



CARRERA GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**“Estudio de factibilidad para la implementación de un
Operador de Turismo especializado en turismo de salud y
bienestar en la ciudad de Quito”**

Tesis de grado previo a la obtención del título de Guía de Turismo

AUTOR: Franklin Stalin Benítez Alomoto
DIRECTOR: Msc. Daniela Ortega

D.M. de Quito, 06 de Enero de 2019

DEDICATORIA

A mi esposa y mis hijos, por haberme regalado parte de su tiempo para culminar la carrera, y desarrollar éste proyecto que va más allá de lo académico.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la vida, por colocarme en el momento preciso, en el sitio donde debía estar, para dar con mucho esfuerzo mis primeros pasos en el turismo y aprender con cariño sobre ésta industria y replantear desde ese momento un plan para mi vida profesional.

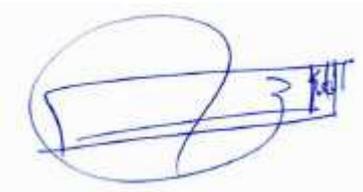
Extiendo profunda gratitud a mi esposa por ser paciente y apoyarme constantemente en el desarrollo y culminación de ésta carrera, de igual manera a mis hijos Sebastián y Lizbeth, que con su noble corazón aceptaron mi ausencia en las distintas actividades diarias y supieron comprender mi objetivo, ya que el cursar una carrera de tercer nivel de manera presencial conlleva la inversión de tiempo que muchas ocasiones consumían fines de semana y semanas completas fuera de mi hogar.

También debo agradecer a todos los docentes del Instituto con quienes cursé la carrera, por demostrar su profesionalismo, en especial el Lcdo. Juan Sigüenza no solo por el gran nivel como facilitador, sino por cultivar el amor al arte en quienes hemos tenido el privilegio de ser sus alumnos y compartir tiempo en las aulas y en los distintos tipos de actividades de campo. Así también a la Msc. Daniela Ortega por guiarme en el desarrollo del proyecto y motivarme a investigar aspectos importantes del presente documento, que sin duda eleva el nivel de conocimientos.

AUTORIA

Yo, Franklin Stalin Benítez Alomoto, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'F' and 'S' followed by the name 'Franklin Stalin Benítez Alomoto' written in a cursive script.

Franklin Stalin Benítez Alomoto

D. M. de Quito, 06 de Enero de 2019

MSC. DANIELA ORTEGA

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. Ortega', is positioned above the name of the signatory.

MSC. DANIELA ORTEGA

D. M. de Quito, 06 de Enero de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La Msc. Daniela Ortega y por sus propios derechos en calidad de Directora del trabajo de fin de carrera; y el Sr. Franklin Stalin Benítez Alomoto, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO.- El Sr. Franklin Stalin Benítez Alomoto realizó el trabajo de fin de carrera titulado: Estudio de factibilidad para la implementación de un Operador de Turismo especializado en turismo de salud y bienestar en la ciudad de Quito, para optar por el título de Guía de Turismo en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Msc. Daniela Ortega.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos de fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Msc. Daniela Ortega, en calidad de director del trabajo de fin de carrera y el Sr. Franklin Stalin Benítez Alomoto, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de carrera titulado: Estudio de factibilidad para la implementación de un Operador de Turismo especializado en turismo de salud y bienestar en la ciudad de Quito, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



.....
Msc. Daniela Ortega



.....
Franklin Stalin Benítez Alomoto

D. M. de Quito, 06 de Enero del 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACION DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
INTRODUCCIÓN	1
Nombre del proyecto	1
Marco contextual	1
Problema de investigación	2
Idea a defender	2
Identificación de las variables	3
Objeto de estudio y campo de acción	3
Justificación	3
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos específicos	4
Síntesis de la introducción	4
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
1.1. Marco Teórico	6
1.1.1. El estudio de factibilidad	7
1.1.2. Estudio de mercado	8
1.1.3. Estudio técnico	9
1.1.4. Estudio económico – financiero	9
1.1.5. Estudio organizacional	11
1.1.6. Estudio ambiental	13
1.2. El Turismo	13
1.2.1. El sistema turístico	16

1.3.	Marco legal	17
1.4.	Marco conceptual.....	¡Error! Marcador no definido.
1.5.	Síntesis del capítulo	19
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO		20
2.1.	Análisis del macro entorno	20
2.1.1.	Metodología.....	21
2.1.2.	Universo y muestra.....	23
2.1.3.	Presentación de resultados.....	25
2.1.4.	Conclusiones del Diagnóstico	35
CAPÍTULO III: PROPUESTA		36
3.1.	Estudio Administrativo	36
3.1.1.	Nombre de la empresa	36
3.1.2.	Descripción de la empresa.....	36
3.1.3.	Tipo de empresa.....	36
3.1.4.	Tamaño de la empresa	36
3.1.5.	Localización de la empresa.....	36
3.1.6.	Filosofía empresarial	37
3.1.7.	Estructura funcional.....	37
3.1.8.	Perfil de cargos	37
3.1.9.	Proceso de reclutamiento y selección de talento humano	38
3.2.	Estudio de Marketing.....	39
3.2.1.	Clientes	39
3.2.2.	Proveedores	¡Error! Marcador no definido.
3.2.3.	Competencia.....	40
3.2.4.	Producto.....	41
3.3.1.	Distribución de la planta.....	66
3.3.2.	Equipamiento.....	66
3.4.1.	Estado de situación inicial	68
3.4.2.	Proyección de ventas	68
3.4.3.	Indicadores Financieros.....	69
3.5.	Estudio de impactos	70
3.5.1.	Impacto ambiental	70
3.5.2.	Impacto social.....	71
Conclusiones		72

Recomendaciones	73
BIBLIOGRAFIA	74
APÉNDICES	81
ANEXOS	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Identificación de variables	3
Tabla 2: Clasificación de atractivos del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3: Pregunta 1 encuesta de demanda ¿Cuál es su edad?.....	25
Tabla 4: Pregunta 2 encuesta de demanda ¿Qué tipo de actividad le motivaría para viajar?	26
Tabla 5: Pregunta 3 encuesta de demanda ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico daily tour que le ofrezca actividades relacionadas a salud y bienestar, con servicios adicionales como traslados y actividades culturales?	27
Tabla 6: Pregunta 4 encuesta de demanda ¿Cuándo usted realiza un viaje, lo hace?	28
Tabla 7: Pregunta 5 encuesta de demanda ¿Usted prefiere viajar con servicios contratados previamente o contratar en el destino?	29
Tabla 8: Pregunta 6 encuesta de demanda ¿Es importante para usted viajar con seguro de viajes?.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9: Pregunta 7 encuesta de demanda ¿Cuál es el medio que más usa para buscar destinos turísticos? ...	30
Tabla 10: Pregunta 8 encuesta de demanda ¿Cuál es la duración aproximada de estancia cuando realiza viajes por turismo?	31
Tabla 11: Pregunta 9 encuesta de demanda ¿Usted prefiere adquirir servicios turísticos privados o compartidos?	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 12: Pregunta 10 encuesta de demanda ¿Qué mes del año destina para viajar?	32
Tabla 13: Pregunta 11 encuesta de demanda ¿Al momento de elegir el tipo alojamiento a usar durante su viaje, ¿usted prefiere?	33
Tabla 14: Pregunta 12 encuesta de demanda ¿Cuándo adquiere productos y servicios turísticos, ¿usted prefiere?	34
Tabla 15: Itinerario Tour Quito Consciente.....	45
Tabla 16: Itinerario Tour Healthy Hiking in Quito	48
Tabla 17: Itinerario Tour Quito A Tu Salud	53
Tabla 18: Costos propuesta paquete uno, Quito Consciente	55
Tabla 19: Costos propuesta paquete dos, Healthy Hiking in Quito	58
Tabla 20: Costos propuesta paquete tres, Quito a tu salud	60
Tabla 21: Tarifario Ecuador Health Tours.....	62
Tabla 22: Equipamiento inicial de oficina	67
Tabla 23: Estado de situación inicial.....	68
Tabla 24: Tabla de proyección de ventas	68
Tabla 25: Tabla de cédulas presupuestarias	69
Tabla 26: Tabla de indicadores financieros	70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Establece rangos para conocer la edad de la población encuestada.....	25
Figura 2: Establece los parámetros para medir las motivaciones para realizar un viaje.	26
Figura 3: Establece parámetro de gastos de un turista.....	27
Figura 4: Muestra los gustos del viajero a la hora de realizar un desplazamiento.	28
Figura 5: Muestra las preferencias del viajero para conocer si viaja con servicios contratados previamente.	29
Figura 6: Muestra las preferencias de los turistas que muestra la preferencia de viajar con seguro de viajes.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7: Evidencia los medios que se usan para búsqueda de destinos turísticos.	30
Figura 8: Expone el número de noches que los turistas gustan mantener como estancia en un destino.....	31
Figura 9: Determina la manera como los turistas prefieren los servicios turísticos. ...	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10: Establece los meses del año que los turistas prefieren viajar.....	32
Figura 11: Muestra el tipo de alojamiento que los encuestados marcaron como favoritos.	33
Figura 12: Serie de factores que muestra la forma como los turistas desean adquirir un producto o servicio turístico.	34
Figura 13: Estructura funcional de la empresa.	37
Figura 14: Mapa ruta turística, paquete No. 1	44
Figura 15: Mapa ruta turística, paquete No. 2	48
Figura 16: Mapa ruta turística, paquete No. 3	52
Figura 17: Logotipo Ecuador Health Tours.....	64
Figura 18: Página oficial de Facebook de la empresa Ecuador Health Tours.....	64
Figura 19: Página oficial de Tripadvisor de la empresa Ecuador Health Tours.....	65
Figura 20: Plano de diseño de oficinas de la empresa Ecuador Health Tours.....	66

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

“Estudio de factibilidad para la implementación de un operador de turismo especializado en turismo de salud y bienestar en la ciudad de Quito”

Marco contextual

El turismo en el Ecuador es una de las fuentes más importantes en el crecimiento de la economía nacional, ya que genera divisas y empleo, no solamente en las ciudades donde la urbanidad se encuentra en óptimas condiciones, sino en zonas en las que también existe alternativas comunitarias, (Vargas Cumbajin, y otros, 2018) con alto potencial para realizar actividades turísticas en sus diversas modalidades.

La operación turística en el Ecuador es desarrollada por diversos prestadores de servicios turísticos en el área de alojamiento, alimentación, transporte y las empresas de operación e intermediación turística, (Ministerio de Turismo Ecuador, 2016) dichas empresas desarrollan procesos organizados y detallados, en los cuales planifican y organizan cronológicamente las diversas actividades a desarrollar en el territorio nacional, así como también la disposición de facilidades para que el turista acceda a sitios de visita históricos – culturales, áreas protegidas, y diversas actividades recreativas.

Según el catastro de operadores turísticos en la ciudad de Quito existen 195 empresas de operación e intermediación turística (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019), sin embargo no existe un registro turístico en el que se mencione que tipo de actividad desarrollan éstas empresas.

Durante el año 2018, el Ecuador recibió un total de 2'029.976 viajeros de todo el mundo, (Ministerio de Turismo Ecuador, 2018) siendo Estados Unidos el segundo país de origen del cual el Ecuador ha recibido extranjeros, el primer lugar lo ocupan extranjeros provenientes de Venezuela, no son considerados como turistas porque su situación migratoria obedece a otros aspectos. La ciudad de Quito durante el año 2018 recibió un total de 692.492 visitantes internacionales no residentes en el Ecuador (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de

Destino Turístico, 2018) quienes permanecieron por un lapso promedio de 15 días, tiempo en el cual su volumen de gastos osciló en 690 USD por turista.

De acuerdo a las cifras del Ministerio de Turismo, (Ministerio de Turismo, 2018), el principal motivo de visita es el Turismo Cultural, sin embargo a este tipo de actividades se intercalan otras que están encaminadas al bienestar y salud.

El turismo de salud es importante, en los últimos años las personas en el mundo se movilizan en busca de sitios donde se practiquen actividades alternativas de sanación, que estén relacionadas con la enseñanza de ritos indígenas o con terapias a través de la psiquis.

Se debe considerar que el turismo de salud pertenece a un segmento emergente que, de acuerdo la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Comisión Europea de Turismo (Comisión Europea de Turismo, 2018) el turismo de salud ha cambiado la ruta de destinos, brindando la oportunidad de encontrar destinos alternos que incluyan sitios exóticos con conocimientos milenarios.

El turismo de salud conforme el estudio mencionado expone las principales motivaciones relacionadas con la salud física, mental y espiritual por medio de diversas actividades, por que impulsan a los turistas a buscar diferentes destinos, especialmente en América Latina que actualmente se ha convertido en tendencia turística, ofreciendo una amplia gama de lugares enfocados al tema de la salud.

Problema de investigación

El turismo de salud y bienestar con enfoque holístico no ha recibido la suficiente atención, por lo cual existe una deficiente oferta de productos turísticos especializados en salud y bienestar en la ciudad de Quito

Idea a defender

Este proyecto pretende integrar al turismo con las actividades de salud desde un enfoque holístico, y que motive a turistas extranjeros la visita a la ciudad de Quito así como al país, con el objetivo de mejorar las condiciones de bienestar.

Identificación de las variables

Tabla 1: Identificación de variables

V. Ind.	Turismo de salud
V. Dep.	Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de turismo
V. Int.	Condiciones del área ofertante

Elaborado por: Franklin Benítez

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto: Creación de una operadora de turismo en el Distrito Metropolitano de Quito

Campo de acción: El Distrito Metropolitano de Quito y sus alrededores serán el lugar de operatividad de los servicios.

Justificación

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017) , el Estado reconoce al Turismo como un aporte a la economía del país y garantiza la creación de emprendimientos de turismo local, formando parte importante de la estrategia nacional para el cambio de la matriz productiva, considerándolo como una puerta para que el Ecuador reciba mayor cantidad de divisas al trabajar en áreas alternativas del turismo y apertura de mercados que aún no han sido aprovechados. Termatalia (Ministerio de Turismo, 2018) es un tipo de feria internacional de Turismo que se especializa en salud y bienestar, en su última edición del año 2018 señala que América Latina tiene las mejores perspectivas de crecimiento en este tipo de turismo.

En el Ecuador el turismo de salud y bienestar ha estado ligado al ecoturismo y al turismo comunitario, por realizar la visita de sitios naturales sin intervención en su mayoría por la mano del hombre y que permite a sus turistas caminar y realizar ejercicios de respiración, yoga, etc. En este caso de acuerdo a lo señalado en el Plan de Desarrollo Turístico de Cuenca (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2013), existen muchas limitaciones en el Ecuador, debido al desconocimiento del mercado y el acceso a operadores nacionales y agencias del exterior, de igual manera se señala la escasez de productos llamativos para operadores nacionales.

El Plandetur del año 2020 ya mencionó en sus estudios que otro problema que afecta a la industria es la falta o poca capacitación de los colaboradores de las empresas turísticas, ya que se han generado empíricamente, y con mayor énfasis en los temas de salud y bienestar que en la actualidad es una tendencia que va en crecimiento.

En el año 2016 la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, realizó un estudio del perfil y demanda del turista que visita la ciudad de Quito (Empresa Pública Metropolitana de Gestión del Destino Turístico, 2016), estudio que lo ubicó en un sitio poco privilegiado como destino de salud y bienestar.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad a través del desarrollo y análisis económico financiero, de mercado y técnico, verificando la viabilidad de la propuesta.

Objetivos específicos

- Analizar los fundamentos teóricos del estudio de factibilidad y modelo de negocio.
- Diagnosticar mediante encuestas el entorno para la puesta en marcha del operador turístico con enfoque en salud y bienestar.
- Proponer estrategias de mercado en base un estudio técnico y económico para insertar el modelo de negocio en la industria del turismo.

Síntesis de la introducción

El turismo aporta al desarrollo económico del país y la ciudad de Quito, albergando por un período de tiempo definido a turistas o extranjeros no residentes, ésta actividad genera fuentes de empleo, dinamiza la economía y la vuelve rentable.

Debido a la insuficiente oferta de productos turísticos con enfoque en salud y bienestar en la ciudad de Quito, este trabajo propone un estudio de factibilidad que permita insertar al turismo un modelo de negocio alternativo para un potencial segmento de mercado.

Se ha podido observar que éste tipo de turismo no ha sido aprovechado adecuadamente, y de igual manera estudios que demuestran que tiene gran potencial.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Marco Teórico

La ciudad de Quito se fundó el 6 de Diciembre de 1.534 en la época del antiguo Reino de Quito, cuyo reino formó parte del Imperio Inca, y fue fundada por Sebastián de Benalcázar. En lo posterior será llamada Real Audiencia de Quito con lo cual consolidó su imagen y estructura político administrativa. En 1.809 se crea la Junta de gobierno en la cual se firmó su independencia el 10 de Agosto del mismo año, cuando se produce el primer grito de independencia. Al terminar la Gran Colombia de la cual formó parte, en 1.830, se creó la República del Ecuador y la ciudad de Quito se la denominó como la capital (Zambrano P., 2002), y que en la actualidad debido a la planificación territorial del Ecuador, se la denominará como Distrito Metropolitano de Quito.

El Distrito Metropolitano de Quito, es la capital del Ecuador, se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha a 2.850 metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 422.800 hectáreas, con una población aproximada de 2.2 millones de habitantes, su moneda oficial es el dólar de los Estados Unidos de América. Ubicada en la región andina del Ecuador, encontrándose distribuida de norte a sur en la parte occidental de la cordillera de Los Andes (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, 2017). El clima de la ciudad de Quito es variable, la temperatura se encuentra entre los 10 y 25 grados centígrados, se caracteriza por la combinación de días con fuertes lluvias con bajas temperaturas o días de extremo calor durante la mañana y tarde, sin embargo, se evidencia temporalidades de estaciones como las temporadas de verano entre los meses de mayo a septiembre y el invierno de octubre A diciembre (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, 2017).

El Distrito Metropolitano de Quito, aporta con el 4.4 % de ingresos al Producto Interno Bruto del Ecuador, generando 29.024 plazas de trabajo, la mayor parte de ellas ubicadas en la zona de la Mariscal y Centro Histórico de Quito. La ciudad durante el año 2018 recibió un total de 692.492 visitas de turistas, un 4% más que el año 2017. En el presente año cada turista presenta un promedio gasto diario de 107.84 USD, valor que en referencia al año 2018 bajó de 118.15 USD, el gasto promedio durante la estadía éste año es de 596.62 USD (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2018)

El Distrito Metropolitano de Quito recibe turistas principalmente de Estados Unidos (21%), Colombia (8%) y España (5%), y en menor porcentaje de países como México (3%), Alemania (3%) y Canadá (3%), el 35% restando se divide en turistas provenientes de otras 25 nacionalidades (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2018).

1.1.1. El estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad se refiere a un análisis exhaustivo que permiten determinar las posibilidades de éxito de las actividades que se pretende emprender y las condiciones que lo harían mejorar con la optimización de recursos, tiempo y equipos (Fernández Espinoza, 2007).

Con un estudio de factibilidad se puede determinar si se puede producir algo o no, y la manera cómo van a ser adquiridos por el cliente deseado.

El estudio de factibilidad tiene una estructura compleja, entre las más importantes es conocer los antecedentes de este tipo de negocios, los estudios de mercado, estudio técnico y productivo, estrategias de marketing, gestión administrativa y análisis financieros (Coss Bu, 2005).

También se refiere al estudio detallado de las alternativas de inversión que estimulan la competitividad empresarial, la eficiencia administrativa y la productividad industrial, representa una de las responsabilidades prioritarias asignadas a quienes toman decisiones cruciales para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones, por cuanto la política de inversión condiciona asuntos como el empleo de los recursos productivos, la consolidación comercial y la recuperación plena de fondos comprometidos en cualquier proyecto. (Burbano Ruiz Jorge, 2000)

De acuerdo con el Manual de Administración de Proyectos de Desarrollo Local (Sanin, 1988), el estudio de factibilidad comprende cuatro etapas importantes: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico – financiero, estudio organizacional y estudio ambiental.

1.1.2. Estudio de mercado

Consiste en analizar las condiciones del mercado actual, y en base a esa información plantear la posibilidad de impulsar un producto o servicio.

La investigación de mercados abarca todas las actividades que permiten a una organización obtener la información que requiere para tomar decisiones sobre su ambiente, su mezcla de marketing, clientes potenciales. Para definirlo con certeza, es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a las decisiones (William J. Stanton, 2008)

Se debe tomar en cuenta para la obtención de información en la investigación de mercado, la consideración de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias serán quienes por medios estatales u organismos de control recopilen información sensible sobre la oferta y demanda de productos o servicios de la competencia, información que no será catalogada como pública.

En los medios secundarios esta información también puede ser proporcionada por medios privados o empresas que dediquen su esfuerzo a este tipo de estudios o análisis, que generalmente recurren al uso de encuestas, entrevistas personales, telefónicas o por medios electrónicos con los directivos de las empresas que forman parte de la industria o quienes manejen la información esencial de estas compañías.

Se prevé la existencia de dificultades en este proceso, existe un margen de error que será evidente desde el inicio del proceso en la elaboración de los cuestionarios a ser aplicados, otra desventaja que presenta este método de recopilación de datos será el tiempo que tarde la tabulación de los datos. Otro inconveniente será la poca apertura por parte de empresas privadas a brindar información sensible.

Las empresas de investigación de mercados de igual manera pueden recopilar información de la satisfacción o aprobación de productos o servicios a potenciales clientes, es decir el manejo de información en doble vía, como consumidor y de la competencia. (Rodríguez Ardura, y otros, 2006).

1.1.3. Estudio técnico

El estudio expone y propone las alternativas para producir un bien o servicio y que permite identificar su viabilidad, aquí se podrá identificar maquinaria, equipos, centro de operación, y los recursos necesarios para la operación de una empresa, su mano de obra y en general el capital de trabajo.

El estudio técnico o es independiente del resto de estudios que se deben elaborar para el proceso de mercadeo o estudio de mercado, pues forma parte integral para la toma de decisiones, ya que su importancia será notable inclusive para el flujo de caja.

Este estudio es importante ya que orientará la descripción del proceso productivo e instruirá en la materia prima y todos los insumos necesarios para la operatividad del proyecto.

Esta fase del estudio de igual manera proporcionará apoyo para la localización del sitio de operación, analizará la infraestructura, la dotación de servicios básicos necesarios para el trabajo, las condiciones ambientales necesarias, y las facilidades para la fuerza de trabajo. La ingeniería del proyecto será una parte más especializada y que aportará a la edificación del edificio o planta de trabajo (Sapag Chaín, 2007)

1.1.4. Estudio económico – financiero

El estudio económico y financiero en el estudio de factibilidad se encarga de comparar los flujos de ingresos y costos, lo que permitirá identificar la validez de efectividad en el desarrollo de un proyecto, es decir la posibilidad de obtener rentabilidad o pérdidas. Éste estudio dará énfasis a las partes más rentables y desechará las que se consideren como pérdida.

El estudio económico financiero definirá los siguientes aspectos para el flujo de fondos de un proyecto.

1.1.4.1. Ingresos y Egresos

La mayoría de las propuestas de inversión que son analizadas, consisten de un desembolso inicial, o una serie de desembolsos iniciales, seguidos por una serie de ingresos positivos. Para éstas situaciones, la existencia de una sola tasa interna de rendimiento facilita grandemente el proceso de toma de decisiones. Sin embargo, no todas las propuestas de inversión generan flujos de efectivo. (Coss Bu, 2005).

1.1.4.2. Valor Actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta que permite identificar la viabilidad de un proyecto y determina la forma de gestionarlo para que sea viable. Forman parte de él la inversión inicial, la tasa de oportunidad y un flujo de caja, mismo que se llevará a un valor actual neto, al mismo se descontará la tasa de oportunidad, el resultado deberá ser igual o mayor a cero para que sea rentable (Fernández Espinoza, 2007).

1.1.4.3. Tasa interna de retorno (TIR)

El valor actual neto y la tasa interna de retorno están muy ligados, ya que ésta última se refiere al porcentaje que indicará la ganancia o pérdida en un proyecto, siendo también considerado como el elemento que promueve que el valor actual neto llegue a cero. Para muchos proyectos existen problemas ya que se dan errores en el cálculo, ya que el número de periodos dará el orden a una ecuación a resolver (Sevilla, 2017).

1.1.4.4. Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión es un indicador que permite identificar el plazo en tiempo en el cual se recuperará la inversión a valor presente. Esta herramienta puede mostrar con precisión el tiempo calculado en años, meses y días, del tiempo en el cual se ejecutará la recuperación. La Escuela de Negocios ESAN (ESAN, 2017) manifiesta que en varios países de Latinoamérica la mayor parte de empresas usan el indicador de "período de recuperación de inversión", sin embargo, dependerá del tipo de industria a la que pertenece el proyecto o empresa para su uso.

1.1.4.5. Costo – Beneficio

También llamado índice de rentabilidad, y que representa el último criterio en la evaluación económico financiera de un proyecto, el mismo que se considera que forma parte complementaria del valor actual neto, pues se considera el valor del dinero en el tiempo y usa los mismos valores en el cálculo, lo que significa que una vez que se ha calculado el valor actual neto será fácil la obtención del índice de rentabilidad o la relación costo - beneficio, o puede suceder lo contrario, se puede calcular primero el índice de costo - beneficio y se podrá hallar de manera rápida el valor actual neto.

Este valor se obtiene del cociente de la sumatoria de todos los flujos futuros descontados a una tasa de oportunidad y la inversión inicial. Existen criterios de decisión en el manejo de éste índice, en el cual si posterior al cálculo, el resultado es igual a uno el proyecto resulta indiferente, si es mayor a uno el proyecto puede ser viable o aceptado, sin embargo, si el resultado es cercano a uno, se puede hacer un análisis de todos los beneficios que trae el proyecto para poder considerarlo como oportuno, si el resultado es menor a uno, el proyecto debe ser rechazado (Fernández Espinoza, 2007)

1.1.5. Estudio organizacional

De acuerdo con (Morales, 2010), el estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa del proyecto con el fin de conocer las fortalezas y debilidades, definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento, es decir se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución y futura operación del proyecto, aunque el detalle de la futura organización del proyecto servirá para el manejo interno, por esa razón quien elabora el proyecto deberá considerar desde un inicio en el valor inicial de inversión todos los costos que implican la operación y puesta en marcha del proyecto, considerando que esto afectará a futuro el flujo de caja.

Para el correcto manejo interno, el estudio de la organización deberá contemplar los siguientes pasos:

- Definir objetivos de la empresa (en concordancia a la estructura)

- Elaborar un listado de las distintas actividades administrativas para el logro de los objetivos
- Definir cuáles de esas actividades pueden ser subcontratadas y cuales se pueden hacer de manera directa
- Las actividades que se realizarán de manera directa deberán ser agrupadas de manera afín en subsistemas
- Identificar las necesidades de recurso humano para cada subsistema
- Definir cargos y asignar funciones en cada unidad administrativa o grupo de trabajo
- Elaborar un organigrama
- Realizar la descripción de las funciones de cada cargo.

Estos pasos son generales, pero pueden variar dependiendo del tipo de empresa y su operación.

En la asignación de funciones y cargos de acuerdo a los subsistemas, se considerará también las áreas y cargos que tendrán contacto o manejo con proveedores y clientes.

Adicional se deberá considerar la tecnología a usar, es decir sistemas informáticos que ayuden en el manejo de áreas como contabilidad, cartera, ventas; debido a la complejidad de las tareas del proyecto o negocio propuesto.

La estructura administrativa dependerá del tamaño del proyecto o negocio, sin embargo, se considerarán las actividades y las relaciones de tareas entre jefaturas y subalternos, así como las relaciones de cargos pares. El organigrama deberá contemplar tres áreas importantes:

- Áreas de apoyo, que generalmente están conformadas administrativamente por departamentos como contabilidad, cartera, recursos humanos, informática.
- Área de giro del negocio, que estarán conformadas por el manejo de la operación, servicio al cliente, manejo de proveedores y ventas
- Área de toma de decisiones, la estructura se basará en el nivel directivo o gerencial.

En el presente estudio también se considerará todas las normativas legales emitidas por los órganos de control, para dar cumplimiento y ejecutar la información en los plazos establecidos conforme los requerimientos, así también las relaciones patronal, tributaria, seguridad social y las que emitan los gremios de la industria a la que pertenezca la empresa o proyecto.

Los trámites legales o su manejo podrán ser áreas de las que su manejo puede ser realizado por terceros.

1.1.6. Estudio ambiental

En el estudio ambiental se determinará los costos asociados con las medidas de mitigación parcial o total, como los beneficios asociados, esto formará parte de del flujo de caja del proyecto.

Económicamente, todo proyecto de inversión pretende minimizar los costos asociados que produzcan daños, que pueden ser temporales, en otros casos éstos podrán ser definitivos y causar un impacto ambiental.

El inversionista deberá considerar en su inversión inicial los costos que deberá cubrir por las posibles afectaciones, el entorno puede ser distinto de acuerdo a la industria en la que se desarrolle el proyecto, por ejemplo, hay empresas que deben financiar costos de evacuación de gases, derrame de químicos o aguas contaminadas para reciclarlas o biodegradar los residuos que se presenten en su operación (Sapag Chaín, 2007).

1.2. El Turismo

La Organización Mundial de Turismo (Organización Mundial de Turismo, 2008) define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios – profesionales. A Esas personas se las define como visitantes o turistas o excursionistas; residentes o no residentes, las cuales el turismo tiene que ver con sus actividades, las cuales implican un gasto turístico.

El mismo documento reza que el turismo tiene un efecto importante en la economía, su entorno natural y las zonas edificadas, la población local visitada, lo que produce una dinamización económica por medio del trabajo de varias actividades que complementan el turismo.

El análisis de ésta organización expone que ésta industria contribuye en beneficio económico del valor añadido bruto (VAB) y el producto interno bruto de los países que se benefician de ésta actividad.

El turismo también puede ser definido como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos. A su vez la persona que realiza turismo recibe la denominación de turista o visitante que pernocta. Ésta persona es aquella que se desplaza fuera de su entorno por un período de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de día o de excursionista, cuya estancia es menor a ése tiempo.

El turismo se fundamenta en una serie de relaciones entre el turista y el destino por medio de una empresa u organización turística, mismo que constituye en un conjunto de servicios cronológicamente organizados (Cabarcos Novás, 2006)

Se puede encontrar una amplia gama de motivaciones que tienen las personas para su desplazamiento o para ejercer un viaje turístico. De esta forma ésas motivaciones se integran en un grupo o categorización que los une y los diferencia a la vez, por lo cual existe la siguiente clasificación o tipos de turismo.

Turismo de aventura: Se refiere al conjunto de actividades que promueven las experiencias que se conjugan con los elementos de la naturaleza, actividades que pueden ser de tierra, mar y aire, como por ejemplo trecking, buceo, parapente (Coraggio , y otros, 2001).

Turismo comunitario: Corresponden al desarrollo de una serie de actividades que abarcan distintas actividades turísticas, pero concentradas en comunidades, éste tipo de turismo se desarrollará lejos de las zonas urbanas, estarán enfocadas en su gran mayoría en localidades

de la ruralidad. En estos emprendimientos trabaja la comunidad en busca de un bien común que el resultado del trabajo sea de beneficio para todos (Ruiz Ballesteros & Solis Carirón, 2007).

Turismo de naturaleza: Es una actividad turística de ocio que el visitante recorre áreas naturales, puede visitar o pernoctar en ésta zona, estas actividades se relacionan con el ecoturismo, porque promueve el estado de conservación de la naturaleza y disminuye el impacto ambiental.

Agroturismo: se encaminará a la visita de destinos para conocer nuevas modalidades o innovaciones en la producción agrícola, uso de energía, agua y demás recursos asociados a éste campo.

Turismo de salud pretende encontrar destinos que permitan el descanso, la recuperación, práctica de tratamientos médicos, práctica de medicina alternativa u holística, para encontrar una mejora a posibles quejas de salud física o de ánimo en un entorno que les proporcione estos beneficios (Ministerio de Turismo, 2014).

Este tipo de actividad turística ha sido demandada fuera de los límites del cantón Quito, en diferentes provincias como Imbabura, Cotopaxi, Santo Domingo de los Tsáchilas, Napo, entre otros, sin embargo, en el cantón Quito ésta actividad no ha sido explotada adecuadamente, pese a existir una gama de sitios ideales para el desarrollo de este tipo de actividades como son las parroquias rurales que pertenecen al Distrito Metropolitano de Quito, éstas zonas exponen amplio acervo cultural, tradiciones, costumbres, gastronomía y con ello sus conocimientos ancestrales de sanación de tipo holística.

Éstas actividades no son nuevas o inventadas en éste siglo, por el contrario, fueron ya practicadas por Galeno, médico del siglo II, quien ya trataba enfermedades a través de la clasificación de las hiervas, que podían ser frías, secas o húmedas (Engel, 2017).

Ibn Sina (Avecina) fue médico, filósofo y auto didacta, a quien se considera como su sucesor en el siglo VI y quien no solo practicó los escritos de Galeno, sino que aportó con más estudios. Además de su formación, profundizó el aprendizaje de la física, las matemáticas, la lógica y el

Corán, lo que le permitió comprender la metafísica de Aristóteles. Experimentó personalmente la combinación de éstos estudios y su formación como médico de la época. El impacto de sus estudios y por sus resultados, sus obras fueron traducidas en varios idiomas como el latín y árabe, en esa época fue el referente de la medicina de oriente. Hipócrates fue el referente de la medicina en el continente occidental (Chediak Atia, 2007).

Avecina con la conjugación de sus estudios descifró problemas como la diabetes, ictericias, problemas de los ojos, meningitis, habló de la medicina preventiva, entre otras (Cárdenas Arenas, 2005).

Sus bases han sido tomadas en la actualidad para su uso en la medicina holística, combinando los aspectos energéticos del ser humano, su entorno y el cuerpo físico.

En la actualidad, en Latinoamérica los balnearios termales han marcado un gran apogeo, o encontrar pisos climáticos que beneficien el estado de salud de las personas, siendo Latinoamérica una región muy potencial en éste aspecto (Ministerio de Turismo, 2018).

En la actualidad existen alternativas para promover el mejoramiento y bienestar del ser humano, las terapias holísticas han sido consideradas como un mecanismo aliado a la hora de encontrar soluciones a determinados problemas, ya que ésta visión permite realizar una evaluación del ser humano, no solo desde la perspectiva física, sino de realizar un análisis más personalizado y que va al análisis energético del ser humano, su aura, centros energéticos y centros meridianos (Castillo Montesdeoca, Martínez Rogert, & Vásquez Rozas, 2015).

Éstas actividades ayudan a la determinación de enfermedades o malestares espirituales y que permiten restaurar el equilibrio del ser humano, en la parte física, espiritual y emocional.

1.2.1. La operación turística

Se refiere a todas las formas de organizar y desarrollar las actividades inherentes a un servicio turístico, como viajes y visitas a nivel local o nacional, está integrada por una serie de servicios complementarios ejecutadas por proveedores.

La empresa proveedora de los servicios turísticos debe planificar de manera cronológica y organizada todas las actividades de los paquetes que promociona. Sean éstos la bienvenida a los pasajeros, presentación de guía y conductores asignados, detalle de los servicios adquiridos como horarios de traslados y excursiones, entrega y análisis de itinerarios, descripción de los sitios de hospedaje y alimentación seleccionados y atención al cliente en general.

La empresa para su interés generará otros procesos internos para conocer el grado de satisfacción del cliente, retroalimentación de los servicios de proveedores tanto de alojamiento, alimentación y transporte.

Existe una clasificación para las actividades de operación e intermediación turística, éstas son: agencias de viajes mayoristas, agencias de viajes internacional, operador turístico y agencias de viaje dual (Ministerio de Turismo, 2016)

- Transporte turístico: Se refiere a las empresas de transporte autorizadas para la prestación de servicios de transporte turístico y estarán reguladas por medio de la Agencia Nacional de Transporte (Ministerio de Turismo, 2014).
- Guianza turística: Es la prestación de servicios de Guianza por medio de Guías de Turismo, profesionales con acreditación para realizar éstas actividades (Ministerio de Turismo, 2016).
- Otros servicios complementarios, serán aquellos que faciliten la estadía de turistas y que forman parte de los servicios públicos, pueden ser:

El sistema bancario para poder realizar gestiones bancarias, el servicio de correos o correspondencia, el servicio de transporte, dotación de servicios de comunicación telefónica o internet, Centros de socorro como policía y bomberos, sistema de tendido eléctrico.

1.3. Marco legal

Se consideran los siguientes cuerpos legales para el presente estudio de factibilidad:

Para el desarrollo de actividades de Guianza turística, los profesionales en ésta rama y las empresas intermediarias u operadores turísticos tomarán en cuenta lo expuesto en el Reglamento de Guianza de Turística, documento regentado por el Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente (Ministerio de Turismo, 2016)

En lo relacionado al alojamiento, serán consideradas las directrices del Reglamento de Alojamiento Turístico, para el desarrollo de los productos turísticos, conocer la clasificación y el tipo de establecimientos de alojamiento, el tipo de habitaciones, el número de camas y el “all inclusive” (Ministerio de Turismo, 2016)

Los operadores de turismo deben seguir con estricto cumplimiento todos los requerimientos emitidos por el Ministerio de Turismo a través del Reglamento de Operación e Intermediación Turística con el fin de evitar sanciones y realizar las actividades dentro del marco legal (Ministerio de Turismo Ecuador, 2016)

Como parte del servicio de los operadores de turismo, elaboración de productos y costeo, considerarán los lineamientos expuestos en el Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, con el fin de respetar las políticas de estado en ésta rama (Agencia Nacional de Transito, 2014)

En la gestión administrativa de un operador de turismo se considerarán los siguientes cuerpos legales:

Código de Trabajo, ésta materia estará controlada por el Ministerio de Trabajo, a través de la cual se considerarán los derechos y obligaciones de los trabajadores y los empleadores, entre otras políticas asociadas (Ministerio de Trabajo, 2012). En ésta misma área se tomará en cuenta la Ley Orgánica para la Promoción del Trabajo Juvenil, Regulación Excepcional de la Jornada de Trabajo, Cesantía y Seguro de Desempleo (Ministerio de Trabajo, 2016).

En materia tributaria la Ley de Régimen Tributario brindará la información a seguir con impuestos y tributos (Servicio de Rentas Internas, 2018)

La Superintendencia de Compañías, valores y seguros es un organismo técnico que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de

compañías y otras entidades en las circunstancias y condicione establecidas por la ley (Superintendencia de Compañías, valores y seguros, 2014).

El Ministerio del Ambiente es quien extiende las patentes para el acceso al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, y ejerce de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental a través del Código Orgánico del Ambiente (Ministerio del Ambiente, 2017)

A nivel local en el Distrito Metropolitano de Quito, el Municipio de Quito ejerce rectoría para la obtención de la Licencia Única de funcionamiento o LUAF.

Cada empresa operadora de turismo deberá obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, cuya finalidad es prevenir, atender y socorrer en caso de desastres y emergencias.

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es un organismo técnico de derecho público, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales. Este organismo es competente para proteger y defender los derechos intelectuales, organiza y administra la información sobre los registros de todo tipo de derechos de propiedad intelectual en articulación al Sistema Nacional de Información de Ciencia Tecnología Innovación y Saberes Ancestrales del Ecuador

1.4. Síntesis del capítulo

El presente capítulo orienta de manera conceptual importantes aspectos a considerar para el desarrollo del estudio de factibilidad, que están relacionados la inversión inicial del proyecto y todos los ámbitos de la gestión financiera, de igual manera se presenta la información sobre conceptos y definiciones de la gestión operacional, comercial y administrativos.

Es importante mantener el cumplimiento de las actividades al amparo de la ley, aquí se reseña una lista de los cuerpos legales que rigen a la industria de éste proyecto.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes

A inicios del siglo XI, el Ecuador era un país que disponía dos realidades bien marcadas, por un lado, se disponía de un estado con fronteras bien delimitadas y marcadas a través del tiempo, dentro de las cuales se ha ejercido de manera soberana todas las funciones del estado y que se han desarrollado en función del crecimiento poblacional y sus necesidades. Por otro lado, el país presentó al mismo tiempo un nuevo sistema de administración político y administrativa, aun cuando no todos los actores del proceso estaban conformes. Todo el proceso que se llevó a cabo durante el inicio de éste siglo ha sido gracias al equilibrio brindado por efectos de la dolarización. La transformación político y administrativa del estado en ésta época se ha basado en tres niveles, basados en el gobierno central, los gobiernos sub nacionales y los gobiernos locales. Pese a las discrepancias que siempre han existido de regionalismo entre costa y sierra o Quito y Guayaquil, éstas han explotado la riqueza de una parte importante del territorio que es la Amazonía basados en la industrialización del extractivismo (Montes del Castillo, 2009)

El estado ha dividido el país en distintos niveles administrativos con el fin de brindar un acercamiento de las instituciones gubernamentales a la ciudadanía por medio de la SENPLADES, quien conformó los niveles administrativos de planificación que son las zonas, distritos y circuitos a nivel nacional, esta división permitirá también conocer de una manera más directa las necesidades y brindar soluciones a los requerimientos de la ciudadanía. Las zonas están conformadas por provincias de acuerdo a su proximidad geográfica o límites. Existen 9 zonas de planificación, estas zonas a su vez estarán conformadas por distritos y circuitos. El distrito está considerado como una unidad de planificación y prestación de servicios básicos públicos. Geográficamente coinciden con el cantón o unión de cantones, se han conformado 140 distritos en el país y cada uno tiene una población de noventa mil habitantes, sin embargo, para cantones cuya población es elevada los distritos se han establecido dentro de ellos. El circuito es un espacio geográfico más pequeño, los servicios básicos se encuentran al alcance de los ciudadanos y su presencia está dentro del territorio de un distrito. En el Ecuador existen alrededor de mil ciento treinta y cuatro circuitos, cuyo promedio de habitantes es de once mil personas (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2016). Se debe considerar que el espacio turístico del Ecuador está conformado por las cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía y región insular.

El desarrollo científico y la tecnología está ligado al desarrollo del Ecuador como eje asociado de productividad a diversas industrias del país, y ha representado un desafío para el mejoramiento en el uso de los recursos naturales e impacto ambiental. La tecnología en el campo del turismo ha sido fundamental para el desarrollo de comunidades aisladas que no han sido beneficiadas de servicios básicos, pero que a través del desarrollo tecnológico las comunidades han logrado crecimiento en la industria del turismo, sacando provecho de la obtención de energía de procesos con niveles de contaminación mínimos, como la energía solar, energía hídrica y sistemas de tratamiento y depuración de aguas. Sin embargo, éstos procesos de desarrollo se han logrado en base a la importación de dicha tecnología, en el Ecuador éste proceso es escaso, ya que no se evidencia contundencia en la publicación de investigaciones, patentes o prototipos y se evidencian en una minoría en comparación con países de la región (Universidad de Cuenca - FUNDACYT, 2002).

El año 2018 para el Ecuador fue muy significativo en el turismo, ya que repuntó sus estadísticas, sobre un 11% de incremento de las llegadas al país respecto del año 2017, fue un año de mucho trabajo para los operadores de turismo, El Ministerio de Turismo ha establecido como principales motivos de viaje: la recreación, ocio o vacación en un 56.9%, las actividades culturales en un 58.9%, de igual manera el 36.6% de los turistas que llegaron al país lo hizo con un viaje planificado con anterioridad, siendo las provincias de Pichincha, Guayas, Santa Elena y Azuay las más visitadas (Ministerio de Turismo, 2019).

Esta llegada de turistas en el año 2018, proporcionó un aporte al PIB del Ecuador, valorado en 2392.1 millones de dólares, permaneciendo en tercer lugar por debajo de los ingresos percibidos por el petróleo

2.1.1. Metodología

La metodología utilizada para determinar los indicadores para el presente proyecto es la investigación cuantitativa, que tuvo como primera etapa la recolección de información en relación al turismo de salud.

Por el tipo de investigación y las características del proyecto, se vincularon los principios metodológicos con los siguientes métodos de investigación y técnicas de investigación.

Entre los métodos de investigación que se usaron:

Inductivo, el proyecto de investigación se realizará considerando éste método ya que se partirá del análisis de casos particulares de operadoras ya existentes en el mercado, dedicadas al turismo de salud. Éste proceso se realizó verificando en la Empresa Pública Metropolitana de Gestión del Destino Turístico evidenciando la ausencia de empresas que operen servicios turísticos de salud y bienestar.

Deductivo, se realiza observaciones generales del cantón Quito para hablar de manera específica y particular sobre las actividades turísticas que se detallará en el proyecto. Como resultado de ésta gestión, se evidencia la elaboración y presentación de los paquetes propuestos.

Analítico, la importante colaboración de éste método ayudará a un examen exhaustivo del proyecto basado la elaboración de encuestas para conocer el mercado y un estudio financiero posterior que permitió identificar la viabilidad de la propuesta.

Al tratarse de un tipo de investigación cuantitativa se utilizó las técnicas de investigación descritas y definidas a continuación.

Observación: La observación es una técnica que se ha usado en todas las ramas de las ciencias, se basará en la observación de todo tipo de acontecimiento, hechos, situaciones, toda ésta información se recopilará para su posterior análisis investigativo y obtención de datos verídicos y confiables para un fin determinado (Huamán Valencia, 2005).

Se observó el entorno, se llevó apuntes de todos los datos y hechos obtenidos mediante la investigación, los mismos que se analizaron para la obtención de conclusiones de dicho proyecto.

El lugar donde se realizó el estudio de factibilidad será el Distrito Metropolitano de Quito, que cuenta con atractivos turísticos llamativos para turistas internacionales, cuenta con 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales, en las cuales se cuenta con la infraestructura necesaria para desarrollar actividades turísticas. En estos lugares existen recursos importantes para la práctica del turismo de salud, orientado a actividades como senderismo,

trekking, ciclo turismo, cuentan con áreas para realizar ejercicios de relajación y meditación, sanación holística

Encuesta: ésta técnica permitirá el registro de respuestas de la demanda, en este caso los clientes objetivos son los pasajeros directos o clientes finales, se procederá con la ayuda de un cuestionario (anexo No. 1)

2.1.2. Universo y muestra

La población estudiada de acuerdo al proyecto propuesto son los turistas que llegan al Ecuador y a la ciudad de Quito específicamente de origen norteamericano (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019).

El tipo de muestra elegida para el proyecto de factibilidad es la de tipo probabilística simple, su fórmula es:

$$n = \frac{N \cdot pq}{(N-1) \left[\frac{E}{K} \right]^2} + pq$$

Para desarrollar la fórmula con los datos específicos se ha considerado lo siguiente:

Datos:

N= 148.742 turistas que ingresaron al Ecuador

p= 0,50

q= 0,50

E= 0,05

K= 2

La aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{N \cdot pq}{(N-1) \left[\frac{E}{K} \right]^2} + pq$$

$$n = \frac{148.742 (0,50 \times 0,50)}{(148.742-1) \left[\frac{0,05}{2} \right]^2 + (0,50 \times 0,50)}$$

$$n = \frac{37.185,50}{(148.741) (0,000625) + (0,25)}$$

$$n = \frac{37.185,50}{93,21}$$

$$n = 402,16$$

De acuerdo al análisis de los datos migratorios de ingreso de turistas no residentes a la ciudad de Quito la mayor procedencia de personas proviene de Estados Unidos, por tal razón y una vez aplicada la fórmula se establece una muestra equivalente a 402 personas a encuestar, cada encuesta se aplica a los clientes finales o turistas.

2.1.3. Presentación de resultados

En adelante se presentará los resultados de cada pregunta:

Rango de edad de los encuestados

Tabla 2: Rango de edad

Respuestas	# Encuestas	% Respuesta
Otros	3	0,75%
50 - En adelante	45	11,19%
31 - 40 años	67	16,67%
41 - 50 años	89	22,14%
18 - 30 años	198	49,25%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

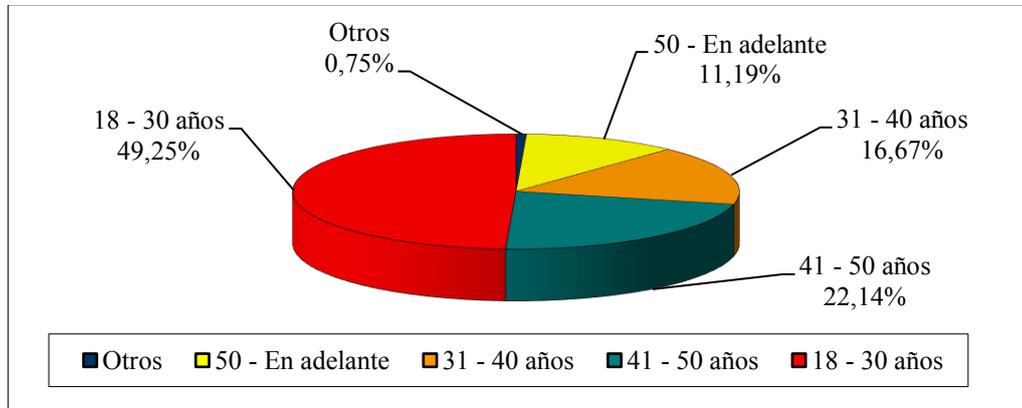


Figura 1: Establece rangos para conocer la edad de la población encuestada.

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se investiga mediante rangos a las personas de distintos grupos de edades que estarían interesadas en el enfoque de turismo de salud y bienestar. En las futuras estrategias comerciales se enfocará la atención en crear productos diseñados para personas con un rango de edad entre los 18 y 30 años, en razón que, de acuerdo con los resultados, es el grupo de edad objetivo con gusto por éste tipo de actividades.

Pregunta 1: ¿Qué tipo de actividad le motiva a viajar?

Tabla 3: Pregunta 2 encuesta de demanda ¿Qué tipo de actividad le motivaría para viajar?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Otros	3	0,75%
Aromaterapia	14	3,48%
Baños de cajón	25	6,22%
Masaje y spa	28	6,97%
Meditación	32	7,96%
Ciclo turismo	34	8,46%
Gastronomía saludable y sostenible	40	9,95%
Acceso a aguas termales	50	12,44%
Medicina ancestral	51	12,69%
Senderismo y trekking	125	31,09%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

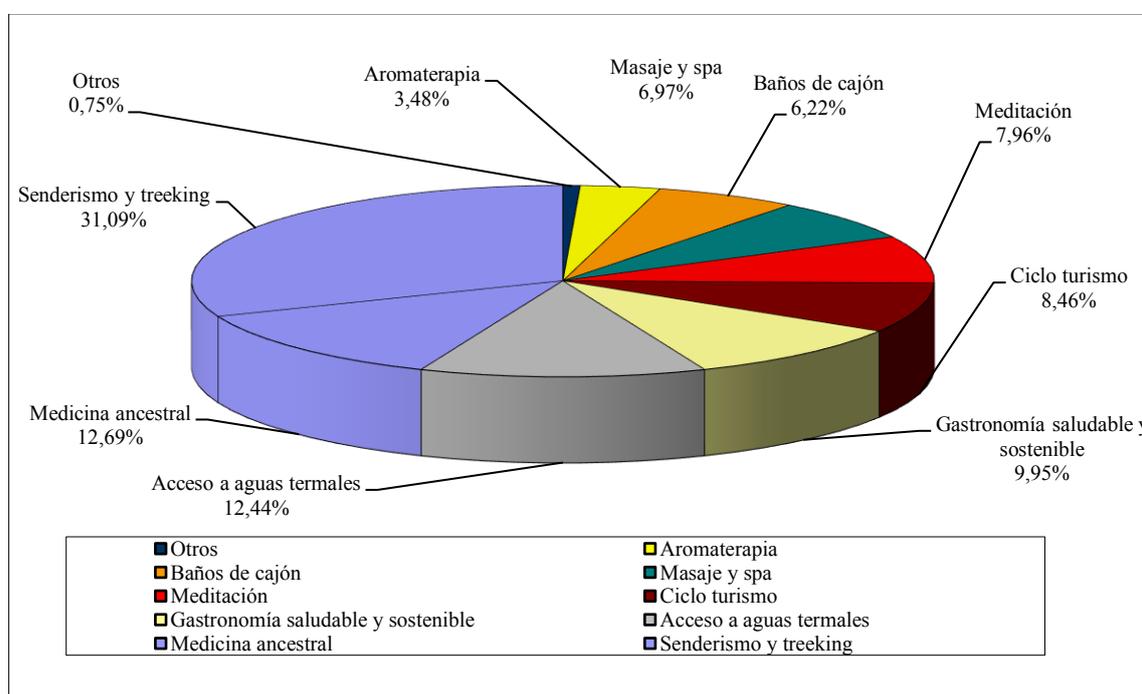


Figura 2: Establece los parámetros para medir las motivaciones para realizar un viaje.

Fuente: Elaboración propia

De las actividades planteadas, la actividad de senderismo tiene el mayor porcentaje como actividad demandada por potenciales clientes. El acceso a aguas termales de igual manera tiene un alto porcentaje de aceptación, así también el ciclo turismo. De estas actividades se consideraron para la elaboración de paquetes.

Pregunta 2: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico daily tour que le ofrezca actividades relacionadas a salud y bienestar, con servicios adicionales como traslados y actividades culturales?

Tabla 4: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico daily tour que le ofrezca actividades relacionadas a salud y bienestar, con servicios adicionales como traslados y actividades culturales?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
760 \$	103	25,62%
590 \$	176	43,78%
290 \$	123	30,60%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

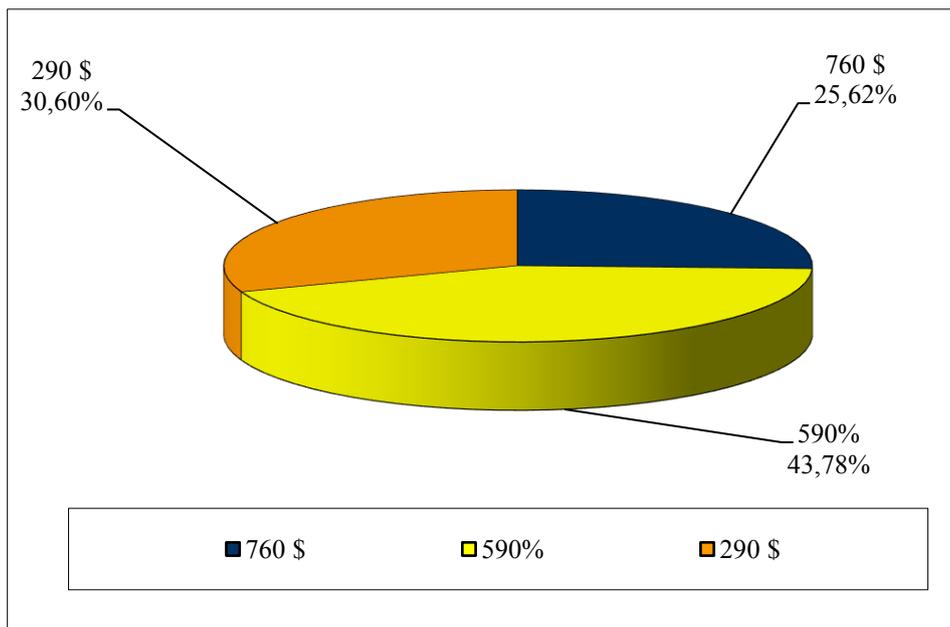


Figura 3: Establece parámetro de gastos de un turista.

Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas manifestaron que estarían dispuestas a cancelar un costo promedio de 590 USD, sin embargo, el rango entre 290 USD y 760 USD muestra que el porcentaje de la diferencia no es muy elevado, por cuanto existe la posibilidad de ofertar otros paquetes turísticos por el valor de 760 USD. Se debe considerar a éstos rangos que el costo promedio de gasto de un turista es de 596 USD durante su permanencia.

Pregunta 3: ¿Cuándo usted realiza un viaje, lo hace?

Tabla 5: Pregunta 4 encuesta de demanda ¿Cuándo usted realiza un viaje, lo hace?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Solo	190	47,26%
Acompañado	212	52,74%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

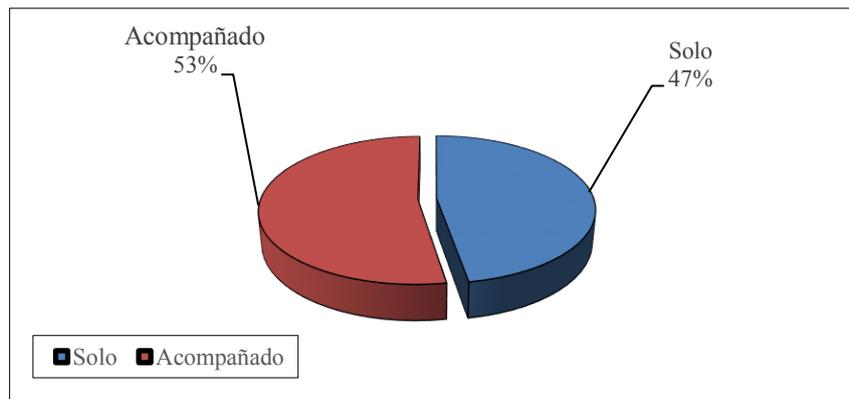


Figura 4: Muestra los gustos del viajero a la hora de realizar un desplazamiento.
Fuente: Elaboración propia

La información obtenida aportará para que los datos obtenidos gestionen estrategias que brinden facilidades a posibles clientes para obtener beneficios adicionales para el caso de viaje por el mismo motivo cuando los turistas viajen en pareja o más personas en un mismo servicio.

Ésta información proporcionará aporte a la gestión comercial para diseñar estrategias para que los productos dispongan valores agregados.

Pregunta 4: ¿Usted prefiere viajar con servicios contratados previamente o contratar en el destino?

Tabla 6: ¿Usted prefiere viajar con servicios contratados previamente o contratar en el destino?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Viajar con servicios contratados previamente	347	86,32%
Contratar en el destino	55	13,68%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

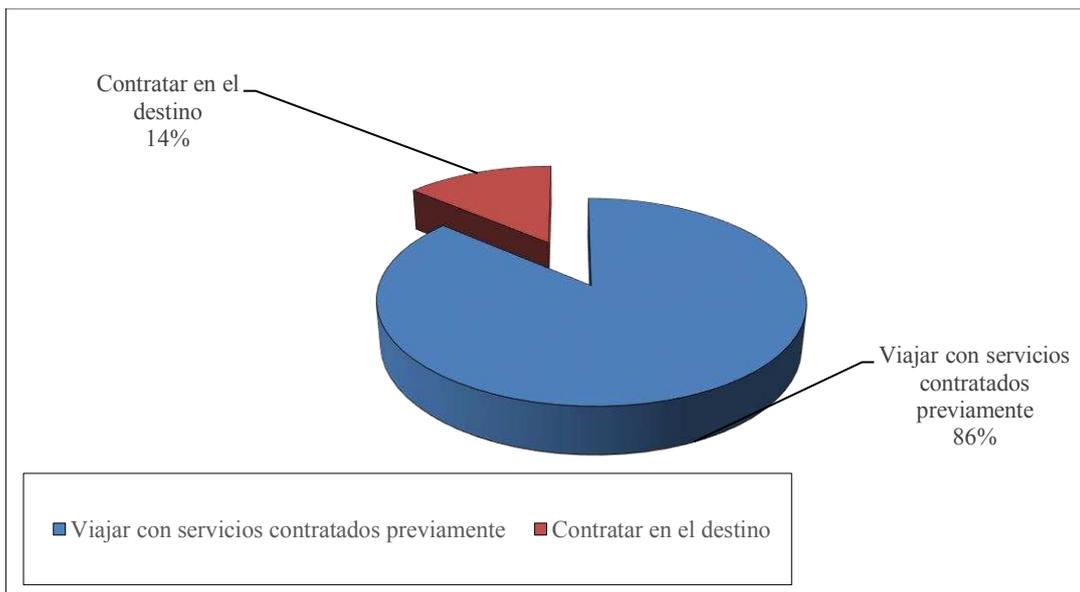


Figura 5: Muestra las preferencias del viajero para conocer si viaja con servicios contratados previamente.
Fuente: Elaboración propia

Es importante considerar que los turistas provenientes de Estados Unidos prefieren viajar con servicios contratados previamente, ésta información permitirá generar estrategias para ofertar servicios completos, concretos y a la medida de las necesidades de los clientes. Los turistas prefieren viajar con servicios previamente contratados para evitar inconvenientes en su llegada al destino.

Pregunta 5: ¿Cuál es el medio que más usa para buscar destinos turísticos?

Tabla 7: ¿Cuál es el medio que más usa para buscar destinos turísticos?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Redes Sociales	166	41,29%
Agencias de viaje	53	13,18%
Plataformas de reserva en línea	183	45,52%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

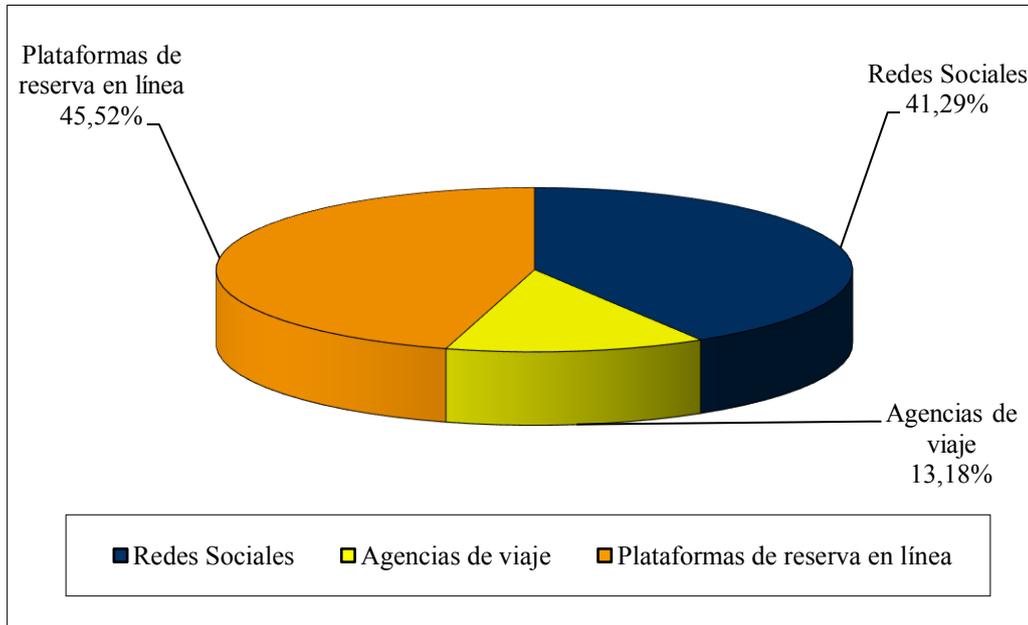


Figura 6: Evidencia los medios que se usan para búsqueda de destinos turísticos.
Fuente: Elaboración propia

Las actividades comerciales orientarán sus esfuerzos a promocionar los servicios por dos tipos de medios, se hará énfasis en el trabajo con plataformas de reserva en línea, que de acuerdo a los resultados de la encuesta es el medio más usado, así también se frecuenta el uso de redes sociales que dispone de un porcentaje similar, éste último supone un impacto más visual por la experiencia que se puede vivir una persona en un determinado destino.

Pregunta 6: ¿Cuál es la duración aproximada de estancia cuando realiza viajes por turismo?

Tabla 8: ¿Cuál es la duración aproximada de estancia cuando realiza viajes por turismo?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
1 noche	38	9,45%
2 noches	115	28,61%
3 noches o mas	249	61,94%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

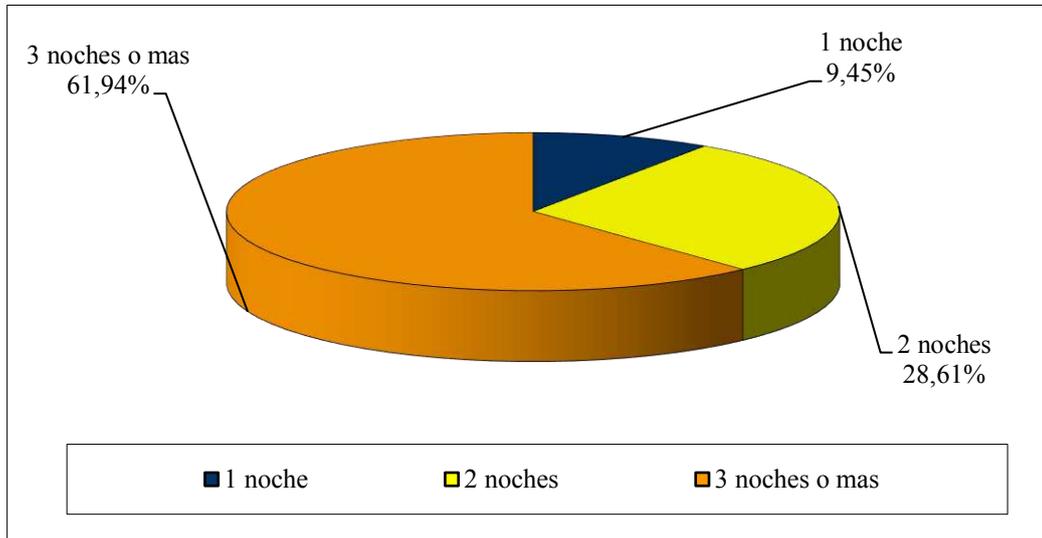


Figura 7: Expone el número de noches que los turistas gustan mantener como estancia en un destino.

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de ésta pregunta, los encuestados sugirieron la preferencia de realizar estancias de 3 o más noches en un destino, para lo cual los productos se enfocarán en diseñar alternativas con ésta necesidad, sin embargo, también se observa que una parte de los encuestados manifestaron el gusto por adquirir productos de 2 noches. El producto deberá satisfacer éstas necesidades.

Pregunta 7: ¿Qué mes del año destina para viajar?

Tabla 9: Pregunta 10 encuesta de demanda ¿Qué mes del año destina para viajar?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Enero	5	1,24%
Noviembre	8	1,99%
Diciembre	12	2,99%
Octubre	18	4,48%
Julio	19	4,73%
Abril	21	5,22%
Mayo	31	7,71%
Marzo	35	8,71%
Febrero	36	8,96%
Junio	48	11,94%
Septiembre	71	17,66%
Agosto	98	24,38%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

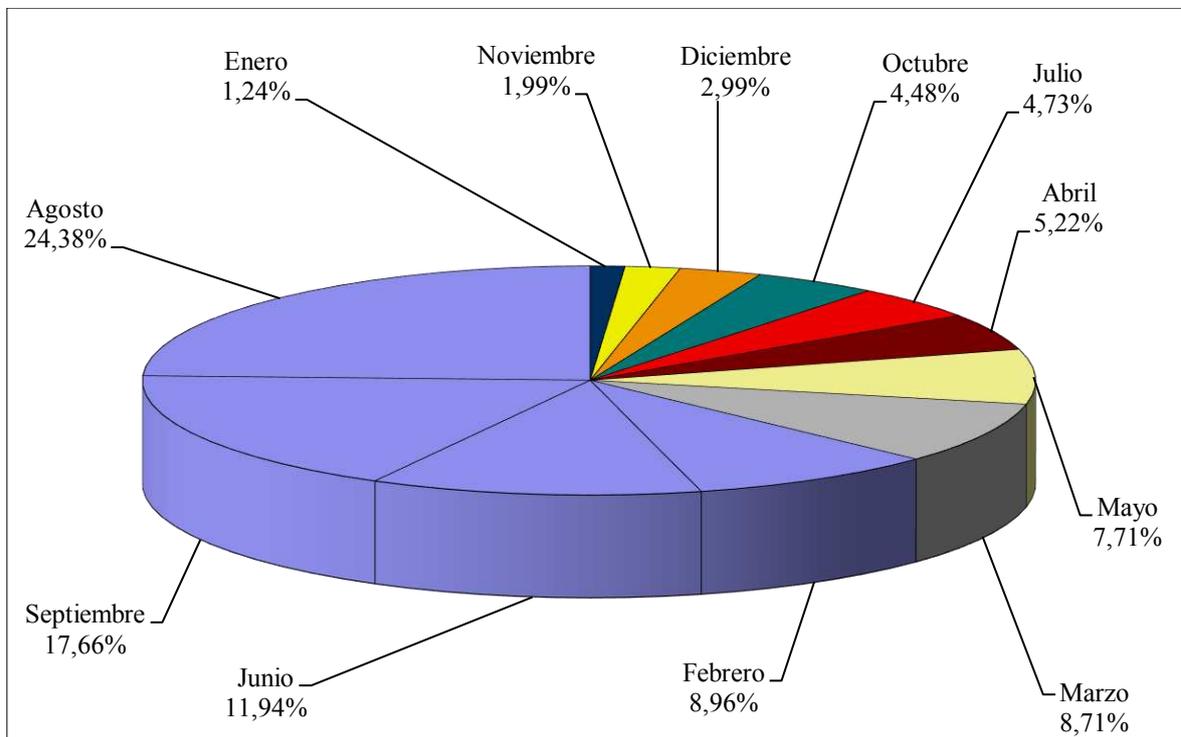


Figura 8: Establece los meses del año que los turistas prefieren viajar.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados los encuestados señalaron los meses más importantes para viajar, son Junio, Agosto y Septiembre, también considerados época alta para operadores de turismo y empresas de alojamiento.

Pregunta 8: Al momento de elegir el tipo de alojamiento a usar durante su viaje, ¿usted prefiere?

Tabla 10: ¿Al momento de elegir el tipo de alojamiento a usar durante su viaje, ¿usted prefiere?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Hoteles locales en el destino calificación 4 – 5 estrellas	48	11,94%
Departamentos privados obtenidos a través de plataformas o app de reservas	77	19,15%
Hoteles locales en el destino calificación 1 – 3 estrellas	78	19,40%
Cadenas Internacionales	87	21,64%
Hostales locales en el destino	112	27,86%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

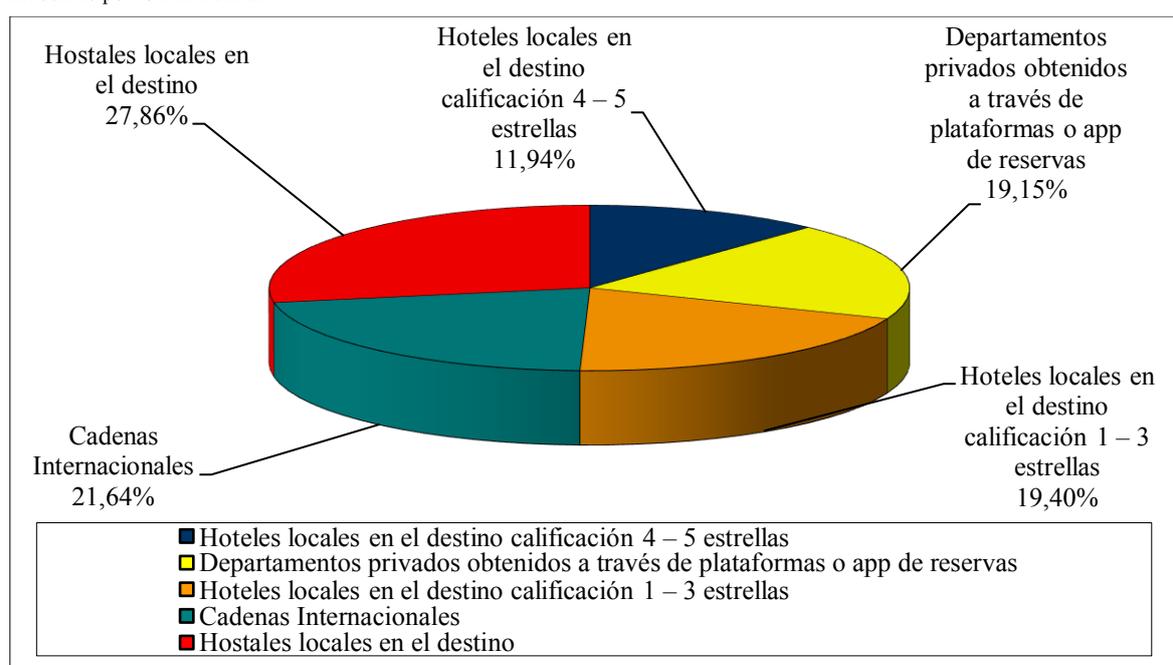


Figura 9: Muestra el tipo de alojamiento que los encuestados marcaron como favoritos.

Fuente: Elaboración propia

El resultado de la encuesta demuestra que de las diferentes alternativas de hospedaje, los encuestados muestran varios intereses, sobresaliendo el alojamiento de tipo turistas u hostales, de igual manera dependiendo del nivel socio económico del turista eligen cadenas internacionales u hoteles de 3 a 5 estrellas.

Pregunta 9: Cuando adquiere productos y servicios turísticos, ¿usted prefiere?

Tabla 11: ¿Cuándo adquiere productos y servicios turísticos, ¿usted prefiere?

Respuestas	# Encuestas	% Respuestas
Prefiero un producto o servicio de calidad al precio justo	332	82,59%
Último minuto con productos poco interesantes	37	9,20%
Bajo costo con pocos beneficios	33	8,21%
TOTAL	402	100,00%

Elaborado por: Stalin Benítez

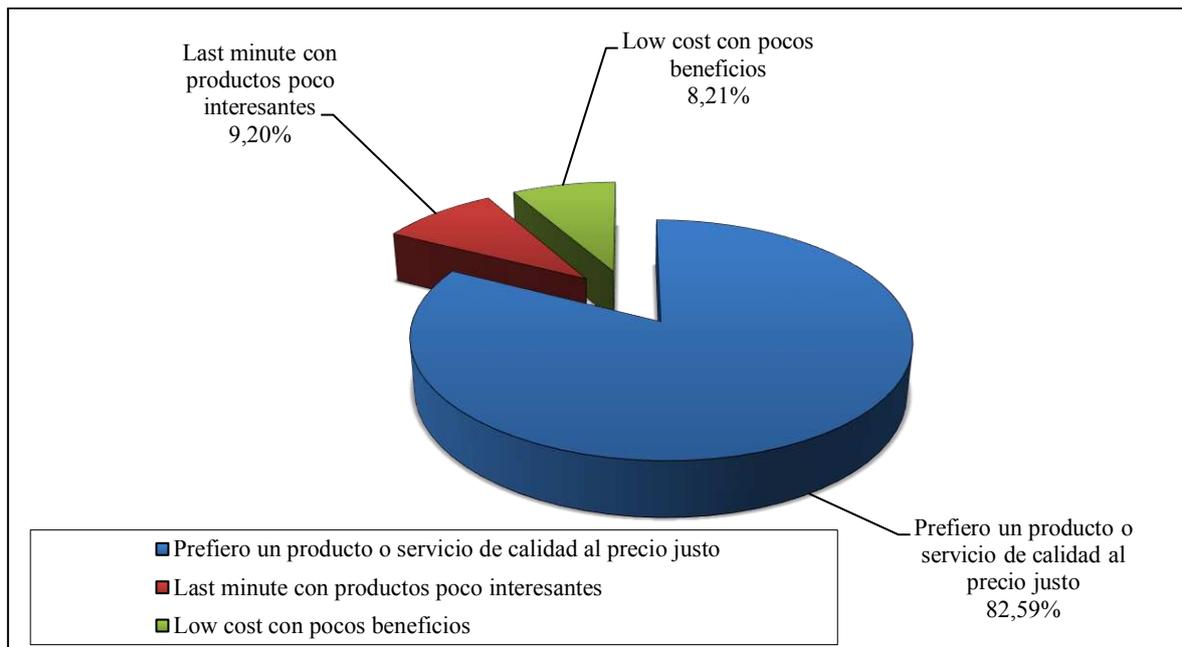


Figura 10: Serie de factores que muestra la forma como los turistas desean adquirir un producto o servicio turístico.

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados manifestaron en notables minorías el gusto por adquirir productos last minute o los de tipo low cost, conforme lo recabado el proyecto podrá enfocar el trabajo en generar productos innovadores y al momento no enfocarse en ofertas por tratarse de actividades no llamativas.

2.1.4. Conclusiones del Diagnóstico

La encuesta se aplicó a una muestra de 402 personas o posibles clientes finales, con una serie de factores de interés que mostrarán gustos y preferencias a la hora de adquirir productos o servicios turísticos.

Como resultados se puede evidenciar que las actividades de turismo de salud y bienestar tiene potencial por el nivel de respuestas obtenidas en relación no solo de actividades , sino de presupuesto por servicio, canales de búsqueda de destinos turísticos, meses del año de preferencia para realizar viajes, si gustan viajar solos o acompañados, opciones de seguros de viaje, gustos para elección en el tipo de alojamiento e inclinación al adquirir servicios pre pagados o adquiridos en el destino, en general describe la prioridad de cada turista para elegir un sitio a visitar.

Haciendo referencia a lo antecedido, se concluye que el proyecto es viable como parte de la oferta de servicios turísticos en el mercado.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

3.1. Estudio Administrativo

3.1.1. Nombre de la empresa

El nombre seleccionado para la propuesta de empresa es Ecuador Health Tours.

3.1.2. Descripción de la empresa

Ecuador Health Tours es un Operador de Turismo, ubicado en la ciudad de Quito y con operación dentro del Distrito Metropolitano de Quito, se especializará en la comercialización de servicios turísticos de salud y bienestar, enfocado principalmente al mercado norteamericano.

3.1.3. Tipo de empresa

Se plantea la propuesta de empresa bajo esquema de Compañía Limitada conformado por 2 socios con similar capital, el acto civil de éste tipo de empresa está dentro de la actividad de un operador turístico, la Superintendencia de compañías, valores y seguros establece para éste tipo de empresas un capital inicial de 400 USD.

3.1.4. Tamaño de la empresa

Mediante acuerdo de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y que consta en la resolución 1260 de la Comunidad Andina, el proyecto recibiría la clasificación de una micro empresa, por cumplir con los siguientes criterios:

Personal ocupado de 1 a 9 personas

Valor bruto de ventas anuales y activos hasta 100000 USD cada uno.

3.1.5. Localización de la empresa

El proyecto estará ubicado en la provincia de Pichincha Distrito Metropolitano de Quito, sector La Mariscal, Av. 12 de Octubre y Veintimilla, Edificio Zaldumbide, planta baja, Oficina No 6.

3.1.6. Filosofía empresarial

Ecuador Health Tours es una empresa de puertas y oídos abiertos, con mentes dispuestas al cambio, siempre orientados al cliente interno y externo, a través de un servicio excepcional apoyado de los valores internos de la organización.

Visión: Hasta el año 2025 ser una empresa rentable para la industria, que involucre a los mejores proveedores, que atraiga clientes, que comparta con ellos experiencias positivas y memorables, además que sea un buen lugar de trabajo para los mejores profesionales apasionados por el turismo, logrando el mejoramiento a través de reingenierías periódicas.

Misión: Acercar el Ecuador pluricultural y multiétnico al mundo a través de experiencias positivas y memorables que orienten al turista a la repetición y recomendación de nuestros servicios.

3.1.7. Estructura funcional

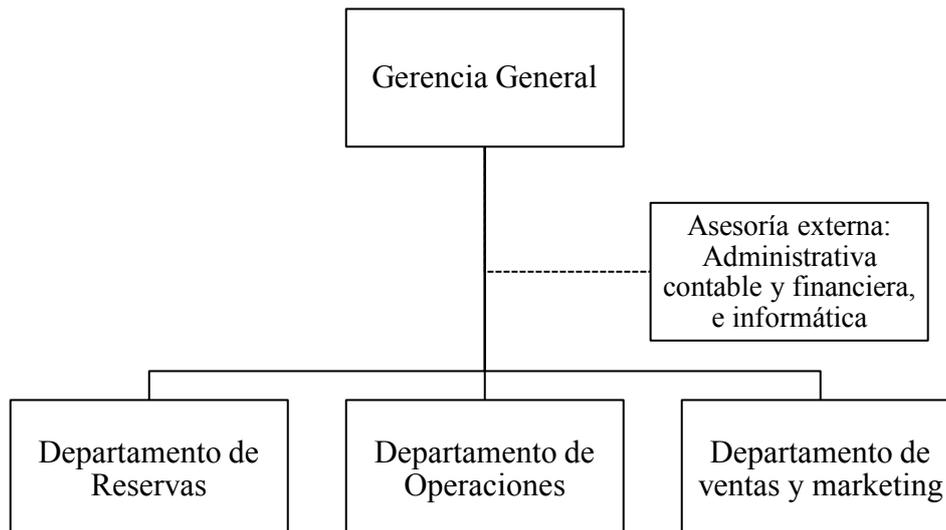


Figura 11: Estructura funcional de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

3.1.8. Perfil de cargos

Para el desarrollo del perfil de cargos se ha considerado el diccionario de competencias de Martha Alles, en los cuales se detallará información y propósito del cargo, línea de reporte, funciones asignadas y requerimientos de contratación, los cargos propuestos para el inicio

de actividades del proyecto son (Anexo No. 2), gerente general, ejecutiva de reservas, ejecutivo de operaciones, ejecutivo de marketing y ventas.

De acuerdo a lo expuesto en el organigrama las áreas administrativas que no tendrán relación de dependencia son: Recursos Humanos, Contabilidad y Finanzas, Informática y Guías de Turismo

3.1.9. Proceso de reclutamiento y selección de talento humano

El propósito del proceso es normar la forma de contratación de personal para las distintas áreas de la empresa.

Responsables

Asesor Externo. – La asesoría externa se encarga de procesar información necesaria para desarrollar el proceso.

Gerencia General. - Cumplir con los lineamientos establecidos en este procedimiento.

Jefe de área. – Cumplir con el procedimiento y prestar la información necesaria para la contratación del personal requerido.

3.2. Estudio de Mercado

3.2.1. Clientes

Conforme lo expuesto en el capítulo II, el mercado propuesto para éste proyecto es el norteamericano, y de acuerdo a los resultados de las encuestas, los productos estarán destinados a personas con un rango de edad entre los 18 y 30 años, y que de acuerdo a un análisis generacional se consideran como generación Y o generación del milenio, que se caracteriza sistematizar el análisis de sus intereses apoyados en las nuevas tecnologías y la globalización, ya que es una era en la cual muchas áreas han avanzado significativamente gracias al desarrollo tecnológico.

De igual manera los resultados de la encuesta este tipo de clientes han manifestado el gusto por actividades como senderismo o trekking, medicina ancestral y acceso a aguas termales como actividades de su gusto en actividades turísticas.

El cliente potencial para los productos del proyecto se trata de personas adultas mayores, también gustan de las actividades de aire libre, senderismo, y la combinación con actividades de sanación, permanecen buscando nuevas alternativas que les permita mejorar su salud emocional por medio de actividades en la naturaleza y recabar información ancestral o prácticas de sanación alternativas, realizadas por indígenas en sitios lejanos a su entorno, con características diferentes en cuanto a locación, no al uso de medicinas convencionales y la aceptación de ritos como medio de mejoramiento espiritual y corporal.

Otra característica esencial de cada cliente debe ser el volumen de ingresos que le permita acceder a un tour de estas características y satisfacer sus necesidades, considerando los resultados de la encuesta, los clientes estarían dispuestos a pagar por un tour de estas condiciones hasta 590 USD, sin embargo, por inicio de operaciones el margen del costo será inferior para captar más clientes.

3.2.2. Competencia

De acuerdo al catastro de agencias de viajes de la Empresa Pública de Gestión del Destino Turístico de Quito, solamente existe una empresa que realizar este tipo de actividades, se hará el siguiente análisis:

3.2.2.1. Imagen o Marca

Dispone de un logotipo con la imagen de un colibrí que puede representar la vida y la salud, su nombre es Plena Salud Latinoamérica, que hace mención a la ejecución de actividades de salud.

Muchas empresas del entorno turístico realizan actividades similares, pero se diferencian en que únicamente el objetivo del servicio es llegar a un destino para hacer uso de piscinas, se adicionan otras actividades como el lunch y alguna actividad complementaria para cumplir con una jornada o un plan.

3.2.2.2. Funcionalidad

La competencia ha sido innovadora al realizar actividades especializadas en salud de tipo holística, visitando comunidades a nivel nacional para realizar prácticas propias de una medicina ancestral y que lleva una creencia de sanación milenaria. Sus productos son encaminados a turistas nacionales.

Los productos del proyecto se enfocarán en este tipo de actividades y se combinarán con actividades culturales y gastronómicas, tal como se mencionó, nuestros clientes serán extranjeros.

3.2.2.3. Presupuesto

Los costos propuestos por la competencia, son costos muy bajos, considerando como potencial cliente al mercado nacional del Ecuador, sus costos se deben a la manera como

manejan la operación, por ejemplo, en varios servicios al momento de ejecutar la operación los puntos de pick up¹ lo hacen en plazas o parques como se muestra en su publicidad.

Se debe mencionar que los productos del proyecto disponen como referente al resultado de las encuestas aplicadas, en el que se manifestó el deseo de adquirir productos confiables, sin novedades de último momento, sorpresas o actividades de poco interés.

3.2.3. Producto

3.2.3.1. Paquetes

La propuesta ha elaborado tres paquetes que se describen a continuación:

Paquete uno

Nombre del Tour: Quito Consciente (Full Day)

Descripción:

Éste tour tiene una duración de ocho horas; durante la mañana los pasajeros harán una visita a la parte alta del volcán Pululahua para hacer una visión panorámica al cráter, además de la explicación del sitio, podrán hacer fotografía pese al corto tiempo de permanencia en éste punto. Posterior se arriba al punto de control para iniciar el descenso hasta la parte baja del cráter, una vez en la planicie el tour se ubicará en el Centro de Interpretación, donde se dará inicio por la ruta uno al trekking, por un corto sendero para conocer la flora, fauna y geografía del volcán.

Culminado el trekking, en adelante se realizarán ejercicios de relajación y respiración en el punto de camping con el apoyo de un indígena shaman, adicional se brindará una charla sobre la cosmovisión andina del Ecuador, se degustará un almuerzo saludable. Enseguida el tour se dirige a la salida del cráter con dirección a la ciudad Mitad del Mundo, donde los

¹¹ Pick up: Significa recoger o llevar, en turismo sitio o lugar desde el cual se recoge o lleva turistas o punto de origen

pasajeros tendrán tiempo libre para visitar el lugar y hacer fotografía y posterior se dejarán en los puntos de origen.

Incluye:

- Transporte privado
- Guía de turismo bilingüe
- Shamán
- Ingreso a la Reserva Geobotánica Pululahua
- Acceso y libre recorrido por senderos
- Almuerzo saludable

No incluye:

- Bebidas hidratantes para el recorrido
- Artesanías o souvenirs
- Ítems que no consten en éste itinerario
- Gastos personales
- Propina al guía (opcional)

Recomendaciones:

- Uso de zapatos cómodos para trekking
- Chompa térmica e impermeable
- Gorra
- Bloqueador solar
- Lentes de sol
- Buff
- Suficiente agua para el recorrido

Notas importantes:

- Tiempo de recorrido a pie dentro del cráter, aproximado 3 horas, nivel o estado físico medio
- El nivel técnico del recorrido es bajo
- Clima templado, puede variar, se aconseja llevar una prenda caliente en caso que el clima se torne frío
- Por causas de fuerza mayor o condiciones climáticas, el guía podrá variar el recorrido.
- Cada pasajero debe disponer de un seguro privado de vida y asistencia médica.
- Cada pasajero deberá notificar con anticipación al viaje su condición de salud, medicaciones, alergias, etc.

Condiciones particulares:

- Cada tour será cancelado previa prestación del servicio
- Para confirmar una reserva con más de 60 días, al menos el 30% (con impuestos) de costo por persona deberá estar cancelado.
- 30 días antes de la prestación del servicio, éste deberá estar cancelado en su totalidad, es decir el 100% del pago total.
- Para cancelaciones, dentro de los 60 días antes de la salida el 30% de depósito inicial será cobrado como no-show²,
- Para cancelaciones a partir de los 30 días antes de la fecha del servicio, se cobrará la totalidad del costo del tour como no-show.
- Forma de pago, a través de PayPal o transferencia bancaria
- Los precios pueden sufrir modificaciones de acuerdo a situaciones de fuerza mayor y que obedezcan a seguridad y confort del pasajero.

² No show: Pasajero o turistas que no asiste al servicio turístico contratado, se lo considera como pérdida del mismo

- No existirán reembolsos por falta o ausencia del pasajero para presentarse al servicio.
- La empresa no se hace responsable por accidentes o fallecimientos, es indispensable que cada pasajero disponga de su seguro de viaje.

Notas legales:

- No se ofertan tours que promuevan el maltrato de animales, turismo sexual o cualquier otra actividad ilegal.
- No se permite el uso de sustancias sujetas a fiscalización dentro de nuestros servicios.
- No se permite la ingesta de bebidas alcohólicas y sustancias sujetas a fiscalización dentro de nuestros servicios.

Al confirmar la reserva quedará como aceptado todas las condiciones para la prestación de los servicios.

Mapa de ruta:

Ruta de tipo lineal

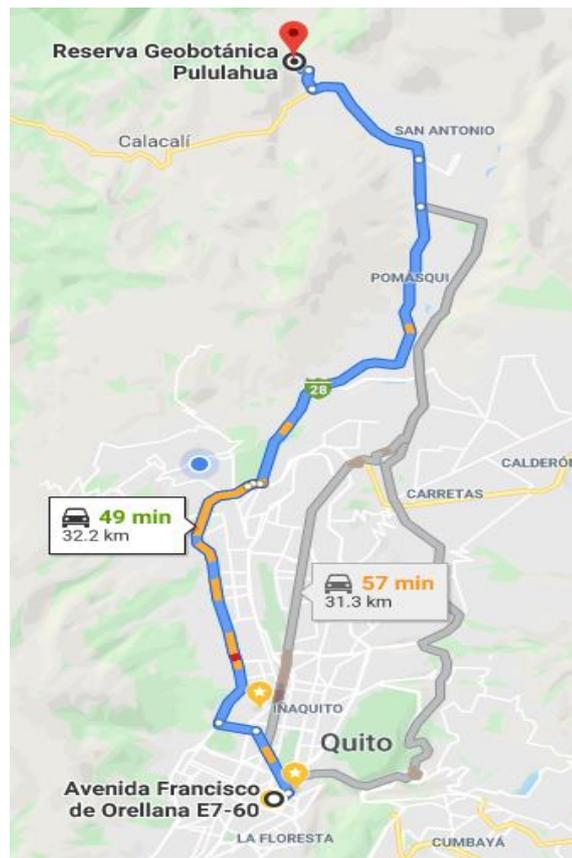


Figura 12: Mapa ruta turística, paquete No. 1
Fuente: Google Maps, time line

Itinerario

Tabla 12: Itinerario Tour Quito Consciente

ITINERARIO DE ACTIVIDADES						
Tipo de Servicio	Fecha del servicio	Hotel Pick up	Hora pick up	Actividad	hora inicio	hora fin
Privado	-	Holiday Inn	8:00	Recoger pasajeros del hotel asignado	8:00	8:15
Privado	-	-	-	Llegada al mirador de la reserva Geobotánica Pululahua, para brindar varias indicaciones y fotografía del sitio.	9:00	9:15
Privado	-	-	-	Llegada al punto de control para el registro e ingreso al área protegida	9:20	9:30
Privado	-	-	-	Arribo al centro de interpretación y área de camping para ubicación de vehículo y preparación para todas las actividades en el cráter.	10:10	10:20
Privado	-	-	-	Inicio del trayecto de senderismo por la ruta Pondoña	10:30	12:00
Privado	-	-	-	Ejercicios de relajación con el apoyo de un chamán indígena y charla acerca de la cosmovisión andina en el Ecuador	12:15	13:15
Privado	-	-	-	El tour se dirige hasta un restaurante de la localidad en la Rinconada de Rolando Vera, lugar en que los turistas pueden hacer uso de sus instalaciones	13:30	14:40
Privado	-	-	-	El tour deja las instalaciones de la rinconada de Rolando Vera, y se dirige al punto de control de Moraspungo, finalizan los servicios y los pasajeros son llevados al punto de pick up de la mañana. durante el recorrido se solicitará a cada turista la evaluación del servicio recibido.	14:30	15:00

Elaborado por: Stalin Benítez

Paquete dos

Healthy hiking in Quito (Full Day)

Descripción:

Una vez realizado el pick up desde el hotel designado, el tour se dirige hasta el sur de la ciudad para acceder a la comunidad de Lloa, donde se destinará como punto de operación el restaurante La Fortuna. En este sitio se podrán dejar el vehículo y las pertenencias que deseen guardar los pasajeros, todo permanecerá resguardado.

Nos dirigimos hasta la entrada al complejo de aguas termales de Urauco, donde se dará inicio al recorrido de las cascadas de las siete caras, este recorrido tiene una trayectoria aproximada de 16 km, con una geografía plana, sin mayor dificultad, el recorrido tiene un tiempo estimado de 2 a 3 horas. Los turistas pueden alquilar caballos o bicicleta para realizar este tramo de caminata. Pueden tomar un baño en las distintas cascadas. Al llegar a las aguas termales los turistas acceden al sitio mediante pago realizado con anticipación, y se lo hace a los administradores quienes forman parte de la comunidad de Urauco.

De regreso hasta el centro de operación, los pasajeros pueden hacer uso de los baños de propiedad del restaurante, mientras se preparan alimentos saludables para proceder al almuerzo. Posterior, los pasajeros recibirán una charla de medicina ancestral, practicarán de ejercicios corporales y se hará un rito de limpieza a base de hiervas por parte de un chamán de la localidad para las personas que previamente han aceptado éste servicio, podrán realizar fotografía. Culminadas las actividades, a las cuatro de la tarde, el tour se dirige con destino a la zona central de la ciudad de Quito para dejar a los pasajeros en el punto de pick up de la mañana, con lo cual concluye el servicio.

Incluye:

- Transporte privado
- Guía de turismo bilingüe
- Almuerzo
- Chamán

No incluye:

- Bebidas hidratantes para el recorrido
- Acceso a las aguas termales, el pago debe ser realizado por el pasajero

- Artesanías o souvenirs
- Ítems que no consten en éste itinerario
- Gastos personales
- Propina al guía (voluntario)

Recomendaciones:

- Uso de zapatos cómodos para trekking
- Chompa térmica e impermeable
- Gorra
- Bloqueador solar
- Lentes de sol
- Buff
- Suficiente agua para el recorrido
- Ropa cómoda para caminata

Notas importantes:

- Tiempo de recorrido hasta llegar a las cascadas de las Siete Caras, aproximado 2 a 3 horas, estado físico medio
- El nivel técnico del recorrido es bajo
- Clima templado, puede variar, se aconseja llevar una prenda caliente en caso que el clima sea frío
- Por causas de fuerza mayor o condiciones climáticas, el guía podrá variar el recorrido.
- Cada pasajero debe disponer de un seguro privado de vida y asistencia médica.
- Cada pasajero deberá notificar con anticipación al viaje su condición de salud, medicaciones, alergias, etc.

Condiciones particulares:

Las condiciones particulares son similares a las del paquete No. 1

Notas legales:

Las normas legales son las mismas a las del paquete No. 1

Mapa de ruta:

El tipo de ruta para éste recorrido es lineal, a partir del punto de salida, es el hotel Holiday Inn, hasta llegar a las cascadas de las Siete Caras, el tiempo de llegada al destino es de 1 hora y 18 minutos. Para el retorno a la zona centro – norte de la ciudad de Quito es el mismo.

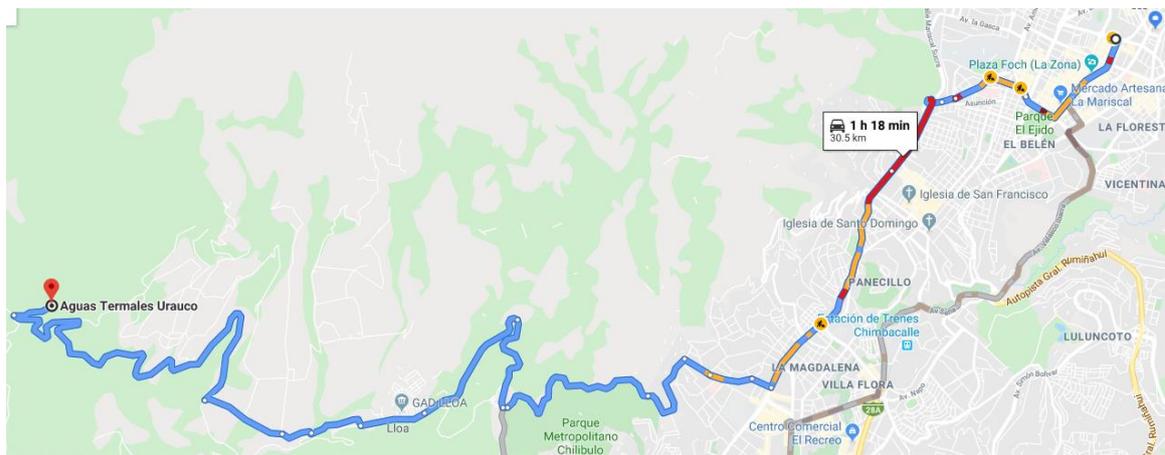


Figura 13: Mapa ruta turística, paquete No. 2

Fuente: Google Maps, time line

Itinerario

Tabla 13: Itinerario Tour Healthy Hiking in Quito

ITINERARIO DE ACTIVIDADES TOUR HEALTHY HIKING IN QUITO						
Tipo de Servicio	Fecha del servicio	Hotel Pick up	Hora pick up	Actividad	hora inicio	hora fin
Privado	-	Holday Inn	8:00	Recoger pasajeros del hotel asignado	8:00	8:15
Privado	-	-	-	El tour comienza el recorrido hasta la zona sur de la ciudad para llegar hasta la plaza central de Lloa	8:15	9:30
Privado	-	-	-	Arribo hasta el centro de operaciones en el restaurante La Fortuna, donde se ubica el vehículo y los turistas se preparan para la jornada del sendero de las siete	9:30	12:30

				caras y acceso a las aguas termales.		
Privado	-	-	-	Los turistas llegan nuevamente hasta el centro de operaciones en el Restaurante La Fortuna, para acceder a los servicios del sitio y degustar un almuerzo saludable	13:00	14:30
Privado	-	-	-	Para los turistas que solicitaron como parte del paquete, se dirigen hasta la casa de un chamán de la localidad para asistir a una charla de salud ancestral, y participar de un rito de sanación (limpia)	14:45	15:00
Privado	-	-	-	El tour sale de la localidad de Lloa con dirección a los hoteles para dejar a los turistas en el hotel del pick up. Durante el recorrido se solicitará a cada turista la evaluación del servicio recibido.	15:15	16:30

Elaborado por: Stalin Benítez

Paquete tres

Quito a tu salud (Full Day)

Descripción:

Una vez realizado el pick up desde el hotel designado, el tour se dirige hasta la entrada del Teleférico de Quito, para subir hasta la estación en la parte superior del Pichincha, en esta zona los turistas pueden realizar fotografía. Posterior y mediante ejercicios de calentamiento, todos se preparan para ascender hasta la zona del columpio del Teleférico y descubrir la belleza natural del sitio y la ciudad de Quito, donde permaneceremos por un tiempo aproximado de 20 minutos para que puedan hacer uso del columpio y tomar fotografías. En adelante se realizará la caminata hasta llegar a la zona de la “cueva del oso” cercano a las antenas del Rucu Pichincha, aquí se procederá a realizar ejercicios de acro yoga³, también recibirán una charla informativa de alimentación sana y el cuidado del cuerpo.

Al final de éstas actividades el tour se dirige hasta la parte baja, llegando a la estación del Teleférico para dirigimos al restaurant donde los turistas degustarán un almuerzo saludable. Culminado el almuerzo y como actividad final nos dirigimos hasta el centro histórico de Quito para realizar un recorrido por las principales iglesias hasta llegar al Panecillo. El tour finaliza y los pasajeros llegan hasta el lugar de pick up en la mañana.

Incluye:

- Transporte privado
- Guía de turismo bilingüe
- Almuerzo
- Entrada al teleférico
- Especialista en yoga

³ Acro Yoga: Se describe como la unión de yoga, diferentes posiciones del cuerpo humano mediante acrobacia y el aspecto terapéutico

No incluye:

- Bebidas hidratantes para el recorrido
- Artesanías o recuerdos
- Gastos personales
- Propina al guía (voluntario)
- Ítems que no consten en éste itinerario
- Entrada a iglesias, conventos y museos

Recomendaciones:

- Uso de zapatos cómodos para trekking
- Chompa térmica e impermeable
- Gorra
- Bloqueador solar
- Lentes de sol
- Buff
- Suficiente agua para el recorrido

Notas importantes:

- Tiempo de recorrido hasta llegar a las cascadas de las Siete Caras, aproximado 2 a 3 horas, estado físico medio
- El nivel técnico del recorrido es bajo
- Clima templado, puede variar, se aconseja llevar una prenda caliente en caso que el clima sea frío

- Por causas de fuerza mayor o condiciones climáticas, el guía podrá variar el recorrido.
- Cada pasajero debe disponer de un seguro privado de vida y asistencia médica.
- Cada pasajero deberá notificar con anticipación al viaje su condición de salud, medicaciones, alergias, etc.

Condiciones particulares:

Las condiciones particulares son similares a las del paquete No. 1

Notas legales:

Las normas legales son las mismas a las del paquete No. 1

Al confirmar la reserva quedará como aceptado todas las condiciones para la prestación de los servicios.

Mapa de ruta:

Ruta de tipo circular

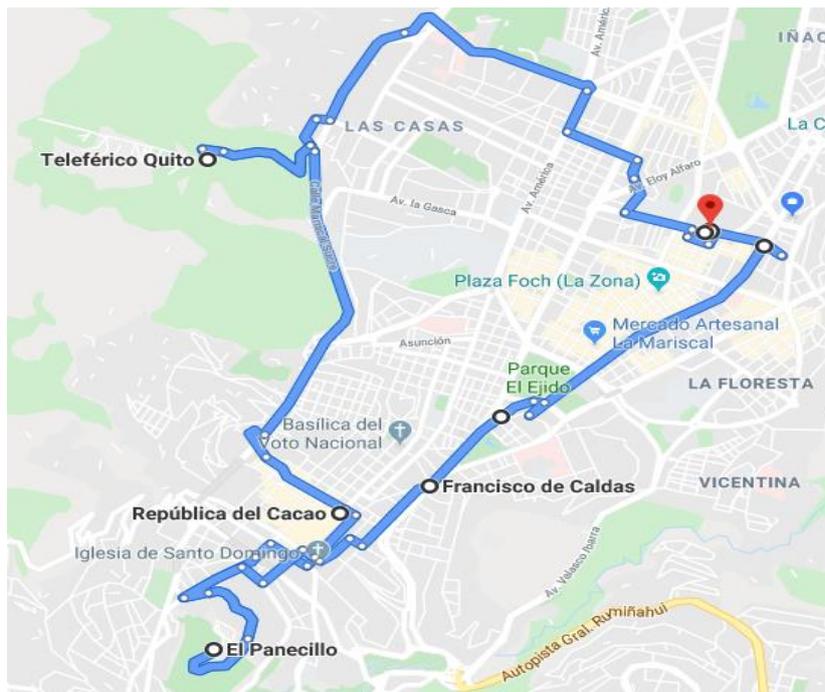


Figura 14: Mapa ruta turística, paquete No. 3
Fuente: Google Maps, time line

Itinerario

Tabla 14: Itinerario Tour Quito A Tu Salud

ITINERARIO DE ACTIVIDADES TOUR QUITO A TU SALUD						
Tipo de Servicio	Fecha del servicio	Hotel Pick up	Hora pick up	Actividad	hora inicio	hora fin
Privado	-	Holday Inn	8:00	Recoger pasajeros del hotel asignado	8:00	8:15
Privado	-	-	-	El tour comienza el recorrido hasta la zona occidental de Quito, para llegar a la estación del teleférico y acceder por medio de los tickets "fast pass", y evitar realizar filas y demandar tiempo.	8:20	9:00
Privado	-	-	-	Una vez que los tickets se entregan a los turistas se accede a las cabinas para subir hasta la estación de llegada No. 2, aquí los pasajeros descienden para recibir las instrucciones de todas las actividades a desarrollar en esa zona. En este trayecto presentamos a la instructora de yoga quien nos acompañará en este trayecto.	9:10	9:30
Privado	-	-	-	EL grupo se dirige hasta la zona del columpio para hacer uso y realizar fotografía	9:40	9:50
Privado	-	-	-	El grupo avanza hasta el área conocida como la cueva del oso, a pocos metros de las antenas, un sitio apropiado para realizar ejercicios. Aquí se realizarán ejercicios de respiración y relajación, meditación, adicional ejercicios físicos para estirar, relajar y fortalecer el cuerpo meditación e información de aspectos para alimentación sana con productos originarios del Ecuador.	10:15	12:00
Privado	-	-	-	Una vez finalizada éstas actividades el tour se dirige a pié hasta la estación superior del teleférico, para tomar las cabinas y descender hasta la primera estación y ser recogidos por el vehículo	12:30	13:00
Privado				En el vehículo se brinda información de	13:30	14:30

	la ciudad, y bajamos con dirección al centro histórico llegar al restaurante para degustar el almuerzo saludable		
Privado	Finalizado el almuerzo los turistas reciben un recorrido por la calle de las 7 cruces en el centro histórico, actividad con la cual concluye el servicio contratado	14:50	16:00
Privado	El tour se dirige al punto de pick up de la mañana, durante el recorrido se solicitará a cada turista la evaluación del servicio recibido.	16:00	16:30

Elaborado por: Stalin Benítez

3.2.3.2.Precio

Los costos de los paquetes han sido desarrollados en función de las actividades a realizar en cada servicio propuesto:

Tabla 15: Costos propuesta paquete uno, Quito Consciente

TOUR: QUITO CONSCIENTE			DETALLE	COSTOS				
TIEMPO:	FULL DAY			COSTOS FIJOS ANUALES	COSTO FIJO POR PAX = CFANUAL /PROYECCIÓN DE VENTA	COSTOS FIJOS TOTALES(POR GRUPO)	COSTOS VARIABLE S POR PAX	COSTOS VARIABLE S TOTALES (POR GRUPO)
PAX:	10				CF/176			
CAPACIDAD BUS:	17					176		
ARRIENDO	450	MENSUAL	ARRIENDO	5400,00	30,68	306,82		
SERVICIOS BÁSICOS	180	MENSUAL	SERVICIOS BÁSICOS	2160,00	12,27	122,73		
RECEPCIONISTA	536,43	MENSUAL	RECEPCIONISTA	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE RESERVAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE RESERVAS	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE OPERACIONES	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE OPERACIONES	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE VENTAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE VENTAS	6437,13	36,57	365,75		
GERENTE GENERAL	1055,36	MENSUAL	GERENTE GENERAL	12664,36	71,96	719,57		
TRANSPORTE	90		9 TRANSPORTE				9,00	90,00
GUIA NACIONAL	50		5 GUÍA NACIONAL				5,00	50,00
ALMUERZO 1	15		ALIMENTACIÓN				21,96	219,60
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS	OTROS COSTOS VARIABLES				11,70	117,00
ALMUERZO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE	ACTIVIDADES				0,00	0,00

		IVA Y 10% DE SERVICIOS			
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS			
CENA	0				
SOUVENIER	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS			
		POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS POR PAX			
IMPREVISTOS	5%				
UTILIDAD	30%				
PROYECCIÓN DE VENTA	176	PKTS. ANUAL			
SE PIDE: DETERMINAR COSTOS FIJOS/VARIABLES PRECIO DE VENTA UNITARIO Y TOAL PUNTO DE EQUILIBRIO					
			TOTAL	261,21	2612,10
					47,66
					476,60

	CF + CV	PVP U	PVPT
SUBTOTAL		308,87	3088,7
IMPREVISTOS		15,44	154,4
TOTAL		324,31	3243,1
UTILIDAD		97,29	972,9
PVP		421,61	4216,1

Elaborado por: Stalin Benítez

En el paquete uno se proveerán varios servicios como el transporte, guianza turística bilingüe, existirá también un costo por acceso de SIB que pertenece al Ministerio del Ambiente por acceder al espacio de un área protegida, y un costo final que corresponde al chamán que acompañará en el servicio hasta medio día, se trata de un chamán que vive en Calacalí. No existen costos de alojamiento. Para imprevistos se ha considerado un 5% del subtotal, un 30% de utilidad, y un valor comisionable correspondiente al 10%.

Tabla 16: Costos propuesta paquete dos, Healthy Hiking in Quito

TOUR: HEALTHY HIKING IN QUITO			DETALLE	COSTOS				
TIEMPO:	FULL DAY			COSTOS FIJOS ANUALES	COSTO FIJO POR PAX = CFANUAL /PROYECCIÓN DE VENTA	COSTOS FIJOS TOTALES(POR GRUPO)	COSTOS VARIABLES POR PAX	COSTOS VARIABLES TOTALES (POR GRUPO)
PAX:	10				CF/176			
CAPACIDAD BUS:	17					176		
ARRIENDO	450	MENSUAL	ARRIENDO	5400,00	30,68	306,82		
SERVICIOS BÁSICOS	180	MENSUAL	SERVICIOS BÁSICOS	2160,00	12,27	122,73		
RECEPCIONISTA	536,43	MENSUAL	RECEPCIONISTA	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE RESERVAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE RESERVAS	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE OPERACIONES	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE OPERACIONES	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE VENTAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE VENTAS	6437,13	36,57	365,75		
GERENTE GENERAL	1055,36	MENSUAL	GERENTE GENERAL	12664,36	71,96	719,57		
TRANSPORTE	90		9 TRANSPORTE				9,00	90,00
GUIA NACIONAL	50		5 GUÍA NACIONAL				5,00	50,00
ALMUERZO 1	15		ALIMENTACIÓN				21,96	219,60
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS	OTROS COSTOS VARIABLES				11,40	114,00
ALMUERZO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS	ACTIVIDADES				0,00	0,00
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS						
CENA	0							
SOUVENIER	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS						
		POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS						
		POR PAX						
IMPREVISTOS	5%							
UTILIDAD	30%							

PROYECCIÓN DE VENTA	176	PKTS. ANUAL			
SE PIDE: DETERMINAR COSTOS FIJOS/VARIABLES					
PRECIO DE VENTA UNITARIO Y TOAL					
PUNTO DE EQUILIBRIO					
		TOTAL		261,21	2612,10
					47,36
					473,60
		CF + CV	PVP U	PVPT	
		SUBTOTAL	308,57	3085,7	
		IMPREVISTOS	15,43	154,3	
		TOTAL	324,00	3240,0	
		UTILIDAD	97,20	972,0	
		PVP	421,20	4212,0	

Elaborado por: Stalin Benitez

En el paquete dos, se describen varias actividades a realizar en la ciudad de Quito, el servicio incluye transporte, guianza bilingüe, acceso a aguas termales, y alimentación, los costos también contienen rubros para imprevistos, utilidad e impuestos.

Tabla 17: Costos propuesta paquete tres, Quito a tu salud

TOUR: QUITO A TU SALUD			DETALLE	COSTOS				
TIEMPO:	FULL DAY			COSTOS FIJOS ANUALES	COSTO FIJO POR PAX = CFANUAL /PROYECCIÓN DE VENTA	COSTOS FIJOS TOTALES(POR GURPO)	COSTOS VARIABLES POR PAX	COSTOS VARIABLES TOTALES (POR GRUPO)
PAX:	10				CF/176			
CAPACIDAD BUS:	17					176		
ARRIENDO	450	MENSUAL	ARRIENDO	5400,00	30,68	306,82		
SERVICIOS BÁSICOS	180	MENSUAL	SERVICIOS BÁSICOS	2160,00	12,27	122,73		
RECEPCIONISTA	536,43	MENSUAL	RECEPCIONISTA	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE RESERVAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE RESERVAS	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE OPERACIONES	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE OPERACIONES	6437,13	36,57	365,75		
EJECUTIVO DE VENTAS	536,43	MENSUAL	EJECUTIVO DE VENTAS	6437,13	36,57	365,75		
GERENTE GENERAL	1055,36	MENSUAL	GERENTE GENERAL	12664,36	71,96	719,57		
TRANSPORTE	90		9 TRANSPORTE				9,00	90,00
GUIA NACIONAL	50		5 GUÍA NACIONAL				5,00	50,00
ALMUERZO 1	20		ALIMENTACIÓN				29,28	292,80
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS	OTROS COSTOS VARIABLES				12,99	129,92
ALMUERZO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS	ACTIVIDADES				0,00	0,00
ALOJAMIENTO	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE IVA Y 10% DE SERVICIOS						
CENA	0							
SOUVENIER	0	POR PAX NO INCLUYE 12% DE						

Tabla 18: Tarifario Ecuador Health Tours

TARIFARIO ECUADOR HEALTH TOURS								
CODIGO	TOURS Y EXCURSIONES	SERVICIOS PRIVADO						DIAS DE OPERACIÓN
		1 PAX	2 PAX	3 - 4 PAX	5- 9 PAX	10 - 14 PAX	15 - 17 PAX	
EHT-QC	Tour Quito consciente	421,61	883,18	1716,40	3799,5	5882,5	7132,4	DIARIO
EHT-HHQ	Tour healthy hiking in Quito	421,20	882,36	1714,77	3795,77	5876,78	7125,39	DIARIO
EHT-QTS	Tour Quito a tu salud	433,36	920,01	1773,4	3906,9	6040,4	7320,5	DIARIO

Elaborado por: Stalin Benítez

3.2.3.3.Plaza

El mercado objetivo del presente proyecto proviene de Estados Unidos, por ser el país que dispone el mayor número de visitantes no residentes al Ecuador y la ciudad de Quito.

De acuerdo a las encuestas existe un gran potencial para este tipo de clientes, ya que gustan de las actividades de sanación alternativa, de búsqueda de sitios que permitan quitar el estrés o la rutina de trabajo para eliminar estados de estrés.

De igual manera las encuestas demostraron que existe una gran motivación de los potenciales clientes para conocer los destinos turísticos por medio de plataformas on line y redes sociales que en los últimos tiempos han evolucionado considerablemente, por esta razón, el proyecto pretende exponer la información de sus productos por medio de éstas plataformas, considerando las tradicionales como Facebook, Instagram, YouTube y también aquellas que son especializadas en turismo como Tripadvisor, Arbnb, que son las más populares y generan tendencias en la industria.

De igual manera existen plataformas de reservas para viajes que no solamente promocionan alojamiento sino al mismo tiempo tours y experiencias como por ejemplo Booking, Expedia, entre otros, sin embargo, para el presente caso académico no se podrá plasmar este ejemplo, ya que para registrar la empresa en éstas plataformas es necesario registrarla con todos los permisos de funcionamiento y operación vigente y emitida por los órganos de control del estado, en éste caso por parte del Ministerio de Turismo y la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

Otro sitio para promocionar los servicios del proyecto será la participación de ferias internacionales de turismo como por ejemplo Florida Huddle que se desarrolla en el estado

de Florida y se caracteriza por la facilidad de comercializar productos directamente con el consumidor final. Por tratarse de un operador enfocado a salud otra feria importante no solo para el mercado norteamericano es Termatalia, que se realiza anualmente en distintos países, la participación en esta feria fortalecería el posicionamiento del operador como una alternativa innovadora en el negocio del turismo en el Ecuador.

3.2.3.4.Promoción

La propuesta abarca las siguientes promociones:

Promoción No. 1

Por inicio de operaciones, por cada 5 clientes con reservas confirmadas y canceladas el 100%, la empresa otorgará un descuento del 15% en todos los traslados.

Promoción No. 2

Por la compra de un paquete para dos personas, la empresa proveerá a los clientes el 15% de descuento en traslados.

Promoción No. 3

Por la compra de un paquete para 4 personas, la empresa otorgará un 15% de descuento en establecimientos de alojamientos recomendados por la empresa.

Promoción No. 4

Al cliente que realice la confirmación de servicios de la reserva total dentro de los primeros 4 días posterior a la recepción de solicitud de cotización, obtendrá un 2% de descuento del costo total del paquete.

3.2.3.5.Publicidad

Para dar una identidad al proyecto, se ha diseñado un logotipo que identifique colores de color verde asociados a la naturaleza y a la salud, identificando el nombre de la empresa en el mismo



Figura 15: Logotipo Ecuador Health Tours

Fuente: Propia, diseño de logotipo

Slogan: Salud y aventura en un solo destino

De acuerdo a los resultados de las encuestas, los productos de la empresa serán promocionados a través de las principales redes sociales tradicionales, y en las especializadas en turismo, así también se promocionará por medio de plataformas de reservas en línea.

Facebook es una red social que ha adquirido notable fuerza en los últimos tiempos, aportando al posicionamiento de imágenes y contenido para promocionar información de diferentes tipos de industrias, pero para el turismo es la más aceptable para este tipo de redes sociales.



Figura 16: Página oficial de Facebook de la empresa Ecuador Health Tours

Fuente: Facebook.com/ecuadorhealthtours

tripadvisor Experiences Reservas Productos Disponibilidad Informes Opiniones Finanzas Ecuador Health Tours (222230) |

Sus perfiles de TripAdvisor

[Añadir nuevo perfil](#)



Ecuador Health Tours
📍 Quito, Quito, Provincia de Pichincha

Pendiente

[Gestionar](#)

Figura 17: Página oficial de Tripadvisor de la empresa Ecuador Health Tours

Fuente: Tripadvisor.com/account

3.3. Estudio Técnico

3.3.1. Distribución de la planta

La empresa está ubicada en la Av. 12 de Octubre Esq. Y Luis Cordero, en el edificio Zaldumbide, planta baja, local No. 6, dispone de una superficie de 60 m² y un aforo para 23 personas distribuidas de manera cómoda, respetando lo estipulado en el Decreto 2393 (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Seguro General de Riesgos del Trabajo, 2017).

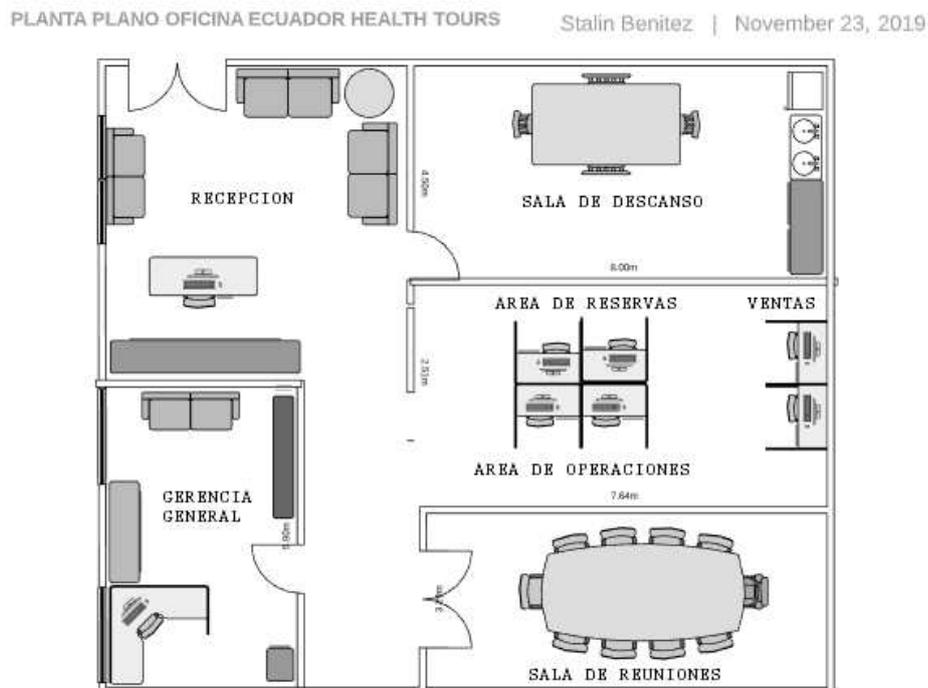


Figura 18: Plano de diseño de oficinas de la empresa Ecuador Health Tours
Fuente: Diseño propio

3.3.2. Equipamiento

El equipamiento son todas aquellas herramientas de trabajo que permiten que las labores de una oficina funcionen adecuadamente para conseguir los objetivos, además facilitan el trabajo y optimizan tiempo.

En la actualidad de acuerdo a la normativa ecuatoriana el Decreto Ejecutivo 2393, los reglamentos de salud ocupacional son obligatorios para todo tiempo de empresa, allí orientan de manera exacta el tipo de mobiliario que se debe adquirir con las condiciones ergonómicas

para que los trabajadores no sufran ningún tipo de enfermedad profesional, entre otros aspectos en materia laboral.

El proyecto ha desarrollado la siguiente tabla de equipamiento con la cual contar para arrancar operaciones:

Tabla 19: Equipamiento inicial de oficina

MUEBLES Y ENSERES				
N°	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	1	Mobiliario recepción	\$ 220,00	220,00
2	4	Sillones de espera dobles	\$ 60,00	240,00
3	1	Mesa sala reuniones	\$ 280,00	280,00
4	1	Mesa mediana para sala de descanso	\$ 70,00	70,00
5	6	Estaciones de trabajo individual	\$ 140,00	840,00
6	6	Asientos para escritorio	\$ 90,00	540,00
7	1	Asiento gerencial	\$ 140,00	140,00
8	1	Asiento de recepción	\$ 70,00	70,00
9	6	Asientos sencillos para sala de reuniones	\$ 45,00	270,00
10	1	Cafetera	\$ 40,00	40,00
11	1	Menaje de cafetería	\$ 50,00	50,00
12	5	Tachos de basura	\$ 17,00	85,00
13	1	Mesa redonda de recepción	\$ 45,00	45,00
14	3	Muebles archivadores aéreos	\$ 85,00	255,00
15	2	Pizarra tiza líquida	\$ 35,00	70,00
16	1	Dispensador de agua eléctrico	\$ 150,00	150,00
17	1	Refrigeradora pequeña	\$ 120,00	120,00
18	1	Microondas pequeño	\$ 60,00	60,00
				3545,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE				
1	5	Computadoras de escritorio	\$ 300,00	1500,00
2	1	Infocus	\$ 370,00	370,00
3	1	Computadora portátil	\$ 260,00	260,00
4	2	Sistema de reservas (mensual)	\$ 130,00	260,00
5	4	CRM	\$ 400,00	1600,00
6	1	Rack cerrado equipo de computación	\$ 700,00	700,00
7	1	Servidor equipos de computación	\$ 800,00	800,00
8	2	Impresoras tinta continua	\$ 350,00	700,00
9	1	Telefono celular (operaciones)	\$ 250,00	250,00
10	1	Central telefónica	\$ 284,00	284,00
11	4	Teléfonos inalámbricos para oficina	\$ 35,00	140,00
12	10	Instalación puntos de red	30,00	300,00
TOTAL				7164,00

Elaborado por: Stalin Benítez

3.4. Estudio Financiero

El estudio financiero se enfoca a diversos aspectos como la elaboración de cédulas presupuestarias, estado de situación inicial y la proyección de ventas y punto de equilibrio.

3.4.1. Estado de situación inicial

Tabla 20: Estado de situación inicial

ECUADOR HEALTH TOURS	
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVO	AÑO 0
CORRIENTE	
Efectivos y equivalentes al efectivo	3000,00
NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
Muebles, enseres y equipos de oficina	3545,00
Equipos de computación y software	7164,00
Inventario suministros a ser consumidos en la prestación de servicios	825,00
ACTIVOS INTANGIBLES	
Gasto de Constitución	1174,10
Inversión Activos Intangibles	
TOTAL ACTIVOS	15708,10
PASIVOS	
LARGO PLAZO	
Inst. Financieras	0,00
TOTAL PASIVOS	0,00
PATRIMONIO	
Capital Suscrito o pagado	8000,00
Aportes de socios o accionistas para futuras capitalizaciones	7708,10
TOTAL PATRIMONIO	15708,10
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	15708,10
Elaborado por: Autor	

Elaborado por: Stalin Benítez

3.4.2. Proyección de ventas

Tabla 21: Tabla de proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS ECUADOR HEALTH TOURS					
PROYECCIÓN DE VENTAS	TIEMPO EN AÑOS				
	5%	1	2	3	4
QUITO A TU SALUD	4333,60	4550,28	4777,79	5016,68	5267,52
HEALTHY HIKING IN QUITO	4212,00	4422,60	4643,73	4875,92	5119,71
QUITO CONCIENTE	4216,10	4426,91	4648,25	4880,66	5124,70
TOTAL VENTAS	12761,70	13399,79	14069,77	14773,26	15511,93

Elaborado por: Stalin Benítez

La proyección de ventas nos indica que existe un incremento de las ventas en el ejercicio de los cinco primeros años, por lo cual muestra viabilidad.

3.4.3. Indicadores Financieros

Tabla 22: Tabla de cédulas presupuestarias

ACTIVOS CORRIENTES				
N°	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	1	Efectivos y equivalentes al efectivo	3000,00	3000,00
TOTAL				3000,00
ACTIVOS FIJOS				
N°	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	1	Muebles, enseres y equipos de oficina	3545,00	3545,00
2	1	Equipos de computación y software	7164,00	7164,00
3	1	Inventarios de suministros a ser consumidos en servicios prestados	825,00	825,00
TOTAL				11534,00
ACTIVOS INTANGIBLES				
N°	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	1	Gastos de Constitución	1174,10	1174,10
TOTAL				1174,10
TOTAL ACTIVOS				15708,10

Elaborado por: Stalin Benítez

Tabla 23: Tabla de indicadores financieros

INDICADORES FINANCIEROS ECUADOR HEALTH TOURS		
TD	10%	
VAN	25543,94	
TIR	64%	
PAY BACK	2,20	2 AÑOS
INVERSIÓN:	-11534	
AÑOS	PROYECCION	PROYECCION ACUMULADA
0	-11534	-11534
1	8933,17	-2600,83
2	9379,83	6779,00
3	9848,82	16627,82
4	10341,26	26969,08
5	10858,32	37827,40

Elaborado por: Stalin Benítez

Una vez culminados los índices financieros, se puede observar que el proyecto es viable, ya que el valor actual neto se puede ver reflejado al traer todos los flujos de efectivo a un valor presente que indica un valor positivo de 25.543,94 USD, por lo tanto, al ver que es un valor positivo se concluye que es conveniente la inversión.

3.5. Estudio de impactos

3.5.1. Impacto ambiental

El impacto ambiental forma parte de los proyectos de cualquier tipo que sea, siempre existirá algún tipo de afectación.

El proyecto al tratarse de actividades de turismo de salud, plantea el manejo de escenarios controlados, de igual manera las actividades que se pretende realizar serán dentro de áreas protegidas y que se encuentran bajo estricto control por parte del estado. Al estar enfocado con la salud, se pretende de igual manera el cuidado de las áreas que se visitará.

3.5.2. Impacto social

Los impactos sociales que pretende éste proyecto se catalogan como positivos desde el inicio, ya que se trata de una empresa creada bajo el amparo de la ley, cumpliendo todos los requisitos legales y jurídicos.

El proyecto pretende dinamizar la economía de todas las áreas a visitar, para fortalecer el comercio con los proveedores ubicados en las distintas localidades y que están manejados por artesanos y que practican buenas prácticas de cuidado y conservación del medio ambiente.

El proyecto manifiesta que se opone a realizar o ejecutar cualquier tipo de actividad reñida con la ley, que esté relacionadas con el tráfico o consumo de sustancias sujetas a control, trata de blancas, discriminación, alteración del orden público, etc.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el desarrollo de los cálculos financieros se evidencia la viabilidad del proyecto, ya que se ha logrado encontrar el equilibrio entre la información proporcionada por las encuestas y los estudios de marketing y estudio financiero principalmente, para cubrir satisfactoriamente con las obligaciones que la ley exige en este tipo de empresas.

El turismo de salud pertenece a un área que no ha sido desarrollado eficientemente en el cantón Quito, tras el análisis de las cifras obtenidas, se demuestra que la propuesta promete una gran oportunidad de desarrollo para todos los sectores involucrados. Es importante señalar que el operador trabaja de la mano con proveedores quienes a la vez son aliados estratégicos, y el trabajo en conjunto dinamiza la economía en éste sector de mercado.

El proyecto propone como resultado del análisis enfocar esfuerzos para la promoción de los servicios turísticos a través de plataformas de reserva en línea para compra y venta de servicios y la promoción. De igual manera se propone gestionar promoción por medio de redes sociales, ya que son los medios que más se usan en la actualidad para búsqueda de destinos.

Finalmente, el uso de la tecnología y redes sociales brindan un apalancamiento importante como soporte a éste proyecto, ya que permitirá que su posicionamiento sea efectivo y le permitan estar a la vanguardia del mercado, y generar competitividad en el sector.

RECOMENDACIONES

Una vez evaluada la operación preliminar, se recomienda realizar un profundo estudio para ampliar el número de productos que oferte el proyecto para disponer de un mayor margen de rentabilidad, ya que como se demostró con las encuestas, existen oportunidades de crear más servicios apoyados en el nivel de gasto que puede generar un turista por actividades enfocadas a la salud y bienestar.

Se recomienda realizar los esfuerzos económicos necesarios para gestionar campañas de marketing a través de estrategias SEO para potenciar la presencia de la empresa en el medio turístico y la promoción de servicios en las redes sociales más relacionadas con esta actividad.

Es fundamental el fortalecer las alianzas estratégicas con proveedores para calificar y mantener la calidad de todos los servicios tercerizados como son alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, guianza turística, para evitar reclamos o devoluciones y pérdida de imagen con clientes.

Levantar estadísticas respecto de la satisfacción del servicio, para orientar el trabajo necesario frente a oportunidades de mejora y brindar respuestas favorables para las inquietudes de los clientes en el caso de existir.

Utilizar los resultados de la tabulación de las encuestas para dar viada en la creación de servicios a la medida del perfil del turista que busca éste tipo de actividades.

BIBLIOGRAFIA

- Abarca Zaguinaulta, M. A. (2014). <http://repositorio.pucesa.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Sistema%20Tur%C3%ADstico.pdf>
- Agencia Nacional de Tránsito. (31 de 12 de 2014). <https://www.ant.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Aguinaga Cadena, C., Castro, E., & Marconi Romano, S. (2005). *Una interpretación mesoeconómica del turismo en Ecuador*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Anton Clavé, S., González Reverté, F., Cors Iglesias, M., Fernández Tabales, A., Gala Micó, J., García Hernández, M., . . . Lacosta Aragües, A. (2007). *A propósito del turismo, la construcción social del espacio turístico*. Barcelona: Editorial UOC.
- Banco Central del Ecuador. (2017). <https://contenido.bce.fin.ec>. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/CuentasCantoniales/Indice.htm>
- Cabarcos Novás, N. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos, comercialización de servicios turísticos*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Cárdenas Arenas, J. (10 de Julio de 2005). <http://www.transoxiana.org>. Obtenido de <http://www.transoxiana.org/0110/cardenas-avicena.html>
- Castillo Montesdeoca, E. A., Martínez Rogert, F., & Vásquez Rozas, E. (24 de Febrero de 2015). www.usc.es. Obtenido de <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>
- Chediak Atia, E. (2007). *Tres médicos árabes*. Bogotá: Academia Nacional de Medicina.
- Comisión Europea de Turismo. (Diciembre de 2018). <https://www.e-unwto.org>. Recuperado el 08 de Junio de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420308>
- Coraggio, J., Espinosa, P., Guerrero, R., Llerena, C., León, M., Orbe, J., . . . Velasco, M. (2001). *Empleo y economía del trabajo en el Ecuador, algunas propuestas para superar la crisis*. Quito: Abya-Yala.
- Coss Bu, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Mexico D.F.: Limusa.
- Del Alcázar Martínez, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: ESIC Editorial.

- Díaz Fernández, J., García Negro, M., Pardellas de Blas, X., Padín Fabeiro, C., Patiño Romaris, C., Sánchez Pavón, B., & García Deber, L. (2005). *Ordenación de los espacios litorales en Galicia*. España: Instituto universitario de estudios marítimos.
- Ecuador Forestal. (20 de Julio de 2012). <https://ecuadorforestal.org>. Obtenido de <https://ecuadorforestal.org/glosario-forestal/glosario-de-ley-de-gestion-ambiental/>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2018). <https://www.quito-turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (Abril de 2019). Catastro Operadores de Turismo. Quito, Pichincha.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2019). <https://www.quito-turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/que-hacemos/reuniones-incentivos-congresos-eventos-rice-mice>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión del Destino Turístico. (2016). <https://www.quito-turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-adicionales/category/11-gasto-y-perfil-del-turista>
- Engel, P. (2017). *Medicina alternativa, para sanar el cuerpo y el alma*. Santiago de Chile: Catalonia Ltda.
- Entorno Turístico. (s.f.). <https://www.entornoturistico.com>. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-capacidad-carga-turistica/>
- ESAN, E. d. (24 de Enero de 2017). <https://www.esan.edu.pe>. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- Esteve Secall, R., Fuentes García, R., & Martín Rojo, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso. (2017). <https://www.flacso.edu.ec>. Obtenido de https://www.flacso.edu.ec/flax15/_upload/etnohistoria/pdfs/QUITO_IG.pdf
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (s.f.). www.cuenca.com.ec. Obtenido de <https://cuenca.com.ec/sites/default/files/01.%20Plan%20Estrategico%20de%20Desarrollo%20Turistico.pdf>

- Guerrero González, P., & Ramos Mendoza, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico D. F.: Editorial Patria S. A.
- Huamán Valencia, H. G. (2005). *Manual de técnicas de investigación, conceptos y aplicaciones*. Lima: Editorial Ipladees S.A.C.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Seguro General de Riesgos del Trabajo. (Febrero de 2017). <https://www.prosigma.com.ec/>. Obtenido de <https://www.prosigma.com.ec/pdf/nlegal/Decreto-Ejecutivo2393.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (15 de 05 de 2017). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Indicadores%20ODS%20Agua,%20Saneamiento%20e%20Higiene/Presentacion_Agua_2017_05.pdf
- Jorge Burbano Ruiz, A. O. (2000). *Presupuestos, enfoque moderno de planificación y control de recursos*. Santa Fé de Bogotá: Nomos S. A. .
- Lacanau, G., & Norrild, J. (2003). *Gastronomía y Turismo*. Buenos Aires: Centro de investigaciones y Estudios Turísticos.
- Lascano Castro, A. (1991). *Quito ciudad milenaria, forma y símbolo*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2014). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (26 de 09 de 2012). <http://www.trabajo.gob.ec>. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Código-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (28 de 03 de 2016). <http://www.trabajo.gob.ec>. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Ley-Laboral.pdf>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2019). <https://www.obraspublicas.gob.ec>. Obtenido de <https://www.obraspublicas.gob.ec/obras-de-infraestructura-2019-son-expuestas-ante-los-representantes-de-las-camaras-y-sector-productivo/>
- Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (Enero de 2014). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>

Ministerio de Turismo. (11 de Febrero de 2014). <https://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>

Ministerio de Turismo. (24 de Marzo de 2015). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (24 de Marzo de 2015). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (24 de Junio de 2016). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf

Ministerio de Turismo. (24 de Junio de 2016). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf

Ministerio de Turismo. (24 de 05 de 2016). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>

Ministerio de Turismo. (24 de Mayo de 2016). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>

Ministerio de Turismo. (18 de 02 de 2016). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/en-2018-el-turismo-receptor-se-inclino-de-lado-positivo-en-ecuador/>

Ministerio de Turismo. (2018). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo. (05 de Octubre de 2018). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio de Turismo. (21 de Marzo de 2018). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/galapagos-un-destino-para-disfrutar-la-naturaleza-en-este-feriado/>

Ministerio de Turismo. (18 de Septiembre de 2018). www.turismo.gob.ec. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-is-wellness-se-presento-en-termatalia-2018/>: https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/termatalia_folleto

Ministerio de Turismo. (11 de Febrero de 2019). <https://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/en-2018-el-turismo-receptor-se-inclino-de-lado-positivo-en-ecuador/>

Ministerio de Turismo Ecuador. (24 de Junio de 2016). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf

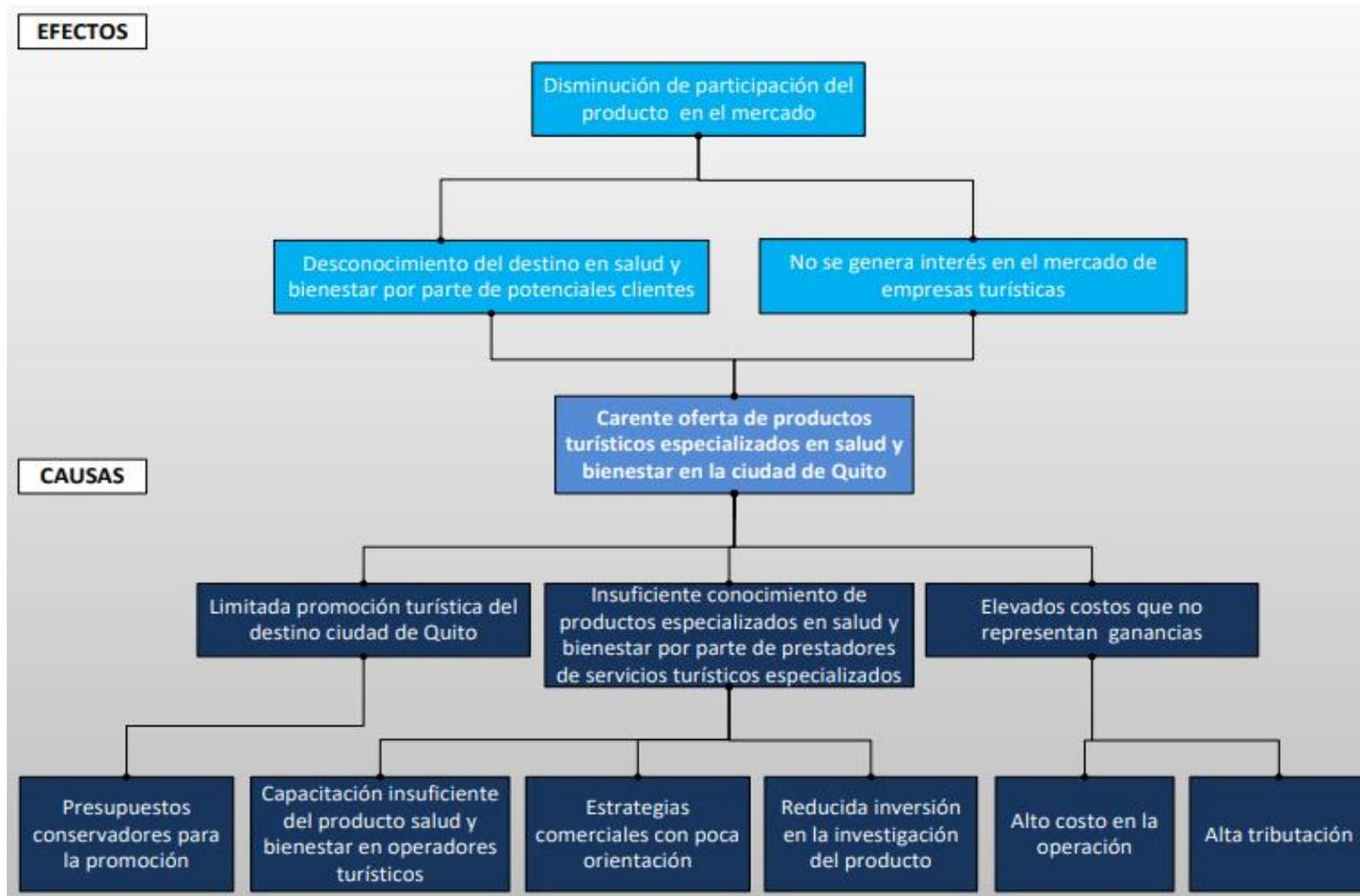
Ministerio de Turismo Ecuador. (2018). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

- Ministerio del Ambiente. (12 de 04 de 2017). <http://www.ambiente.gob.ec>. Obtenido de http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Ministerio del Ambiente. (2019). <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec>. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>
- Mitre Aranda, M. (2006). *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes*. Asturias: Ediciones de la Universidad de Oviedo.
- Montes del Castillo, Á. (2009). *Ecuador contemporáneo, análisis y alternativas actuales*. Murcia: Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia.
- Morales, C. (2010). <https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com>. Obtenido de https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf
- Organización Mundial de Turismo. (2008). <http://cf.cdn.unwto.org>. Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). <http://cf.cdn.unwto.org>. Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysprev.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). <https://media.unwto.org/es>. Obtenido de <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez Mesa, J. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas: teoría y práctica*. España: Editorial Universidad de Almería.
- Quesada Castro, R. (2000). *Elementos del Turismo*. San José Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos del Turismo, teoría, clasificación y actividad*. San José Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos del Turismo, teoría, clasificación y actividad*. (Vol. 2). San José Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Rodriguez Ardura, I., Ammetller Montes, G., López Prieto, Ó., Maraver Tarifa, G., Martínez Arguelles, M. J., Jiménez Zarco, A. I., . . . Martínez López, F. J. (2006). *Fundamentos de Marketing*. Barcelona: UOC.
- Ruiz Ballesteros, E., & Solís Carirón, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.
- Sanin, A. H. (1988). *Manual de Administración de Proyectos de Desarrollo Local*. España: IULA - CELCADEL.
- Sapag Chaín, N. (2007). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Prentice Hall.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). <https://www.planificacion.gob.ec>. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2016). <http://www.planificacion.gob.ec>. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/3-niveles-administrativos-de-planificacion/>
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (28 de 02 de 2019). <http://www.planificacion.gob.ec>. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/03/SIE_OrganigramaFE_28022019-123.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (21 de 08 de 2018). <http://www.sri.gob.ec>. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/dc86c31e-4178-4d57-9217-117fde7457c9/Ley+de+Regimen+Tributario+Interno+Ultima+Modificaci%F3n+21+de+agosto+2018.pdf>.
- Sevilla, A. (19 de Mayo de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Solis Carrión, D., & Estrella Durán, M. (2007). *Cuadernos docentes, culturas, identidades y gestión turística*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Superintendencia de Compañías, valores y seguros. (20 de 05 de 2014). <https://portal.supercias.gob.ec>. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Universidad de Cuenca - FUNDACYT. (2002). *Memorias, políticas de investigación en ciencia y tecnología en el Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Vargas Cumbajin, C., Yáñez Segovia, S., Hernández Benalcázar, H., Méndez Játiva, J., Valdiviezo Leroux, W., & Tafur, V. (01 de Enero de 2018). La situación del turismo comunitario en el Ecuador. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4, 80-101. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6255079.pdf>
- William J. Stanton, M. J. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw hill.
- Zambrano P., R. (2002). *Quito patrimonio de la humanidad*. Quito: Libresa.

APÉNDICES

Apéndice A: Árbol de problemas



Apéndice B: Modelo de Encuesta



ENCUESTA TÉCNICA DE DEMANDA

La presente encuesta tiene como objetivo, obtener información acerca del interés que puede generar servicios alternativos de turismo, y que forman parte de un proyecto de factibilidad para la implementación de un operador turístico en el Distrito Metropolitano de Quito.

Marque con una X en el casillero con el cual se identifique:

Cuál es su edad:

18 – 30 () 31 – 40 () 41 – 50 () 51 –en adelante ()

1) ¿Qué tipo de actividad le motivaría para viajar?:

- a) Senderismo y trecking ()
- b) Ciclo turismo ()
- c) Meditación ()
- d) Acceso a aguas termales ()
- e) Gastronomía saludable y sostenible ()
- f) Masaje y spa ()
- g) Baños de cajón ()
- h) Aromaterapia ()
- i) Medicina ancestral ()
- j) Otros, especifique:

.....

2) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico daily tour que le ofrezca actividades relacionadas a salud y bienestar, con servicios adicionales como traslados y actividades culturales ?:

- a) 620 USD ()
- b) 690 USD ()
- c) 759 USD ()

3) Cuando usted realiza un viaje, lo hace:

- a) Solo () Acompañado ()

4) Usted prefiere:
Viajar con servicios contratados previamente () Contratar en el destino ()

5) ¿Cuál es el medio que más usa para buscar destinos turísticos?:

Redes sociales ()

Agencias de viaje ()

Plataformas de reservas en línea ()

6) ¿Cuál es la duración aproximada de estancia cuando realiza viajes por turismo?:

1 noche () 2 noches () 3 noches o más ()

7) ¿Qué meses del año destina para viajar?:

Enero ()

Febrero ()

Marzo ()

Abril ()

Mayo ()

Junio ()

Julio ()

Agosto ()

Septiembre ()

Octubre ()

Noviembre ()

Diciembre ()

8) Al momento de elegir el tipo alojamiento a usar durante su viaje, usted prefiere:

Cadenas internacionales ()

Hoteles locales en el destino calificación 4 – 5 estrellas ()

Hoteles locales en el destino calificación 1 – 3 estrellas ()

Hostales locales en el destino ()

Otros, especifique:

.....
.....

9) Cuando adquiere productos y servicios turísticos, usted prefiere:

Low cost con pocos beneficios ()

Last minute con productos poco interesantes ()

Prefiero un producto o servicio de calidad al costo justo ()

ANEXOS

Anexo No. 1 Requisitos para conformación de una empresa de tipo compañía limitada en el Ecuador

- 1) Reserva de nombre, esto es importante verificar que la idea de nombre pensada para la empresa no esté ocupada por otra personería jurídica.
- 2) Elaboración de los estatutos de la empresa, misma que debe ser validada por medio de una minuta a través de un abogado.
- 3) Abrir una cuenta bancaria en cualquier banco registrado en el sistema bancario del Ecuador, para la integración del capital. Para el efecto se deberá depositar un monto equivalente a 400 USD, presentar una carta detallada por parte de los socios donde se indique claramente la participación de cada uno, y adjuntar dos copias de la cédula y papeleta de votación de cada socio.

Una vez abierta la cuenta bancaria se debe solicitar un certificado de cuentas de integración de capital.

- 4) Se debe elevar una escritura pública ante un notario público, acudiendo con la minuta de los estatutos, el certificado de cuentas de integración de capital y la reserva de nombre de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- 5) Mediante resolución de La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros se debe aprobar los estatutos de la nueva empresa previa revisión.
- 6) Se debe publicar en un diario de circulación nacional la resolución y el extracto emitido por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- 7) Obtención de los permisos municipales, a través del pago de la patente municipal y solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- 8) Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil del cantón Quito, con el fin de inscribir la nueva sociedad.
- 9) Realizar la Junta General de Accionistas con todos los socios, con el fin de hacer el nombramiento de Gerente General y Presidente de la compañía
- 10) Una vez obtenida la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros entregará la documentación necesaria para poder abrir el Registro Único de Contribuyentes o RUC.

11) Posterior, se debe acudir nuevamente al Registro Mercantil para inscribir el nombramiento de Administrador de la empresa ante la Junta de Accionistas con la aceptación. Esto se puede realizar en un plazo máximo de 30 días posterior a la designación.

12) Solicitar el RUC en el Servicio de Rentas Internas.

Con el Ruc en mano, la Superintendencia de Compañías, entregará una carta dirigida al banco para poder disponer del primer depósito realizado.

Anexo No. 2 Perfiles de cargos

Descripción Funcional y Perfil por Competencias

1. Datos de Identificación

Cargo:	Gerente General		
Departamento:	Gerencia General	Área:	
Número ocupantes:	1	Ciudad:	Quito
Cargo Supervisor:	Directorio	Fecha:	12/11/2019

2. Propósito Principal del Puesto

Evaluación, planificación y control integral de la compañía.

3. Actividades Esenciales y Clientes

ID	Actividades Esenciales*	Clientes
1	Coordinación de trabajo con Gerencias de área	Interno
2	Control y planificación de presupuestos	Interno
3	Entrega de informes al Directorio	Interno
4	Representación de la compañía	Externo

4. Matriz de competencias

ID	Actividades Esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas Generales	Otras Competencias
1	Coordinación de trabajo con Jefaturas de área	Administración de empresas	Habilidades Gerenciales	Liderazgo
2	Control y planificación de presupuestos	Administración de empresas y finanzas	Habilidades Gerenciales	Minucioso
3	Entrega de informes al Directorio	Estadística, contabilidad y finanzas	Capacidad de análisis y comunicación	Organizado
4	Representación de la compañía	Legislación de turismo, tributaria	Proactivo, dinámico	Liderazgo

		y contable, laboral, civil y penal		
5	Participación en ferias internacionales de turismo	Negociación, Servicio al cliente	Comunicación, dinámico	Liderazgo

5. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.)
Título Profesional	5 años/Administración en Turismo o afines	Administración de empresa o afines

6. Conocimientos académicos

ID	Conocimientos académicos	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
A	Estadística	X	
B	Presupuestos	X	
C	Finanzas	X	
D	Ventas	X	X
E	Manejo de personal	X	
F	Dirección de empresas	X	
G	Estadística	X	
I	Idioma Inglés	X	

7. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Turismo receptivo	Trayectoria, mercados	X	
Mercadeo y Ventas	Búsqueda de nichos de mercado	X	
Legislación	Para la representación de la compañía	X	

8. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Liderazgo	Manejo de personal, solución a conflictos	X	
Negociación	Con clientes internos y externos	X	X
Visionario	Anticiparse a cambios y tendencias empresariales y de mercado	X	

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	5 años
2. Especificidad de la experiencia	En cargos similares

10. Actividades de la Posición.

ID	Actividades de la Posición
1	Ejecución y seguimiento de los planes estratégicos de la organización.
2	Seguimiento y control de planes de trabajo, objetivos y proyectos de cada área de la empresa.
3	Establecimiento de mecanismos de seguimiento y control (Balanced Score Card + Business Inteligence) para toda la organización.
4	Establecimiento de la cultura corporativa
5	Organizar el correcto funcionamiento interdepartamental de la organización
6	Participación en nuevos proyectos de la empresa
7	Establecimiento del gobierno corporativo
8	Seguimiento de convenios comerciales con proveedores y clientes
9	Control y seguimiento de las ventas de la empresa y control de cartera
10	Coordinación y control de la asesoría externa
11	Participar en las ferias internacionales de turismo, especialmente las enfocadas en salud y bienestar
12	Realizar citas para los viajes de promoción determinando previamente que tipo de visita se va a realizar

Descripción Funcional y Perfil por Competencias

1. Datos de Identificación

Cargo:	Ejecutivo de Ventas		
Departamento:	Marketing y Ventas	Área:	Ventas
Número ocupantes:	1	Ciudad / regional:	Quito
Cargo Supervisor:	Gerente General	Fecha:	12/11/2019

2. Propósito Principal del Puesto

Desarrollar la gestión de ventas con los clientes y mercados asignados

3. Actividades Esenciales y Clientes

ID	Actividades Esenciales*	Clientes
1	Cumplimiento de presupuestos asignados	Interno
2	Búsqueda constante de clientes y apertura de mercados	Externo
3	Mantenimiento de clientes actuales y gestión de crecimiento	Externo

4. Matriz de competencias

ID	Actividades Esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas Generales	Otras Competencias
1	Cumplimiento de presupuestos asignados	Ventas	Cumplimiento de objetivos y trabajo a presión	Agresividad comercial
2	Búsqueda constante de clientes y apertura de mercados	Marketing, PNL	Facilidad de palabra y relaciones interpersonales	Proactivo, dinámico
3	Mantenimiento de clientes actuales y gestión de su crecimiento	Postventa	Facilidad de palabra y relaciones interpersonales, manejo de quejas, reclamos y servicio al cliente	

5. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.)
Profesional	5 años / Ventas y Marketing	Marketing y Ventas

6. Conocimientos académicos

ID	Conocimientos académicos	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
A	Estadística		X
B	Presupuestos		X
C	Gestión de Ventas	X	
D	Negociación	X	

7. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Turismo receptivo	Trayectoria, mercado.		X
Mercados en turismo	Búsqueda de nichos de mercado		X
Ventas de intangibles	Gestión de ventas	X	

8. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Facilidad de palabra	En relación con clientes y potenciales mercados	X	
Negociación	Con clientes	X	X
Proactiva	Para cerrar los mejores negocios	X	

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	5 años
2. Especificidad de la experiencia	En cargos similares

10. Actividades de la Posición.

ID	Actividades de la Posición
1	Negociar con los clientes los términos y condiciones de los tours
2	Gestionar el apoyo comercial y/o presupuestos para mejorar las estrategias con los clientes
3	Responsable durante presentaciones, ferias, eventos y viajes por materiales entregados y utilizados para promoción como banners, pancartas, rótulos, material de decoración utilizado para ferias y eventos, etc.
8	Mantener organizada la información de los clientes
9	Revisar los requerimientos por todos los canales de comercialización para el cliente final
10	Conocer cómo funciona el área de operaciones para informar al cliente final los detalles de los servicios al momento de comercializar
11	Realizar la gestión comercial de acuerdo con la Visión, Misión y Valores de la empresa.
12	Comunicar a los clientes el compromiso ambiental de la empresa en los servicios prestados
13	Comunicar a los clientes finales todo tipo de promoción que pueda estar vigente
14	Proporcionar a los clientes respuestas completas y detalladas que agreguen valor
15	Registrar los gastos, atenciones, descuentos, cortesías y/o inversiones que realice en favor de un cliente

Descripción Funcional y Perfil por Competencias

1. Datos de Identificación

Cargo:	Ejecutiva de Reservas		
Departamento:	Reservas	Área:	Reservas
Número ocupantes:	1	Ciudad / regional:	Quito
Cargo Supervisor:	Gerente General	Fecha:	12/11/2019

2. Propósito Principal del Puesto

Atender todas las solicitudes de los clientes asignados, brindando un servicio excepcional, apegado a los valores de la empresa, tenga como fin superar las expectativas del cliente y mantener su fidelidad.

3. Actividades Esenciales y Clientes

ID	Actividades Esenciales*	Clientes
1	Enviar cotizaciones y dar seguimiento, procesar reservas de clientes.	Externo
2	Realizar reservas con proveedores y confirmación de servicios a los clientes.	Externo

4. Matriz de competencias

ID	Actividades Esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas Generales	Otras Competencias
1	Enviar cotizaciones y dar seguimiento, procesar reservas de clientes.	Turismo receptivo	Manejo de equipos de computación y software se reservas	Rapidez
2	Realizar reservas con proveedores y confirmación de servicios a los clientes.	Manejo de software de reservas	Conocimiento de productos y mercado	Organizada
3	Realizar turno de reservas	Servicio al cliente	Manejo de equipos informáticos, conocimiento de	Organizada, capacidad de asesorar y vender

			productos de la compañía	
--	--	--	--------------------------	--

5. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.)
Profesional	Tlgo./Licenciado / 4 años	Turismo o afines

7. Conocimientos académicos

ID	Conocimientos académicos	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
A	Servicio al cliente	X	X
B	Gestión de ventas	X	X
C	Idioma Inglés	X	
D	Operación turística	X	
E	Manejo de software de reservas		X

7. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Turismo receptivo	Trayectoria, mercado.	X	
Manejo de proveedores	Conocimiento y capacitación para gestión operativa	X	X
Reglamento de operación turística del Ecuador	Conocimientos básicos de legislación turística	X	

8. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Relaciones interpersonales	Para el trato con el cliente interno y externo.	X	

Negociación	Para ofertar complementos a los servicios contratados por clientes		X
Comunicación	Para transmitir la información correcta del producto al clientes	X	

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	3 Años
2. Especificidad de la experiencia	En cargos similares

10. Actividades de la Posición.

ID	Actividades de la Posición
1	Atender y procesar todas las cotizaciones y reservas con toda la información requerida para el cliente
2	Responder a las consultas realizadas vía telefónica, skype o e-mail
3	Mantener todos los documentos digitales necesarios de respaldo en un file de cada reservación y cliente
4	Asegurarse de realizar las reservaciones que se requieran con los proveedores externos calificados previamente con toda la información necesaria y en forma oportuna
5	Asegurarse de proporcionar precios adecuados e información correcta de los productos, de manera confiable y sin realizar cambios posteriores a los clientes
6	Responsable por realizar los cobros on line de tarjetas de crédito de pasajeros de última hora en forma inmediata, y seguimiento de pagos con clientes morosos
7	Buscar alternativas para los pasajeros en caso de no existir disponibilidad en los servicios o establecimientos solicitados originalmente
8	Reportar inmediatamente a Operaciones sobre servicios de terceros o proveedores prestados con deficiente calidad
9	Proporcionar a los clientes respuestas completas y detalladas que agreguen valor
10	Revisar previamente y de forma correcta el envío de email con las órdenes de servicio a todos los proveedores (hoteles, restaurantes, etc).
11	Enviar liquidación de servicios confirmados al cliente.

Descripción Funcional y Perfil por Competencias

1. Datos de Identificación

Cargo:	Ejecutivo de Operaciones		
Departamento:	Operaciones	Área:	Operaciones
Número ocupantes:	1	Ciudad:	Quito
Cargo Supervisor:	Gerente General	Fecha:	12/11/2019

2. Propósito Principal del Puesto

Ejecución y control de los servicios asignados a Guías de Turismo, transporte y proveedores.

3. Actividades Esenciales y Clientes

ID	Actividades Esenciales*	Clientes
1	Cumplimiento de políticas y procedimiento	Interno
2	Control de procedimientos y estándares de las reservas	Externo y externo
3	Manejo y supervisión de personal a su cargo a nivel nacional	Interno

4. Matriz de competencias

ID	Actividades Esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas Generales	Otras Competencias
1	Cumplimiento de Políticas y procedimientos	Turismo receptivo	Habilidades Directivas	Manejo de personal
2	Control de la operación en la ciudad de Quito	Operación turística	Proactivo y dinámico	Sistemas de gestión de calidad
3	Manejo de personal	Talento Humano	Habilidades directivas	Comunicación, liderazgo

5. Educación Formal Requerida

Nivel de Educación Formal	Especifique el número de años de estudio o los diplomas / títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales (ej, administración, economía, etc.)
Profesional	5 años / Licenciado	Administración Turística

6. Conocimientos académicos

ID	Conocimientos académicos	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
A	Servicio al cliente	X	
B	Legislación en turismo	X	
C	Sistemas de reservaciones	X	X
D	Manejo de personal	X	
E	Reservas y cotizaciones		X
F	Elaboración de paquetes turísticos	X	
G	Negociación	X	X
H	Control de Calidad	X	X
I	Idioma Inglés	X	
J	Presupuestos		X

7. Conocimientos Informativos Requeridos

Conocimientos Informativos	Descripción	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Turismo receptivo	Trayectoria, mercados.	X	
Reglamento de operación turística del Ecuador	Normativa vigente	X	
Hospitalidad	Conocimiento de los lugares de hospedaje.	X	
Paquetes turísticos receptivos	Programas y lugares	X	

8. Destrezas Específicas Requeridas

Destrezas Específicas	Detalle	Requerimiento de Selección	Requerimiento de Capacitación
Solución a conflictos y problemas	Dar solución a problemas diarios de la operación	X	X
Manejo de personal	Para cumplimiento de funciones	X	X

9. Experiencia Laboral Requerida

Dimensiones de Experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	5 Años
2. Especificidad de la experiencia	En cargos similares

10. Actividades de la Posición.

ID	Actividades de la Posición
1	Coordinación de la operación de los tours con el área de Reservas
2	Control de la operación en la ciudad de Quito
3	Investigar y entregar información y evidencias para dar respuesta de posibles reclamos a clientes.
4	Elaboración del tráfico o asignación de servicios en la ciudad de Quito (revisión de horas, asignación de guías freelance, transporte)
5	Control de calidad en el servicio ofrecido por parte de proveedores (alojamiento, alimentos y bebidas, etc.)
6	Emisión de informes y reportes diario de la operación
7	Revisión diaria de vuelos, estados y reporte de cambios, atrasos y cancelaciones en páginas web de vuelos.
8	Coordinar una operación especial en el caso de fam trips, press trips y grupos
9	Capacitar a Guías freelance en temas operativos y actualización de productos de la empresa
10	Atención de temas operativos 24/7 en coordinación con el área de Reservas
11	Verificación diaria, semanal y mensual de las novedades de la operación. Reporte diario por todos los servicios, verificar con Sistemas
12	Entrega de implementos a Guías freelance como comment cards y procedimientos

13	Dar seguimiento a reporte de pasajeros que no se encuentren a la hora de pick up
14	Contratación de vehículos y guías freelance
15	Coordinar con el área de Reservas la información de pasajeros a operar
16	Control de puntualidad en el inicio de operaciones diarias

Anexo No. 3 Fichas de atractivos



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																											
Código del atractivo:	1	7	5	0	6	6	A	N	0	4	0	4	0	3	0	0	1										
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría			Tipo	Subtipo		Jerarquia	Atractivo															
1. DATOS GENERALES																											
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																											
COMPLEJO AGUAS TERMALES Y CASCADAS DE ARAUCO																											
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo																			
ATRATIVOS_NATURALES				RIOS				CASCADA																			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																											
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia																			
PICHINCHA				DISTRITO_METROPOLITANO_DE_QUITO				LLOA																			
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal																	
ARAUCO																											
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)																	
2.11 Información del administrador																											
a. Tipo de Administrador:				COMUNERO				b. Nombre de la Institución:				COMUNIDAD URAUCO															
c. Nombre del Administrador:				PATRICIO CORREA				d. Cargo que ocupa:				PRESIDENTE DE LA ASOCIACION SAGRADA AGUAS TERMALES URAUCO															
e. Teléfono / Celular:				0994709759				f. Correo Electrónico:				aguastermales.urauco.lloa@gmail.com															
Observaciones:																											
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																											
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Clima:				FRIO				b. Temperatura(°C):				14°C		c. Precipitación Pluviométrica (mm):						1500 mm							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura						<input checked="" type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Pristino				<input type="checkbox"/>				b. Primitivo				<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural				<input checked="" type="checkbox"/>		d. Rural		<input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano		<input type="checkbox"/>	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																					
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar													
Libre		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00		0:00		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
Pagado		<input checked="" type="checkbox"/>		8:00		17:00		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto											
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo		<input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>			
e. Precio:		Desde		0.00		Hasta		0.00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:				TODOS LOS MESES DEL AÑO																							
Observaciones:																											
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												LLOA															
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		11,3 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de 2:54 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		-0.247760 N		Long.:				-78.583291W									
Observaciones: CENTRO POBLADO MAS CERCANO LA FARROQUIA LLOA																											
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																											
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado													
				a. Primer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													
				b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													

MINTUR 2017

c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-0.249624N	-78.588323W	11	LASTRADO	Bueno	
Observaciones: EL TRAYECTO PARA LLEGAR DESDE LA LOCALIDAD DE LLOA AL ATRACTIVO ES POR VIA DE TERCER ORDEN EN BUEN ESTADO							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input checked="" type="checkbox"/>	f. Teleferico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: VEHÍCULOS PRIVADOS					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación /terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
COMPAÑÍA DE TRANSPORTES LLOA	MENA 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Desde la Mena 2, se llega a la virgenm de El Cinto y la llegada al parque central de Lloa	
TRANSPORTES DE CAMIONETAS LLOA	PARQUE CENTRAL LLOA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Estas camionetas realizan distintos recorridos, pues son de alquiler y ellas llevan al ingreso de Urauco	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad matriz <input checked="" type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Accesibilidad solamente hasta las piscinas, para la ruta de las 7 cascadas los tramos no estan indicados para personas con discapacidad.							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	10	30
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input checked="" type="checkbox"/>	1	12	24
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>					Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>				
		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	31	240
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>					Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				
		Establecimientos registrados					Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones:					Observaciones:				
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura			0	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input checked="" type="checkbox"/>	0	1	0	Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)	
								B	R
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,248299N -78,592722W	Gad Parroquial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,233790N -78,629702W	Dentro del atractivo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,233790N -78,629702W	Ruta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,233790N -78,629702W	Restaurante	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	3	-0,233790N -78,629702W	En el atractivo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	2	-0,233790N -78,629702W	En el atractivo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	20	-0,233790N -78,629702W	En el atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <i>texto</i>		Especifique: <i>texto</i>	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearia <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearia <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>Una parte proviene de procesos de potabilización de vertientes naturales</i>	Especifique: <i>Una parte proviene del sistema de agua potable de Oullo, y otra de las vertientes bajo proceso de potabilización</i>		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>Si, del sistema interconectado eléctrico</i>	Especifique: <i>Si, del sistema interconectado eléctrico</i>		
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: <input type="checkbox"/> Si, pero se estableció por mano de obra de los socios del complejo		Especifique: <input type="checkbox"/> Si, del Municipio de Quito						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: Los socios del complejo realizan actividades de limpieza y dejan los desechos en los sitios de recolección		Especifique: Cobertura del Municipio de Quito						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	1	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	1	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	5	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información bédica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	2	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	3	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input checked="" type="checkbox"/>	3				
Observaciones: En la población de Lico existen un subcentro de salud y un dispensario médico, farmacias								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Unidad	texto						
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>		Unidad de policía comunitaria UPC en la parroquia Lico						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	8	texto
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonia (M) <input checked="" type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefonica <input type="checkbox"/>	Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonia móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>	De uso exclusivo en caso de emergencia <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Municipio de Quito
		Nombre del documento:	Plan de ordenamiento territorial
		Año de elaboración:	2012
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Planidetur: 2020		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Plan de ordenamiento territorial 2012		Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Plan de ordenamiento territorial 2012		Especifique:	
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parassailing <input type="checkbox"/>	p. Esqui acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada <input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>
e. Canyoning <input checked="" type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>													
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>											
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input checked="" type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>											
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>											
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>											
j. Degustación de platos tradicionales <input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>											
n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto										
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Planetur 2020													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>													
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción										
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: http://www.lloa.gob.ec		Mensual										
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: Facebook, Instagram		Trimestral										
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: Revista Nán, revista Go Raymi		Anual										
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:												
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: Gad parroquial Lloa		Mensual										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:												
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: Fitur, ITB a través del Ministerio de Turismo		Anual										
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:												
Observaciones:													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto													
Observaciones:													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>													
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/>		Años de registro: 0										
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:												
c. Temporalidad de visita al atractivo													
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	Todos los meses del año	Número de visitantes	0									
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Todos los meses del año		0									
d. Llegada de turistas													
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional		<input checked="" type="checkbox"/> Turista extranjero										
	Llegadas mensuales	Total anual	Llegadas mensuales	Total Anual									
Ciudades de origen	Quito	80	960	Variado	30	360							
	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0						
	texto	0	0	texto	0	0							
Observaciones:													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>													
Nombre del Informante Clave:			Contactos:										
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>										
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					1	d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>					0		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M) <input checked="" type="checkbox"/>			f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
Primaria	0	Secundaria	26	Primeros Auxilios	3	Hospitalidad	0	Inglés	2	Alemán	0		
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	15	Guianza	16	Francés	0	Italiano	0		
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

La parroquia de Lloa se ubica en la provincia de Pichincha, al Sur - Oriente de la ciudad de Quito, a 30 minutos se encuentra el proyecto "Asociación Sagrada Termas de Urauco", en este sitio se puede realizar senderismo, trekking, existe una ruta para la visita de 7 cascadas con una distancia de 2 km, se puede admirar la flora y la fauna del sector, es un sitio con geografía rústica, no se recomienda para personas con discapacidad.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: <https://www.flickr.com/people/137216627@N04/>

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: <https://www.google.com/maps>

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	1	7	5	0	3	0	A	N	0	1	0	3	0	3	0	0	1						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
Reserva Geobotánica Pululahua																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES						MONTAÑAS						BAJA MONTAÑA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
PICHINCHA						DISTRITO_METROPOLITANO_DE_QUITO						SAN ANTONIO											
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal						2.6 Número			2.7 Transversal								
SECTOR CALACALI						E28						sn			st								
2.8 Latitud (grados decimales)						2.9 Longitud (grados decimales)						Click			2.10 Altura (msnm)								
00°01'57.17"N						78°29'09.97"O									1800 msnm								
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador: Institución Pública						b. Nombre de la Institución: Ministerio del Ambiente																	
c. Nombre del Administrador: Byron Adrián Lagla Chimba						d. Cargo que ocupa: Administrador de áreas protegidas y vida silvestre																	
e. Teléfono / Celular: n/d						f. Correo Electrónico: adrian.lagla@ambiente.gob.ec																	
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima: Moderadamente frío en las partes altas, existen microclimas en las partes bajas						b. Temperatura(°C): 17°C						c. Precipitación Pluviométrica (mm): 3000 mm											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Cultura <input type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>						c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Pristino <input type="checkbox"/>						b. Primitivo <input type="checkbox"/>						c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>						d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>		
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																	
		Ingreso	Salida			Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		8:00	17:00			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Libre para nacionales									
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		texto									
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		8:00	17:00			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		Pagado para extranjeros									
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>											
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>															
g. Meses recomendables de visita:				Todos los meses del año																			
Observaciones:																							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												SAN ANTONIO DE PICHINCHA											
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1,2 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:30 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	N 0°00'30"	Long.:	S 78°26'42"O												
Observaciones:																							
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado											
		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto													

c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/>		0°01'14" N 78°30'10" W	0°02'23" N 78°30'10" W	8,4	Lastrado	Bueno	
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleferico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: <i>Empresas operadores de turismo</i>							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Coop. Mitad del Mundo	San Antonio de Pichincha	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Recorrido trunca desde San Antonio de Pichincha, se dirige por la Av. Manuel Córdova Galarraga hasta el redondel de El Condado, toma la Av. Mariscal Sucre, se dirige hasta el sector de El Tirol donde inicia su	
Metro de Quito	La Ofelia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se trata de un recorrido de bus tipo "alimentador" que llega hasta Calacali y de retorno hasta la terminal La Ofelia, existen 3 circuitos que se puede usar	
Compañía de transportes Calacali	Calacali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La ruta inicia desde el sector de Santa Prisca en Quito, hasta la parroquia de Calacali.	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad matriz <input checked="" type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual <input checked="" type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>				
Observaciones:							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	1	11	30		
Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	24	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	8	83	202		
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input checked="" type="checkbox"/>	1	14	41		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:						
Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>					Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>						
		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	6	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	44	638	2550		
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	1	5	21		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	5	28	114		
Observaciones: Dentro del volcán existe un solo restaurante calificado.					Observaciones:						
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>					Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/>						
		Establecimientos registrados					Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	3				
Observaciones: En el cráter no existen agencias de viajes.					Observaciones:						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0	11	0	Aventura	0
Observaciones: En el control Moraspungo se registra solamente 1 guía de la localidad.					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
								B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	i-Tur		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de interpretación		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de facilitación turística		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes		<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0°01'14" N 78°30'12" W	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana		<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0°01'14" N 78°30'12" W	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos		<input checked="" type="checkbox"/>	4	0	0°02'08" N 78°29'13" W	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar		<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0°02'07" N 78°29'13" W	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña		<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias		<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos		<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>				0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <i>Servicios higiénicos, venta de artesanías</i>		Especifique: <i>Farmacia y centros de salud</i>	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>Servicio de agua potable de la Empresa Publica Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento</i>	Especifique: <i>Servicio de agua potable de la Empresa Publica Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento</i>		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>Tendido eléctrico suministrado por el sistema interconectado, de la Empresa Eléctrica Quito</i>	Especifique: <i>Tendido eléctrico suministrado por el sistema interconectado, de la Empresa Eléctrica Quito</i>		
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: <input type="checkbox"/> El manejo de desechos se realiza a través de pozos sépticos.		Especifique: EL manejo de desechos se realiza a través de la Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: No existe la recolección de desechos, tienen varios métodos que son la quema de basura		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	6	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	2	lona o vinil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	8	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	2	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	1	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	6	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	2	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	1	Vinil o lona	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	2	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	4	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	3	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	3	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	2	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información bédica	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	1	0	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	2				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	3				
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Fecha	texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	8	texto
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		Guardia que se encuentra en la caseta de control de Moraspungo
Observaciones: No existe presencia de autoridades de control, pero hay personas que realizan control ambiental.			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefonica <input type="checkbox"/>	Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo en caso de emergencia <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>			
Sismos <input checked="" type="checkbox"/>			
Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>			
Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>			
Sequia <input checked="" type="checkbox"/>			
Inundaciones <input type="checkbox"/>			
Aguajes <input type="checkbox"/>			
Tsunamis <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Ministerio del Ambiente
		Nombre del documento:	Acuerdo Ministerial plan de manejo Puntahua
		Año de elaboración:	2011
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
			SI <input type="checkbox"/>
			NO <input type="checkbox"/>
			S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
En el documento Plandetur 2020			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
En el documento Plandetur 2020			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
			SI <input checked="" type="checkbox"/>
			NO <input type="checkbox"/>
			S/I <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parassailing <input type="checkbox"/>	p. Esqui acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input checked="" type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
texto			
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	texto	
Observaciones:			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input checked="" type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input checked="" type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input checked="" type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input checked="" type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>					
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales <input checked="" type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>					
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones:							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "Planetur2020"							
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>							
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://quitotravel.ec/verano/ofertas/actividades-al-aire-libre/ciclismo/zuta-pululahua		Mensual				
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Facebook, Instagram						
c. Revistas Especializadas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Revista Nan, This is Ecuador, Transport		Anual				
d. Material POP <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Agencias de viaje y Operadores de Turismo		Anual				
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Itur		Mensual				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: El Comercio, Revista Dinners, Revista Lideres		Anual				
g. Asistencia a ferias turísticas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Travelmart, Itb Berlin, WTM Brasil, Fitur		Anual				
h. Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Ministerio de Turismo		Semestral				
Observaciones:							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: Operadores turísticos y agencias de viajes							
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/> Papel <input checked="" type="checkbox"/> Años de registro: 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	Enero a Diciembre	Número de visitantes				
Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>		Enero a Diciembre		0			
d. Llegada de turistas							
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional		<input type="checkbox"/>				
	Llegadas mensuales		Turista extranjero				
	Total anual		Llegadas mensuales				
	Total Anual		Total Anual				
Ciudades de origen	Quito	80	960	Países de origen	Estados Unidos	15	90
	Ibarra	15	180		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:				Contactos:			
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>
				Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>
				Inexistente	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					11	d. Número de personas especializadas en turismo						0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M)			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)						
Primaria	0	Secundaria	8	Primeros Auxilios	10	Hospitalidad	11	Inglés	4	Alemán	0	
Tercer Nivel	2	Cuarto Nivel	1	Atención al Cliente	10	Guianza	10	Francés	0	Italiano	0	
Otro	texto			Sensibilización discapacidades	de 3	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto	
Observaciones:												
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)												
<p>La Reserva Geobotánica Pululahua se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, parroquia Calacalí, tiene una extensión de 3383 Has, fue creada como área protegida en el año 1966, la altura se encuentran entre los 1800 y 3356 msnm, se trata de un volcán activo, en cuyo interior dispone de senderos y lugares para caminata o ciclo turismo, cabaigata, dispone de sitios de alojamiento y alimentos y bebidas, talleres artesanales de hierro y cobre.</p>												
14. ANEXOS												
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)												
Fuente:												
c. Ubicación gráfica del Atractivo												
Fuente:												
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)												
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:				
Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				Apellido y Nombre				
Institución				Institución				Institución				
Cargo				Cargo				Cargo				
Correo Electrónico				Correo Electrónico				Correo Electrónico				
Teléfono				Teléfono				Teléfono				
Firma				Firma				Firma				
Fecha				Fecha				Fecha				

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS													
Código del atractivo:	1	7	5	0	6	6	M	C	0	3	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		
1. DATOS GENERALES													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico													
TELEFERICO DE QUITO													
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo						
MANIFESTACIONES CULTURALES			REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS				OBRAS DE INGENIERÍA						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO													
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia							
PICHINCHA			DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO			LLOA							
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal						
SECTOR CRUZ LOMA													
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			Click		2.10 Altura (msnm)					
-0.186834N			-78.537293W					3945 msnm					
2.11 Información del administrador													
a. Tipo de Administrador:			PRIVADO			b. Nombre de la Institución:			FIDEICOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA				
c. Nombre del Administrador:			PAMELA VARGAS JIMENEZ			d. Cargo que ocupa:			GERENTE FIDEICOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA				
e. Teléfono / Celular:			2222996			f. Correo Electrónico:			info@teleferico.com.ec				
Observaciones:													
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO													
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>													
a. Clima:			TEMPLADO - FRIO			b. Temperatura(°C):		12°c		c. Precipitación Pluviométrica (mm):		350 mm	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>													
a. Cultura			<input type="checkbox"/>			b. Naturaleza			<input checked="" type="checkbox"/>		c. Aventura		<input checked="" type="checkbox"/>
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>													
a. Prístino			<input type="checkbox"/>			b. Primitivo			<input checked="" type="checkbox"/>		c. Rústico Natural		<input type="checkbox"/>
d. Rural			<input type="checkbox"/>			e. Urbano			<input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>													
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención									
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro	Especificar		
Libre <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto		
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	texto		
Pagado <input checked="" type="checkbox"/>		9:00	18:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	De martes a Jueves, el resto de días la entrada es a las 8am.		
d. Maneja un sistema de reservas: <input checked="" type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input checked="" type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input checked="" type="checkbox"/>		
e. Precio:		Desde 2.50	Hasta 7.00	Tarjeta de Crédito <input checked="" type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:			TODOS LOS MESES DEL AÑO										
Observaciones: EL VALOR DE 8 USD CORRESPONDE A QUIENES DESEEN ADQUIRIR EL TICKET "FAST PASS" CON EL CUAL SE EVITA HACER LA FILA Y ACCEDER DE MANERA INMEDIATA A LAS CABINAS DE ASCENSO.													
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>													
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										SECTOR LAS CASAS			
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		2.5	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:41	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-0,192256N	Long.:	-78,513233W
Observaciones:													
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>													
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado	
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-0,192256N -78,532105W		0,213321N -78,532105W		11,8		ASFALTADO		Bueno	
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>		0,213321N -78,532105W		-0,186834N -78,537293W		7		LASTRADO		Bueno	

c. Tercer orden <input type="checkbox"/>		0	0	0	texto		
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input checked="" type="checkbox"/>	f. Teleferico <input checked="" type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input checked="" type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación /terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Trans Rabbit	Estación Av. Occidental y Las Casas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Traslado desde la Av. Mariscal Sucre hasta el punto de acceso a cabinas del teleferico, en adelante el recorrido es aéreo	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Accesibilidad matriz <input checked="" type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input checked="" type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones: PERSONAS CON DISCAPACIDAD PUEDEN LLEGAR HASTA EL ANDEN DE LLEGADA DEL TELEFERICO, HACIA ARRIBA ES IMPOSIBLE POR EL SENDERO NO ES APTO.							
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	124	5483	11190		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	355	6933	14805		
Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hacienda Turistica	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turistica	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turistico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turistico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huespedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huespedes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3	6		
Observaciones: MUCHAS AREAS PARA CAMPING					Observaciones:						
Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	10	30	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	60	600	2500		
Cafeterias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	10	40	Cafeterias	<input checked="" type="checkbox"/>	15	150	600		
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	25	90	760		
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>	10	45	180		
Observaciones:					Observaciones: CERCANAS AL ATRACTIVO SECTOR LAS CASAS						
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input checked="" type="checkbox"/>	60					
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	60					
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	180					
Observaciones:					Observaciones:						
Guia	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guia	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>											
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de información	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,186634N -78,537263W	FIDECOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,186634N -78,537263W	FIDECOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de recepción de visitantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	-0,186634N -78,537263W	FIDECOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,186634N -78,537263W	FIDECOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,183305N -78,538557W	MINISTERIO DEL AMBIENTE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de avistamiento de aves	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,182005N -78,538799W	MINISTERIO DEL AMBIENTE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,182005N -78,538799W	MINISTERIO DEL AMBIENTE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,181831N -78,539079W	MINISTERIO DEL AMBIENTE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Áreas de acampar	<input checked="" type="checkbox"/>	0	-0,181831N -78,539079W	MINISTERIO DEL AMBIENTE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	2	-0,186634N -78,537263W	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	200	-0,191531N -78,517708	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros <input type="checkbox"/>			0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: <i>texto</i>		Especifique: <i>FARMACIAS, CENTROS MEDICOS</i>	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input checked="" type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>DE LAS VERTIENTES Y LA PROPORCIONADA POR EL MUNICIPIO DE QUITO</i>	Especifique: <i>LA PROPORCIONADA POR EL MUNICIPIO DE QUITO</i>		
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>		
Especifique: <i>PROPORCIONADA POR EMPRESA ELECTRICA QUITO</i>	Especifique: <i>PROPORCIONADA POR EMPRESA ELECTRICA QUITO</i>		
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>		

Especifique: A TRAVÉS DEL MUNICIPIO DE QUITO		Especifique: A TRAVÉS DEL MUNICIPIO DE QUITO						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>						
Especifique: A TRAVÉS DEL MUNICIPIO DE QUITO		Especifique: A TRAVÉS DEL MUNICIPIO DE QUITO						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	10	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	1	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	10	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	5	0	INFORMATIVO EMERGENCIAS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	5	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	10	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input checked="" type="checkbox"/>	De información btdánica	15	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	10	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input checked="" type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	5	0	0	INFORMATIVO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
		a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	3				
Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	3				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	10				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		5	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>	10				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones: EN EL ATRACTIVO EXISTE UN PUESTO DE APOYO O DE EMERGENCIA								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input checked="" type="checkbox"/>	Tipo	GUARDIANA DE SEGURIDAD PRIVADA						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	8	texto
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>		GUARDABOSQUES MINISTERIO DEL AMBIENTE
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefonica <input type="checkbox"/>	Fibra optica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	Móvil <input checked="" type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input checked="" type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input checked="" type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>	
Sequia <input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input checked="" type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento.	MUNICIPIO DE QUITO
		Nombre del documento.	ORDENANZA 130
		Año de elaboración.	2015
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parassailing <input type="checkbox"/>	p. Esqui acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input checked="" type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input checked="" type="checkbox"/>	b. Escalada <input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input checked="" type="checkbox"/>
i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping <input checked="" type="checkbox"/>	k. Pícnic <input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input checked="" type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados <input checked="" type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input checked="" type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>					
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>					
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input checked="" type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>					
j. Degustación de platos tradicionales <input checked="" type="checkbox"/>	i. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input checked="" type="checkbox"/>					
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto				
Observaciones:							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: PLANDETUR 2020							
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>							
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción				
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: WWW.TELEFERICO.COM.EC		Mensual				
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, TRIPADVISOR		Mensual				
c. Revistas Especializadas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: REVISTAS: ÑAN, THIS IS ECUADOR, GO RAYMI		Anual				
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: TELEFERICO DE QUITO		Mensual				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:						
g. Asistencia a ferias turísticas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: ITB, FITUR, POR MEDIO DE LA EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO		Anual				
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:						
Observaciones:							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto							
Observaciones: A TRAVÉS DE PAQUETES TURISTICOS DE AGENCIAS DE VIAJES							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input checked="" type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Mensual							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	TODOS LOS MESES DEL AÑO	Número de visitantes				
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		texto		27000 VISITAS AL AÑO			
d. Llegada de turistas							
<input checked="" type="checkbox"/>	Turista nacional		<input type="checkbox"/>				
	Llegadas mensuales		Llegadas mensuales				
	Total anual		Total Anual				
Ciudades de origen	QUITO	1600	19200	Países de origen	VARIADOS	500	6000
	texto	0	0		texto	0	0
	texto	0	0		texto	0	0
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>							
Nombre del Informante Clave:				Contactos:			
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>				Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	250	Fines de semana	1800	Días feriados	600	Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>
				Estacional <input type="checkbox"/>			
				Esporádica <input type="checkbox"/>			
				Inexistente <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							

12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					25	d. Número de personas especializadas en turismo					10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Número de personas con nivel de instrucción (M)			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)								
Primaria	0	Secundaria	10	Primeros Auxilios	15	Hospitalidad	15	Inglés	5	Alemán	0			
Tercer Nivel	10	Cuarto Nivel	5	Atención al Cliente	20	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0			
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	20	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto			
Observaciones:														

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

EL TELEFERICO DE QUITO ES UNA EDIFICACION DE ARQUITECTURA MODERNA, CONSTRUIDA EN EL AÑO 2005. DENTRO DE SUS SERVICIOS ESTAN CABINAS AUTOGUIADAS, ESPACIOS PARA DIVERSION (VULCANO PARK), ESTACIONAMIENTOS, AREAS PARA COMPRA DE ARTESANIAS. DISPONE DE CAFETERIA Y RESTAURANTE EN LA PARTE BAJA Y ALTA DEL ATRACTIVO. EN LA ACTUALIDAD ESTA MANEJADA POR EL DIFICOMISO PROYECTO TURISTICO CRUZ LOMA

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)




Fuente: WWW.TELEFERICO.COM.EC/MULTIMEDIA

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GOOGLE MAPS

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	Institución	Institución
Cargo	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha	Fecha	Fecha