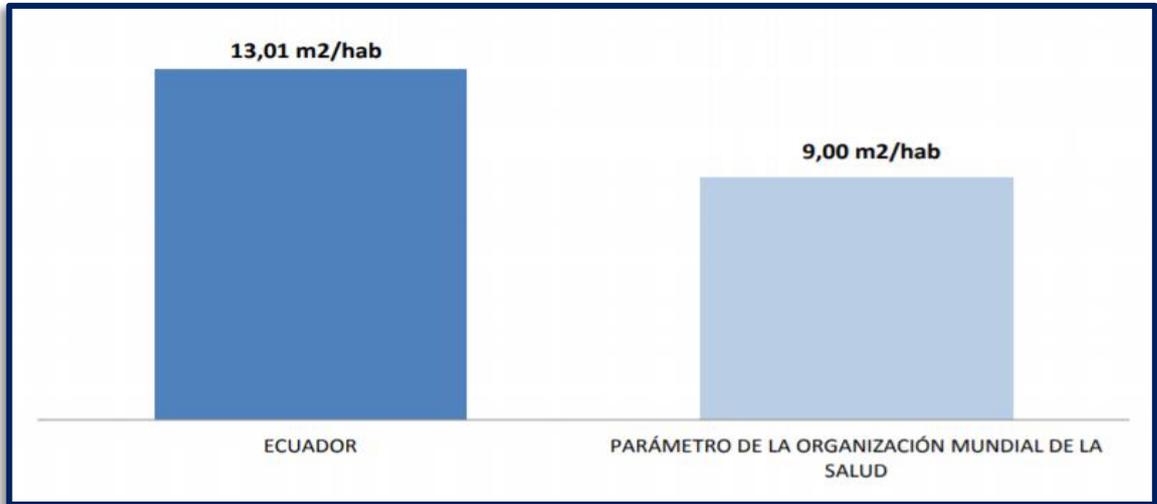


Gráfico 26: Índice Verde Urbano Ecuador 2012

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2012)

Con base a la recomendación internacional de la OMS de ocupación de espacio verde por habitante, el 54% de municipio cumple con la disposición; el 46% no lo hace

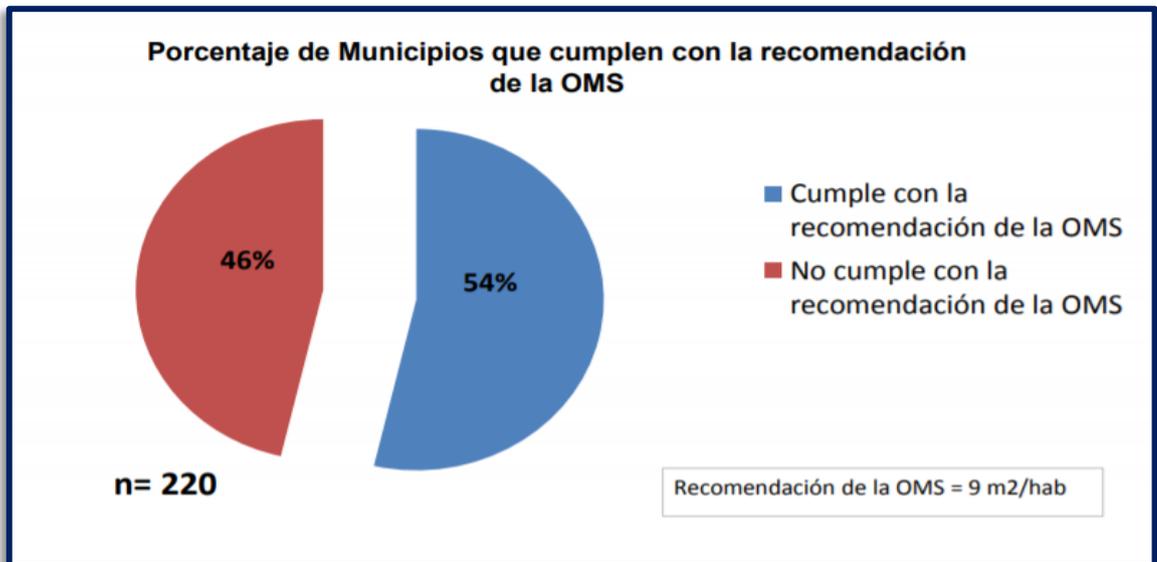


Gráfico 27: Cumplimiento de GAD Municipales índice verde urbano

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2012)

La provincia de Azuay muestra un 11,89% del índice, observándose que de las 24 provincias del Ecuador, el 58% cumplen con lo recomendado por la OMS; el 42% no alcanzan dicho rango.

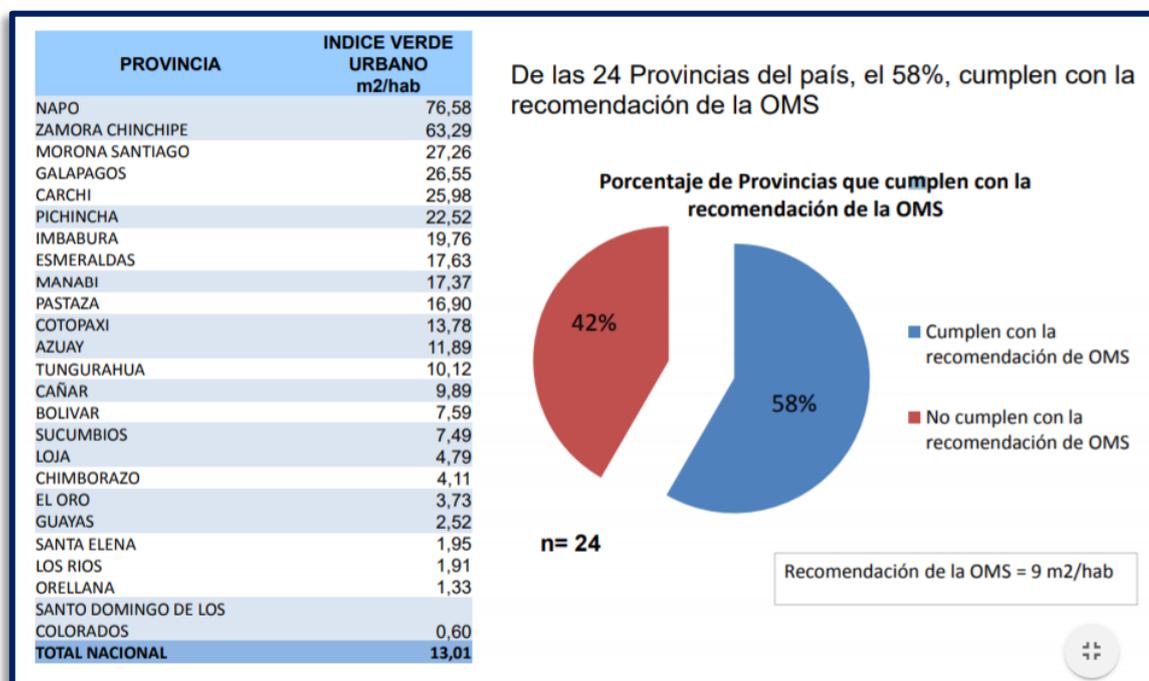


Imagen 2: Índice verde Urbano por provincia

Nota: Fuente, (ecuadorencifras, 2012)

Con todos los antecedentes, descritos en cada variable del análisis PEST, se buscó unificar los aspectos que tienen peso en el objeto de estudio de la presente investigación y otros que serán decisivos para el funcionamiento del emprendimiento.

4.1.2. Las cinco fuerzas de Porter

Para el análisis del micro ambiente, se utilizó la metodología de las Cinco Fuerzas de Michael Porter, que se fundamenta en la revisión de los siguientes aspectos:

- Amenaza de nuevas empresas al mercado
- Poder negociación (proveedores)
- Poder de negociación (compradores)
- Amenaza de ingreso al mercado de productos sustitutivos
- Rivalidad y competencia del mercado

A continuación, se muestra el gráfico esquemático de la interrelación de las cinco fuerzas antes mencionadas

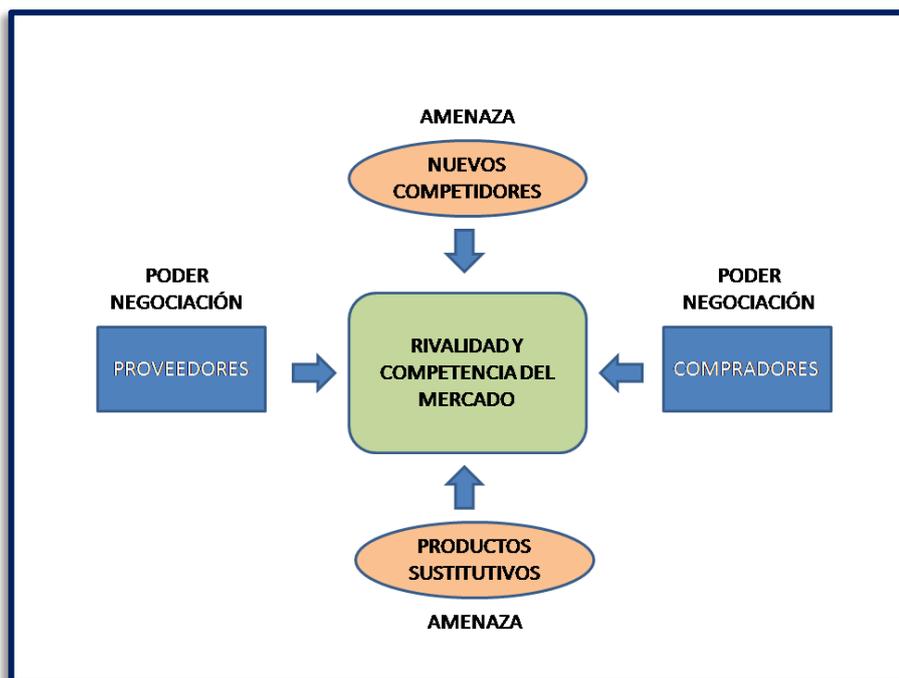


Gráfico 28: Esquema Cinco Fuerzas de Porter

4.1.2.1. Proveedores

Los proveedores juegan un papel importante en cualquier actividad empresarial, en el caso de Hostería Aventura Park (HAP), no es la excepción, pues no podrían atender las necesidades de los clientes con calidad y forma oportuna de quien provee los insumos necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa. HAP requiere estar vigilante de la tendencia de precios de los bienes y servicios que son provistos por varias empresas y personas naturales, razón por la cual es preferible contar con alternativas para evitar la dependencia de un distribuidor.

Los principales proveedores son: distribuidoras locales y de la ciudad de Cuenca en lo que respecta a provisión de comestibles; para los insumos higiénicos de la hostería se dispone de alternativas como Kimberly Clark y otras empresas de la ciudad de Cuenca; sin embargo, de acuerdo a las necesidades que se presentan en la HAP los mayores proveedores son los negocios en la comunidad, vinculando que la actividad gire alrededor del área de influencia de la parroquia La Asunción y el cantón Girón.

Fundamentado en lo anterior, se puede colegir las siguientes oportunidades:

O1: Contar con diferentes proveedores de HAP para tener poder de negociación, que aporte a lograr una mejor rentabilidad en la comercialización de productos y servicios turísticos.

Una de las expectativas del emprendimiento de turismo comunitario, es llegar a establecer convenios con proveedores locales y así ofrecer mejores precios, alineándose a las políticas de comercio justo.

O2: Suscribir convenios con empresas locales y nacionales para la provisión de insumos biodegradables y amigables con el medio ambiente y fortalecer la oferta de actividades turísticas en el sector.

4.1.2.2. Comportamiento de los clientes

El eje más importante del turismo de aventura en la HAP son los clientes, por ello, mantiene una política de servicio de calidad, los clientes que frecuentan la Hostería son de nivel económico bajo, medio y alto; prevaleciendo las personas naturales a las jurídicas, frente a este escenario se enuncia la siguiente oportunidad

O3: Incremento de los clientes potenciales que prefieren actividades turísticas de aventura y que ofrece la Hostería Aventura Park.

O4: Crecer en la oferta turística a personas de la región Sierra y Costa que son los más frecuentes visitantes del sector y que conocen de la oferta turística del valle de Yunguilla.

4.1.2.3. Competencia

El crecimiento de los emprendimientos turísticos como aquellos que HAP lo hace, ha generado que el mercado sea competitivo con alternativas como: Hostería Lago de Cristal, El Pongo, Los Faiques, El Paraíso, Quinta Victoria y Bohemia Drinks entre las más representativas del sector y que ofrecen servicios similares, pero que se diferencian por las ofertas de turismo de aventura que disponen.

A continuación, se muestran las características de los competidores; tomando como alternativas de categorización bajo la percepción de la investigadora y con base a la técnica de observación las siguientes:

- a) Medio-alto
- b) Medio-bajo
- c) Bajo

Tabla 13. *Competidores relacionados con el giro de negocio de HAP*

Empresa	Servicios	Percepción Posicionamiento
Hostería Lago de Cristal	Hostería Lago de Cristal, Lago de Cristal se llama así por el pequeño lago ubicado frente a la casa, donde hay botes de remo, y una tarabita unipersonal para atravesarla. Los paseos a caballo con los guías nativos pueden ser por los alrededores de la hostería o un poco más lejos, todo depende de su espíritu aventurero (Hostería lago de Cristal, 2018)	Medio-alto
Hostería El Pongo	Cuenta con un complejo hotelero para hacer deporte y actividades de ocio, ubicado en la Avenida Girón – Pasaje	Medio-bajo
Hostería Los Faiques	Dispone de servicios de Spa, áreas recreativas, salones para eventos, hospedaje y alimentación	Medio-bajo
Hostería El Paraíso	Dispone de todos los servicios para vacacionar, servicios y logística para recepción de eventos sociales, ubicada a 2 km de la Y de Santa Isabel	Medio-bajo
Hostería Quinta Victoria	Ideal para eventos sociales, paseos, retiros, vacaciones y talleres, ubicada en el km 52, vía Girón - Pasaje	Medio - bajo
Hostería Bohemia Drink	Dispone de un ambiente agradable con confortables instalaciones, naturaleza, jardines	Medio-bajo

Tabla 14. *Matriz de Perfil Competitivo*

Factores Críticos de Éxito	Peso	Hostería Lago de Cristal		Hostería El Pogo		Hostería Los Faiques		Hostería El Paraíso		Hostería Quinta Victoria		Hostería Bohemia Drink		Hostería Aventura Park	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Ubicación	0,15	1	0,15	4	0,6	3	0,45	2	0,3	1	0,15	1	0,15	1	0,15
Página web	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4	1	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,4
Servicio al cliente	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Marketing comunicacional en redes sociales	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3	4	0,6	3	0,45	2	0,3	3	0,45
Competitividad en precios	0,2	3	0,6	1	0,2	2	0,4	3	0,6	3	0,6	3	0,6	4	0,8
Experiencia en el mercado	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3	2	0,2	1	0,1	1	0,1	3	0,3
Total	1	-	2,85	-	2,7	-	2,45	-	2,5	-	2,5	-	2,35	-	2,7

Del cuadro anterior, cuya composición con el paso de tiempo varía, se nota que Hostería Lago de Cristal tienen a nivel de la región una importante participación en el mercado ofertando servicios turísticos que articulan aventura, con la particularidad de que no se enfatiza en la participación de la comunidad, las otras empresas vinculan sus servicios a los actos sociales y diversión *in situ*, más no ofertas turísticas comunitarias, con ello se establece las siguientes oportunidades y amenazas

O5: Posicionarse como una alternativa vacacional que asocie actividades de aventura vinculando a la comunidad del sector.

O6: Aumentar la utilidad con el ingreso de nuevas ofertas de turismo comunitario

A1: Estancamiento en la participación del mercado de HAP, por la presencia de otras ofertas de sus competidores.

4.1.3. Análisis Interno

4.1.3.1 Capacidad administrativa

Hostería Aventura Park, dispone de una filosofía empresarial, la misma que no se ha fortalecido adecuadamente al personal de la organización, la cual involucra los siguientes inconvenientes:

- La misión, visión y objetivos no se han interiorizado en los colaboradores, pues no se dispone de un instrumento que oriente la ejecución adecuada de las metas empresariales.
- No dispone de una planificación estratégica que alinee sus esfuerzos con la misión, visión y objetivos.
- Las actividades no se encuentran descritas en un documento oficial y se desarrollan de acuerdo a las disposiciones del administrador-dueño. Sin embargo, existe apertura de la gerencia para que los empleados expresen sus opiniones buscando un adecuado clima laboral.

Sustentado en lo antes expuesto, se ha identificado las siguientes fortalezas y debilidades:

F1: La apertura de la gerencia en la comunicación interna aporta a un buen ambiente laboral.

D1: La HAP no dispone de un direccionamiento estratégico que ayude a que el personal se articule con las metas que persigue la empresa.

D2: Las decisiones se centran en el administrador-dueño

4.1.3.2 Capacidad financiera

En los últimos tres años las ventas por los servicios que ofrece HAP, se han incrementado en un % entre el 2016 y 2017. Con corte a agosto de 2017 se evidencia ingresos de alrededor de \$100.000 dólares

Tabla 15. *Capacidad Financiera de Hostería Aventura Park*

Año	Valor	Variación
2016	\$50.000	-----
2017	\$120.000	140%
2018 (agosto)	\$100.000	-17%

Nota: Fuente, (Aventura Park, 2018)

El presupuesto de HAP, contempla rubros como: compras, ventas y gastos, los cuales comparados con los estados financieros establecen las variaciones reales de los presupuestos. Mensualmente se valoran la consecución de las metas en ventas y a partir de ello tomar las decisiones más acertadas. Adicional, la empresa no mantiene préstamos con instituciones financieras, ni posee inversiones que le permitan obtener interés de otros valores.

Con base a lo descrito, se describen las siguientes fortalezas:

F2: La empresa cuenta con un sistema contable estable que le permite obtener la información contable necesaria.

F3: El control sobre los gastos e ingresos se lo realiza mediante valoraciones presupuestarias, trimestrales.

F4: La empresa no tiene préstamos con instituciones financieras vigentes

D3: La falta de inversión en otro tipo de actividad es riesgoso, puesto que solo depende de los principales productos y servicios que ofrece actualmente la Hostería.

4.1.3.3 Capacidad productiva

El inventario que se realiza en la HAP es de carácter manual con uso de herramientas informáticas simples, actividad ejecutada por la persona encargada de la parte contable. Las sugerencias de compra son tomadas en cuenta con base al promedio, existencias y número de días de rotación de inventario, básicamente en productos que sirven para el consumo masivo de quienes visitan la Hostería.

Las modalidades de compra son: locales, regionales y nacionales; siendo las adquisiciones locales y regionales que se efectúan directamente sin cotización; mientras que para las nacionales se requiere de una proforma que detalle formas y medios de pago.

Con ello, se identificaron las siguientes fortalezas y debilidades

F5: La Hostería Aventura Park se caracteriza por ofrecer productos y servicios de excelente calidad.

D4: No se han promocionado adecuadamente las actividades de aventura turística que permita fortalecer el turismo comunitario.

D5: No se ha fortalecido las gestiones para vincular a la comunidad y entidades estatales para promocionar el TC.

4.1.3.4 Capacidad Tecnológica

La Hostería Aventura Park, dispone de un sistema informático básico que le permite manejar el sistema financiero, alimentada con la información necesaria que se genera por los colaboradores.

Cuenta con equipos de computación que le permite cumplir con sus actividades; sin embargo, existen inconvenientes para un adecuado control de los activos fijos. Con base a ello, se identificó las siguientes fortalezas y debilidades

F6: La empresa cuenta con los equipos tecnológicos necesarios para cumplir con las operaciones relacionadas al giro del negocio.

D6: No se evidenció un procedimiento adecuado de registro de los activos fijos.

4.1.3.5 Capacidad del Talento Humano

La HAP no dispone de una estructura orgánica definida, se maneja de manera vertical orientada por órdenes que se ejecutan desde el administrador-dueño del negocio

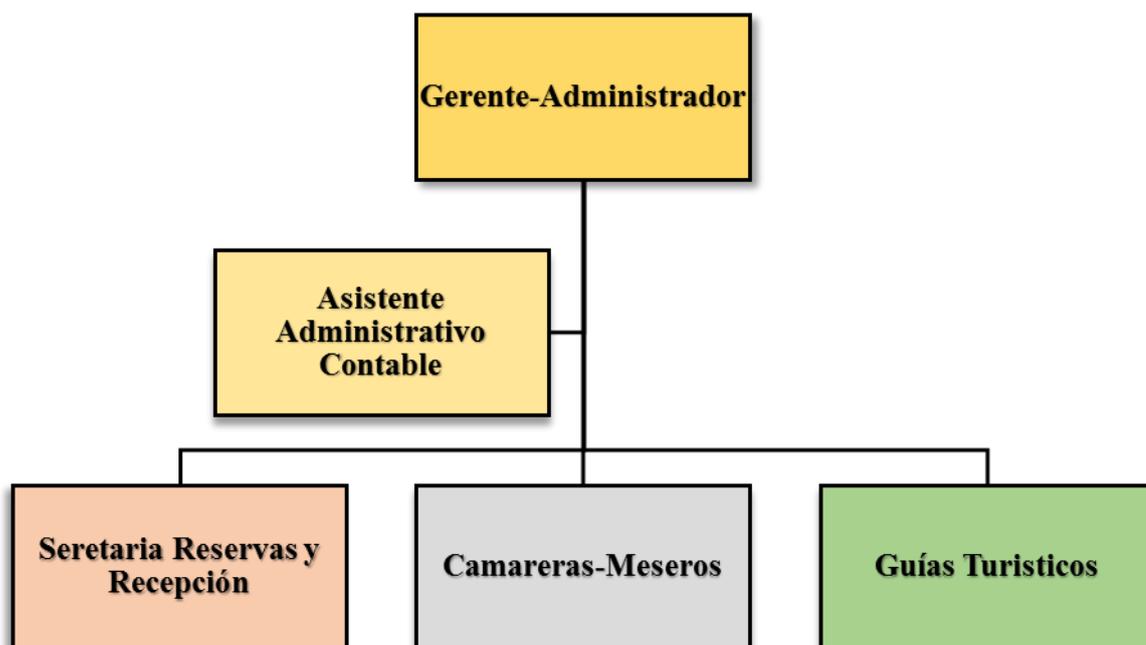


Figura 2. Capital Humano

Así, el proceso de contratación de personal está a cargo del gerente-administrador, siendo por referencia o publicados en los distintos medios de comunicación digitales y físicos. Con relación a la capacitación del personal, la HAP no tiene definido un plan de capacitación continuo, lo que puede generar el desaprovechamiento del potencial laboral, no existe un diseño de indicadores de gestión. Al respecto, se identificaron las siguientes fortalezas y debilidades.

F7: La HAP tiene definido un proceso de contratación de personal.

D7: La organización no dispone de un plan de capacitación continuo para los colaboradores, siendo necesario para el fortalecimiento del turismo comunitario.

D8: No se tiene diseñado un modelo de indicadores de gestión.

4.1.3.6 Capacidad de comercialización

La venta de los servicios de la Hostería Aventura Park se realizan al público en general, la mayoría de los ingresos provienen del hospedaje y el resto de las actividades recreativas que ofrece la empresa. Las formas de pago se manejan a través de: efectivo, transferencia o tarjetas de crédito.

La publicidad, se lo hace mayoritariamente por las redes sociales y hojas volantes, no se ha diseñado planes publicitarios como página web, o a través de medios masivos como radio y televisión. Identificándose las siguientes fortalezas y debilidades

F8: La HAP dispone de alternativas de pago para la venta de los servicios, lo cual facilita la adquisición de los mismos.

D9: La empresa no tiene estructurada campañas publicitarias sólidas con una página web propia o a través de medios de comunicación masiva.

4.2. Análisis del Mercado

El estudio tiene como finalidad profundizar y probar que existe un número suficiente de personas, que con ciertas características presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado producto o servicio. Para ello, es necesario analizar las fortalezas, oportunidades y amenazas (FODA) que involucra tanto los factores externos e internos que giran alrededor de la idea de negocio.

4.2.1. FODA

En la Tabla 13 se muestra el análisis FODA de la organización

Tabla 16. *Matriz FODA Hostería Aventura Park*

Fortalezas		Debilidades	
F1	La apertura de la gerencia en la comunicación interna aporta a un buen ambiente laboral.	D1	La HAP no dispone de un direccionamiento estratégico que vincule las metas que persigue la empresa, con el personal encargado de realizar las actividades.
F2	La empresa cuenta con un sistema contable estable que le permite obtener la información contable necesaria.	D2	Las decisiones se centran en el administrador-dueño
F3	El control sobre el gasto e ingresos se lo realiza mediante valoraciones presupuestarias, trimestrales.	D3	La falta de inversión en otro tipo de actividad es riesgoso, puesto que solo depende de los principales productos y servicios que ofrece actualmente la Hostería.
F4	La empresa no tiene préstamos con instituciones financieras vigentes	D4	No se han promocionado adecuadamente las actividades de aventura turística que permita fortalecer el turismo comunitario.
F5	La Hostería Aventura Park se caracteriza por ofrecer productos y servicios de excelente calidad	D5	No se ha fortalecido las gestiones para vincular a la comunidad y entidades estatales para promocionar el TC.
F6	La empresa cuenta con los equipos tecnológicos necesarios para cumplir con las operaciones relacionadas al giro del negocio.	D6	No se evidenció un procedimiento adecuado de registro de los activos fijos.
F7	La HAP tiene definido un proceso de contratación de personal.	D7	La organización no dispone de un plan de capacitación continuo para los colaboradores, siendo necesario para el fortalecimiento del turismo comunitario.
F8	La HAP dispone de alternativas de pago para la venta de los servicios, lo cual facilita la adquisición de los mismos.	D8	No se tiene diseñado un modelo de indicadores de gestión.
		D9	La empresa no tiene estructurada campañas publicitarias sólidas con una página web propia o a través de medios de comunicación masiva.
Oportunidades		Amenazas	
O1	Contar con diferentes proveedores de HAP para tener poder de negociación, que aporte a lograr una mejor rentabilidad en la comercialización de productos y servicios turísticos.	A1	Estancamiento en la participación del mercado de HAP, por la presencia de otras ofertas de sus competidores.
O2	Suscribir convenios con empresas locales y nacionales para la provisión de insumos biodegradables y amigables con el medio ambiente y fortalecer la oferta de actividades turísticas en el sector.		
O3	Incremento de los clientes potenciales que prefieren actividades turísticas de aventura y que ofrece la Hostería Aventura Park.		
O4	Crece en la oferta turística a personas de la región Sierra y Costa que son los más frecuentes visitantes del sector y que conocen de la oferta turística del valle de Yunguilla.		
O5	Posicionarse como una alternativa vacacional que asocie actividades de aventura vinculando a la comunidad del sector.		

Nota: Fuente, (Aventura Park, 2018)

4.2.2. Factores de Éxito

Al estructurar una idea de negocio es importante comprender los factores que diferencian a una empresa, adicional a los que se plantean al generar nuevas estrategias de mercado. Bajo este precepto la Hostería Aventura Park se enfocará en el turismo comunitario a través de actividades de aventura, la cual se está incrementando significativamente a nivel nacional y más aún cuando existen políticas estatales que fomentan el mismo.

Es importante que no se busca simplemente ofrecer un nuevo servicio turístico, sino ofertar opciones de entretenimiento que articulen la participación de la comunidad del sector rescatando sus atractivos culturales, religiosos y arquitectónicos. Razón por la cual, el propósito de establecer estrategias de marketing son para profundizar la participación en el mercado, considerando que la HAP cuenta con clientes que aprecian sus actuales servicios y al ofrecer nuevas alternativas con el TC se prevé aplicar estrategias que ayuden a posicionarla y se reconozca a nivel local, regional y nacional la entrega de productos y servicios de actividades de aventura de calidad.

4.2.3. Segmentación del mercado

Tomando como referencia la información obtenida a través de las encuestas realizadas, el perfil del consumidor de productos y servicios de turismo comunitario son hombres y mujeres de entre 26 y 40 años que tienen una actividad económica fija, provenientes de la Sierra. Analizando la preferencia en las actividades de aventura, se destacan el senderismo, recreación en botes, cabalgatas, canopy y ciclismo de montaña.

Además, el mercado objetivo estará orientado a las personas que gustan de actividades al aire libre, que del total de encuestados fue del 71,01% y que muestran afinidad con las actividades de aventura en las localidades del valle de Yunguilla, con ello, se debe estructurar los productos y servicios que requieren los visitantes, en donde se vincule a la comunidad, costumbres y vivencias ancestrales propias del sector.

Logotipo



Imagen 3: Logo Hostería Aventura Park

Nota: Fuente, (Aventura Park, 2018)

El logotipo de la HAP, está estructurado con base a dos ejes fundamentales que envuelven y destacan el turismo comunitario: las montañas que revelan las distintas actividades de aventura que se pueden realizar aprovechando la naturaleza y las estrellas que representan la inmensidad que tiene el universo y que puede ser apreciado en las noches en el sector. Como estructura adicional tiene el nombre de la marca que se busca fortalecer, siendo una descripción clara con una mezcla en idioma castellano e inglés que vislumbra la asociación pretendida, partiendo desde el involucramiento de la comunidad hacia consumidores locales, regionales, nacionales e internacionales.

4.2.4. Plan de marketing

Para Moliner y Cervera (2004) en la escuela del pensamiento del marketing estratégico establece una secuencia en el marketing mix; es así que para productos turísticos se deben considerar aspectos particulares para que su aplicación sea efectiva. El mismo permitirá acercarse al segmento de mercado que realmente le interesa las actividades recreativas de aventura con una oferta distinta que cubra los requerimientos de los consumidores.

A través de los objetivos de las 4P del marketing mix, se busca cuantificar los resultados comerciales esperados al final de un periodo en cada una de las etapas, para lo cual se deben tomar en cuenta las siguientes decisiones básicas

Tabla 17. Decisiones básicas de las 4P del marketing mix

4P del marketing mix	Decisiones básicas
Producto	Modificar atributos
	Crear nuevo producto o servicio
	Modificar marca
Precio	Subir o bajar
	Otorgar más beneficios
	Reducir costos
Publicidad	Aumentar notoriedad, afectividad, impulso de compra
	Aumentar o disminuir el presupuesto
Plaza	Tipo de canales
	Vinculación de la comunidad
	Estrategia extensiva o intensiva

La Hostería Aventura Park es la promotora del proyecto, razón por la cual desde su implantación e infraestructura se ofertarán los servicios desde el valle de Yunguilla, la cual está ubicada en la entrada a la Asunción Vía Balsapamba. La distribución de la Hostería presta todos los aspectos necesarios para cubrir la oferta turística, además de las visitas a sitios emblemáticos de la región en donde se vinculará a la comunidad del sector.

La distribución de la HAP se muestra a continuación



Imagen 4: Distribución de la Hostería Aventura Park

La promoción que utilizará la HAP tiene una orientación que busca atraer a las personas con el propósito de conocer nuevas alternativas de turismo aventura y la vinculación con la comunidad, considerando para el efecto todos los medios publicitarios y herramientas tanto físicas como tecnológicas para lograr posicionar las actividades de recreación. Para ello, se ejecutarán las siguientes acciones:

- Estructuración de una página web dinámica que pueda ser administrada por el administrada por la empresa
- Publicidad a través de redes sociales como: Facebook, Instagram, twitter
- Propaganda pagada en medios escritos de la ciudad
- Propaganda audiovisual en las estaciones televisivas de la ciudad de Cuenca que tienen cobertura nacional
- Publicidad en radios: Cómplice, Ondas Azuayas, Hechicera, La Mega, Sonorama, Canela
- Publicidad en los distintos operadores turísticos de la ciudad de Cuenca
- Participación en ferias turísticas públicas y privadas
- Boca a boca

4.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto está relacionada a la capacidad de prestación del servicio que tendrá la HAP en un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de emprendimiento que se prevé proyectar.

4.3.1. Localización de la empresa

La Hostería Aventura Park, está ubicada en el valle de Yunguilla a la entrada a La Asunción vía a Balsapamba, su localización es privilegiada donde se encuentra todos los atractivos turísticos vinculados con la naturaleza y los aspectos característicos del turismo rural.



Imagen 5: Localización de la empresa

Nota: Fuente, Google maps

4.3.2. Equipamiento requerido para la operación

Tabla 18. Descripciones muebles y enseres para operación

Muebles y enseres	Cantidad (Unidades)	Valor unitario (USD)	Costo total (USD)
Muebles para el acoplamiento del servicio	2	\$50,00	\$100,00
Accesorios para ciclismo de montaña	25	\$35,00	\$875,00
Total			\$975,00

La Tabla 18 muestra el valor de muebles y enseres requeridos para la operación de la nueva propuesta de servicios de HAP, considerando que algunos insumos se utilizarán con base a los ya existentes en la empresa, razón por la cual el monto estimado es de \$975 dólares.

Tabla 19. Requerimiento equipos de computación

Equipos de computación	Cantidad (Unidades)	Valor unitario (USD)	Costo total (USD)
Laptop HP	1	\$700,00	\$700,00
Teléfono Smartphone	1	\$400,00	\$400,00
Total			\$1.100,00

Para complementar los equipos de computación respecto a todos con los que ya se cuenta, se requiere un monto de \$1100 dólares como se muestra en la Tabla 19.

4.3.3. Manual de Funciones

El manual constituye un documento que contiene de forma ordenada y metodológica las instrucciones sobre la empresa que se considere necesaria para la adecuada ejecución de las actividades asignadas. Se considera para el estudio, la implementación del jefe de servicios de turismo comunitario, el asistente y del administrador de la HAP quienes serán los encargados de vincular y gestionar con la comunidad las actividades de aventura planteadas en los distintos paquetes descritos en párrafos anteriores.

Tabla 20. Funciones del administrador de la HAP

Hostería Aventura Park	
Código:	Adm-0001-HAP
Cargo:	Administrador
Perfil profesional:	Ingeniero Comercial
Funciones:	Representación legal de la empresa
	Tomar decisiones para velar por el buen funcionamiento del negocio
	Analizar los resultados operacionales
	Monitorear, dirigir, capacitar y dar seguimiento de las acciones del personal
Responsabilidades	Gestionar la vinculación con la comunidad y las entidades estatales del sector para fomentar el turismo comunitario
	Cumplir y hacer cumplir con ética las política y valores de la empresa
	Velar por el eficaz cumplimiento de las tareas asignadas a los colaboradores

Tabla 21. Funciones del Jefe de Servicios Turísticos HAP

Hostería Aventura Park	
Código:	JST-0002-HAP
Cargo:	Jefe de servicios turísticos
Perfil profesional:	Ingeniero en administración de empresas turísticas
	Ingeniero en turismo
Funciones:	Ejecutar las operaciones y logística pertinentes para la oferta de las actividades de aventura que oferta la empresa
	Coordinar acciones conjuntas con los clientes y los comuneros para las diversas actividades programadas en los paquetes turísticos

	Informar semanalmente de las actividades y novedades que se presenten en las actividades de aventura programadas
	Articular acciones conjuntas con entidades estatales para que los paquetes turísticos se cumplan a cabalidad
	Asistir a los clientes en los diversos paquetes turísticos
Responsabilidades	Cumplir y hacer cumplir con ética las política y valores de la empresa
	Velar por el eficaz cumplimiento de las tareas asignadas a los colaboradores
	Cumplir con las demás actividades que le asigne su jefe inmediato con base a la naturaleza de su trabajo

Tabla 22. *Funciones del Asistente de Servicios Turísticos HAP*

Hostería Aventura Park	
Código:	AST-0003-HAP
Cargo:	Asistente de servicios turísticos
Perfil profesional:	Tecnólogo en turismo
	Operador turístico calificado
	Comunero con conocimientos de la zona
Funciones:	Asistir y acompañar a los viajeros en sus actividades de aventura
	Relatar e informar acontecimientos importantes de la zona, destacando su riqueza cultural, religiosa y arquitectónica
	Fomentar en los viajeros las costumbres que se mantienen del sector
	Atender cordialmente los requerimientos que los viajeros soliciten
	Coordinar acciones conjuntas con organizaciones para el adecuado cumplimiento de los horarios en los paquetes turísticos ofertados
Responsabilidades	Cumplir y hacer cumplir con ética las política y valores de la empresa
	Velar por el eficaz cumplimiento de las tareas asignadas a los colaboradores
	Cumplir con las demás actividades que le asigne su jefe inmediato con base a la naturaleza de su trabajo

4.3.4. Políticas de calidad

Con base a la necesidad de gestionar eficazmente los procesos internos y dar énfasis al enfoque multidisciplinario que conlleva articular acciones en el turismo rural, es primordial desarrollar acciones con el fin de satisfacer las necesidades de los viajeros, más aun cuando la percepción de las personas es más selectiva, al respecto se requiere optimizar los recursos.

Para que la Hostería Aventura Park alcance la excelencia en los servicios de aventura que ofrece, se requiere que el turismo comunitario se fortalezca con el trabajo conjunto, adecuando acciones para el control de calidad

4.3.5. Procesos de control de calidad

Tomando como referencia la norma de ISO-9001-2015 la empresa orientará acciones con los siguientes enfoques:

- **Enfoque al cliente:** la administración de la HAP mostrará liderazgo y compromiso con respecto a satisfacer las necesidades de los clientes y la acertada vinculación de los comuneros, asegurándose que:

- Cumplir regularmente con las necesidades de los clientes al dotar de guías comunitarios en los paquetes turísticos; dotando de un lugar acogedor para descansar y se disponga de una tienda comunitaria en donde se pueda apreciar las artesanías y diversidad cultural del valle de Yunguilla.
- Considerar los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad del servicio turístico comunitario y la capacidad de incrementar la satisfacción de los viajeros.
- **Personas-colaboradores:** la empresa contará con los empleados necesarios para la implementación eficaz de la oferta turística comunitaria
- **Comunicación con el cliente:** la HAP incluirá en la comunicación con el cliente lo siguiente:
 - Proporcionar información relativa a los servicios turísticos de aventura
 - Abordar las consultas y servicios incluyendo los cambios
 - Obtener retroalimentación de los clientes, tomando en cuenta las quejas
 - Establecer requisitos específicos para acciones de contingencia

4.4. Plan de Contingencia

4.4.1. Previsión del escenario más desfavorable

Se ha considerado las variables políticas y económicas que afectan a la Hostería Aventura Park de manera externa y la situación operativa en la parte interna.

Situación política: los convenios que ha promulgado el Estado con organizaciones públicas y privadas para fortalecer el turismo comunitario, pueden no ser suficientes para el desarrollo del mismo. En este sentido, la competencia podría tomar una posición superior o las ofertas turísticas decaer.

Situación económica: la competencia puede cubrir el mercado dejando a la HAP con un porcentaje reducido de participación, afectando las ventas. La disminución de ventas de paquetes turísticos comunitarios conllevaría a pérdidas económicas importantes.

Situación operativa: se considera los posibles accidentes que puedan tener los clientes sea por causa natural o accionados por la actividad que se realiza, a pesar de seguir los lineamientos estipulados a nivel internacional y nacional en el manejo de riesgos para este tipo de actividades

Bajo este escenario, se plantean los siguientes objetivos que permitan mitigar posibles escenarios desfavorables para la Hostería:

- Corregir causas que den origen a un desastre
- Poner en conocimiento de las autoridades competentes y público en general la ubicación exacta a través de medios físicos y tecnológicos de vanguardia.
- Especificar los lugares de encuentro y de protección dentro de la HAP
- Capacitar a los colaboradores en el manejo de riesgos

4.4.2. Propuesta de prevención

INCENDIOS: Tanto los viajeros como los colaboradores de la HAP tomarán las siguientes acciones:

- Dar alarma a través del pulsador especificado en los lugares visibles de la Hostería.
- Al oír el sonido de la alarma, salir de los sitios donde se encuentre en peligro y donde exista ventilación
- Si tiene algún impedimento físico avisar en la recepción
- Salir por vías de evacuación identificadas
- No corra
- No grite
- En caso de que su ropa se prenda, rodar en el suelo
- Señale su presencia visible si se encuentra en un sitio que no pueda salir

ACTIVIDADES TURISMO RURAL: Se debe considerar las siguientes actividades preventivas:

- Estar atentos a los desniveles, suelo irregular, obstáculos y desperfectos
- Instalar suelos antideslizantes
- Caminar despacio
- Limpiar cualquier derrame de líquidos
- Utilizar calzados y equipos adecuados para la actividad de aventura a realizar
- Depositar los residuos en los recipientes adecuados
- Recoger objetos caídos
- Tener los accesos y salidas con adecuada iluminación

RIESGOS ELÉCTRICOS: Tomar en cuenta lo siguiente:

- No dejar cables eléctricos sueltos por zonas de paso
- En caso de avería desconectar la fuente de alimentación de energía eléctrica
- No manipular aparatos eléctricos con las manos o pies mojados

4.4.3. Contactos de emergencia

En caso de emergencia se contactará a los siguientes números:

Entidad	Contacto	Dirección
ECU-911 (articula policía, salud, bomberos a nivel nacional) atención 24-7	911	A nivel nacional-contacto gratuito
Hospital Vicente Corral Moscoso	593-7-4096000	Av. De los Arupos y Av. 12 de Abril
Hospital Regional José Carrasco Arteaga (IESS)	593-7-2861500	Popayán y Pacto Andino

4.4.4. Plan de Evacuación

Para la evacuación se considera algunos aspectos que buscan velar por la integridad de los viajeros y que se encuentran realizando actividades de turismo comunitarios en la Hostería Aventura Park, razón por la cual se ha dispuesto de los siguientes elementos que son parte de la evacuación en caso de siniestros:

- 3 salidas de emergencia, con su respectiva señalética e iluminación
- 5 extinguidores dispuestos estratégicamente para suplir las eventualidades
- Aplicación de luces de emergencia en todas las salidas, con energía independiente
- Cámaras de vigilancia externa e interna con energía independiente
- Generador eléctrico
- Designación de personal capacitado para coordinar las acciones evacuativas.

CAPITULO 5: Propuesta general de Turismo Comunitario

La propuesta para turismo comunitario al ser realizada en el cantón Girón específicamente en la parroquia La Asunción, se basará sobre diferentes tours ofertados la Hostería Aventura Park, en los cuales se incluye a los habitantes de la comunidad como actores principales de la actividad turística, ya sea directa o indirectamente. Esto tiene por finalidad, generar desarrollo local y progreso económico entre los pobladores; con el objetivo de brindar bienestar a los habitantes.

De acuerdo a estos planteamientos se presentan a continuación las siguientes propuestas de tour fundamentadas en el turismo comunitario:

5.1 TOUR BOSQUE DE PIEDRAS-PARROQUIA LA ASUNCIÓN

El Bosque de Piedras (Pueblo Viejo) perteneciente a la parroquia la Asunción y situado a 58 kilómetros de la ciudad de Cuenca se encuentra en las faldas del cerro Huaycañay. Esta atracción posee una gran diversidad de formaciones rocosas dispuestas aleatoriamente en una dimensión de al menos dos hectáreas. Los habitantes del sector cuentan una historia popular, la cual relata que en este lugar existió un pueblo cuyo comportamiento se orientaba al pecado, por lo que los dioses castigaron a sus habitantes con un terremoto que sumió a la población bajo las piedras. Son muchas las leyendas que se han tejido alrededor de este mágico lugar, lo que recopila las vivencias y la cultura de los antiguos pobladores de la región.

Además, en el lugar existen restos incaicos los cuales aún se encuentran en fase de estudio, siendo un jeroglífico ubicado dentro de una cueva del sector uno de los más importantes.

El clima en ciertas épocas del año propicia que el lugar se encuentre nublado y lluvioso, lo que brinda a la atracción un aspecto misterioso propicio para la apreciación, disfrute y meditación espiritual de cada uno de los visitantes.

Por otra parte, el sector cuenta con diversos lugares para la pesca deportiva en la que los visitantes pueden llevar a cabo esta actividad de manera segura y sin ningún tipo de inconveniente, asimismo, la geografía rocosa del lugar permite ejecutar actividades extremas como el rapel.

Todas estas actividades brindadas a los turistas necesitan de la colaboración de la comunidad, puesto que las leyendas que se han tejido alrededor del bosque de piedras han sido transmitidas mediante la cultura oral de la región, haciendo obligatoria la participación de aquellos que cuentan con todo el acervo social y cultural de su propia tierra y que sobre todo han crecido en este contexto. En lo que respecta al rapel, para la parroquia puede convertirse en una atracción que genere grandes ingresos para los pobladores, ya que las condiciones físicas del lugar son propicias para este deporte, lo que puede hacer que los turistas lleguen en masa al lugar, generando un mercado laboral para satisfacer las necesidades de cada uno. Asimismo, la participación de la comunidad estará presente no solo en los guías y en los atractivos turísticos, sino en los servicios adicionales que pueda brindar, puesto que, se forma un ambiente de consumo en lo que respecta a tiendas, lugares de acogida, entre otros.

En este sentido, se busca incluir el talento humano de la comunidad, en especial, capacitar y reclutar a personas jóvenes en lo que respecta al senderismo, normativas de seguridad e infraestructura que permitan brindar condiciones óptimas al visitante, con una visión de calidad.

Tabla 23. Matriz del Tour Bosque de Piedras de la Parroquia la Asunción

Características		
Tiempo previsto del paquete	Día	Noche
Opción 1 (visitantes locales)	1 día	
Opción 2 (visitantes locales, nacionales, extranjeros)	1	2
Coste	\$200 dólares	
Tipo de aventura	Ciclismo	
Hoja de ruta-actividades		
Actividad	Vinculación comunidad	
Llegada a la Hostería	Acogida por un colaborador de la Hostería con un piqueo y bebida tradicional del sector (guarapo o mapa nagua)	
Alimentación	Completa por los días contemplados en cada opción	
	Platos típicos preparados por foráneos del sector, en donde se destaque el uso de los insumos naturales: sopas, caldos a base de maíz, machica y platos típicos como el cuy elaborados en carbón manteniendo las costumbres autóctonas.	
	Preparación de alimentos opcional/articulación de vivencia de cómo se preparan los alimentos	
Hospedaje	Viviendas del sector acopladas para los turistas	
	Alojamiento en la HAP identificadas con la infraestructura tradicional del sector, utilizando insumos propios de la zona	

Recorridos	Por los sitios emblemáticos del sector con un guía de la comunidad al bosque de piedras en donde se puede observar varios jeroglíficos
Artesanías	Comprar de productos autóctonos, observación de la elaboración
Actividades asociadas	Pesca deportiva
	Paseo a invernaderos
	Rapel
Transporte	Ida y vuelta (conforme opciones)
	A conveniencia según turista
Imagen de referencia	

5.2 TOUR PIEDRA TALLADA LA ASUNCIÓN

La piedra tallada es un atractivo turístico que se encuentra en el parque central de la parroquia la Asunción. Esta piedra ha estado presente en la región durante muchos años, y a pesar del cambio estructural que sufrió el parque, se ha conservado como uno de los símbolos icónicos del lugar.

En la piedra se puede evidenciar la intención del autor al plasmar el esfuerzo, la colaboración y la solidaridad de los pobladores con respecto al desarrollo de la parroquia.

Los grabados que se presentan en este monumento hacen referencia al trabajo, puesto que la representación expone una minga en la que se visualizan valores fundamentales del trabajo, las costumbres, tradiciones y sobre todo el trabajo sobre la tierra.

A más de la visita a la piedra tallada, se pueden realizar actividades complementarias como cabalgata, cuyos caballos serán suministrados por los pobladores de la región. Además, al ser la parroquia La Asunción una región dedicada en gran parte a la agricultura, y ganadería, existe la opción de realizar visitas a los invernaderos, en los que los turistas podrán tener contacto directo con los procesos que se ejecutan en esta actividad, desde la siembra hasta la cosecha de los productos que posteriormente serán comercializados.

En cuanto al turismo comunitario, la atracción tiene una ubicación estratégica, puesto que se encuentra en el parque central de la parroquia, siendo sus lugares aledaños los

generadores de comercio. Además, la parroquia La Asunción suele ser el centro de reuniones para los pobladores de parroquias contiguas más pequeñas. Ante esto, este atractivo pretende generar ingresos económicos directos a los comerciantes del sector, gracias a la constante visita de turistas y aficionados a la aventura. Asimismo, los productos que se obtengan mediante técnicas de cultivo puestas en práctica por los turistas, podrán ser adquiridos por los mismos, lo que permitirá generar un ingreso económico extra para los agricultores, y un vínculo social y afectivo entre el visitante y la comunidad.

No obstante, para la consecución de este objetivo, se deben realizar adecuaciones, sobre todo de infraestructura, con la finalidad de brindar a los visitantes un servicio de calidad que cuente con los estándares nacionales, lo que conllevará a la generación de más visitas en períodos cortos de tiempo, ofreciendo estabilidad a la economía local, mejoras en el bienestar de los pobladores y la garantía de empleo efectivo.

Tabla 24. *Matriz de actividades del tour a la Piedra Tallada*

Características		
Tiempo previsto del paquete	Día	Noche
Opción 1 (visitantes locales)	1 día	
Opción 2 (visitantes locales, nacionales, extranjeros)	2	3
Coste	\$300 dólares	
Tipo de aventura	Ciclismo	
Hoja de ruta-actividades		
Actividad	Vinculación comunidad	
Llegada a la Hostería	Acogida por un colaborador de la Hostería con un piqueo y bebida tradicional del sector (guarapo o mapa nagua)	
Alimentación	Completa por los días contemplados en cada opción	
	Platos típicos preparados por foráneos del sector, en donde se destaque el uso de los insumos naturales: sopas, caldos a base de maíz, machica y platos típicos como el cuy elaborados en carbón manteniendo las costumbres autóctonas.	
	Preparación de alimentos opcional/articulación de vivencia de cómo se preparan los alimentos	
Hospedaje	Viviendas del sector acopladas para los turistas	
	Alojamiento en la HAP identificadas con la infraestructura tradicional del sector, utilizando insumos propios de la zona	
Recorridos	Por los sitios emblemáticos del sector con un guía de la comunidad a la piedra tallada de la Asunción y se complementará con la visita al Bosque de Piedra	
Artesanías	Comprar de productos autóctonos, observación de la elaboración	
Actividades asociadas	Pesca deportiva	
	Paseo a invernaderos	
	Rapel	
	Columpio extremo	

	Cabalgata
Transporte	Ida y vuelta (conforme opciones)
	A conveniencia según turista
Imagen de referencia	

5.3 TOUR MIRADOR VIRGEN DE LA ASUNCIÓN

Gracias a diversos proyectos de mejora ejecutados en la parroquia La Asunción, se implementó diversos tipos de infraestructura como canchas deportivas, la restauración de la iglesia parroquial, la construcción de atractivos turísticos y fortalecimiento de los mismos.

No obstante, esto no podría lograrse sin la integración comunitaria a los diversos proyectos turísticos del GAD, que tienen por finalidad la transformación de la parroquia a una importante fuente de turismo para el Azuay gracias a la implementación de infraestructura de calidad y confort, y destacando los rasgos culturales y las políticas de cuidado del medio ambiente.

Entre los proyectos emblemáticos de la parroquia se encuentra el mirador de la “Virgen de la Asunción”, también conocido entre los habitantes como el mirador de “Mama Ashuca” ubicado en el cerro “San Alfonso”. Desde este mirador se puede ofrecer a los turistas una vista panorámica de los cantones aledaños como el de Girón, Santa Isabel, y sobre todo, la completitud del valle de Yunguilla. Como proyecto posterior, se ha planteado la elaboración y colocación de una réplica de la Virgen de la Asunción, puesto que, en este lugar se puede evidenciar un elevado grado de religiosidad y devoción por la patrona de la parroquia.

Gracias a la geografía del lugar, los turistas pueden realizar actividades complementarias a la vista al mirador como rapel, columpio extremo, cabalgata, camping y si es que la vista se realiza a inicios del mes de septiembre, se puede ser partícipe del

festival de cometas que organiza la comunidad. Cabe resaltar, que existen proyectos para implementar actividades de parapente cuyos equipos serán proporcionados por la junta parroquial.

Para la consecución del proyecto propuesto, se realizarán capacitaciones brindadas por expertos en la temática, con la finalidad de que aquellos que se encarguen de administrar las actividades, preparar a los turistas, garantizando la seguridad y calidad del servicio.

En este sentido, los servicios a ser brindados serán el transporte hasta la zona, la gestión de un seguro de accidentes, un botiquín que contenga lo necesario para atender emergencias, material técnico como cascos, arneses, guantes, entre otros, material técnico de vuelo, un piloto que tenga certificaciones en la actividad correspondiente y un experto en seguridad.

Ante todo esto, el mirador y las actividades complementarias que se pueden realizar en el tour tienen una fuerte conexión con la economía de la localidad, puesto que se está generando un amplio mercado de necesidades y de servicios por parte de los visitantes y de la comunidad, respectivamente. Lo que en condiciones óptimas, puede propiciar un desarrollo sustancial para la parroquia.

Tabla 25. *Matriz de actividades del tour al mirador de la Virgen de La Asunción*

Características		
Tiempo previsto del paquete	Día	Noche
Opción 1 (visitantes locales)	1 día	
Opción 2 (visitantes locales, nacionales, extranjeros)	3	4
Coste	\$350 dólares	
Tipo de aventura	Ciclismo de montaña-Senderismo	
Hoja de ruta-actividades		
Actividad	Vinculación comunidad	
Llegada a la Hostería	Acogida por un colaborador de la Hostería con un piqueo y bebida tradicional del sector (guarapo o mapa nagua)	
Alimentación	Completa por los días contemplados en cada opción	
	Platos típicos preparados por foráneos del sector, en donde se destaque el uso de los insumos naturales: sopas, caldos a base de maíz, machica y platos típicos como el cuy elaborados en carbón manteniendo las costumbres autóctonas.	

	Preparación de alimentos opcional/articulación de vivencia de cómo se preparan los alimentos
Hospedaje	Viviendas del sector acopladas para los turistas
	Alojamiento en la HAP identificadas con la infraestructura tradicional del sector, utilizando insumos propios de la zona
Recorridos	Por los sitios emblemáticos del sector con un guía de la comunidad al cerro San Alfonso
Artesanías	Comprar de productos autóctonos, observación de la elaboración
Actividades asociadas	Pesca deportiva
	Paseo a invernaderos
	Rapel
	Columpio extremo
	Cabalgata
	Camping
Transporte	Ida y vuelta (conforme opciones)
	A conveniencia según turista
Imagen de referencia	

5.4 TOUR MOLIENDAS LENTAG

Gracias a la ubicación con la que cuenta Lentag y en general el Valle de Yunguilla, la caña de azúcar se ha convertido en uno de los principales productos agrícolas de la zona, puesto que, debido a las condiciones ambientales, la planta puede crecer con atributos de calidad que no se propician de la misma forma en otras regiones del Azuay. Este hecho ha colocado al cantón Girón como una de las regiones con mayor extensión de cultivos y producción de aguardiente, miel y panela basados en la caña de azúcar.

Uno de los productos que más se degusta en la zona es el Mapanagua, el cual es una bebida compuesta por jugo de caña obtenido de la planta gracias a una máquina llamada trapiche y que recibe el nombre de Guarapo, y que es mezclado con aguardiente de caña llamado por los pobladores como “punta”. En ocasiones se lo puede tomar con limón y hielo.

Además de poder degustar esta bebida tradicional de la zona, el tour se enfoca en que el turista pueda observar el proceso de cerca, desde la extracción del jugo de caña, hasta los procesos artesanales empleados en la fabricación del aguardiente, llegándose a obtener el producto final.

Uno de los actores comunitarios con el que se desea contar para este Tour es el señor Lauro Tacuri, quien ha mostrado una gran predisposición para que los turistas que lleguen a la hostería y quieran acceder a este tour pueda entrar a la fábrica artesanal de Mapanagua y degustar los productos inmediatamente a la finalización del proceso. Además, en la región se realiza el festival de la caña cada mes de agosto en la parroquia Abdón Calderón, festividad que lleva más de 40 años de tradición.

Por otra parte, la caña de azúcar no es el único atractivo de la zona, ya que en esta región las actividades comerciales se diversifican hacia la ganadería y la producción de leche de vaca. Particularmente la fábrica de procesamiento de derivados de la leche del señor Jacinto Oleas dedicada a la fabricación de quesos ahumados con especias, queso mozzarella, yogurt y dulce de leche. Este es otro de los elementos turísticos que pudiesen resultar interesante para los visitantes, debido a que podrán conocer los procesos biológicos y químicos con los que se transforma la leche en otros productos, desde que se ordeña la vaca hasta el final de la cadena, teniendo como atractivo particular que los turistas podrán realizar el proceso por su cuenta.

Finalmente, en la Hostería Aventura Park, se realizó el sembrío de mora y fresas que cuenta con una extensión de más dos hectáreas, cuyos cultivos estarán listos para la cosecha cada seis meses. En este sentido, se plantea la degustación de estos frutos dulces y la recolección por parte de los visitantes, así como la elaboración de mermeladas, jugos, helados y licor.

De esta forma, se puede evidenciar que la propuesta en esta región incluye a los principales actores comerciales, considerando que, en las fábricas y en los sembríos, se encuentra laborando gran parte de la comunidad.

Tabla 26. *Matriz de actividades del tour a Lentag*

Características		
Tiempo previsto del paquete	Día	Noche
Opción 1 (visitantes locales)	1 día	
Opción 2 (visitantes locales, nacionales, extranjeros)	4	5
Coste	\$400 dólares	
Tipo de aventura	Ciclismo	
Hoja de ruta-actividades		
Actividad	Vinculación comunidad	
Llegada a la Hostería	Acogida por un colaborador de la Hostería con un piqueo y bebida tradicional del sector (guarapo o mapa nagua)	
Alimentación	Completa por los días contemplados en cada opción	
	Platos típicos preparados por foráneos del sector, en donde se destaque el uso de los insumos naturales: sopas, caldos a base de maíz, machica y platos típicos como el cuy elaborados en carbón manteniendo las costumbres autóctonas.	
	Preparación de alimentos opcional/articulación de vivencia de cómo se preparan los alimentos	
Hospedaje	Viviendas del sector acopladas para los turistas	
	Alojamiento en la HAP identificadas con la infraestructura tradicional del sector, utilizando insumos propios de la zona	
Recorridos	Por los sitios emblemáticos del sector con un guía de la comunidad a las moliendas del sector	
Artesanías	Comprar de productos autóctonos, observación de la elaboración	
Actividades asociadas	Pesca deportiva	
	Paseo en botes	
	Paseo a invernaderos	
	Rapel	
	Columpio extremo	
	Cabalgata	
	Camping	
Transporte	Ida y vuelta (conforme opciones)	
	A conveniencia según turista	
Imagen referencia de		

5.5 TOUR CERRO FASANA-SAN PABLO

El cerro Fasana-San Pablo se encuentra ubicado la parroquia San Gerardo perteneciente al cantón Girón. Uno de los principales atractivos turísticos de esta región es su mirador Fasana, cuyo nombre proviene de la cultura Cañari, significando refugio o cumbre. Desde este punto se puede obtener una vista panorámica de cerros aledaños como el San Gerardo. Estos cerros tienen la particularidad de haber sido formados por rocas volcánicas.

El acceso al cerro puede ser realizado solo a través de la caminata, lo que propicia que las principales actividades turísticas en la región sean el camping, la cabalgata, senderismo e incluso ciclismo de montaña.

Esto vincula directamente a las comunidades que forman parte de esta región, puesto que, para efectuar caminatas y senderismo de una forma segura y que no represente riesgos para los visitantes, las comunidades y el medio ambiente, se hace necesario que todo tipo de acción llevada a cabo se encuentre mediada por un guía que tenga un conocimiento óptimo de los caminos, la región, la geografía y los riesgos ambientales que se puedan presentar para el turista. Esto generará de manera eficaz empleo, mejoras en la infraestructura de las comunidades, debido a la necesidad de brindar albergue a los visitantes, la implementación de comercios dedicados al alquiler y venta de equipos para ciclismo de montaña, senderismo y camping, así como servicios de alimentación, vestimenta, artesanías y muestras culturales referidas a la tradición propia del sector.

Tabla 27. Matriz de actividades del tour al Cerro Fasana-San Pablo

Características		
Tiempo previsto del paquete	Día	Noche
Opción 1 (visitantes locales)	1 día	
Opción 2 (visitantes locales, nacionales, extranjeros)	4	5
Coste	\$400 dólares	
Tipo de aventura	Ciclismo de montaña-senderismo-cabalgata	
Hoja de ruta-actividades		
Actividad	Vinculación comunidad	
Llegada a la Hostería	Acogida por un colaborador de la Hostería con un piqueo y bebida tradicional del sector (guarapo o mapa nagua)	
Alimentación	Completa por los días contemplados en cada opción	

	Platos típicos preparados por foráneos del sector, en donde se destaque el uso de los insumos naturales: sopas, caldos a base de maíz, machica y platos típicos como el cuy elaborados en carbón manteniendo las costumbres autóctonas. Preparación de alimentos opcional/articulación de vivencia de cómo se preparan los alimentos
Hospedaje	Viviendas del sector acopladas para los turistas Alojamiento en la HAP identificadas con la infraestructura tradicional del sector, utilizando insumos propios de la zona
Recorridos	Por los sitios emblemáticos del sector con un guía de la comunidad al cerro Fasana
Artesanías	Comprar de productos autóctonos, observación de la elaboración
Actividades asociadas	Pesca deportiva
	Paseo en botes
	Paseo a invernaderos
	Rapel
	Columpio extremo
	Cabalgata
Transporte	Ida y vuelta (conforme opciones) A conveniencia según turista
Imagen de referencia	

Con referencia a los paquetes turísticos establecidos, se muestra el resumen de los precios establecidos

Tabla 28. Resumen de precios paquetes turísticos referenciales más hospedaje y alimentación

Tour	Precios
TOUR BOSQUE DE PIEDRAS-PARROQUIA LA ASUNCIÓN	\$200
TOUR PIEDRA TALLADA LA ASUNCIÓN	\$300
TOUR MIRADOR VIRGEN DE LA ASUNCIÓN	\$350
TOUR MOLIENDAS LENTAG	\$400
TOUR CERRO FASANA-SAN PABLO	\$400

Actividades contempladas dentro de los tours.

Entre los productos y servicios turísticos existentes y que se modificarán los atributos están:

Actividades	Descripción
Senderismo Actividad deportiva o turística que consiste en recorrer a pie rutas o senderos por el campo o la montaña.	
Botes Actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente.	
Cabalgata Excursión a caballo, cuyo propósito principal es convivir con la naturaleza.	
Canopy Objetivo principal, deslizarse de un punto a otro mediante cables horizontales, vivir la sensación de volar.	

Figura 3. Actividades a mejorar HAP

Como se puede observar, la Hostería Aventura Park posee una considerable diversidad de paquetes turísticos, lo cuales deben ser vinculados con las comunidades en las que se realizan, puesto que se puede mejorar las actividades a través de los aspectos culturales, religiosos y arqueológicos propios de cada región, tomando en cuenta el tipo de actividad, el servicio que se incorporará es:

Actividades a incorporar	Descripción
<p>Ciclismo de Montaña</p> <p>Circuitos naturales a través de bosques por caminos angostos, cuestas empinadas y descensos rápidos.</p>	
<p>Pesca Deportiva</p> <p>Actividad de realizar a nivel personal o en equipo de personas por ocio o por competencia.</p>	
<p>Paseo a invernaderos</p> <p>Aprovecha el efecto producido por la radiación solar, para conocer las diferentes tipos de plantas.</p>	
<p>Rapel</p> <p>Sistema de descenso por superficies verticales, utilizado en lugares donde descender es complicado.</p>	
<p>Columpio extremo</p> <p>Colgando de una casa de árbol, cuya sensación es de saltar hacia el vacío.</p>	
<p>Camping</p> <p>Actividad que consiste en acampar en este lugar o en otros no acondicionados sobre la naturaleza.</p>	
<p>Parapente</p> <p>Actividad cuya sensación es de volar, ayudado de un globo que genera estabilidad en el aire.</p>	

Figura 4. Actividades a implementar dentro de los Tour en la HAP.

Como se observa en la Figura 4, son las actividades a incorporar dentro de los paquetes de los Tour, las mismas que serán implementadas para garantizar un espacio recreativo familiar, para todas las edades, con la finalidad de satisfacer a los potenciales clientes locales y extranjeros, ganar su fidelidad y atraer nuevos nichos de mercados, asegurando un servicio confiable, seguro y divertido para todo miembro que visite las instalaciones de la Hostería Aventura Park.

CAPÍTULO 6: Evaluación Financiera

6.1. Plan económico – financiero

6.1.1. Inversión inicial

Una vez determinado cada uno de los insumos y su coste, se determinó que la inversión inicial asciende a \$365.217,59 dólares, del cual 99,47% corresponde a activo circulante; 0,42% a los activos fijos y 0,11% a los diferidos.

Tabla 29. *Inversión Total*

	Inversión Total	% de participación
Activo Fijo	\$1.550,00	0,65%
Activo Diferido	\$400,00	0,17%
Activo Circulante	\$236.183,08	99,18%
Total	\$238.133,08	100%

En la Tabla 30, se muestra la estructura de la inversión distribuida entre los activos, de los cuales el 60% de la inversión total será financiado por la Hostería Aventura Park y el 40% con crédito externo.

Tabla 30. Estructura de la inversión

Inversión de recursos		Recursos propios		Crédito externo	
Detalle	Valor	Porcentaje de aporte	Cantidad	Porcentaje de aporte	Cantidad
Infraestructura (plataforma web)	\$350,00	0,8	\$280,00	0,2	\$70,00
Muebles y enseres	\$100,00	1	\$100,00	0	\$0,00
Equipo de computación	\$1.100,00	0,8	\$880,00	0,2	\$220,00
Activos intangibles	\$400,00	1	\$400,00	0	\$0,00
Capital de trabajo	\$236.183,08	0,2	\$47.236,62	0,8	\$188.946,46
Total	\$238.133,08	0,60	\$142.879,85	0,40	\$95.253,23

6.1.2. Costes de producción

El 60% de la inversión se desembolsará de la HAP; o sea, \$142.879,85 dólares; mientras que el 40% se financiará a través de la institución financiera BanEcuador, entidad que dentro de sus créditos oferta tasas atractivas; para el estudio, la cantidad \$95.253,23 se trabajará con una tasa efectiva del 15% a un plazo de tres años.

Tabla 31. Estructura de financiamiento

Financiamiento	
Recursos propios	\$142.879,85
Crédito externo	\$95.253,23
Total Capital	\$238.133,08

El cálculo de la amortización se realizó a través del método de cuota fija, tasa del 15% a tres años plazo de forma semestral.

Tabla 32. Amortizaciones crédito externo

Tabla de Amortización Cuota Fija				
N° Cuota	Valor Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				\$95.253
1	\$20.131	\$6.894	\$13.236	\$82.017
2	\$20.131	\$5.936	\$14.194	\$67.822
3	\$20.131	\$4.909	\$15.222	\$52.601
4	\$20.131	\$3.807	\$16.324	\$36.277
5	\$20.131	\$2.626	\$17.505	\$18.772
6	\$20.131	\$1.359	\$18.772	\$0

6.2. Rentabilidad del proyecto

Costos Totales

Para el cálculo de la rentabilidad del proyecto, se determinó la estimación de costos a 5 años, partiendo de tomar en cuenta el periodo para la valoración de la factibilidad del negocio. Al respecto, la proyección se realizó con base a la inflación presentada en el año 2017, emitida por el Banco Central del Ecuador, que fue de 5,01%

Tabla 33. *Costes Totales proyectados*

Costos Totales HAP						
Costos Directos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$215.771,66	\$226.581,82	\$237.933,57	\$249.854,05	\$262.371,73	\$275.516,56
Materia Prima Indirecta	\$3.476,25	\$3.650,41	\$3.833,30	\$4.025,35	\$4.227,02	\$4.438,79
Mano de Obra Directa (MOD)	\$9.264,00	\$9.728,13	\$10.215,51	\$10.727,30	\$11.264,74	\$11.829,10
Costo Indirecto de Fabricación	\$770,16	\$808,75	\$849,26	\$891,81	\$936,49	\$983,41
Seguros	\$120,00	\$126,01	\$132,33	\$138,95	\$145,92	\$153,23
Total depreciación	\$120,00	\$126,01	\$132,33	\$138,95	\$145,92	\$153,23
Total amortización	\$160,00	\$168,02	\$176,43	\$185,27	\$194,56	\$204,30
Total costos SERVICIOS	\$229.682,08	\$241.189,15	\$253.272,73	\$265.961,69	\$279.286,37	\$293.278,62
Gastos administrativos	\$4.800,00	\$5.040,48	\$5.293,01	\$5.558,19	\$5.836,65	\$6.129,07
Gastos de ventas	\$1.981,00	\$2.080,25	\$2.184,47	\$2.293,91	\$2.408,84	\$2.529,52
Gastos financieros (interés)	\$12.830,91	\$8.716,29	\$3.984,49			
Total Costos	\$236.463,08	\$248.309,88	\$260.750,20	\$273.813,79	\$287.531,86	\$301.937,20

Precio de venta al público

Una vez que se han elaborado los costes totales, además de la capacidad instalada, se obtuvieron los precios referenciales para cada paquete ofrecido por la Hostería, considerando un margen de utilidad del 30% para el tour de bosque de piedras, tour piedra tallada y tour molindas; 40% para tour mirador y tour cerros; con un incremento proporcional del 5% para los años subsiguientes.

Tabla 34. *PVP por servicio*

Precio de venta			
Servicios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tour Bosque de Piedras	695	\$63	\$43.479
Tour Piedra Tallada	695	\$63	\$43.479
Tour Mirador	2.220	\$65	\$144.166
Tour Molindas	1.086	\$63	\$67.888
Tour Cerros	2.220	\$65	\$144.166
Total	6.916		\$443.178

Ingresos totales por servicio

Tabla 35. *Ingresos anuales por Tour Bosque de Piedras*

Ingresos proyectados por servicio: Tour Bosque de Piedras						
Ingresos proyectados	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Totales	\$33.445,15	\$35.120,75	\$36.880,30	\$38.728,00	\$40.668,28	\$42.705,76
Capacidad Utilizada: Tour Bosque de Piedras	695	730	767	805	845	888
Costo Unitario	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
Precio de venta	\$63	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65
Ingresos Anuales	\$43.479	\$47.413	\$49.788	\$52.283	\$54.902	\$57.653

Tabla 36. *Ingresos anuales por Tour Piedra tallada*

Ingresos proyectados por servicio: Tour Piedra Tallada						
Ingresos proyectados	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Totales	\$33.445,15	\$35.120,75	\$36.880,30	\$38.728,00	\$40.668,28	\$42.705,76
Capacidad Utilizada: Tour Piedra Tallada	695	730	767	805	845	888
Costo Unitario	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
Precio de venta	\$63	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65
Ingresos Anuales	\$43.479	\$47.413	\$49.788	\$52.283	\$54.902	\$57.653

Tabla 37. *Ingresos anuales por Tour Mirador*

Ingresos proyectados por servicio: Tour Mirador						
Ingresos proyectados	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Totales	\$106.789,78	\$112.139,94	\$117.758,16	\$123.657,84	\$129.853,10	\$136.358,74
Capacidad Utilizada: Tour Mirador	2.220	2.331	2.448	2.571	2.699	2.835
Costo Unitario	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
Precio de venta	\$65	\$67	\$67	\$67	\$70	\$70
Ingresos Anuales	\$144.166	\$156.996	\$164.861	\$173.121	\$188.287	\$197.720

Tabla 38. *Ingresos anuales Tour Moliendas*

Ingresos proyectados por servicio: Tour Moliendas						
Ingresos proyectados	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Totales	\$52.221	\$54.838	\$57.585	\$60.470	\$63.500	\$66.681
Capacidad Utilizada: Tour Moliendas	1.086	1.140	1.197	1.257	1.320	1.386
Costo Unitario	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
Precio de venta	\$63	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65
Ingresos Anuales	\$67.888	\$74.031	\$77.740	\$81.635	\$85.724	\$90.019

Tabla 39. Ingresos anuales Tour Cerros

Ingresos proyectados por servicio: Tour Cerros						
Ingresos proyectados	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Totales	\$106.789,78	\$112.139,94	\$117.758,16	\$123.657,84	\$129.853,10	\$136.358,74
Capacidad Utilizada: Tour Cerros	2.220	2.331	2.448	2.571	2.699	2.835
Costo Unitario	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
Precio de venta	\$65	\$67	\$67	\$67	\$67	\$67
Ingresos Anuales	\$144.166	\$156.996	\$164.861	\$173.121	\$181.794	\$190.902

Tabla 40. Resumen ingresos totales

INGRESOS TOTALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Anuales Tour Bosque de Piedras	\$43.479	\$47.413	\$49.788	\$52.283	\$54.902	\$57.653
Ingresos Piedra Tallada	\$43.479	\$47.413	\$49.788	\$52.283	\$54.902	\$57.653
Ingresos Tour Mirador	\$144.166	\$156.996	\$164.861	\$173.121	\$188.287	\$197.720
Ingresos Tour Moliendas	\$67.888	\$74.031	\$77.740	\$81.635	\$85.724	\$90.019
Ingresos Tour Cerros	\$144.166	\$156.996	\$164.861	\$173.121	\$181.794	\$190.902
TOTAL	\$443.178	\$482.849	\$507.039	\$532.442	\$565.610	\$593.947

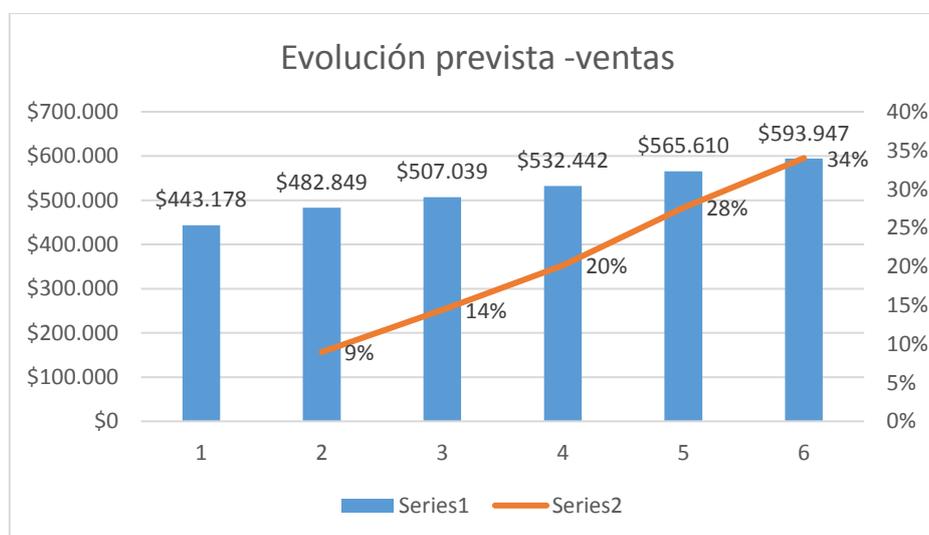


Gráfico 29: Evolución venta de servicios turísticos

Como se muestra en el Gráfico 29, la Hostería Aventura Park contará con un escenario positivo para los cinco años previstos en el análisis del proyecto, en el cual se aumentarán las ventas aportando un margen de ganancia para los involucrados; no obstante, el escenario también depende de las condiciones socioeconómicas del entorno y de la gestión con los comuneros para poner en marcha el turismo comunitario en el Valle de Yunguilla.

6.3. Estado de Resultados

Tabla 41. *Estado de Resultados*

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$443.178	\$482.849	\$507.039	\$532.442	\$565.610	\$593.947
(-) Costo Total	\$236.463	\$248.310	\$260.750	\$273.814	\$287.532	\$301.937
Utilidad Bruta	\$206.714	\$234.539	\$246.289	\$258.628	\$278.078	\$292.010
Gastos Administrativos	\$4.800	\$5.040	\$5.293	\$5.558	\$5.837	\$6.129
Gastos de ventas	\$1.981	\$2.080	\$2.184	\$2.294	\$2.409	\$2.530
Utilidad Operacional	\$199.933	\$227.418	\$238.812	\$250.776	\$269.833	\$283.351
Gasto Financiero	\$12.831	\$8.716	\$3.984	\$0	\$0	\$0
Utilidad antes de reparto	\$187.103	\$218.702	\$234.827	\$250.776	\$269.833	\$283.351
15% Reparto Trabajador	\$28.065	\$32.805	\$35.224	\$37.616	\$40.475	\$42.503
Utilidad Antes de Impuestos	\$159.037	\$185.897	\$199.603	\$213.160	\$229.358	\$240.849
22% Impuesto Renta	\$34.988	\$40.897	\$43.913	\$46.895	\$50.459	\$52.987
Utilidad Neta	\$124.049	\$144.999	\$155.690	\$166.265	\$178.899	\$187.862

La evaluación del balance de resultados se realizó con base a los ingresos y costes totales. En la Tabla 42 se muestra que el ingreso menos el costo total genera una utilidad bruta de \$206.714 para el año base. Respecto a los gastos administrativos que asocian las remuneraciones de los trabajadores y gastos de ventas, se identificó la utilidad operacional de \$199.933 a la cual se resta los gastos financieros generados por el crédito externo, 15% de utilidades para el colaborador y el 12% del pago de impuestos. Con ello, el total de la utilidad se estima de \$124.049 con relación al primer año de operaciones.

Punto de Equilibrio

Para el análisis del punto de equilibrio se identificó los elementos necesarios para el cálculo, los cuales se muestran en la Tabla 43.

Tabla 42. *Elementos para cálculo del PE*

PE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$443.178	\$482.849	\$507.039	\$532.442	\$565.610	\$593.947
Costo	\$236.463	\$248.310	\$260.750	\$273.814	\$287.532	\$301.937
Margen	\$206.714	\$234.539	\$246.289	\$258.628	\$278.078	\$292.010
Margen de ventas	47%	49%	49%	49%	49%	49%
Costos fijos	\$770	\$809	\$849	\$892	\$936	\$983
Rentabilidad	\$1.651	\$1.665	\$1.748	\$1.836	\$1.905	\$2.000

Tabla 43. Variables para el cálculo del PE

Servicio	Ingresos Anuales Tour Bosque de Piedras	Ingresos Piedra Tallada	Ingresos Tour Mirador	Ingresos Tour Moliendas	Ingresos Tour Cerros
PVP	\$63	\$63	\$65	\$63	\$65
CV	\$48	\$48	\$48	\$48	\$48
CFT	\$4.730	\$4.730	\$15.104	\$7.386	\$15.104
PE	328	328	897	512	897

Considerando los datos anteriores, el cálculo se lo realiza con la siguiente expresión matemática:

$$PE = \frac{CFT}{P-CV}$$

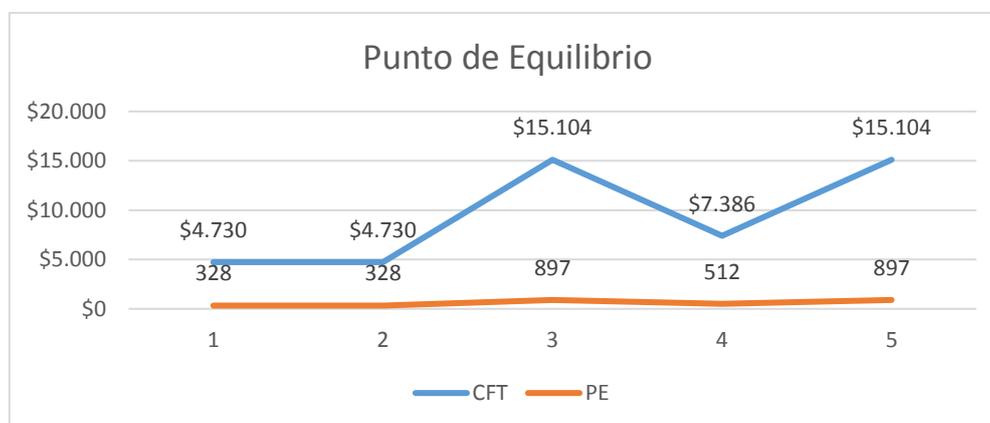


Gráfico 30: Punto de equilibrio

El Gráfico 30 muestra que es necesario contar con 328 paquetes turísticos para que la Hostería Aventura Park ni gane ni pierda.

6.3.1. Flujo de caja

Definidos los cálculos para los ingresos y costes, se procedió analizar la rentabilidad del proyecto, a través de la determinación de los flujos de caja que se muestran en la Tabla 45.

Tabla 44. Flujo de caja

Flujo de Caja						
Año	0	1	2	3	4	5
Inversión	-\$238.133					
Capital de Trabajo		-\$236.183				
Ingresos		\$482.849	\$507.039	\$532.442	\$565.610	\$593.947
Costo Total		-\$248.310	-\$260.750	-\$273.814	-\$287.532	-\$301.937
Impuesto a Utilidades		-\$40.897	-\$43.913	-\$46.895	-\$50.459	-\$52.987
Valor desecho						\$120
Flujo Neto	-\$238.133	-\$42.541	\$202.377	\$211.733	\$227.620	\$239.143

El flujo de caja muestra la liquidez de la Hostería Aventura Park, siendo información clave para establecer las condiciones de compra de mercadería. Adicional, la liquidez de la empresa ayuda a conocer si es posible cubrir el pasivo o deudas externas a la fecha de vencimiento.

6.3.2. Indicadores Financieros

El VAN es interpretado como el total de recursos que percibirá la empresa al final de su vida útil. Por lo tanto, sí el VAN es mayor a cero significa que la inversión es rentable; de lo contrario, el proyecto no es conveniente. En el caso el VAN del proyecto es de \$24.635 lo que significa que la ejecución del proyecto es viable.

Por otra parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) determina que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión; y, es interpretada de la siguiente forma:

- a) Sí la $TIR >$ tasa del costo del capital: proyecto aceptable.
- b) Sí la $TIR =$ tasa del costo del capital: proyecto indiferente.
- c) Sí la $TIR <$ tasa del costo del capital: se rechaza el proyecto

En la Tabla 46 se muestra que la TIR es de 0,43 superior a la tasa de costo de capital del 0,16; por lo que se infiere que el proyecto es aceptable

Tabla 45. *Indicadores financieros*

Indicadores Financieros	
Valor Actual Neto	\$24.635
Tasa Ponderada	0,16
Tasa Interna de Retorno TIR	0,43
Inversión	238.133,08

Conclusiones

Con respecto a la propuesta de turismo comunitario en el Valle de Yunguilla, luego del análisis respectivo se llegó a las siguientes conclusiones:

- La Hostería Aventura Park, dispone de la infraestructura necesaria para aportar al crecimiento turístico del sector, no obstante, es necesario articular acciones conjuntas para vincular a las entidades estatales y al resto de operadores turísticos del sector. Con ello, estar atento de la competencia y generar ventajas competitivas conjuntas y aprovechar los atractivos que tiene la zona.
- El estudio de mercado permitió establecer la demanda potencial para las actividades turísticas de aventura teniendo como base el aporte de la comunidad a través de guías turísticos y alojamiento. En este sentido, el estudio de campo evidenció que el 71,01% estaría dispuesto acceder a actividades recreativas de aventuras en el valle de Yunguilla, así pues desde el punto de vista comercial es una oferta innovadora que el mercado objetivo estaría de acuerdo en adquirirlo, considerando que actualmente el turismo comunitario ha ganado espacio y muestra una tendencia positiva en los consumidores
- Para llevar a cabo el proyecto, se requiere un monto de \$238.133 y el primer año de operación se espera un ingreso de \$199.933 con una utilidad neta de \$124.049 dólares una vez descontados los gastos.
- Se realizó una proyección de ingresos y la estimación de la utilidad neta, observando resultados positivos para la Hostería Aventura Park, puesto que los montos generan un margen de utilidad aceptable para este tipo de emprendimientos.
- La factibilidad se validó a través de indicadores financieros con base al Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) que evidencian la posibilidad de invertir en el negocio, teniendo un VAN de \$24.635 y una TIR superior al costo de capital de 0,43%

Recomendaciones

- Se exhorta a la Hostería Aventura Park realizar el seguimiento de las actividades financieras que genera la actividad turística comunitaria para establecer decisiones estratégicas adecuadas para aprovechar los aspectos positivos que tiene este tipo de emprendimientos y a favor de qué se tenga un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales, religiosos y arqueológicos del sector.
- Gestionar capacitaciones continuas con la comunidad para dar a conocer los beneficios que trae consigo el turismo rural, asimismo vincular a las entidades estatales y privadas en el fortalecimiento de las actividades de aventura del sector.
- Tomando en cuenta las tendencias actuales del crecimiento del turismo comunitario, muchas personas no conocen esta actividad, por tal motivo se recomienda implementar campañas de socialización masiva para que la gente se empodere del turismo rural y acceda a los servicios que ofrece la Hostería Aventura Park.

Referencias

- ActualidadRTWISI. (11 de noviembre de 2016). <https://actualidad.rt.com>. Obtenido de <https://actualidad.rt.com>: <https://actualidad.rt.com/actualidad/224706-pais-seguro-america-latina-indice>
- Alvear, A., Quishpe, C., & Enríquez, D. (2016). Turismo Comunitario como alternativa de desarrollo en la comunidad. *Revista Publicando*, 203-219.
- André, J. (2000). Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural. *Cuadernos de Turismo* , 45-59.
- Aventura Park. (08 de 08 de 2018). <https://www.facebook.com/aventuraparkhb/>. Obtenido de <https://www.facebook.com/aventuraparkhb/>: <https://www.facebook.com/aventuraparkhb/>
- Ballesteros, E., & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya Yala.
- Banco Central del Ecuador. (29 de junio de 2018). <https://www.bce.fin.ec>. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec>: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>
- BanEcuador. (agosto de 2018). <https://www.banecuador.fin.ec>. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec>: <https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2018/08/TasasAGOSTO-2018.pdf>
- Boullón, R., & Boullón, D. (2008). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cabarcos, N. (2006). Promoción y venta de servicios turísticos. *Comercialización de servicios turísticos*, 1.
- Caiza, R., y Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (4), 6-24.
- CEDATOS. (16 de agosto de 2018). <http://www.cedatos.com.ec>. Obtenido de <http://www.cedatos.com.ec>: http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=86
- CELAG. (18 de enero de 2018). <https://www.celag.org/>. Obtenido de <https://www.celag.org/la-revolucion-ciudadana-disputa/>

- Congreso Nacional. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de Turismo.gob: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Cortes, I., & Pulina, M. (2010). Turismo receptivo, económico y crecimiento a largo plazo. *Problemas actuales en el turismo*, 61-74.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas Rurales-Naturales*. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- Díaz Carrión, I. A. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5).
- Dritsakis, N. (2004). El turismo como factor de un largo camino de crecimiento económico . *Economía Turística*, 305-316.
- ecuadorencifras. (2012). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Verde_Urbano/Presentacion_Indice%20Verde%20Urbano%20-%202012.pdf
- ecuadorencifras. (2017). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf
- ecuadorencifras. (junio de 2018). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Junio-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2018.pdf
- ecuadorencifras. (marzo de 2018). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf
- El Tiempo. (3 de marzo de 2018). <https://www.eltiempo.com.ec/>. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/>:
<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/senescyt-impulsa-proyectos-de-investigacion-y-desarrollo-tecnologico>

- Fernández Robín, C., y Aqueveque Torres, C. (2011). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista colombiana de Marketing*, 2(2).
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 597-614.
- Gokovali, U., & Bahar, O. (2006). Contribución del turismo al crecimiento económico. *Anatolia: Revista Internacional de investigación turística y hospitalidad*, 155-167.
- GoRaymi. (2018). *GoRaymi: Turismo*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec#turismo>
- Guzmán, T., Borges, O., & Castillo, A. (2011). Desarrollo Económico Local y Turismo Comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Revista de Ciencias Sociales*, 432-446.
- Hostería lago de Cristal. (2018). <https://www.ecuador-turistico.com>. Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com>: <https://www.ecuador-turistico.com/2015/01/hosterias-turisticas-en-cuenca-hosteria-lago-de-crsital.html>
- Inostroza, G. (2018). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, (10), 77-90.
- Iturralde, M. Cejas, M. (2015). Turismo Comunitario. Visión Estratégica como perspectiva intercultural. *Revista ESPE*, 2 (149). doi:978-9942-765-20-8
- Juárez, J., & Ramírez, B. (2010). Turismo rural y desarrollo territorial en espacio indígenas de México. *Investigaciones Geográficas*, 189-208.
- López, Y. (2012). *Factibilidad de la realización de difusión audiovisual turística como promoción de las provincias del Ecuador en buses interprovinciales del Terminal Terrestre de Guayaquil Jaime Roldos Aguilera*.
- López-Guzmán, T., Borges, O., y Castillo Canalejo, A. M. (2011). Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo Un estudio de caso. *Omnia*. 17 (3).
- Márquez González, A. R., & Sánchez Crispín, Á. (. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. *Investigaciones geográficas*, (64), 134-152.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Política de Turismo del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo.

Ministerio de Turismo. (04 de agosto de 2018). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec>: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>

Ministerio de Turismo. (18 de agosto de 2018). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/INDICADORES_TURISTICOS-JUNIO2018.pdf

Ministerio del Interior. (16 de agosto de 2018). <http://cifras.ministeriodelinterior.gob.ec/>. Obtenido de <http://cifras.ministeriodelinterior.gob.ec/>: <http://cifras.ministeriodelinterior.gob.ec/comisioncifras/inicio.php>

Moliner, T. M. A., y Cervera, T. A. (2004). Historia y teoría del marketing.

OMT. (07 de agosto de 2018). <http://media.unwto.org>. Obtenido de <http://media.unwto.org>: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial de Turismo. (12 de mayo de 2017). <http://biodiv.unwto.org/es>. Obtenido de <http://biodiv.unwto.org/es>: <http://biodiv.unwto.org/es>

Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas*, 1-13.

San Martín, J. (2013). Relaciones interpersonales en el contexto turístico. 1(20).

SENPLADES. (2017-2021). Plan Nacional de Desarrollo.

Apéndice

Apéndice 1: Formato de encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

ENCUESTA PÚBLICO EN GENERAL

Con el propósito de obtener información primaria que permita orientar el desarrollo del trabajo de titulación, Propuesta de Producto turístico-comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay, solicito de la manera más comedida responda al siguiente cuestionario, información que se utilizará para fines académicos, respetando los criterios éticos y de confidencialidad de los participantes.

Datos Generales:

Sexo:		Edad	
Masculino	Femenino		
Procedencia:		Región Sierra	
		Región Costa	
		Región Oriente	
		Región Insular	
		Extranjero	
Ocupación		Profesional	
		Comerciante	
		Empleado público	
		Empleado privado	
		Otro:	

1.- ¿Visita lugares turísticos en el Valle de Yunguilla?

Sí	
No	
Algunas veces	

2.- ¿Conoce la alternativa de turismo de aventura en la provincia de Azuay?

Si	
No	

¿Qué conoce? _____

3.- ¿Ha escuchado, qué es el turismo comunitario?

Mucho	
Algo	
Poco	
Nada	

Si la respuesta es afirmativa, ¿Qué conoce? _____

4.- ¿Con que frecuencia Visita el Valle de Yunguilla?

Mucho	
Algo	
Poco	
Nada	

5.- ¿Le gusta las actividades al aire libre?

Mucho	
Algo	
Poco	
Nada	

6.- ¿Conoce la Hostería Aventura Park del cantón Girón?

Sí	
No	

7.- ¿Le gustaría experimentar y conocer más sobre las costumbres del valle de Yunguilla?

Mucho	
Algo	
Poco	
Nada	

8.- ¿Qué actividades de aventura le gustaría realizar con la comunidad del sector?

Cabalgata	
Senderismo	
Botes	
Canopy	
Ciclismo de montaña	
Otros	

9.- Considerando las siguientes opciones, ¿Cuál es el servicio en orden de importancia que le gustaría recibir de la comunidad? Siendo 0= más importante; 1=algo importante; 2=poco importante; y 3= nada importante

Alternativas	0	1	2	3
Guías de turismo local				
Hosterías				
Alojamiento				
Tienda comunitaria (sovenir)				

10.- ¿Según su criterio, qué tiempo le gustaría permanecer realizando este tipo de actividades?

De 0- 1 día	
De 2- 5 días	
Más de 5 días	

11.- ¿Cuáles son los costos que estaría dispuesto a pagar por un producto o servicio de turismo de aventura?

De \$30- \$50 dólares	
De \$51 a \$75 dólares	
De \$76 a \$100 dólares	
Más de \$100 dólares	

Gracias por su atención



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

**ENTREVISTA REPRESENTANTE GAD PARROQUIAL-TURISMO
COMUNITARIO**

Con el propósito de obtener información primaria que permita orientar el desarrollo del trabajo de titulación, Propuesta de Producto turístico-comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay, solicito de la manera más comedida responda las siguientes preguntas, información que se utilizará para fines académicos, respetando los criterios éticos y de confidencialidad de los participantes.

Preguntas:

- 1.- ¿Cuál es la función que usted desempeña en la institución?
- 2.- ¿La entidad dispone de planes de fortalecimiento del turismo comunitario?
- 3.- ¿El turismo comunitario, con base a su experiencia aporta al desarrollo económico del sector?
- 4.- ¿La comunidad estaría dispuesta a ser parte de un producto o servicio comunitario de aventura en el sector?
- 5.- ¿Qué actividades cree usted que se podrían crear, ampliar o fortalecer para el turismo de aventura en la parroquia La Asunción?

Gracias por su colaboración

Apéndice 3: Presupuesto

Presupuesto

Con los detalles descritos, se plantea un presupuesto referencial para la campaña publicitaria que gestionará la Hostería Aventura Park:

Presupuesto referencial campaña publicitaria

Descripción publicidad	Periodo	Precio Unitario	Precio Total
Estructuración página web	1 mes	\$350	\$350
Articulación fan page y difusión por redes sociales	1 año	\$16	\$192
Publicidad prensa	dos veces al mes por un trimestre	\$83	\$249
Publicidad en revista turística	1 promoción	\$120	\$120
Volantes	1 lote	\$80	\$80
Publicidad televisiva	semestral	\$85	\$510
Publicidad radial	mensual por un año	\$40	\$480
Total			\$1.981



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Montenegro Córdova, Johana Margeory**, con C.C: # 1104054679 autora del trabajo de titulación: **Propuesta de Producto Turístico-Comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2018

Montenegro Córdova, Johana Margeory

C.C: 1104054679



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de Producto Turístico-Comunitario para la Hostería Aventura Park de la parroquia La Asunción, Cantón Girón, Provincia de Azuay		
AUTOR(ES)	Montenegro Córdova, Johana Margeory		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Alfonso Sánchez Macías, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de Septiembre del 2018	No. DE PÁGINAS:	105
ÁREAS TEMÁTICAS:	Proyecto Sustentable Turístico Comunitario		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Turismo comunitario, rural, aventura, vinculación sociedad, factibilidad, La Asunción.		

RESUMEN/ABSTRACT :

La Hostería Aventura Park, con vinculación al turismo comunitario tiene como alternativa analizar la factibilidad de fortalecer las actividades de aventura en la comunidad del sector del valle de Yunguilla, razón, para ello, se realizó un estudio de mercado que evidencie la factibilidad de asociar tanto a la empresa pública como privada en la venta de servicios turísticos rurales en la parroquia La Asunción cantón Girón, provincia del Azuay, mediante nuevas políticas públicas, las cuales, fomentan recreaciones como: aspectos culturales, religiosos y arquitectónicos que se mantienen en el sector.

El estudio busca proponer un producto turístico-comunitario, brindando atención personalizada a través de tour comunitarios que den una alternativa de conocimiento y experiencias de aspectos ancestrales del sector, mediante un equipo de colaboradores de la zona que permita satisfacer las expectativas turísticas de los viajeros y locales. Se utilizó un análisis descriptivo, cualitativo y cuantitativo, en la cual, se aplicó una encuesta dirigida a las personas locales y que visitan su entorno.

El análisis financiero determinó una inversión de \$238.133,08 y en el primer año de operación un ingreso de \$199.933, una utilidad neta de \$124.049. La factibilidad se validó, teniendo un VAN de \$24.635 y una TIR significativa de 0,43%.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-072839292/ 0985786031	E-mail: mayura_ab@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049	
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	