

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

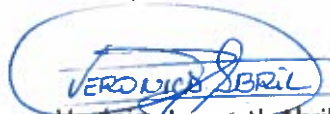
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **VERONICA JEANNETH ABRIL QUIROZ** C.I. **1718484379** autor del trabajo de graduación intitulado: **"ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO PARA DETERMINAR GRADO DE ATRACTIVIDAD TURÍSTICA DEL PROYECTO ECO-LODGE TÍO MARIO, UBICADO EN EL CANTÓN PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 27 de octubre de 2015

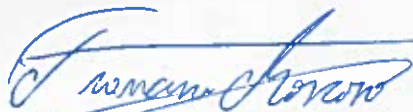


Verónica Jeanneth Abril Quiroz

C.I. 1718484379

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Ing. Francisco Moscoso T., MBA, director de esta disertación, certifico que el la Srta. Verónica Abril ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Elaboración de un Estudio para determinar el Grado de Atractividad Turística del Proyecto Eco-Lodge Tío Mario. Ubicado en el cantón Puerto Quito, Provincia de Pichincha", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Ing. Francisco Moscoso T., MBA

Quito, octubre, 27 de 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIA HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE ECOTURISMO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
ECOTURISMO Y GUÍA NACIONAL DE TURISMO**

**ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO PARA DETERMINAR GRADO DE
ATRACTIVIDAD TURÍSTICA DEL PROYECTO ECO-LODGE TÍO MARIO,
UBICADO EN EL CANTÓN PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.**

NOMBRE

Verónica Abril Quiroz

DIRECTOR

Ing. Francisco Moscoso T., MBA

Quito, 2015

DEDICATORIA

A la persona más importante de mi vida que a su corta edad me ha sabido dar grandes lecciones, mi hijo Gael, de quién aprendí que lo importante no es la cantidad sino la calidad y perseverancia en todas las cosas y tiempo que uno puede dedicar para alcanzar sus objetivos, a ti te dedico este trabajo, que sé lo hemos terminado con esfuerzo y sacrificio conjunto.

AGRADECIMIENTO

Sin pensarlo mi más grande y respetuoso agradecimiento es a Dios, primero por permitirme ver la luz de un nuevo día y disfrutar de lo mejor que puede tener un ser humano como es la familia y amigos. A mi hijo Gael que a pesar de ser tan pequeño e inocente me ha acompañado y enseñado a ser perseverante para alcanzar mis objetivos. A mis padres quienes a pesar de estar lejos siempre están pendientes de cada paso y necesidad en la familia, ellos que supieron educarme de la forma correcta para que nunca me desvíe y aleje de mis principios y valores.

Agradezco también infinitamente a mis hermanos que siempre han sido pilares muy importantes en mi vida y la de mi hijo, a ellos que siempre tiene una palabra de aliento y ánimo para continuar hasta llegar a la meta. A mi tía Norma que sin lugar a duda ha sido como una madre, a ella que siempre me extendió la mano y nunca me dio la espalda cuando más lo necesitamos. A toda mi familia tíos, primos y primas ya que todos forman parte de este gran logro alcanzado. A Francisco, mi tutor, que supo guiarme en el desarrollo de todas mis ideas en este tiempo, con paciencia y dedicación, firme y seguro hasta el final.

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|---|----------|
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Tabla de contenidos | iv |
| Tabla de cuadros | viii |
| Tabla de gráficos | xi |
| Tabla de imágenes | xiii |
| Resumen | xiv |
| Introducción..... | 1 |
| | |
| CAPÍTULO I | 3 |
| GENERALIDADES DEL CANTÓN PUERTO QUITO..... | 3 |
| 1.1. Cantón Puerto Quito | 3 |
| 1.2. Datos Geográficos Cantón Puerto Quito | 3 |
| 1.3. Límites del Cantón Puerto Quito | 4 |
| 1.4. Historia del Cantón Puerto Quito | 4 |
| 1.5. Fiestas y ferias del Cantón Puerto Quito | 5 |
| 1.6. Orografía..... | 5 |
| 1.7. Hidrografía | 6 |
| 1.8. Flora..... | 6 |
| 1.9. Fauna | 6 |
| 1.10. Atractivos Turísticos | 7 |
| 1.11. Equipamiento y Servicios para el Turismo..... | 14 |
| 1.12. Viabilidad del Cantón Puerto Quito | 14 |
| 1.12.1. Transporte..... | 15 |
| 1.13. La Producción del Cantón Puerto Quito..... | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 1.15. Gastronomía en el Cantón Puerto Quito..... | 17 |
| 1.16. Turismo en el Cantón Puerto Quito..... | 17 |
| CAPÍTULO II..... | 19 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN PUERTO QUITO | 19 |
| 2.1. Análisis Situacional | 19 |
| 2.1.1. Análisis Macro Entorno..... | 19 |
| 2.1.1.1. Factor Económico..... | 19 |
| 2.1.1.2. Factor Político | 23 |
| 2.1.1.3. Factores Naturales | 24 |
| 2.1.1.4. Factores Tecnológicos | 25 |
| 2.1.2. Análisis Micro Entorno | 26 |
| 2.1.2.1. Sistema turístico | 26 |
| 2.1.2. Análisis Interno | 33 |
| 2.1.2.1. Proyecto Eco - Lodge Tío Mario..... | 33 |
| 2.2. Análisis FODA | 38 |
| 2.2.1. Matriz de Impacto Externo | 38 |
| 2.2.2. Matriz de Impacto Interno | 41 |
| 2.3. Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)..... | 42 |
| 2.3. Perfil Competitivo | 43 |
| 2.3.1. Análisis Matriz Perfil Competitivo (MPC) | 44 |
| 2.3.2. Análisis Matriz Perfil Competitivo..... | 45 |
| CAPÍTULO III | 46 |
| ANÁLISIS DE DEMANDA/MERCADO META..... | 46 |
| 3.1. Objetivos del estudio de la demanda | 46 |
| 3.1.1 Objetivo General del Estudio de Mercado | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1.2. Objetivos Específicos del Estudio de Mercado | 46 |
| 3.2. Método de recolección de datos | 46 |
| 3.2.1. Instrumentos de Investigación | 46 |
| 3.3. Factores que afectan la demanda | 47 |
| 3.4. Tamaño de la muestra..... | 47 |
| 3.5. Diseño de la encuesta | 49 |
| 3.5.1. Resultados de la Encuesta | 49 |
| 3.6. Características del perfil del turista | 88 |
| 3.7. Factores que afectan la demanda | 91 |
| 3.7.1. Análisis de la demanda | 93 |
| 3.7.2. Proyección de la demanda | 94 |
| 3.8. Proyección Financiera | 95 |
| CAPÍTULO IV..... | 98 |
| RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL GRADO DE ATRACTIVIDAD..... | 98 |
| 4.1. Introducción..... | 98 |
| 4.2. Tamaño y localización del Eco - Lodge Tío Mario..... | 98 |
| 4.2.1. Macro Localización | 98 |
| 4.2.2. Micro Localización..... | 99 |
| 4.3. Infraestructura y servicios actuales..... | 99 |
| 4.3.1. Terreno..... | 100 |
| 4.3.2. Infraestructura..... | 100 |
| 4.4. Valoración de los servicios y recursos turísticos del Eco - Lodge Tío Mario..... | 103 |
| 4.4.1. Porcentaje de valoración de los servicios y productos del Eco-Lodge Tío Mario | 105 |
| 4.4.2. Resumen de valoración de indicadores | 108 |
| 4.5. Análisis de la atraktividad..... | 108 |

| | |
|---|-------------|
| 4.5.1. Factor mercado | 109 |
| 4.5.2. Factor económico | 110 |
| 4.5.3. Factor Natural – Ambiental | 111 |
| 4.5.4. Factor tecnológico | 112 |
| 4.6. Evaluación del Impacto social | 113 |
| 4.7. Conclusiones de la actividad del Eco - Lodge Tío Mario | 115 |
| | |
| Conclusiones y Recomendaciones | 117 |
| Conclusiones..... | 117 |
| Recomendaciones | 118 |
| | |
| Bibliografía..... | 120 |
| Anexos..... | 1212 |

TABLA DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro N° 1 Compañías de Transporte de Quito- Puerto Quito | 15 |
| Cuadro N° 2 Comparativo Inflación Años 2010 – 2013 | 21 |
| Cuadro N° 3 Tasas de Desempleo 2010 -2013..... | 22 |
| Cuadro N° 4 Servicios Básicos Cobertura..... | 29 |
| Cuadro N° 5 Total de establecimientos de alojamiento | 31 |
| Cuadro N° 6 Total establecimientos de alimentación | 32 |
| Cuadro N° 7 Total sitios de diversión y esparcimiento | 32 |
| Cuadro N° 8 Calificación de factores de Oportunidades y Amenazas | 39 |
| Cuadro N° 9 Matriz de Evaluación de Análisis Externo | 39 |
| Cuadro N° 10 Calificación de factores de Fortalezas y Debilidades..... | 41 |
| Cuadro N° 11 Matriz de Evaluación de Análisis Interno | 41 |
| Cuadro N° 12 Matriz Perfil Competitivo | 44 |
| Cuadro N° 13 Población Económicamente Activa Provincia de Pichincha..... | 48 |
| Cuadro N° 14 Género | 49 |
| Cuadro N° 15 Edad..... | 50 |
| Cuadro N° 16 Lugar de Procedencia | 51 |
| Cuadro N° 17 Medios de Información | 52 |
| Cuadro N° 18 Visita al Eco - Lodge Tío Mario | 53 |
| Cuadro N° 19 Señalización Trayecto Eco-Lodge Tío Mario | 54 |
| Cuadro N° 20 Señalización Senderos..... | 55 |
| Cuadro N° 21 Señalización área de recreación | 56 |
| Cuadro N° 22 Señalización SS-HH..... | 57 |
| Cuadro N° 23 Atención cliente recepción | 58 |
| Cuadro N° 24 Atención al cliente en camareros | 59 |
| Cuadro N° 25 Atención cliente botones | 60 |
| Cuadro N° 26 Atención cliente - mesero..... | 61 |
| Cuadro N° 27 Atención al cliente barman..... | 62 |
| Cuadro N° 28 Atención al cliente seguridad | 63 |
| Cuadro N° 29 Precio hospedaje..... | 64 |
| Cuadro N° 30 Precio alimentación | 65 |
| Cuadro N° 31 Precio uso de senderos | 66 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N° 32 Precio sala de convenciones | 67 |
| Cuadro N° 33 Precio recreación | 68 |
| Cuadro N° 34 Precios bebidas y snacks | 69 |
| Cuadro N° 35 Precio área de BBQ | 70 |
| Cuadro N° 36 Calidad hospedaje | 71 |
| Cuadro N° 37 Calidad alimentación | 72 |
| Cuadro N° 38 Calidad de los senderos | 73 |
| Cuadro N° 39 Calidad sala de convenciones | 74 |
| Cuadro N° 40 Calidad recreación | 75 |
| Cuadro N° 41 Calidad bebidas y snacks | 76 |
| Cuadro N° 42 Calidad área BBQ | 77 |
| Cuadro N° 43 Limpieza hospedaje | 78 |
| Cuadro N° 44 Limpieza zona alimentación | 79 |
| Cuadro N° 45 Limpieza senderos | 80 |
| Cuadro N° 46 Limpieza sala convenciones | 81 |
| Cuadro N° 47 Limpieza área recreación | 82 |
| Cuadro N° 48 Limpieza area BBQ | 83 |
| Cuadro N° 49 Dias promedio | 84 |
| Cuadro N° 50 Gasto promedio | 85 |
| Cuadro N° 51 Experiencia | 86 |
| Cuadro N° 52 Recomendación | 87 |
| Cuadro N° 53 Proyección de la demanda | 95 |
| Cuadro N° 54 Proyección participación de Mercado | 95 |
| Cuadro N° 55 Proyección gastos estimados | 96 |
| Cuadro N° 56 Proyección ingresos estimados | 97 |
| Cuadro N° 57 Escala de Medición | 104 |
| Cuadro N° 58 Valoración del indicador de señalización | 105 |
| Cuadro N° 59 Valoración del indicador atención al cliente | 105 |
| Cuadro N° 60 Valoración del indicador precio | 106 |
| Cuadro N° 61 Valoración indicador calidad | 106 |
| Cuadro N° 62 Valoración indicador limpieza | 107 |
| Cuadro N° 63 Factores de Atractividad y su ponderación | 108 |
| Cuadro N° 64 Valoración Factor Mercado | 110 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N° 65 Valoración Factor Económico..... | 111 |
| Cuadro N° 66 Valoración Factor Natural- Ambiente..... | 112 |
| Cuadro N° 67 Valoración Factor Tecnológico..... | 113 |
| Cuadro N° 68 Impacto social | 114 |

TABLA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico N° 1 Proyecciones oficiales PIB 2014 | 20 |
| Gráfico N° 2 Organigrama básico del Proyecto Eco - Lodge Tío Mario | 33 |
| Gráfico N° 3 Ponderación resultados matriz PEYEA | 43 |
| Gráfico N° 4 Género..... | 50 |
| Gráfico N° 5 Edad | 51 |
| Gráfico N° 6 Lugar de Procedencia..... | 52 |
| Gráfico N° 7 Medios de Información | 53 |
| Gráfico N° 8 Visita al Eco - Lodge Tío Mario | 54 |
| Gráfico N° 9 Señalización Trayecto Eco-Lodge Tío Mario..... | 55 |
| Gráfico N° 10 Señalización Senderos | 56 |
| Gráfico N° 11 Señalización área de recreación | 57 |
| Gráfico N° 12 Señalización SS-HH | 58 |
| Gráfico N° 13 Atención cliente recepción..... | 59 |
| Gráfico N° 14 Atención al cliente en camareros | 60 |
| Gráfico N° 15 Atención cliente botones..... | 61 |
| Gráfico N° 16 Atención cliente meseros | 62 |
| Gráfico N° 17 Atención al cliente barman | 63 |
| Gráfico N° 18 Atención al cliente seguridad..... | 64 |
| Gráfico N° 19 Precio hospedaje | 65 |
| Gráfico N° 20 Precio alimentación..... | 66 |
| Gráfico N° 21 Precio uso de senderos | 67 |
| Gráfico N° 22 Precio sala de convenciones | 68 |
| Gráfico N° 23 Precio recreación..... | 69 |
| Gráfico N° 24 Precios bebidas y snacks | 70 |
| Gráfico N° 25 Precio área de BBQ..... | 71 |
| Gráfico N° 26 Calidad hospedaje | 72 |
| Gráfico N° 27 Calidad alimentación | 73 |
| Gráfico N° 28 Calidad de los senderos..... | 74 |
| Gráfico N° 29 Calidad sala de convenciones | 75 |
| Gráfico N° 30 Calidad recreación | 76 |
| Gráfico N° 31 Calidad bebidas y snacks | 77 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico N° 32 Calidad área BBQ | 78 |
| Gráfico N° 33 Limpieza hospedaje | 79 |
| Gráfico N° 34 Limpieza zona alimentación | 80 |
| Gráfico N° 35 Limpieza senderos | 81 |
| Gráfico N° 36 Limpieza sala convenciones | 82 |
| Gráfico N° 37 Limpieza área recreación | 83 |
| Gráfico N° 38 Limpieza area BBQ | 84 |
| Gráfico N° 39 Días promedio..... | 85 |
| Gráfico N° 40 Gasto promedio..... | 86 |
| Gráfico N° 41Experiencia | 87 |
| Gráfico N° 42 Recomendación..... | 88 |
| Gráfico N° 43Determinación demanda actual anual de turistas..... | 93 |
| Gráfico N° 45 Indicadores..... | 104 |
| Gráfico N° 46 Resumen de valoración de indicadores..... | 108 |

TABLA DE IMÁGENES

| | |
|--|-----|
| Imagen N° 1 Situación Geográfica del Cantón Puerto Quito | 4 |
| Imagen N° 2 Cascada el Silencio | 8 |
| Imagen N° 3 Cascada Macallares | 8 |
| Imagen N° 4 Cascada Azul..... | 9 |
| Imagen N° 5 Piedra de Vapor..... | 10 |
| Imagen N° 6 Balneario la Playita | 10 |
| Imagen N° 7 Desembocadura Río Achoite | 11 |
| Imagen N° 8 Río Sábalo | 12 |
| Imagen N° 9 Río Mojarrero..... | 12 |
| Imagen N° 10 Río Blanco, Puente Sector 29 de Septiembre | 13 |
| Imagen N° 11 Mapa de viabilidad Cantón Puerto Quito..... | 15 |
| Imagen N° 12 Gastronomía Cantón Puerto Quito | 17 |
| Imagen N° 13 Infraestructura EcoLodge Tío Mario | 100 |
| Imagen N° 14 Alojamiento..... | 101 |
| Imagen N° 15 Área de restaurante..... | 102 |
| Imagen N° 16 Área recreativa | 102 |
| Imagen N° 17 Canchas Deportivas..... | 103 |

RESUMEN

Esta investigación tuvo la finalidad de conocer información fiable y actualizada sobre el Ecolodge Tío Mario, que es un proyecto de emprendimiento familiar que surgió desde hace 3 años, con el ánimo de aprovechar las 26 hectáreas de terreno con las que cuenta la propiedad, en el año 2010 empezó la construcción de su infraestructura que en la actualidad cuenta con 7 cabañas con una capacidad de alojamiento para 38 personas, un restaurante con su respectivo comedor que cuenta con una capacidad para 50 personas, sala para eventos, canchas deportivas, jacuzzi y piscina, además se han creado senderos auto guiados dentro del remanente bosque húmedo tropical, los que permiten llegar hasta el río que pasa por la propiedad.

La información recolectada a través de encuestas aplicadas al tamaño de la muestra determinada para turistas nacionales y extranjeros permitió definir el perfil del consumidor que visita el Ecolodge Tío Mario y determinar el grado de atraktividad que perciben los clientes respecto a los servicios ofertados por el establecimiento. Para ello se realizó un análisis en base a la escala de Likert en el cual se evaluó la calidad y satisfacción de los servicios percibidos.

El estudio de mercado permitió el desarrollo del análisis de la demanda donde se demostró la existencia de un mercado potencial, frente a la oferta actual, determinando de manera que existe demanda insatisfecha, la cual hay que aprovechar. Además este estudio permitió identificar las preferencias de los clientes a través de la encuesta, y se llegó a la conclusión que los turistas están interesados en realizar turismo en el Eco-Lodge Tío Mario debido a los servicios y productos que ofrece este lugar a sus clientes.

Palabras clave: Ecolodge Tío Mario, Atraktividad, Cantón Puerto Quito, Clientes Satisfechos.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación “Elaboración de un estudio para determinar grado de atraktividad turística del proyecto Eco-Lodge Tío Mario, ubicado en el cantón Puerto Quito, Provincia de Pichincha”, es un proyecto familiar se ha creado de forma empírica y sin ninguna planificación por lo que le ha impedido empezar a operar y por ende a producir, de tal manera que la inversión realizada no ha empezado a recuperarse, debido a la falta de una adecuada planificación y organización, la misma que no cuenta con un adecuado direccionamiento en el que se hayan establecido objetivos que puedan ser alcanzados. Al momento no cuentan con un perfil de demanda establecido, por lo que es necesario definir para quien está enfocado este producto/servicio mediante una evaluación del nivel de atraktividad turística.

Por lo que se ha considerado realizar una identificación y análisis de los recursos turísticos con los que cuenta el proyecto, para definir el grado de atraktividad que tiene el Eco-lodge y sus oportunidades dentro del desarrollo de la actividad turística en esta zona, a su vez conocer la disponibilidad de los atractivos existentes y la importancia percibida de estos atractivos, lo que servirá como base en la toma de decisiones respecto a la planeación y conformación plena del producto turístico en el futuro.

La evaluación del grado de atraktividad turística basado desde la percepción del turista en cuanto a la satisfacción de sus necesidades vacacionales (demanda) y desde el punto de vista de las proyecciones de inversión por parte del empresario y a su vez emprendedor (oferta), permitirán el diseño de un destino turístico con las características necesarias para competir en esta zona. A continuación se da a conocer los capítulos con los que consta el siguiente estudio:

Capítulo I se desarrolla la caracterización del Cantón Puerto Quito, identificando su ubicación geográfica, su historia, límites, orografía, hidrografía, flora y fauna, los más representativos atractivos turísticos, su equipamiento e infraestructura, y el tipo de comida que la caracteriza.

En el capítulo II se realiza un análisis del macroambiente donde se identificaron las amenazas y oportunidades para el Eco-Lodge Tío Mario, adicionalmente se realizó el análisis del microambiente donde se determinó las debilidades y fortalezas que influyen en el adecuado desenvolvimiento administrativo del Eco-lodge. Finalmente se desarrolló las matrices de análisis FODA, tanto del ambiente interno como del externo.

En el capítulo III se realizó el estudio de la demanda en el que se estableció los objetivos que se proponen alcanzar durante este estudio, además se determinó la muestra a la cual se dirigió la encuesta enfocándose tanto a turistas nacionales y extranjeros, así como su correspondiente análisis de la información recolectada.

Capitulo IV se desarrolla el análisis de los hallazgos que se realizó durante toda la investigación, iniciando en el diagnóstico del macroambiente que infiere en la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el Eco- lodge , continuando con los resultados de la encuesta, respecto a la evaluación del grado de satisfacción de los servicios ofertados.

Para concluir, se presentan las conclusiones y recomendaciones para la el Eco-lodge Tío Mario se adjunta una completa información de las referencias bibliográficas utilizadas a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL CANTÓN PUERTO QUITO

1.1. Cantón Puerto Quito

Creado el 1 de abril de 1996 y ubicado a 143 kilómetros del noroccidente de Quito, es uno de los destinos turísticos en la denominada Ruta de los Quito-Caras, donde los visitantes nacionales y extranjeros pueden disfrutar del ecoturismo comunitario, de aventura o de descanso en los balnearios que están junto a los ríos Caoní y Silanche y además conocer hermosas cascadas.

También pueden visitar los asentamientos precolombinos de la zona, o admirar la marimba puertoquiteña, que es interpretada por los grupos de marimba tradicionales de los pueblos afroesmeraldeños, asentados ancestralmente en este lugar, con el propósito de extraer la tagua y el caucho.

Los visitantes pueden hospedarse en cabañas construidas con material del medio. En el bosque húmedo tropical de la zona existen 400 especies de pájaros y algunas flores exóticas. En las fincas de frutas tropicales se enseña a los turistas a preparar el tradicional chocolate. Las noches se encienden al son de la marimba, salsa, merengue y otros ritmos.

El deporte extremo encuentra su lugar en la confluencia del río Blanco, que se extiende entre Pichincha y Esmeraldas, en donde está una gran roca denominada Piedra de Vapor, llamada así, porque en los inviernos el agua del río choca contra la peña, formando una cortina de vapor digna de admirar. (Comunicación Social Admin, 2013)

1.2. Datos Geográficos Cantón Puerto Quito

- Cabecera Cantonal: Puerto Quito
- Fecha de Fundación: 1 ° de abril de 1996
- Superficie: 640,7km² aproximadamente
- Ubicación: Noroccidente de la Provincia de Pichincha
- Altitud: 120 y 160 msnm
- Clima: Tropical Húmedo
- Temperatura promedio: 25°C
- Vegetación: Bosque tropical húmedo

- Población: 20.445 (Según censo INEC 2010) (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

1.3. Límites del Cantón Puerto Quito

Norte: Provincia de Esmeraldas e Imbabura.

Sur: Santo Domingo de los Tsáchilas y parte de Los Bancos

Este: Cantón Pedro Vicente Maldonado.

Oeste: Provincia de Esmeraldas. (Comunicación Social Admin, 2013)

Imagen N° 1 Situación Geográfica del Cantón Puerto Quito



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

1.4. Historia del Cantón Puerto Quito

Su cabecera cantonal se halla ubicada en un pequeño valle entre las últimas estribaciones de la Cordillera de los Andes, por donde cruza el cristalino río Caoní. Su nombre se deriva del original “PUERTO DE QUITO”, denominado así por el científico riobambeño Pedro V. Maldonado, que buscando un camino corto entre Quito y el Océano Pacífico, llegó hasta la confluencia de los ríos Caoní y Silanche y ante los amplios y profundos caudales que debieron tener entonces esos ríos; determinó que desde allí se podía viajar por vía fluvial hasta el mar. Actualmente el centro poblado se asienta a 6 Km. aguas arriba por el río Caoní, donde se encontró el sitio adecuado por un amplio asentamiento poblacional y para la construcción del puente, para integrar el carretero a la vía principal hacia Esmeraldas.

El Cantón de Puerto Quito, fue creado en la administración del Arq. Sixto Durán Ballén C. Presidente Constitucional de la República y mediante Ley 115 del Año IV, en Quito el 1 de abril de 1.996 fue publicada en el Registro Oficial N° 916. Fabián Alarcón Rivera era entonces el Presidente del Congreso Nacional. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

1.5. Fiestas y ferias del Cantón Puerto Quito

Las fiestas de interés turístico de Puerto Quito son festejos populares, que recuerda la celebración de aquellos acontecimientos que brindan orgullo y regocijo a Puerto Quito mismas que se celebran en diversos Recintos del Cantón. El atractivo de estas fiestas radica, además de la asistencia de visitantes, en la originalidad de los festejos que se celebran durante todo el año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

Las principales fiestas son:

- Fiestas de Cantonización 1 de Abril
- Virgen del Carmen del 13 - 15 Julio
- Fundación 02 - 12 de Octubre
- Carnavales (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

Los fines de semana se realizan ferias, en ellas se comercializan todo tipo de productos agrícolas de la zona, los pobladores también efectúan al comercio minorista de víveres, vestimenta, artefactos para el hogar, alimentos procesados, materiales de construcción, medicinas, etc.

1.6. Orografía

“El cantón Puerto Quito se asienta sobre terreno totalmente plano, circundado por colinas de pendientes superiores al 10%. El centro poblado de Puerto Quito se encuentra localizado a 200 m s.n.m.” (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2010, págs. 190- 191)

1.7. Hidrografía

El cantón Puerto Quito se encuentra rodeado por los afluentes de los ríos: Salazar, Bravo, Blanco, Sábalo, Sabalito, Pizará, Silanche, Caoní, Achiote, Inga, Peligro, Cubera, Macallares, Abundancia, Piedritas y Cabuyal. Los recursos hídricos son representativos de este cantón, que alberga sorprendentes cascadas y senderos a lo largo del río Blanco, y que atrae a varios turistas, donde realizan diferentes deportes extremos como el rafting y el kayak. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

1.8. Flora

El bosque húmedo Tropical es una asociación compleja de muchas especies vegetales, destacándose en los remanentes de bosque las siguientes especies cuyos nombres comunes son chanul, sande, guasca, mascarey, paco, chalviande, moral fino, jigua, cuangare, salero, clavellin, sangre de gallina, cordoncillo, especies que conforman los tres estratos del bosque y que tienen gran demanda; entre las palmas es común encontrar al pambil, y chontaduro.

Debido a la inaccesibilidad del terreno, existe todavía bosque virgen, el dosel se caracteriza por la presencia de árboles de cauchillo, cedro, nogal, canelo, matapalos de los géneros Ficus y Coussapoa, e individuos de sangre de gallina, anim; en el subdosel se encuentran especies de peine de mono, uva, caimitillo, tachuelo, ducu, son abundantes las palmas de los géneros Phytelaphas, Euterpe y Bactris, además de la caña guadúa y el helecho arbóreo. En el sotobosque es común el cacao de monte, gualpita, paco, nacedero, achiote, la paja toquilla, platanillo, anturios, entre otros. En el bosque secundario se encuentra el guarumo plateado, laurel, y a lo largo de los ríos es común encontrar el aliso. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2010, pág. 190)

1.9. Fauna

En el bosque húmedo tropical habitan 400 especies de pájaros y algunas flores exóticas. Durante su trayecto se destacan una gran variedad de aves como los colibríes de cola corta y cola larga, pájaros carpinteros, búhos, halcones, azules, papagayos y otros. Entre los mamíferos se destacan la guanta (Agouti paca), armadillo (*Dasyponovemcinctus*), oso perezoso, guatusas (*Dsyuspunchata*), zorros y tigrillos, así como también monos.

Hay también reptiles como serpientes venenosas, y entre ellas la coral, equis, verrugosa (*Lachesis muta*), chonta, papagayo; y las culebras como mataballo (*Boa constrictor*). Hay escasos lagartos y tortugas. Se puede observar también insectos como mariposas, luciérnagas, grillos y otros. Los peces como sábalos, sabaletas, guaños, camarón de río, pez gato, lisas, también se encuentran en los ríos del sector. La vegetación, en general, está integrada por árboles de pambil, guayacán, clavellín, moral, sande, teca, caoba. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2010, pág. 196)

1.10. Atractivos Turísticos

Para visitar Puerto Quito, los turistas pueden optar por diversos lugares, desde cascadas hasta balnearios.

El cantón cuenta con hermosas y acogedoras hosterías, hoteles y restaurantes, donde se degustan las delicias de la región. También, se practica el agroturismo, las fincas turísticas dedicadas al cultivo de frutas tropicales, acogen a los turistas para disfrutar de los recorridos y aprender a preparar el tradicional chocolate.

Además, en la confluencia del río Blanco, que se extiende entre las Provincias de Pichincha y Esmeraldas, se encuentra una gran roca llamada Piedra de Vapor, porque en los inviernos el agua del río choca contra la peña, formando una gran cantidad de vapor. Este sitio es muy visitados por los turistas para practicar deportes extremos.

Continuando por la ruta conocida como El santuario de las Cascadas, a 20 minutos se puede encontrar un sendero peatonal a mano izquierda, para llegar a la Cascada Escondida, que se encuentra rodeada por una exuberante vegetación y lleva este nombre porque años atrás era poco visitada, pero ahora es un paraíso y muchos turistas la prefieren. Siguiendo por el camino vecinal a 20 minutos, se encuentra el recinto Grupo Mieles, en donde se ubicada la Cascada Azul, con una pendiente de 20 metros, un escenario ideal para realizar repelling y observarla en todo su esplendor en temporada de invierno.

Siguiendo por la carretera hacia Esmeraldas, se encuentra la población de San Antonio de la Abundancia, por donde atraviesa un tranquilo río del mismo nombre, en sus orillas los moradores han diseñado apacibles balnearios que ponen al servicio del público en general. (Ministerio de Turismo, 2013)

Dentro de los atractivos turísticos más relevantes que posee el Cantón Puerto Quito se describen a continuación:

- **Cascada el Silencio**

Imagen N° 2 Cascada el Silencio



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

Descripción:

“Un lugar Mágico, ubicado en el Recinto Santa Fé, en el que se puede regocijar con una hidroterapia en sus frescas aguas además de ver sus misteriosas cuevas en la parte posterior de la cascada donde habitan golondrinas nocturnas.” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

- **Cascada Macallares**

Imagen N° 3 Cascada Macallares



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

Descripción:

Ubicada en el Recinto Tierra Santa, de 4 metros de ancho, en verano, cae 5 metros sobre una gigantesca roca, se precipita por segunda vez 1 metro y forma una piscina alargada de 15 metros y 1.3 metros de profundidad, esta cascada la forma el río Macallares, de ahí que toma su nombre. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009).

- **Cascada Azul**

Imagen N° 4 Cascada Azul



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

Descripción:

“Se encuentra formada por el Río Culebra de 4 metros de ancho formando una cascada de 15 metros de altura que forma una poza de 3 mts de diámetro cuyas aguas son de color verde esmeralda, totalmente transparente y con una temperatura de 10°C, ubicada en el Recinto Grupo Mieles en el Km. 50.” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

- **Piedra de Vapor**

Imagen N° 5 Piedra de Vapor



Fuente: (Veronica Abril, 2014)

Descripción:

En las aguas del Río Blanco se encuentra ubicada la Piedra de Vapor, en este caudaloso río con playas de arena blanca se encuentra una gran roca llamada Piedra de Vapor porque en temporada de invierno el agua del río choca contra esta roca formando gran cantidad de Vapor, este es uno de los balnearios más grandes de Puerto Quito donde se puede practicar la pesca deportiva y muchos deportes acuáticos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

- **Balneario la Playita**

Imagen N° 6 Balneario la Playita



Fuente: (Veronica Abril, 2015)

Descripción:

Ubicado en el barrio 13 de Julio, donde se puede aplicar un sin número de deportes acuáticos, sus cristalinas aguas tienen una temperatura de 12°C. 12 metros más o menos del balneario existe una isla de forma alargada, de 120 metros de largo, la cual alberga diferentes especies tanto de flora como fauna nativa del lugar. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

- **Desembocadura Río Achoite**

Imagen N° 7 Desembocadura Río Achoite



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

Descripción:

El punto en que el río Achiote desemboca en el Caoní, es un verdadero espectáculo visual, ya que se puede admirar claramente la mezcla de los colores distintos que cada río trae. El río Caoní, de recorrido más largo y de mayor caudal trae consigo sedimentos que lo vuelven un tanto turbio, café, en cambio el Río Achiote trae aguas cristalinas a lo largo de su corto recorrido. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

- **Río Sábalo**

Imagen N° 8 Río Sábalo



Fuente: (Puerto Quito, Lugar Paradisiaco, 2013)

Descripción:

El Sábalo es un río de tamaño y profundidad considerables. Su recorrido va formado meandros. En este punto específico se ha asentado un Complejo Turístico para los estudiantes de los colegios cercanos y para toda la gente que desee. Aquí los niños han construido trampolines y péndulos para acrobáticamente lanzarse al río disfrutando solo como los niños pueden hacerlo. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

- **Río Mojarrero**

Imagen N° 9 Río Mojarrero



Fuente: (fundación Semilla Ambiental, 2012)

Descripción:

“Por el clima bastante cálido que tiene el sector debido a su altitud y gracias a la tranquilidad y profundidad suficiente de sus aguas, este río es muy visitado por los pobladores para refrescarse y nadar en su lecho.” (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

- **Río Blanco**

Imagen N° 10 Río Blanco, Puente Sector 29 de Septiembre

Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

Descripción:

“Aproximadamente a 5 km de culminar el recorrido de la carretera Calacalí - La Independencia se encuentra un notorio puente de estructura metálica que pasa por encima de este río permitiendo ver todo su esplendor.” (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

1.11. Equipamiento y Servicios para el Turismo

La infraestructura que requiere el agroturismo en las Haciendas del Cantón Puerto Quito como el transporte y las comunicaciones, el abastecimiento de agua y el saneamiento, la seguridad pública y los servicios de salud, puede beneficiar también a las comunidades, recintos y pueblos de los alrededores.

La infraestructura para este tipo de turismo está prácticamente hecha, su medio ambiente proporciona el mejor potencial atractivo del lugar del mismo se pueden obtener los recursos y materia prima para la construcción de la infraestructura necesaria. La adaptación y mantenimiento de los servicios generales de luz, agua, desagüe, comunicaciones, caminos carreteros, seguridad y salud son obligación de las autoridades tanto para servir a las fincas como a las áreas urbanas aledañas, que benefician de alguna manera a los visitantes, por lo que es evidente que esta tiene que ser mejorada.

La agricultura es la principal actividad de la zona, y por lo tanto el desarrollo local deberá enfocarse en esta rama para alcanzar los niveles aptos de infraestructura que permitan el desarrollo del agroturismo.

Es importante señalar que hace falta mayor atención por parte de las autoridades seccionales y la falta de organización de la población con fines de desarrollo lo que ha ocasionado un estancamiento en el progreso socioeconómico de las zonas rurales del Cantón. Por tanto la participación en la actividad agro turística, más allá del negocio turístico y las ganancias económicas que puede ofrecer, busca armonizar la actividad turística con la vida comunitaria, de tal modo que integrándolas equilibradamente, se pueda ampliar los beneficios a la vida plena de las comunidades. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

El cantón Puerto Quito cuenta con muy pocos sitios de hospedaje:

- 8 hosterías: 3 de primera categoría, 3 de segunda categoría y 2 de tercera categoría.
- 2 hostales de segunda categoría. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

En cuanto a alimentación el cantón cuenta con pocos lugares, el Ministerio de Turismo únicamente registra los siguientes:

- 3 restaurantes: 2 de tercera categoría, 1 de cuarta categoría.
- 1 fuente de soda de tercera categoría. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

1.12. Viabilidad del Cantón Puerto Quito

Existen varias vías de acceso, se puede acceder a través de caminos de segundo y tercer orden que unen al Cantón Puerto Quito. Se puede utilizar vehículo propio o bien transporte público.

Imagen N° 11 Mapa de viabilidad Cantón Puerto Quito



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)

1.12.1. Transporte

Cuadro N° 1 Compañías de Transporte de Quito- Puerto Quito

| COMPAÑÍAS | TURNOS | ITINERARIO |
|-----------------------------|------------|---|
| Aloag | 6 diarios | Quito- Puerto Quito - QuinindeQuininde – Puerto Quito - Quito |
| Kennedy | 14 diarios | Santo Domingo- Puerto Quito -Quito Quito- Puerto Quito -Santo Domingo |
| San Pedrito | 6 diarios | Quito – Puerto Quito Puerto Quito - Quito |
| Occidental | 3 al mes | Quito - Puerto Quito - Esmeraldas Esmeraldas – Puerto Quito - Quito |
| Trans Esmeraldas | 4 diarios | Quito- Puerto Quito - Esmeraldas Esmeraldas - Puerto Quito - Quito |

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito, 2009)
Elaborado por: Verónica Abril

El contar con varias opciones de transporte de pasajeros y carga mejora las condiciones de vida de la comunidad, pues esta oportunidad amplía las posibilidades de comunicación entre los cantones aledaños. Además, cabe mencionar que la ubicación del cantón como paso obligado en la carretera favorece el flujo permanente de transporte de carga y pasajeros.

1.13. La Producción del Cantón Puerto Quito

Alrededor de la población existe abundante vegetación, y árboles de laurel, colorado, manzano, copal y pachaco; abundante pasto y cultivos tales como piña, cacao, arroz, café, maíz, pastizales y bosque natural.

Con respecto a la ganadería, existe ganado vacuno y porcino; se tiene también producción avícola. La pesca en los ríos y esteros no es recomendable para el consumo humano, debido a la contaminación de las aguas provocada por los pobladores. La producción agrícola de la zona se desarrolla sobre la base de cultivos tradicionales como el café, la yuca, el arroz, plátano, maíz, cacao, limón, mandarina, fréjol, guaba. Además se introdujo nuevos cultivos como la piña, el maracuyá, pimientos y maíz duro para consumo animal (pollos). Se introdujeron también otros tipos de producción como base para el desarrollo de la agroindustria, tales como la palma africana, la nuez de macadamia y la piña. Sobre este tema, los productores de palma africana, banano, cacao y piña aplican tecnologías modernas para la producción. Para los otros productos se cuenta con tecnología tradicional de cultivo.

Por la falta de programas de manejo forestal se ha incrementado la deforestación. Se explotan maderas de balsa, guayacán. En la producción pecuaria predomina la carne de ganado bovino y porcino. Los productos agropecuarios y maderables de la zona se comercializan fundamentalmente con la sierra, mientras que los productos para la agroindustria se entregan a las fábricas procesadoras.

Los productos pecuarios se venden en las parcelas y su faenamiento se efectúa en el camal, ubicado a orillas del río Caoní, lo cual produce contaminación en el sector y particularmente en este río.

El 20% de los establecimientos existentes se dedica a la producción manufacturera y artesanal. El comercio minorista se hace en la calle principal, en la que se encuentran tiendas de víveres, ropas, electrodomésticos, alimentos procesados, materiales de construcción, farmacias, bodegas, comedores y bazares. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2010, pág. 196)

La actividad económica principal en la cabecera cantonal y los asentamientos humanos, es el comercio y la microempresa, tales como: ferreterías, panaderías, talleres de fabricación de alimentos para pollos, restaurantes, farmacias, bodegas de víveres, cabinas telefónicas, tiendas, centros de copiado, carpinterías, aserraderos, bares, karaokes y estaciones de servicio. Según datos proporcionados por la Jefatura de avalúos y catastros del GAD Municipal, en el cantón se registran 520 actividades, destinadas al comercio, profesionales y

prestación de servicios, siendo la más relevante el comercio de víveres y alimentos de primera necesidad con 173 locales a nivel cantonal, 73 locales destinados a centros de entretenimiento, 56 locales de preparación de alimentos y bebidas, 47 locales para bazar, papelería e internet, 41 mecánicas y talleres de reparación de maquinarias. (Párraga, 2013, págs. 5 - 6)

1.15. Gastronomía en el Cantón Puerto Quito

La comida típica del cantón es muy variada, debido a que sus pobladores vienen de muchos lugares del país, pero por la cercanía que tienen con la costa los platos típicos son: encocado de guaña, manjar de fruta de pan, pero dentro de los que más se destacan están la tilapia frita y al vapor y el ceviche de palmito. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012).

Imagen N° 12 Gastronomía Cantón Puerto Quito



Fuente: (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012)

1.16. Turismo en el Cantón Puerto Quito

El área territorial que conforma este cantón es rica por su naturaleza misma, por sus paisajes, por sus recursos hídricos, vegetales y animales y por su clima tropical. Dispone de zonas aptas para el turismo, eco y agro-turismo. Se han aprovechado las playas del río Caoní, para ser explotadas como balnearios. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2010, pág. 195)

En consideración a lo anterior, se determina que el Cantón Puerto Quito se ubica en una zona privilegiada del noroccidente de Pichincha, considerado como un lugar que cuenta con interesantes atractivos turísticos naturales, que son su principal riqueza. Puerto Quito posee cascadas, balnearios, fincas agrícolas, donde los turistas pueden aprovechar todos los encantos y belleza paisajística que oferta el lugar.

El acceso es de primer orden, siendo paso obligatorio para los turistas que se dirigen hacia la costa del Ecuador, es importante porque el contar con una adecuada vialidad dota de innumerables oportunidades, desde el paso de transporte interprovincial hasta la circulación de vehículos de carga para la comercialización de productos agrícolas. La infraestructura del cantón es endeble por qué no dispone de los suficientes y adecuados establecimientos de alojamiento ya que no cubren con las expectativas de los turistas más exigentes.

Principalmente lo que destaca visitar este pueblo son los recursos hídricos que posee ya que los turistas tienen varias actividades recreacionales de alto extremo donde pueden practicar deportes como: repeling, rafting, kayak, etc. Es importante explotar todos los recursos naturales que posee el cantón conjuntamente con la administración municipal, porque concede a la comunidad el desarrollo económico y social de los habitantes de la zona.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CANTÓN PUERTO QUITO

2.1. Análisis Situacional

2.1.1. Análisis Macro Entorno

Está compuesto por aquellos factores exógenos que afectan al proyecto Eco-Lodge Tío Mario. Hay que tener en cuenta analizar factores económicos, políticos, tecnológicos y naturales, con el objetivo de determinar amenazas y oportunidades que permitan valorar la importancia de aprovechar y eliminar aquellos factores que impidan el desarrollo del Eco - Lodge.

2.1.1.1. Factor Económico

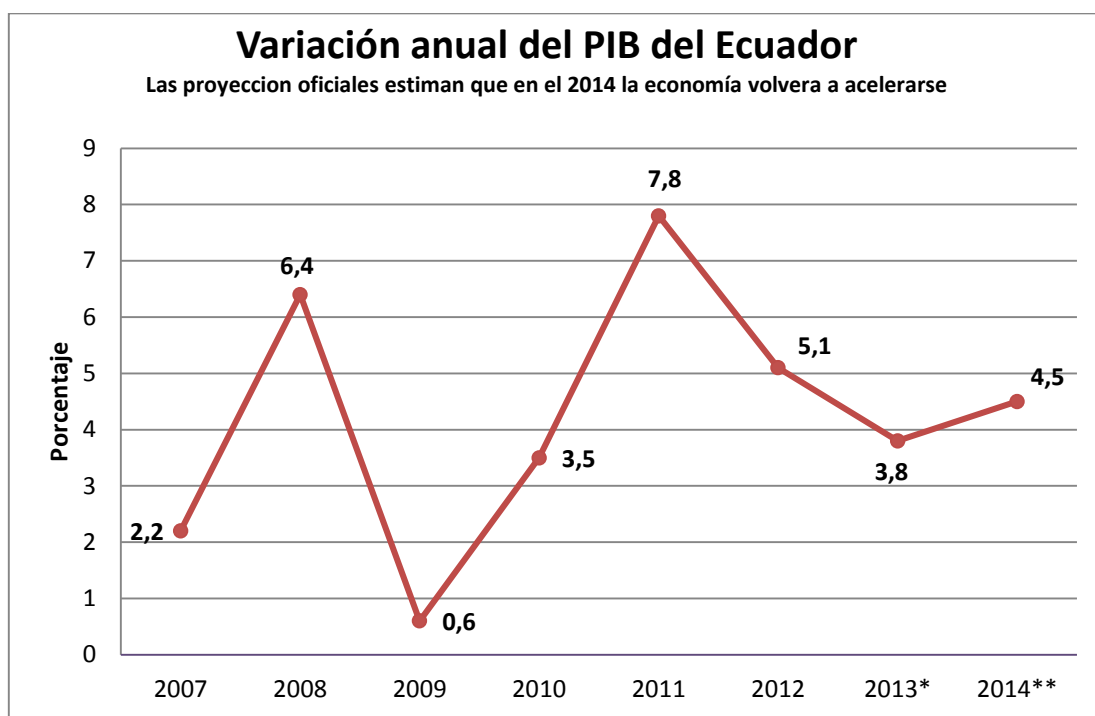
- **Producto Interno Bruto**

De acuerdo a El Telégrafo, 2014 hace referencia al favorable crecimiento económico del país:

La percepción de la población sobre la situación de la economía es muy favorable y eso también se evidencia en las cifras oficiales. El 57% de ecuatorianos cree que la situación es “buena” y el 61% opina que el desempeño de la economía será “mucho mejor” en los próximos 3 años. En ambos casos, Ecuador ocupa el primer lugar a nivel regional en las percepciones optimistas recogidas a través de encuestas, por la corporación Latinobarómetro, con sede en Chile.

En los últimos años, Ecuador creció por encima del promedio regional y, según las proyecciones de las autoridades para 2014, la economía mejorará su desempeño con respecto al año anterior, el cual cerraría con un incremento del 3,8%, según estimaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (El Telégrafo, 2014).

Gráfico N° 1 Proyecciones oficiales PIB 2014



*Según últimas proyecciones de la Cepal ** Estimaciones realizadas por el Gobierno

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: (El Telégrafo, 2014)

Cabe recalcar, que el turismo representa para el Ecuador un 4,2% del PIB, de acuerdo a la Ministra de Turismo Gladys Eljuri, puesto que las condiciones del país son excepcionales como destino turístico. Apuntándolo como acierto el mercadeo internacional acentuado la riqueza de la biodiversidad del país, una de las mayores del mundo. Tomando en cuenta que el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, consolidándose como uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento; y considerándose como una actividad económica importante para el país.

Análisis:

1. La inversión pública se ha destinado hacia el fortalecimiento del sector turístico lo que genera una **oportunidad** a los futuros inversionistas y dueños de negocios turísticos.

▪ **Inflación**

El turismo ha sido uno de los sectores económicos, que ha coadyuvado a la estabilización macroeconómica del Ecuador, debido a la política de estado para promover el turismo internacional e interno, lo que ha generado que este importantísimo sector se desarrolle positivamente.

Pero a pesar de los esfuerzos del sector turístico, que ha sido una de las actividades que mayormente ha aportado con divisas, la macroeconomía no ha logrado controlar suficientemente el proceso inflacionario. Pero sin embargo, en el transcurso de los últimos años se ha evidenciado un descenso inflacionario, por lo que si se mantiene el mismo ritmo, la reducción de la inflación podría traer múltiples beneficios al país e, indudablemente, al sector turístico, pues una vez realineados los precios relativos, los agentes económicos involucrados en esa actividad estarán en capacidad de competir en el mercado internacional, aprovechando tanto las ventajas comparativas como las competitivas que dispone el mercado.

Como se puede evidenciar en la siguiente gráfica el índice inflacionario durante los últimos cuatro años ha tenido un descenso visible, por lo que es importante destacar que existe una oportunidad para ser más competitivos.

Cuadro N° 2 Comparativo Inflación Años 2010 – 2013

| INFLACIÓN | % |
|-------------------|----------|
| 2010-1-31 | 3.33 |
| 2011-12-31 | 5.41 |
| 2012-12-31 | 4.16 |
| 2013-12-31 | 2.70 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Análisis:

1. La reducción de la inflación permite a que los agentes económicos involucrados en la actividad turística estén en capacidad de competir en el mercado nacional.
(Oportunidad)

- **Desempleo**

Sin lugar a duda el desempleo y subempleo han sido los factores que más ha golpeado a la sociedad, ya que constituyen los problemas sociales más críticos que se puede presentar en un país. Pero sin embargo, se puede decir que la tasa de desempleo ha tenido una disminución lenta tal como se presente en el siguiente cuadro, debido a que el gobierno ha implementado planes de desarrollo para contribuir con aquellos sectores económicos que favorezcan al desarrollo económico del país, como es el sector turístico que al parecer ha tenido una aceptación positiva tanto a nivel nacional como internacional. Esto ha permitido que este sector se desarrolle adecuadamente, dando lugar a que se incremente las oportunidades de trabajo y así de alguna manera beneficiar a la reducción de la tasa de desempleo que aqueja especialmente a los sectores rurales del país.

Cuadro N° 3 Tasas de Desempleo 2010 -2013

| DESEMPLEO | % |
|-------------------|----------|
| 2010-1-31 | 6.11 |
| 2011-12-31 | 5.07 |
| 2012-12-31 | 5.00 |
| 2013-12-31 | 4.86 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Análisis:

1. El desarrollo del sector turístico contribuye a que se generen nuevas plazas de trabajo por lo se puede tomar del mercado y ocupar las nuevas plazas de trabajo. (**Oportunidad**)

2.1.1.2. Factor Político

Según el Informe Económico y Comercial del Ecuador, 2012 se menciona que:

El economista Rafael Correa, actual Presidente Constitucional de Ecuador, tomó posesión de su cargo el 15 de enero de 2007, y fue reelegido el 17 de febrero de 2013. Rafael Correa se define a sí mismo como un católico de izquierdas y nacionalista.

Tras tomar posesión de su cargo en 2007, Rafael Correa convocó una consulta popular para la aceptación e instalación de la Asamblea Constituyente, la cual fue una de sus promesas electorales. La intención de esta Asamblea Constitucional con plenos poderes era transformar el marco institucional del Estado y elaborar la nueva Constitución. Esta consulta fue realizada el 15 de abril de 2007 y el 81,72% del electorado se pronunció a favor.

Convirtiendo a la política económica en un eje fundamental del Gobierno, debido a las aspiraciones de reformar los regímenes productivos y distributivos al objeto de buscar un mayor protagonismo del sector público, y una distribución más equitativa del producto. Para ello se volvió a recuperar la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), ente adscrito a la presidencia de Gobierno y encargado del establecimiento de los objetivos y las políticas nacionales, tanto de las económicas como de carácter general. Para ello este organismo ha diseñado, el llamando Plan Nacional de Desarrollo 2009-2013 (denominado, en este periodo, “Plan Nacional para el Buen Vivir”), con el que se pretende configurar las directrices esenciales que debe seguir la administración ecuatoriana en las políticas de gestión y de inversión pública para dicho periodo. El plan cuenta con 12 objetivos, entre los que destaca el mejoramiento de la calidad de vida de la población, garantizar la vigencia de los derechos y la justicia, establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, así como garantizar el acceso a la participación pública y política.

Referente a la política de reforma sectorial, la aprobación de la Ley de la Red de Seguridad del Sistema Financiero en 2007 dio al Gobierno de Ecuador un mayor poder, tanto en la reordenación del sistema bancario como en la potenciación de la banca pública. La banca privada tiene un tamaño pequeño; el ratio de crédito total respecto a PIB es aproximadamente el 20%. La Ley vigente, aprobada en el 2007, segmenta los créditos con tasas de interés diferenciadas, que son fijadas por el Banco Central de Ecuador. La conclusión es el intervencionismo del Gobierno en el Banco Central de Ecuador, debido a que es el propio Gobierno el que nombra al presidente del Consejo de Administración del Banco Central. En marzo de 2012, el Banco Central del Ecuador publicó las siguientes tasas promedio: crédito comercial 9,33%; consumo 16,30%; vivienda 11,33%; microcrédito 30,50%, cuyos rangos se han mantenido bastante estables en los últimos tres años. (Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, 2012, págs. 4 - 8 y 11).

Análisis:

1. Las políticas de estado se ha orientado hacia los agentes económicos productivos por lo que se ha fortalecido el sector turístico en el país. **(Oportunidad)**

2.1.1.3. Factores Naturales

Actualmente el país es considerado como uno de los lugares donde se concentra la mayor biodiversidad del planeta. Su amplia gama de climas en sus cuatro regiones, ha dado lugar al nacimiento de miles de especies de flora y fauna en medio de extensos territorios naturales, muchos de los cuales están protegidos por el Estado. Dentro de su pequeña extensión de territorio se pueden encontrar bosques tropicales y húmedos, selvas, montañas, islas, páramos, desiertos, valles y nevados. Uno de sus principales atractivos es el Archipiélago de Galápagos y su reserva marina, que guarda especies endémicas únicas en el planeta.

Uno de los principales atractivos con los que cuenta está los parques nacionales y reservas naturales que son el refugio de vida silvestre y fauna, son considerados como patrimonio natural y espacios protegidos por el Estado. Considerando a la biodiversidad como la principal riqueza de estas zonas.

El Ministerio de Recursos Naturales no renovables de Turismo considera a los recursos naturales, como la fuente principal de riqueza del país. Y para conservarlo tienen la obligación de implantar planes de protección para su conservación. Para entender mejor su clasificación general, los considera como renovables a aquellos que tienen la facultad de reproducirse de forma natural o artificial como la flora, ya sean bosques o formaciones vegetales y la fauna (amínales); mientras que como recursos no renovables está el agua, lagos, lagunas, ríos y los suelos agrícolas, el petróleo, las minas, el carbón, entre otros.

Análisis:

1. El interés de la preservación del medio ambiente a través del Ministerio de Recursos Naturales no renovables de Turismo hace que se destine mayor recurso económico.
(Oportunidad)

2.1.1.4. Factores Tecnológicos

La tecnología se ha convertido en una ventaja competitiva sostenible y un arma estratégica en la mayoría de las industrias. Según un artículo electrónico de El Telégrafo en el que se realiza un análisis de las webs turísticas más influyentes de Iberoamérica:

Se considera la importancia e influencia de la web en el mercado turístico mundial y en las decisiones de viaje de los turistas que acuden a internet, que es uno de los varios canales usados para captar turistas por un país. Los datos son tomados al 12 de diciembre de 2013 y varían ligeramente de un día a otro. En octavo lugar está Ecuador (123.539) ecuador.travel, con su competidora Colombia, superándole en un 244% y un 5,33% sobre Perú (130.125) peru.travel, su otro competidor al sur. Empata con Argentina (125.871) argentina.travel, a la que supera con un 1,88% y la deja en el puesto 9 de esta lista, encima de Perú, que en el puesto 10 cierra el primer bloque de 'Portales turísticos más influyentes de Iberoamérica'. (El Telégrafo, 2013)

Se determina que el internet es una herramienta, que se encuentra principalmente relacionada con los sistemas informáticos para el intercambio de información. Hoy por hoy el desarrollo e innovación permite tener a disposición múltiples mecanismos de comunicación como teléfonos celulares inteligentes, computadores portátiles, telefonía satelital, etc. Es evidente, que el internet, es un mecanismo donde se puede encontrar cualquier tipo de información, por lo que no se puede dejar de lado este elemento, especialmente cuando se ha constituido en una estrategia comercial para la comercialización de un sin fin de productos y servicios.

Debido a esta panacea el sector turístico adoptó a los sistemas globales como las principales herramientas tecnológicas para la promoción de servicios turísticos, lo mismo que permiten una concentración de información de múltiples destinos en un solo sistema centralizado. A partir de su desarrollo y su uso cada vez más frecuente, han surgido

múltiples tecnologías y aplicaciones que han revolucionado el mercado del turismo en el mundo.

Por lo que el éxito o fracaso de la incursión de estas tecnologías depende en gran medida del uso adecuado de estrategias tecnológicas que acompañen su adopción, sobre todo ante el desarrollo acelerado, en el que está inmerso el sector turístico.

Análisis:

1. El internet una alternativa para el desarrollo turístico y su uso adecuado para emplearlo como estrategia comercial. **(Oportunidad)**

2.1.2. Análisis Micro Entorno

2.1.2.1. Sistema turístico

- **Superestructura**

Está relacionado a todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y reformar cuando fuese necesario el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico, también se encargan de armonizar las relaciones para facilitar la producción y venta de los servicios que componen el producto turístico.

- **Ministerio de Turismo**

Se pueden destacar tres elementos de la política del Ministerio como claves para el desarrollo del Turismo:

- El proceso de descentralización
- El Plan de Competitividad turística del Ecuador

- Elaboración del PLANDETUR 2020

El proceso de descentralización y transferencias de competencias de turismo hacia los municipios, parte de la propia Constitución Política que establece su posibilidad. En la Constitución Política de la República del Ecuador Art.225 “La descentralización será obligatoria, cuando una entidad seccional solicite y tenga capacidad operativa para sumirla”.

La Ley de Régimen Municipal determina al desarrollo turístico cantonal, como función primordial del Municipio. Este marco establece espacios de articulación entre el Estado, los gobiernos locales, empresarios y las comunidades locales, para dinamizar la actividad turística local y fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para fortalecer la imagen local y la del país como destino turístico. Con fecha 31 de agosto del 2001, el Ministerio de Turismo y el Municipio del Distrito Metropolitano suscribieron un convenio de transferencia de competencias de las atribuciones de planificar, controlar, capacitar, realizar estadísticas locales, fomentar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística en su jurisdicción.

El Plan de Competitividad Turística establece las pautas para el desarrollo de la actividad de manera sostenible a nivel nacional a mediano plazo. El Plan elaborado, a partir de 1999, tiene como objetivo general lograr que el producto turístico ecuatoriano cuente con mayor calidad en la prestación de servicios, los mejores precios y una marcada diferenciación respecto de los productos de la competencia dentro del marco de sostenibilidad turística y ambiental.

Según el Plandetur 202 el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador hacia el año 2020 fue elaborado por el Ministerio de Turismo y es una herramienta de planificación estratégica que busca “generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo el turismo sostenible, basado en los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada” (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 7)

También, se puede acotar que el Ministerio de Turismo persigue como objetivos posicionar al Ecuador como un destino líder en el mundo en los parámetros del turismo consciente; mejorar la calidad de los servicios turísticos y las capacidades de talento humano, sustentados en un desarrollo consciente y sostenible y desarrollar destinos turísticos, basados en la planificación, sistemas de información estratégico y modelo de la gestión en armonía con los diferentes niveles de gobierno. Con ello, se puede decir que, es evidente que el Ecuador cuenta con un paquete turístico muy variado que se extiende a lo largo y ancho del país, además de ser muy privilegiado por su ubicación en la zona ecuatorial el cual es poseedor de una gran variedad de pisos climáticos que lo hacen un lugar multidiverso en flora y fauna, el cual debe ser protegido para preservar su ecosistema.

Análisis:

1. Para el desarrollo del turismo sostenible el país cuenta con el Plan del Buen Vivir 2013 - 2017; para coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo el buen vivir, basado en los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad y competitividad. (**Oportunidad**)
2. Falta de interés de los organismos de turismo para Ofertar el Cantón. (**Amenaza**)

- **Comunidad receptora**

La comunidad receptora son todos los habitantes que se asientan dentro de un sector turístico determinado, para el presente caso corresponde a la población que reside y pernocta en el Cantón Puerto Quito y está compuesta por personas que están íntimamente relacionadas con la actividad turística y los que están indirectamente relacionados con la misma tales como: campesinos, agricultores, obreros, etc.

A la comunidad receptora se la llamada también comunidad local, ya que adopta un rol importante como anfitrión del turista, siendo parte del desarrollo que necesitan, y para lograrlo se requiere de preparación y capacitación de la población para el desarrollo de actividades relacionadas al turismo.

Es necesario, tomar en cuenta que el vínculo de la comunidad local en el desarrollo turístico no es fácil. Ya que existen obstáculos tales como la indiferencia hacia la participación en la toma de decisiones con respecto al turismo, esto principalmente se puede observar en las personas que entienden poco o nada de turismo, o simplemente no les interesa participar en una actividad económica diferente de la habitual.

Análisis:

1. Falta de cultura turística por parte de la comunidad (**Amenaza**)
2. Falta de interés de las autoridades municipales para promover el turismo en la zona. (**Amenaza**)

- **Infraestructura**

Actualmente la población de Puerto Quito cuenta con servicio de agua potable y alcantarillado en el área urbana y zonas rurales, las cuales presentan deficiencias, tanto en la distribución como en la generación de nuevos proyectos. El índice de cobertura de servicios básicos corresponde:

Cuadro N° 4 Servicios Básicos Cobertura

| ABASTECIMIENTO DE AGUA | | % |
|-------------------------------|-------|----------|
| Red Pública | 633 | 11,70% |
| Pozo | 1.202 | 33,30% |
| Río o vertiente | 1.706 | 47,20% |
| Carro repartidor | 38 | 1,10% |
| Otro | 34 | 0,90% |
| SERVICIO ELÉCTRICO | | |
| Si dispone | 2.257 | 62,50% |
| No dispone | 1.357 | 37,50% |

| SERVICIO TELEFÓNICO | | |
|----------------------------|--------------|-------------|
| Si dispone | 254 | 7,00% |
| No dispone | 3.360 | 93,00% |
| TOTAL | 3.616 | 100% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Inec, 2010 www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view...id

Las personas que viven en fincas o terrenos no cuentan con estos servicios y generalmente obtienen el agua de los ríos cercanos o aguas lluvias y además manejan pozos sépticos.

En cuanto al servicio de energía eléctrica se lo da mediante el sistema de interconectado.

Como principal vía de acceso cuenta con una carretera de primer orden Quito –Calacalí – Nanegalito – La Independencia, esta carretera es asfaltada y es fácilmente recorrida por todo tipo de vehículos desde automóviles, buses, camiones, etc., diariamente durante los 365 días del año y las 24 horas del día. En cuanto a los caminos para adentrarse hacia los diferentes centros poblados suelen ser de segundo y tercer orden, existiendo vías de tierra, y lastradas.

Análisis:

1. Falta de dotación de servicios básicos de calidad especialmente a las zonas rurales.
(Amenaza)
2. Falta de un plan vial que contribuya al desarrollo interno del Cantón Puerto Quito.
(Amenaza)

- **Planta de Servicios Turístico del Cantón Puerto Quito**

La planta de servicios turísticos del Cantón Puerto Quito es muy limitada, ya que no cuenta con la suficiente capacidad de hospedaje, alimentación, diversión y esparcimiento, para que el turista tenga la comodidad y confort que requiere para descansar especialmente en días de vacaciones.

Agencia de viajes

En el Cantón Puerto Quito según el Catastro del Ministerio de Turismo, y la observación realizada no se encuentra ninguna agencia de viajes o local de información turística en lugar.

Alojamiento

En el siguiente cuadro se presenta el número y categoría de establecimientos de hospedaje que cuenta el Cantón Puerto Quito de acuerdo al catastro del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Cuadro N° 5 Total de establecimientos de alojamiento

| CLASIFICACIÓN | CATEGORÍA | N° DE ESTABLECIMIENTOS |
|----------------------|------------------|-------------------------------|
| Hosterías | Primera | 3 |
| | Segunda | 5 |
| Hoteles | Primera | 0 |
| | Segunda | 2 |
| Cabañas | Primera | 0 |
| | Segunda | 4 |
| | Tercera | 4 |
| TOTAL | | 18 |

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo del Ecuador 2014

Elaborado por: Verónica Abril

Alimentación

Cuadro N° 6 Total establecimientos de alimentación

| CLASIFICACIÓN | CATEGORÍA | N° DE ESTABLECIMIENTOS |
|-----------------|-----------|------------------------|
| Restaurantes | Primera | 3 |
| | Segunda | 17 |
| Fuentes de Soda | Primera | 0 |
| | Segunda | 10 |
| Cafeterías | Primera | 0 |
| | Segunda | 1 |
| | Tercera | 0 |
| TOTAL | | 31 |

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo del Ecuador 2014
Elaborado por: Verónica Abril

Diversión y esparcimiento

Cuadro N° 7 Total sitios de diversión y esparcimiento

| CLASIFICACIÓN | CATEGORÍA | N° DE ESTABLECIMIENTOS |
|----------------------------------|-----------|------------------------|
| Bar | Segunda | 2 |
| | Tercera | 3 |
| Discotecas | Segunda | 2 |
| Salas de recepciones y Banquetes | Segunda | 1 |
| TOTAL | | 8 |

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo del Ecuador 2014
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

1. Limitada capacidad de servicios turísticos de calidad que satisfagan una confortable estadía a los turistas. (**amenaza**)

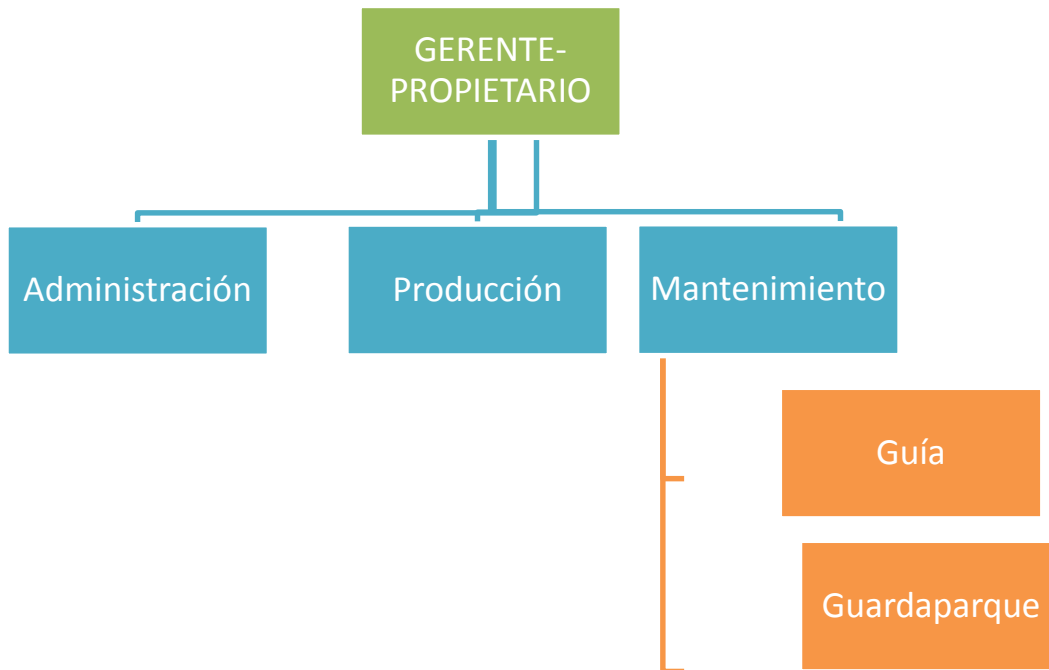
2.1.2. Análisis Interno

2.1.2.1. Proyecto Eco - Lodge Tío Mario

- **Área Administrativa y Recursos Humanos**

El Proyecto Eco - Lodge Tío Mario es un negocio de tipo familiar el cual está conformado por los miembros de la familia Cevallos, por lo que no cuenta con un organigrama organizacional definido y establecido, pero empíricamente todos los miembros de la familia colaboran con las responsabilidades y actividades para mantener en funcionamiento el Eco - Lodge. Para ello se presenta un organigrama de acuerdo a las actividades que desempeñan los miembros de la familia responsables del cuidado y mantenimiento del lugar:

Gráfico N° 2 Organigrama básico del Proyecto Eco - Lodge Tío Mario



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco – Lodge Tío Mario

La contratación lo realiza la Sra. Zuleida Robles administradora del lugar, esta actividad va de acuerdo a las exigencias que se vayan presentando, o los proyectos que se vayan

ejecutando por lo que actualmente no cuenta con mucho personal solamente se encuentra a cargo de 5 personas que son del núcleo familiar.

Hay que aclarar que el Eco – Lodge Tío Mario no cuenta con un área de Recursos Humanos por lo que la contratación de personal se lo realiza únicamente en temporadas altas de mayor demanda, ya que simplemente se contrata al personal necesario y se paga por horas.

A continuación se describen las actividades que ejecutan actualmente el personal existente en el Eco – Lodge Tío Mario:

Gerente - Propietario

Funciones del gerente:

- Será el encargado de coordinar y organizar todas las actividades administrativas
- Lleva a cabo el control del personal.
- Es responsable del área de administración y del área de mantenimiento.
- Ejerce la representación legal de la compañía.

Administrador

Funciones del administrador:

- Responde ante el propietario según sea el caso, por los resultados administrativos, operacionales y financieros del Eco - Lodge con el fin de que se tomen decisiones y se establezca políticas y objetivos a cumplirse.
- Autoriza y ejecuta contratos y compromisos que sean necesarios para el desarrollo de todos los servicios que presta el Eco – Lodge Tío Mario; incluso aquellos convenios con las agencias que comercializarán el producto.
- Se encarga de la capacitación correspondiente al personal.
- Autoriza y comunica al propietario según sea el caso, los problemas con respecto al personal.
- Es el responsable de planificar, organizar, ejecutar y controlar el buen funcionamiento y crecimiento efectivo y productivo del eco -Lodge.

- Cuida de que todos los fondos, bienes físicos y demás propiedades del eco - Lodge, estén debidamente salvaguardados y administrados.
- Vela por la seguridad del eco - Lodge y en especial de los turistas.
- Controla y evalúa el trabajo realizado por el personal, como los niveles de calidad en todas las áreas.
- Planifica, aplica y verificar las estrategias y actividades necesarias para la consecución de los objetivos y para lograr la competitividad del eco - Lodge.

Cocinero/o

Funciones del cocinero:

- Elaborar los platos que se encuentren en el menú a ofrecer
- Realiza el requerimiento de productos (materia prima a adquirir) para la preparación de alimentos.
- Se encarga de mantener el orden y la limpieza de su área.

Guía turístico

Funciones del guía turístico:

- Venta de ticket para el ingreso al eco – Lodge.
- Vela por la seguridad de los visitantes.
- Cumple con todos los servicios estipulados dentro de los paquetes turísticos.
- Realiza un informe acerca del desempeño de sus actividades e incluso anomalías y contratiempos.
- Brinda un servicio de calidad al Turista.
- Colabora y solventar cualquier inquietud, duda, o necesidad del turista.
- Responsable de los grupos turísticos a su cargo.

Guarda Parque

Funciones del Guarda Parque:

- Vela por la seguridad tanto del turista como del Eco - Lodge, sus instalaciones y personal y los vehículos existentes.

- Registra y da la bienvenida de los visitantes.
- Informa permanentemente a las autoridades de cualquier percance suscitado.
- Atiende con diligencia, afán de servicio y cortesía al público que visita el eco – Lodge.

Análisis:

1. No cuenta con un área de recursos humanos para la contratación de personal. **(Debilidad)**
2. La contratación de personal solamente se lo hace en temporadas altas de mayor demanda. **(Debilidad)**

- **Área financiera**

El Eco – Lodge Tío Mario es un proyecto familiar, donde la administración de los recursos económicos y financieros está a cargo del Sr. Mario Cevallos gerente del eco – Lodge, conjuntamente con la Sra. Zuleida Robles administradora. Actualmente al no tener una estructura organizacional definida no cuenta con personal capacitado y competente que le direcciona correctamente para la distribución y manejo adecuado de los fondos.

Análisis:

1. Precios Competitivos. **(Fortaleza)**

- **Área de marketing**

El Eco – Lodge Tío Mario no cuenta con un área de marketing. La familia Cevallos es la responsable de la publicidad del lugar, teniendo como principal medio de comunicación el internet a través de las redes sociales y la página web que todavía no está disponible debido al mantenimiento y actualización de información, finalmente la distribución de material POP para la difusión de los servicios que oferta el ecoLodge. Actualmente, estas son las herramientas que se emplea para la comercialización de los servicios.

Análisis:

1. No cuenta con un área de marketing para la comercialización de los servicios que ofrece el Eco - Lodge. **(Debilidad)**

▪ Infraestructura del Eco – Lodge Tío Mario

El Eco – Lodge Tío Mario, está ubicado a 5 minutos de Puerto Quito, en el sector Caoni, los servicios que oferta son hospedaje con siete cabañas de 2 habitaciones, una familiar y otra para luna de miel con jacuzzi, totalmente equipadas con baño privado, aire acondicionado e iluminación, un restaurante con capacidad para 60 personas, el mismo que ofrece comida internacional y propia de la zona, además cuenta con una sala de convenciones y eventos, el mismo que será alquilado para la organización de eventos sociales y tiene una capacidad para 100 personas. Junto a las cabañas se encuentra una piscina para adultos y niños con agua temperada, y para el esparcimiento cuenta con dos canchas de futbol y vóley. La capacidad total del complejo es para 160 personas.

Análisis:

1. Cuenta con una infraestructura totalmente equipada para ofrecer al cliente una estancia agradable y confortable. **(Fortaleza)**
2. Tiene una capacidad para 160 personas y cuenta con una sala de convenciones para la organización de eventos sociales. **(Fortaleza)**
3. Ubicación estratégica solo a 5 minutos de Puerto Quito. **(Fortaleza)**
4. Ambiente seguro. **(Fortaleza)**
5. Brinda gastronomía variada internacional y propia de la zona que gusta a los comensales. **(Fortaleza)**
6. Variedad de servicios con una tarifa conveniente. **(Fortaleza)**

2.2. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta, la cual facilita la evaluación situacional de la empresa y determina los factores que influyen a la organización. Estos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización.

Además permite, realizar, un análisis de los factores internos, es decir, de las fortalezas y debilidades de la empresa. Combinando los factores externos (amenazas y oportunidades) y los factores internos (fortalezas y debilidades) se pueden precisar las condiciones en las cuales se encuentran el Eco – Lodge Tío Mario con relación a los objetivos o metas ya planteados.

2.2.1. Matriz de Impacto Externo

Esta herramienta permite al investigador hacer una evaluación de todos los factores externos que de cierta manera influyen al Eco – Lodge Tío Mario así como en su desarrollo y funcionamiento.

Para asignar una calificación a los factores externos se va a tomar de referencia los siguientes puntajes de calificación que se presentan en el siguiente cuadro:

Según (Brenes, 2003) para la matriz de evaluación interna y externa se emplea el siguiente criterio para la calificación de los factores claves de éxito que influyen en la empresa para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. A continuación se presenta en la siguiente tabla los parámetros de calificación de los factores claves de éxito.

Cuadro N° 8 Calificación de factores de Oportunidades y Amenazas

| FACTOR | CALIFICACIÓN |
|------------------------|--------------|
| Amenaza importante | 1 |
| Amenaza menor | 2 |
| Oportunidad menor | 3 |
| Oportunidad importante | 4 |

Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: (Ponce, 2006, pág. 5)

Cuadro N° 9 Matriz de Evaluación de Análisis Externo

| ANÁLISIS EXTERNO | PONDERACIÓN | Sin Importancia 0,0 | |
|--|-------------|----------------------|--------------------------|
| | IMPACTO | Muy importante 1,0 | |
| | | Amenaza Importante 1 | Oportunidad Menor 3 |
| FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO | PESO | Amenaza Menor 2 | Oportunidad Importante 4 |
| OPORTUNIDADES | | IMPACTO | PESO PONDERADO |
| 1. La inversión pública se ha destinado hacia el fortalecimiento del sector turístico lo que genera una oportunidad a los futuros inversionistas y dueños de negocios turísticos. | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 2. La reducción de la inflación permite a que los agentes económicos involucrados en la actividad turística estén en capacidad de competir en el mercado nacional. | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 3. El desarrollo del sector turístico contribuye a que se generen nuevas plazas de trabajo por lo se puede tomar del mercado y ocupar las nuevas plazas de trabajo. | 0,04 | 4 | 0,16 |
| 4. Las políticas de estado se ha orientado hacia los agentes económicos productivos por lo que se ha fortalecido el sector turístico en el país. | 0,06 | 4 | 0,24 |
| 5. El interés de la preservación del medio ambiente a través del Ministerio de Recursos Naturales no renovables de Turismo hace que se destine mayor recurso económico. | 0,04 | 3 | 0,12 |

| | | | |
|---|-------------|---|-------------|
| 6. La Existencia del Ministerio de Recurso Naturales No Renovables de turismo para preservar el medio ambiente. | 0,04 | 3 | 0,12 |
| 7. El internet una alternativa para el desarrollo turístico y su uso adecuado para emplearlo como estrategia comercial. | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 8. Para el desarrollo del turismo sostenible el país cuenta con el del Buen Vivir 2013 - 2017; para coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo el turismo sostenible, basado en los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad y competitividad | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 7. Limitada capacidad de servicios turísticos de calidad que satisfagan una confortable estadía a los turistas | 0,09 | 3 | 0,18 |
| AMENAZAS | | | |
| 1. Falta de interés de los organismos de turismo para Ofertar el Cantón. | 0,04 | 1 | 0,04 |
| 2. Falta de cultura turística por parte de la comunidad. | 0,04 | 2 | 0,08 |
| 3. Falta de interés de las autoridades municipales para promover el turismo en la zona. | 0,08 | 1 | 0,08 |
| 4. Falta de dotación de servicios básicos de calidad especialmente a las zonas rurales. | 0,11 | 1 | 0,11 |
| 6. Falta de un plan vial que contribuya al desarrollo interno del Cantón Puerto Quito. | 0,13 | 1 | 0,13 |
| TOTAL | 1,00 | | 2,37 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: (Ponce, 2006, pág. 5)

El valor total ponderado calculado para la Matriz de Evaluación de Factores Externos es de 2,34; el cual es menor al promedio establecido de 2,5; pero las oportunidades representan mayor peso frente a las amenazas, las cuales se debe aprovechar a través de la planificación de estrategias para contrarrestar las amenazas que representan un valor mínimo de 0,44; frente a las oportunidades que obtiene 1,93.

2.2.2. Matriz de Impacto Interno

Cuadro N° 10 Calificación de factores de Fortalezas y Debilidades

| FACTOR | CALIFICACIÓN |
|----------------------|--------------|
| Debilidad importante | 1 |
| Debilidad menor | 2 |
| Fortaleza menor | 3 |
| Fortaleza importante | 4 |

Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: (Ponce, 2006, pág. 5)

Cuadro N° 11 Matriz de Evaluación de Análisis Interno

| ANÁLISIS INTERNO | PONDERACIÓN | Sin Importancia 0,0 | |
|--|-------------|------------------------|-------------------|
| | | Muy importante 1,0 | |
| | IMPACTO | Debilidad Importante 1 | Fortaleza Menor 3 |
| Debilidad Menor 2 | | Fortaleza Importante 4 | |
| FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO | PESO | IMPACTO | PESO PONDERADO |
| FORTALEZAS | | | |
| 1. Cuenta con una infraestructura totalmente equipada para ofrecer al cliente una estancia agradable y confortable. | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 2. Tiene una capacidad para 160 personas y cuenta con una sala de convenciones para la organización de eventos sociales. | 0,11 | 4 | 0,44 |
| 3. Ubicación estratégica solo a 2 horas de la capital Quito. | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 4. Ambiente seguro. | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 5. Precios Competitivos. | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 6. Brinda gastronomía internacional y propia de la zona variada que gusta a los comensales. | 0,01 | 4 | 0,04 |
| 7. Variedad de servicios con una tarifa conveniente. | 0,11 | 3 | 0,33 |

| DEBILIDADES | | | |
|---|-------------|---|-------------|
| 1. No cuenta con un área de recursos humanos para la contratación de personal. | 0,05 | 1 | 0,05 |
| 2. La contratación de personal solamente se lo hace en temporadas altas de mayor demanda. | 0,05 | 1 | 0,05 |
| 3. No cuenta con un área de marketing para la comercialización de los servicios que ofrece e eco - Lodge. | 0,10 | 1 | 0,10 |
| 4. Personal capacitado y competente | 0,08 | 1 | 0,08 |
| TOTAL | 1,00 | | 2,97 |

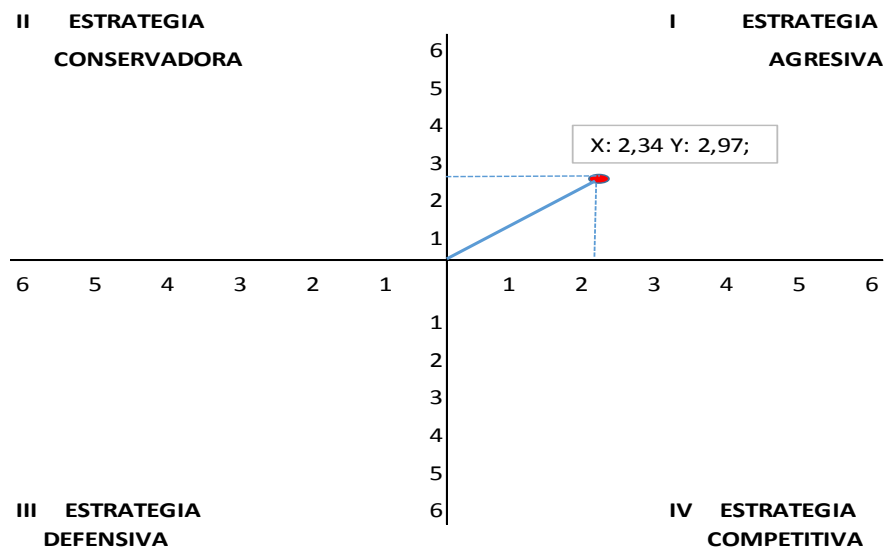
Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: (Ponce, 2006, pág. 5)

El total ponderado calculado para la Matriz de Evaluación de los Factores Internos es de 3,00; es mayor al promedio establecido de 2,5 por tanto las fortalezas que presenta el Eco – Lodge Tío Mario hasta el momento superan a las debilidades, pero aún es necesario contrarrestar las debilidades que generan falencias al desarrollo organizacional del eco-Lodge. Las fortalezas presentan un peso mayor de 2,72 en relación a las debilidades que presenta una mínima influencia con un 0,28; Se debe aprovechar esas fortalezas para generar plus al negocio y elevar su competitividad.

2.3. Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)

Los factores internos presentan un mayor puntaje de 2.97 frente a los externos que muestran un puntaje de 2.34, cual proporciona al Eco-Lodge Tío Mario un mayor posicionamiento, participación y rentabilidad en sus ventas en el sector turístico, ya que ha obtenido ventajas competitivas importantes en un mercado estable y creciente.

Gráfico N° 3 Ponderación resultados matriz PEYEA



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: (Berenguer, 2014)

Análisis:

Los factores internos presentan un mayor puntaje de 2,97 frente a los externos que muestran un puntaje de 2,34. De acuerdo a la gráfica se ubica en el primer cuadrante lo cual proporciona al EcoLodge Tío Mario un mayor posicionamiento, participación y rentabilidad en sus ventas en el sector turístico, ya que ha obtenido ventajas competitivas importantes en un mercado estable y creciente.

2.3. Perfil Competitivo

La matriz de perfil competitivo permite al investigador identificar los principales competidores de la empresa, así como las fuerzas y debilidades particulares, a través de la obtención de factores de éxito que serán evaluados, para la determinación de la competencia más relevante. Esto permite planear acciones para superar o mejorar la competencia, a través de una adecuada gestión organizacional. Para su análisis a cada factor de éxito se asigna un valor nominal correspondiente a su nivel de influencia en relación con el Eco-Lodge Tío Mario.

2.3.1. Análisis Matriz Perfil Competitivo (MPC)

Cuadro N° 12 Matriz Perfil Competitivo

| FACTORES DE ÉXITO | IM P | PON | ECO-LODGE TÍO MARIO | | RESERVA KAONY LODGE | | CABAÑAS DEL RIO | | CABAÑAS ECOLÓGICAS DON GAUCHO | | HOSTERÍA MACALLARE S | | HOSTERÍA A SELVA VIRGEN | |
|---|-----------|----------|------------------------|-------------|---------------------------|-------------|--------------------|-------------|--|-------------|----------------------------|-------------|-------------------------------|-------------|
| | | | | | | | | | | | | | | |
| Infraestructura totalmente equipada | 10 | 0,14 | 10 | 1,35 | 10 | 1,35 | 8 | 1,08 | 9 | 1,22 | 9 | 1,22 | 9 | 1,22 |
| Capacidad para 160 personas y cuenta con una sala de convenciones para la organización de eventos sociales. | 10 | 0,14 | 8 | 1,08 | 9 | 1,22 | 9 | 1,22 | 8 | 1,08 | 10 | 1,35 | 9 | 1,22 |
| Ubicación estratégica | 9 | 0,12 | 9 | 1,09 | 9 | 1,09 | 7 | 0,85 | 9 | 1,09 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 |
| Ambiente seguro | 9 | 0,12 | 9 | 1,09 | 9 | 1,09 | 8 | 0,97 | 7 | 0,85 | 8 | 0,97 | 9 | 1,09 |
| Precios Competitivos | 9 | 0,12 | 9 | 1,09 | 9 | 1,09 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 | 9 | 1,09 | 9 | 1,09 |
| Gastronomía internacional y propia de la zona variada | 9 | 0,12 | 9 | 1,09 | 8 | 0,97 | 7 | 0,85 | 5 | 0,61 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 |
| Variedad de servicios con una tarifa conveniente | 9 | 0,12 | 7 | 0,85 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 | 8 | 0,97 | 9 | 1,09 |
| Parqueaderos | 9 | 0,12 | 9 | 1,09 | 8 | 0,97 | 5 | 0,61 | 7 | 0,85 | 9 | 1,09 | 9 | 1,09 |
| TOTAL | 74 | 1 | | 8,76 | | 8,77 | | 7,53 | | 7,65 | | 8,65 | | 8,76 |

Elaborado por: Verónica Abril

2.3.2. Análisis Matriz Perfil Competitivo

El Eco – Lodge Tío Mario obtiene un buen promedio frente a su competencia. Cabe mencionar que cuenta con toda la infraestructura necesaria para dar satisfacción a sus clientes además es uno de los pocos en la zona que ofrece servicios complementarios como piscina, jacuzzi, recreación y restaurante lo que es favorable, ya que actualmente el cliente busca algo más que alojamiento y alimentación.

El ecoLodge posee habitaciones confortables totalmente equipadas con aire acondicionado, iluminación y baño privado, además el restaurant ofrece un menú variado de comida internacional y propia de la zona de excelente sabor; sin embargo todavía se puede mejorar en infraestructura, servicio, marketing y otros detalles que pueden dar total satisfacción a los clientes, también se puede buscar mejorar el ambiente externo de la zona ya que no es interesante y no proyecta atracción para el cliente.

Sin embargo, hay que aclarar que el eco-Lodge es un complejo nuevo, con apenas 2 años de funcionamiento, que ha captado ya la atención y fidelidad de clientes, por lo que es necesario seguir innovando hasta cumplir con la total satisfacción de todos los clientes que visitan el complejo.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE DEMANDA/MERCADO META

3.1. Objetivos del estudio de la demanda

3.1.1 Objetivo General del Estudio de Mercado

Determinar el grado de atractividad turística del proyecto Eco-Lodge Tío Mario mediante un análisis cuantitativo y cualitativo.

3.1.2. Objetivos Específicos del Estudio de Mercado

- ✓ Determinar las características de la demanda actual en cuanto al uso de productos/servicios turísticos similares.
- ✓ Evaluar el grado de atractividad de los recursos turísticos asociados al proyecto Eco-Lodge Tío Mario.

3.2. Método de recolección de datos

Diseñar un buen instrumento permitirá determinar en gran medida la calidad de información, siendo ésta la base para las etapas subsiguientes para la evaluación de la información. Para la presente investigación se propone los siguientes:

3.2.1. Instrumentos de Investigación

La información principal para el desarrollo del presente estudio, se obtendrá por medio de encuestas y visitas de campo (observación directa). En relación a las principales técnicas e instrumentos a emplearse para la recolección de datos se plantean los siguientes:

La encuesta será la principal técnica utilizada en este trabajo de investigación. Para el efecto se propone la elaboración de un cuestionario, donde los encuestados estén en capacidad de brindar su opinión según las variables presentadas. Cabe aclarar que las preguntas son de opción múltiple. La encuesta será aplicada con el fin de conocer la percepción de los encuestados sobre el Eco - Lodge Tío Mario.

La observación directa se utilizará al momento de constatar los problemas descritos acudiendo al lugar, es decir el Eco - Lodge Tío Mario ubicado en el cantón Puerto Quito. Esto es importante, ya que así se obtiene información veraz y se evitan criterios sesgados que no tienen que ver con el tema.

3.3. Factores que afectan la demanda

Tamaño y crecimiento de la población:

Es importante analizar este factor ya que se debe indagar hacia dónde va a dirigirse la investigación, considerando el 1.6% que es la tasa de crecimiento de la población en la provincia de Pichincha según el INEC, en donde se puede obtener si ha aumentado el número de clientes potenciales.

Niveles de Ingresos:

Es necesario conocer el nivel de ingresos hacia el que está orientado la evaluación del grado de atraktividad del Eco - Lodge Tío Mario, para canalizar hacia qué grupo se ha enfocado el proyecto.

3.4. Tamaño de la muestra

El tipo de muestreo a emplearse será el no probabilístico por conveniencia. En vista de que se utilizarán las encuestas para medir el nivel de aceptación que tendrá la propuesta entre la población elegida que en este caso es la provincia de Pichincha, para el cálculo de la muestra para poblaciones infinitas por ser tan grande la se hace necesario aplicar una fórmula para obtener una porción de ella para ser investigada.

Para el desarrollo del proceso investigativo, se ha determinado el elemento de análisis, que para el caso constituye la población de la Provincia de Pichincha.

1. Objetivo: Población Provincia de Pichincha

2. Universo: Según datos del INEC al 2010 en la provincia de Pichincha había 2.576.287 y de acuerdo a la tasa de crecimiento 4,2% anual se tiene que en la actualidad aproximadamente son 2.797.239 habitantes. En base al fascículo de la Provincia de Pichincha INEC, 2010 y de acuerdo al número de habitantes de Pichincha que tienen una ocupación o trabajan (población económicamente activa) se presenta a continuación:

Cuadro N° 13 Población Económicamente Activa Provincia de Pichincha

| POBLACIÓN | HOMBRE | MUJER |
|----------------------------|----------------|----------------|
| Empleado / privado | 346.606 | 226.700 |
| Patrono/a | 29.150 | 21.571 |
| Empleado del estado | 86.744 | 61.550 |
| Cuenta Propia | 123.777 | 104.859 |
| TOTAL | 586.277 | 414.680 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Fascículo Provincial de Pichincha 2010

- **Muestra**

Muestreo probabilístico aleatorio simple

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

Z= Nivel de Confianza (1,92)²

N= Universo o población (1.000.957) (586.277 + 414.680)

p= población a favor (0,50)

q= población en contra (0,50)

e= error de estimación (0,05)

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 1.000.957 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * 1.000.957 + (1,96^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{961319.103}{2503.3529}$$

n= 384

El tamaño de la muestra corresponde a 384 encuestas que se van a aplicar a turistas de la provincia de Pichincha

3.5. Diseño de la encuesta

El objetivo del diseño de la encuesta es conocer las percepciones de los demandantes del servicio mediante preguntas cerradas. Las preguntas cerradas se limitan a tener una respuesta positiva o negativa respecto al problema de investigación que desea conocer. El cuestionario consta en el (Anexo 1)

3.5.1. Resultados de la Encuesta

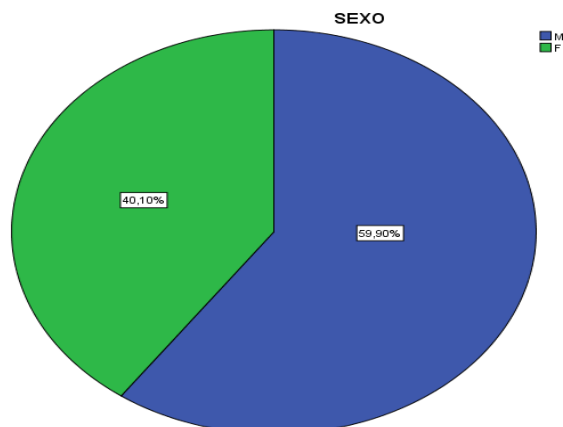
Cuadro N° 14 Género

| GÉNERO | | Frequency | Percent | ValidPercent | Cumulative Percent |
|--------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------------|
| Valid | M | 230 | 59,9 | 59,9 | 59,9 |
| | F | 154 | 40,1 | 40,1 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta

Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 4 Género



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

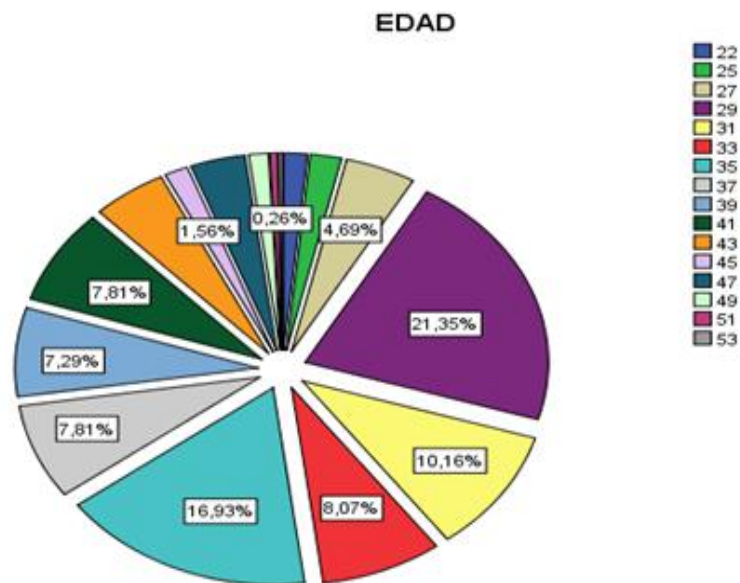
Se concluye que al EcoLodge Tío Mario ingresan a en su mayoría hombres con el 60% y el 40% son mujeres.

Cuadro N° 15 Edad

| EDAD | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|----|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Valid | 22 | 6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 |
| | 25 | 8 | 2,1 | 2,1 | 3,6 |
| | 27 | 18 | 4,7 | 4,7 | 8,3 |
| | 29 | 82 | 21,4 | 21,4 | 29,7 |
| | 31 | 39 | 10,2 | 10,2 | 39,8 |
| | 33 | 31 | 8,1 | 8,1 | 47,9 |
| | 35 | 65 | 16,9 | 16,9 | 64,8 |
| | 37 | 30 | 7,8 | 7,8 | 72,7 |
| | 39 | 28 | 7,3 | 7,3 | 79,9 |
| | 41 | 30 | 7,8 | 7,8 | 87,8 |
| | 43 | 19 | 4,9 | 4,9 | 92,7 |
| | 45 | 6 | 1,6 | 1,6 | 94,3 |
| | 47 | 14 | 3,6 | 3,6 | 97,9 |
| | 49 | 5 | 1,3 | 1,3 | 99,2 |
| | 51 | 2 | 0,5 | 0,5 | 99,7 |
| | 53 | 1 | 0,3 | 0,3 | 100,0 |
| Total | | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 5 Edad



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta se determina que los turistas que visitan el ecoLodge se encuentran en el rango de edad de 22 a 53 años, siendo en su mayoría son jóvenes de 29 a 35 años de edad.

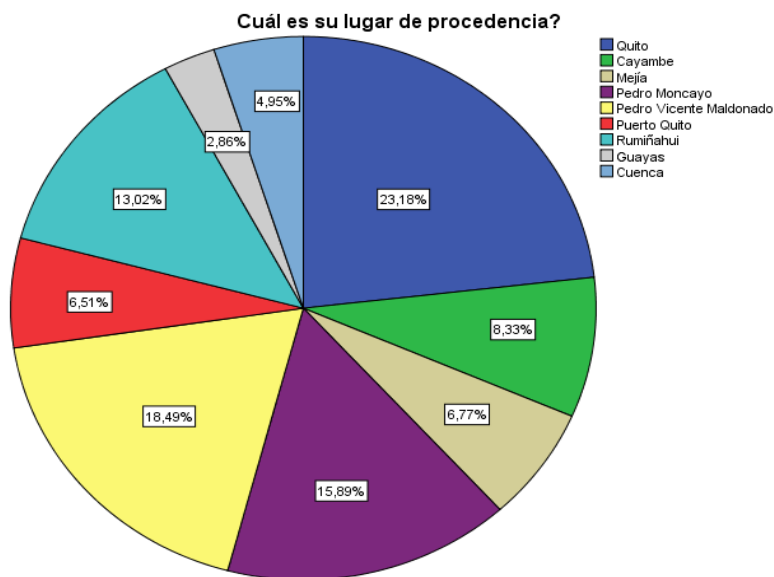
1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Cuadro N° 16 Lugar de Procedencia

| ¿Cuál es su lugar de procedencia? | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Lugar de procedencia | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Quito | 89 | 23,2 | 23,2 | 23,2 |
| | Cayambe | 32 | 8,3 | 8,3 | 31,5 |
| | Mejía | 26 | 6,8 | 6,8 | 38,3 |
| | Pedro Moncayo | 61 | 15,9 | 15,9 | 54,2 |
| | Pedro Vicente Maldonado | 71 | 18,5 | 18,5 | 72,7 |
| | Puerto Quito | 25 | 6,5 | 6,5 | 79,2 |
| | Rumiñahui | 50 | 13,0 | 13,0 | 92,2 |
| | Guayas | 11 | 2,9 | 2,9 | 95,1 |
| | Cuenca | 19 | 4,9 | 4,9 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 6 Lugar de Procedencia



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en la gráfica anterior se determina que la mayor parte de turistas que visita el EcoLodge son del cantón Quito con el 23%, seguidamente Pedro Vicente Maldonado con el 19%, Pedro Moncayo con el 16%, que son los cantones que presenta mayor número de turistas que prefieren acudir al EcoLodge Tío Mario.

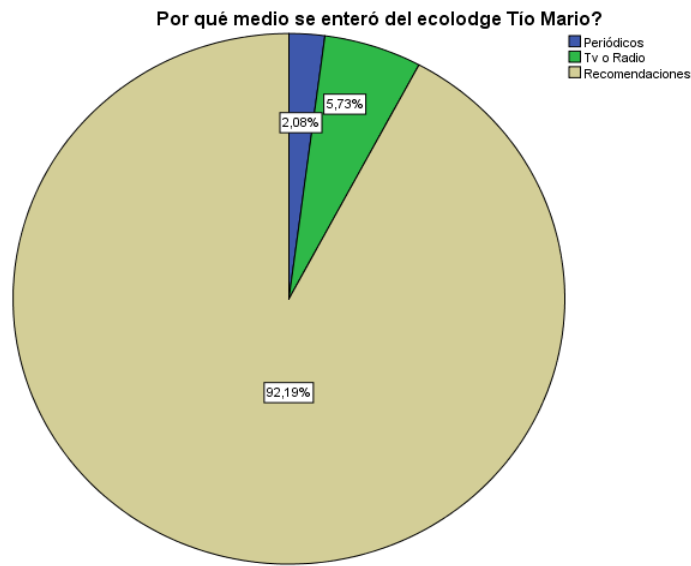
2. ¿Por qué medio se enteró del EcoLodge Tío Mario?

Cuadro N° 17 Medios de Información

| ¿Por qué medio se enteró del ecoLodge Tío Mario? | | | | | |
|--|-----------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Medios de información | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Periódicos | 8 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| | Tv o Radio | 22 | 5,7 | 5,7 | 7,8 |
| | Recomendaciones | 354 | 92,2 | 92,2 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 7 Medios de Información



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se observa que los medio de difusión que se emplea para la publicidad del EcoLodge Tío Mario son a través de recomendaciones en su mayoría con el 92%.

3. ¿Es la primera vez que visita el Eco - Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 18 Visita al Eco - Lodge Tío Mario

| ¿Es la primera vez que visita el Eco-Lodge Tío Mario? | | | | | |
|---|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Visita | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SI | 216 | 56,3 | 56,3 | 56,3 |
| | NO | 168 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 8 Visita al Eco - Lodge Tío Mario



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina que el 56% de turistas que visita el EcoLodge lo hacen por primera vez, lo que indica que existe interés por visitar un nuevo sitio turístico, mientras que el 44% ya lo ha visitado lo que demuestra que dicho lugar ha satisfecho sus expectativas.

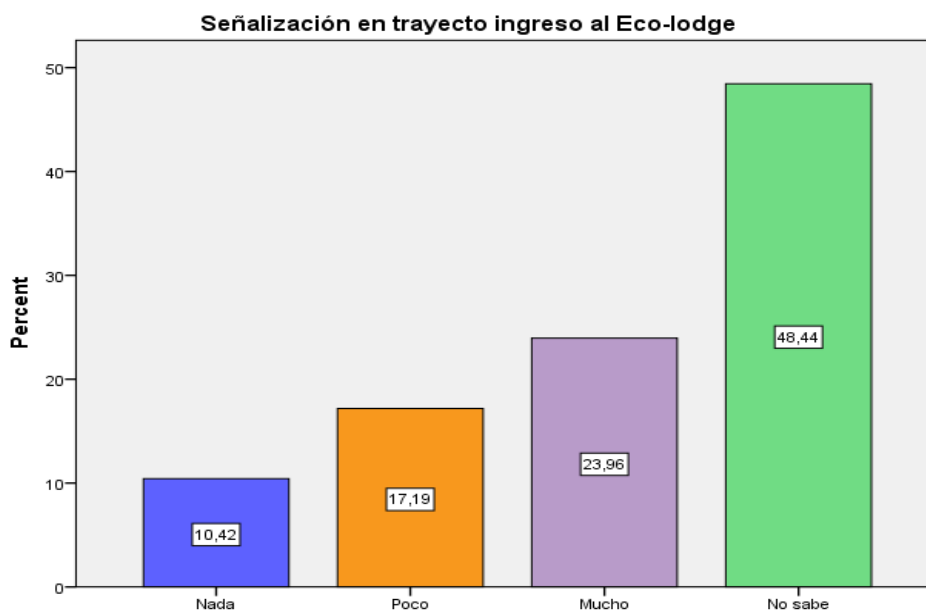
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 19 Señalización Trayecto Eco-Lodge Tío Mario

| ¿Señalización en trayecto ingreso al Eco-Lodge | | | | | |
|--|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Señalización | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Nada | 40 | 10,4 | 10,4 | 10,4 |
| | Poco | 66 | 17,2 | 17,2 | 27,6 |
| | Mucho | 92 | 24,0 | 24,0 | 51,6 |
| | No sabe | 186 | 48,4 | 48,4 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 9 Señalización Trayecto Eco-Lodge Tío Mario



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

En cuanto a señalización durante el trayecto ingreso al ecoLodge el 48% no proporciona una respuesta válida por lo que se considera que no presenta una adecuada señalización para llegar a dicho lugar.

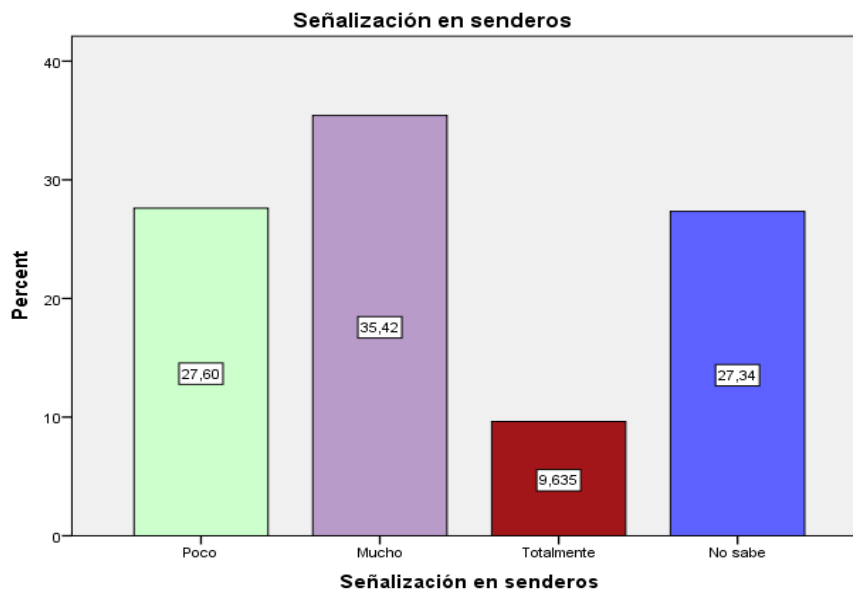
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 20 Señalización Senderos

| Señalización en senderos | | | | | |
|--------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Señalización Senderos | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 106 | 27,6 | 27,6 | 27,6 |
| | Mucho | 136 | 35,4 | 35,4 | 63,0 |
| | Totalmente | 37 | 9,6 | 9,6 | 72,7 |
| | No sabe | 105 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 10 Señalización Senderos



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Respecto a la señalización de senderos la satisfacción que presenta es del 45% ya que la mayoría está totalmente satisfecha.

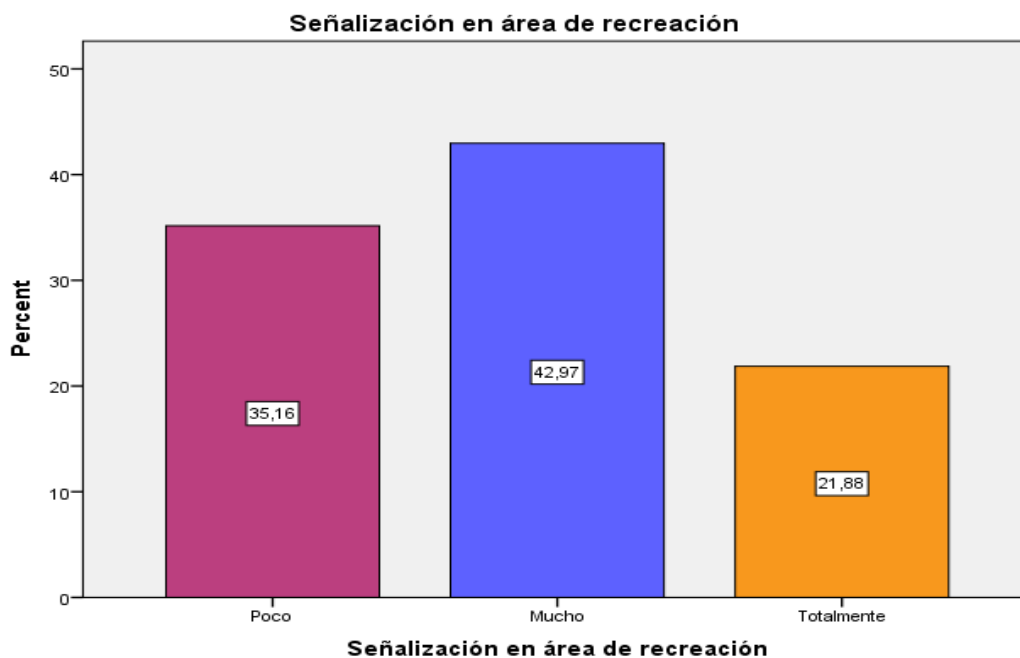
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 21 Señalización área de recreación

| Señalización en área de recreación | | | | | |
|------------------------------------|--------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Señalización Área de Recreación | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 135 | 35,2 | 35,2 | 35,2 |
| | Mucho | 165 | 43,0 | 43,0 | 78,1 |
| | Totalmente | 84 | 21,9 | 21,9 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 11 Señalización área de recreación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Correspondiente a la señalización área de recreación deportiva el 65% de turistas está satisfecho.

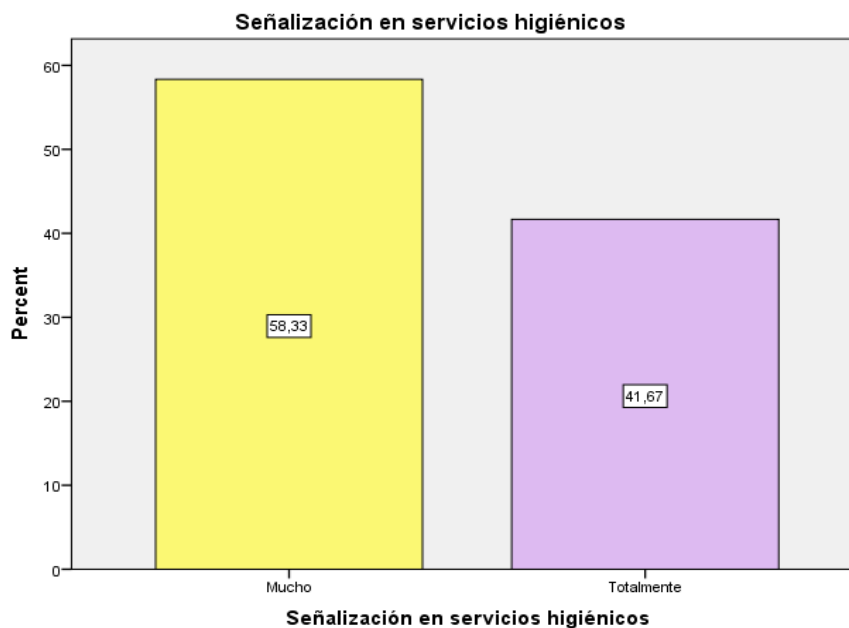
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 22 Señalización SS-HH

| Señalización en servicios higiénicos | | | | | |
|--------------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Señalización SS-HH | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 224 | 58,3 | 58,3 | 58,3 |
| | Totalmente | 160 | 41,7 | 41,7 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 12 Señalización SS-HH



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Referente a la señalización de los SS-HH el 100% de turistas encuestados está satisfecho.

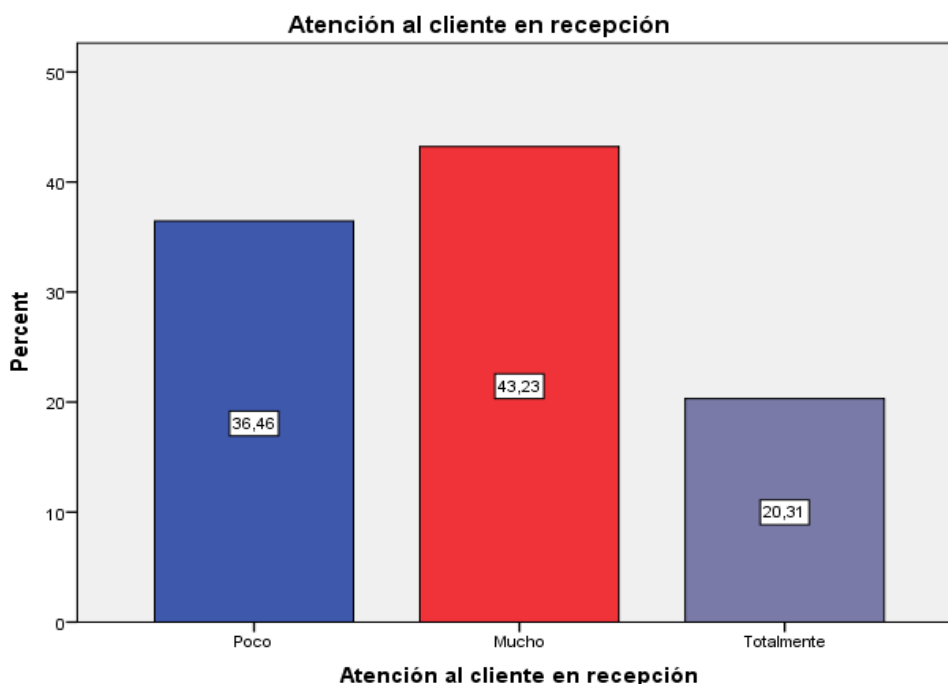
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 23 Atención cliente recepción

| Atención al cliente en recepción | | | | | |
|----------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Atención Cliente Recepción | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 140 | 36,5 | 36,5 | 36,5 |
| | Mucho | 166 | 43,2 | 43,2 | 79,7 |
| | Totalmente | 78 | 20,3 | 20,3 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 13 Atención cliente recepción



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en recepción el 63%, de turistas encuestados está satisfecho.

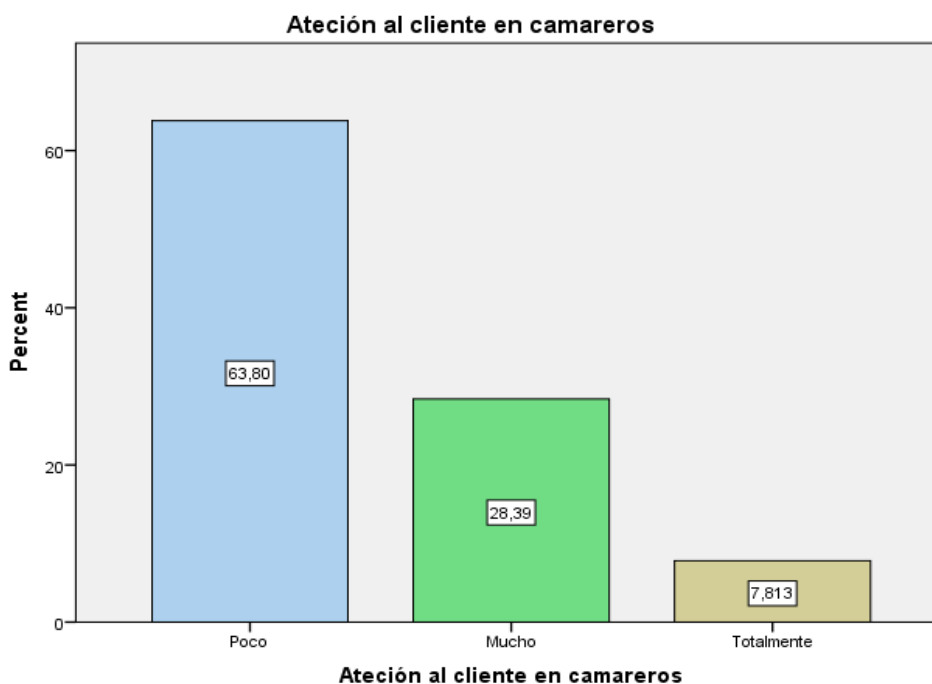
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 24 Atención al cliente en camareros

| Atención al cliente en camareros | | | | | |
|----------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Atención Cliente Camareros | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 245 | 63,8 | 63,8 | 63,8 |
| | Mucho | 109 | 28,4 | 28,4 | 92,2 |
| | Totalmente | 30 | 7,8 | 7,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 14 Atención al cliente en camareros



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en camareros el 36%, de turistas encuestados está satisfecho, mientras que el 64% no se encuentra muy satisfecho. Este factor es un indicador que se debe tomar correctivos necesarios para mejorar este servicio.

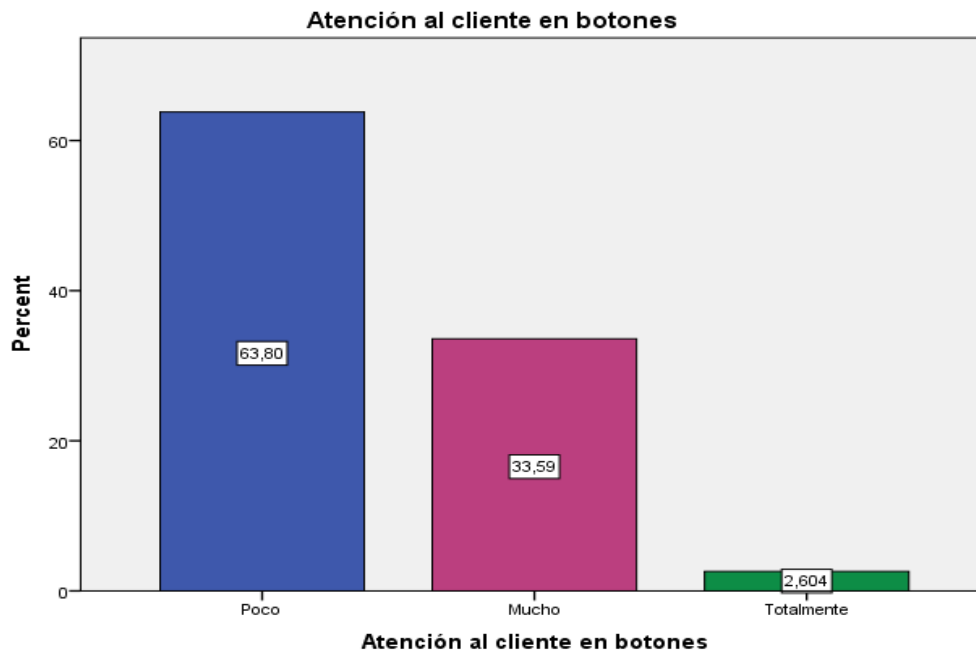
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 25 Atención cliente botones

| Atención al cliente en botones | | | | |
|--------------------------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| Atención cliente botones | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 245 | 63,8 | 63,8 |
| | Mucho | 129 | 33,6 | 97,4 |
| | Totalmente | 10 | 2,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 15 Atención cliente botones



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en camareros el 36%, de turistas encuestados está satisfecho, mientras que el 64% no se encuentra muy satisfecho. Este factor es un indicador que se debe tomar correctivos necesarios para mejorar este servicio.

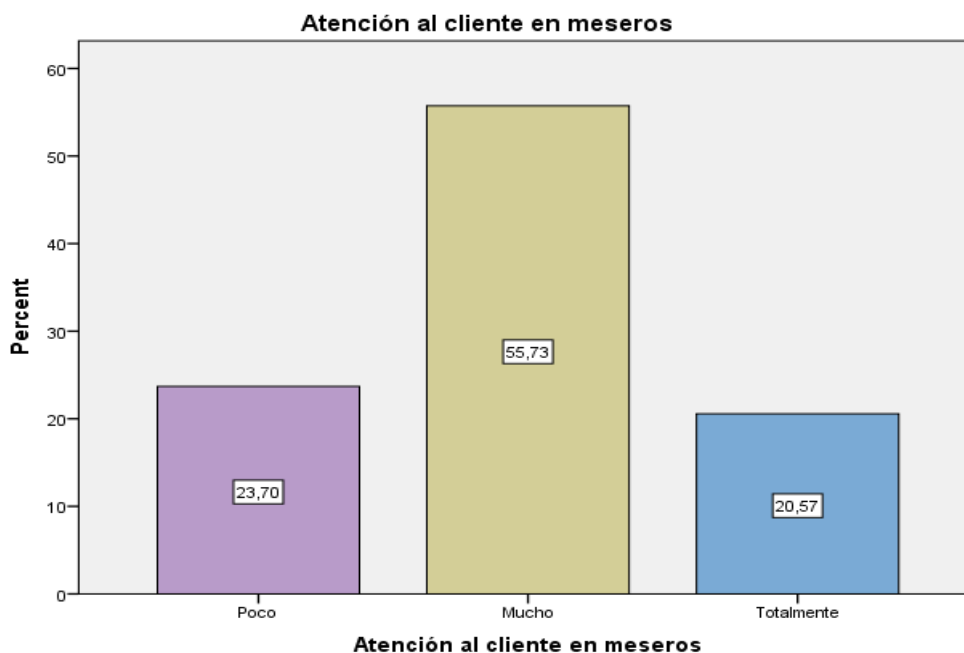
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 26 Atención cliente - mesero

| Atención al cliente en meseros | | | | | |
|--------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Atención cliente meseros | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 91 | 23,7 | 23,7 | 23,7 |
| | Mucho | 214 | 55,7 | 55,7 | 79,4 |
| | Totalmente | 79 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 16 Atención cliente meseros



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en camareros el 76%, de turistas encuestados está satisfecho, mientras que el 24% no se encuentra muy satisfecho. Este factor es un indicador que se debe tomar en cuenta para para mejorar este servicio y ser excelentes.

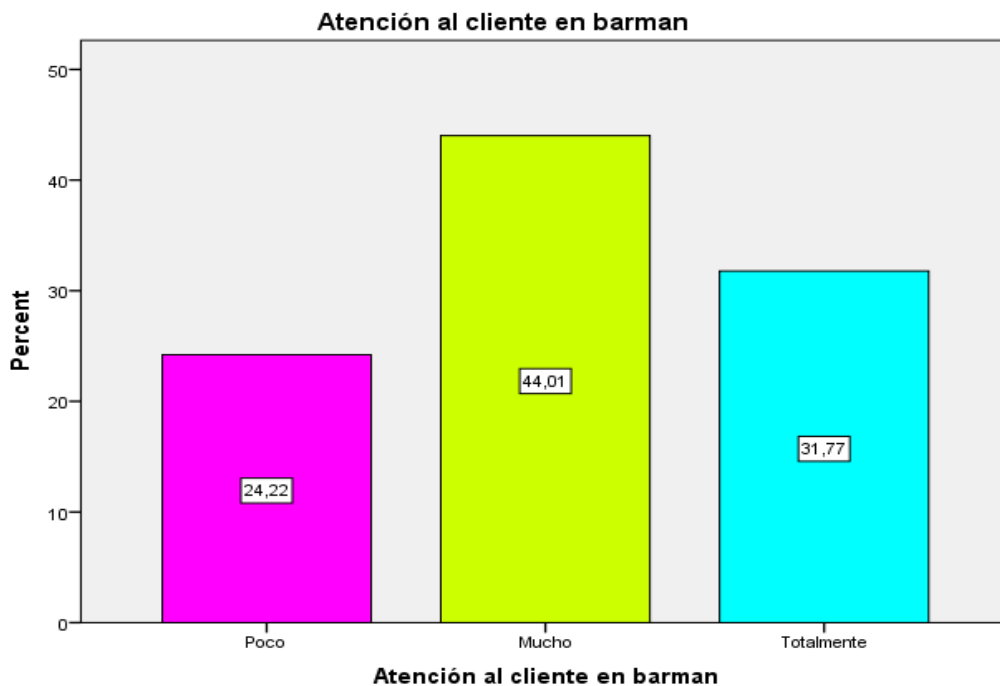
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 27 Atención al cliente barman

| Atención al cliente en barman | | | | | |
|-------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Atención cliente barman | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 93 | 24,2 | 24,2 | 24,2 |
| | Mucho | 169 | 44,0 | 44,0 | 68,2 |
| | Totalmente | 122 | 31,8 | 31,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 17 Atención al cliente barman



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en camareros el 76%, de turistas encuestados está satisfecho, mientras que el 24% no se encuentra muy satisfecho. Este factor es un indicador que se debe analizar para ser mejores.

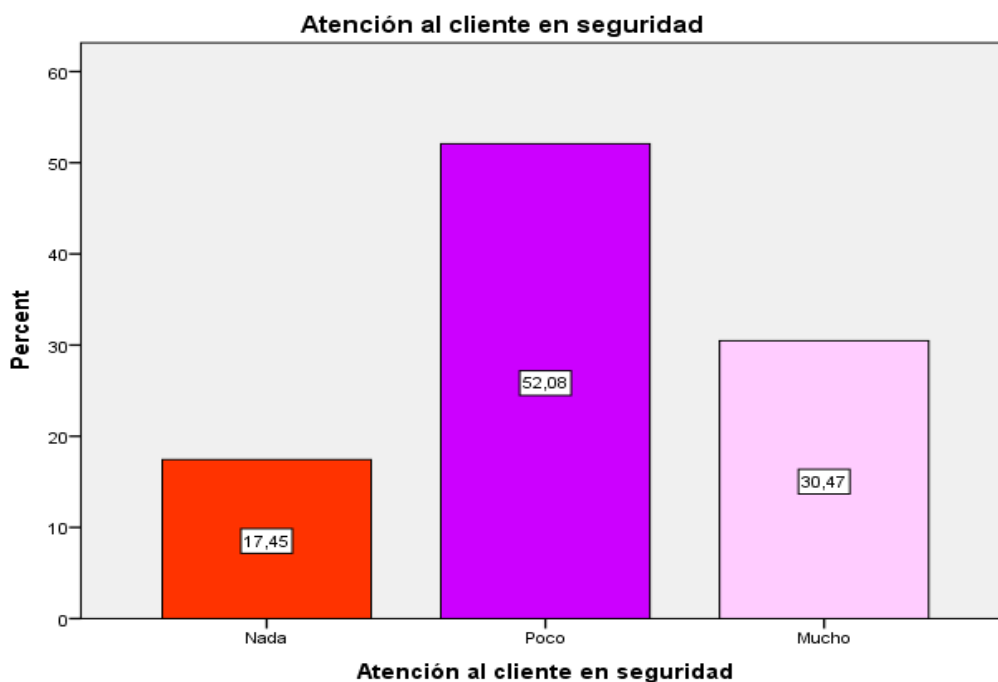
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 28 Atención al cliente seguridad

| Atención al cliente en seguridad | | | | | |
|----------------------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Atención cliente seguridad | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Nada | 67 | 17,4 | 17,4 | 17,4 |
| | Poco | 200 | 52,1 | 52,1 | 69,5 |
| | Mucho | 117 | 30,5 | 30,5 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 18 Atención al cliente seguridad



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en cuanto a la atención al cliente en cuanto a la seguridad el 31%, de turistas encuestados está satisfecho, mientras que el 69% no se encuentra muy satisfecho. Este factor es un indicador que se debe analizar para mejorar este servicio.

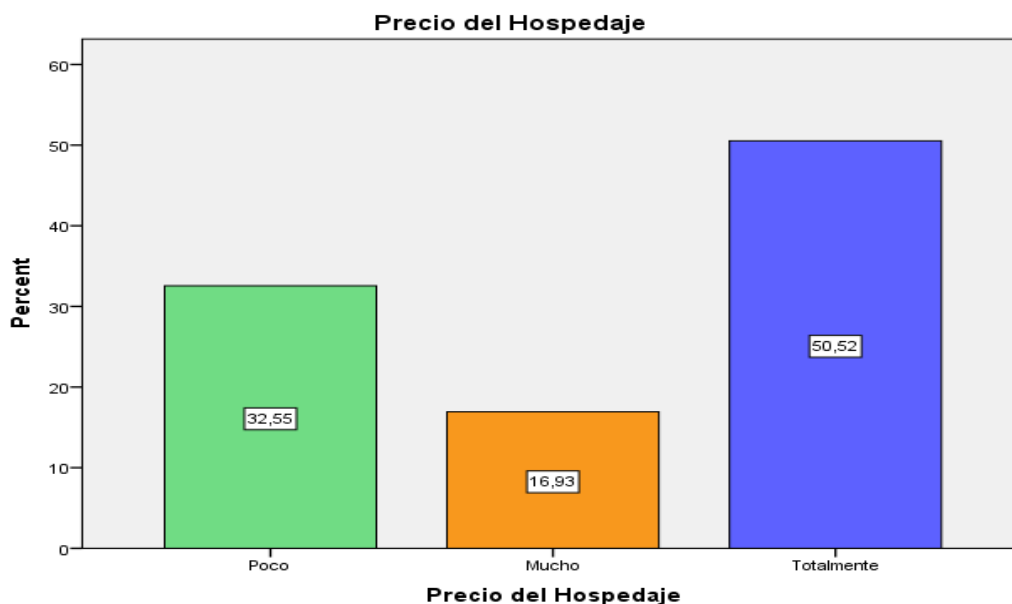
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 29 Precio hospedaje

| Precio del Hospedaje | | | | | |
|----------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precio hospedaje | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 125 | 32,6 | 32,6 | 32,6 |
| | Mucho | 65 | 16,9 | 16,9 | 49,5 |
| | Totalmente | 194 | 50,5 | 50,5 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 19 Precio hospedaje



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio del hospedaje que el 67%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado por el servicio de hospedaje, mientras que el 33% no se encuentra muy satisfecho. Este indicador permite tomar las acciones necesarias para mejorar este servicio.

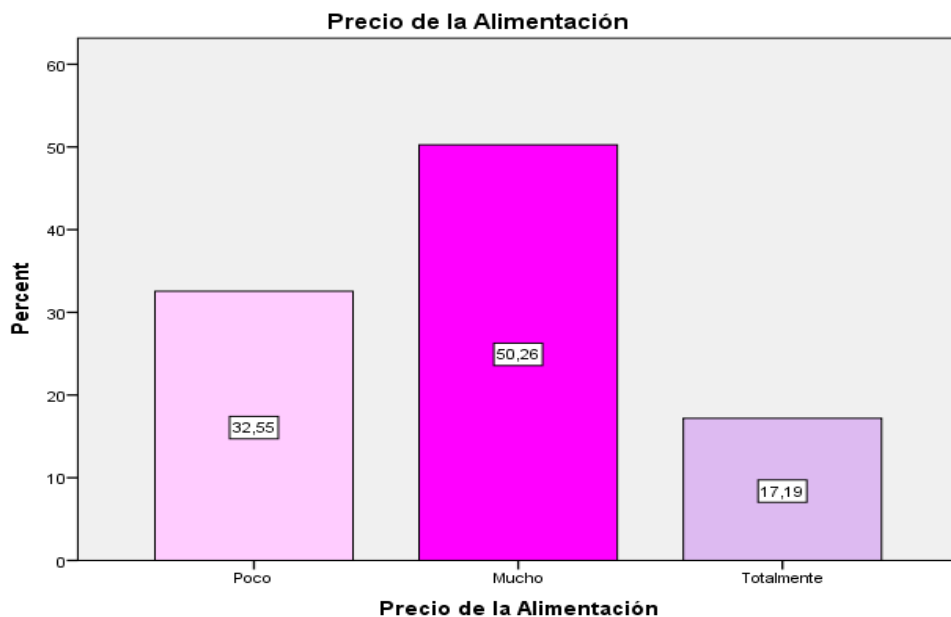
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 30 Precio alimentación

| Precio de la Alimentación | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precio hospedaje | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 125 | 32,6 | 32,6 | 32,6 |
| | Mucho | 193 | 50,3 | 50,3 | 82,8 |
| | Totalmente | 66 | 17,2 | 17,2 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 20 Precio alimentación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio de alimentación que el 67%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado por el servicio, mientras que el 33% no se encuentra muy satisfecho. Este indicador permite tomar las acciones necesarias para mejorar este servicio y ofrecer una variedad de platos para satisfacer a los clientes.

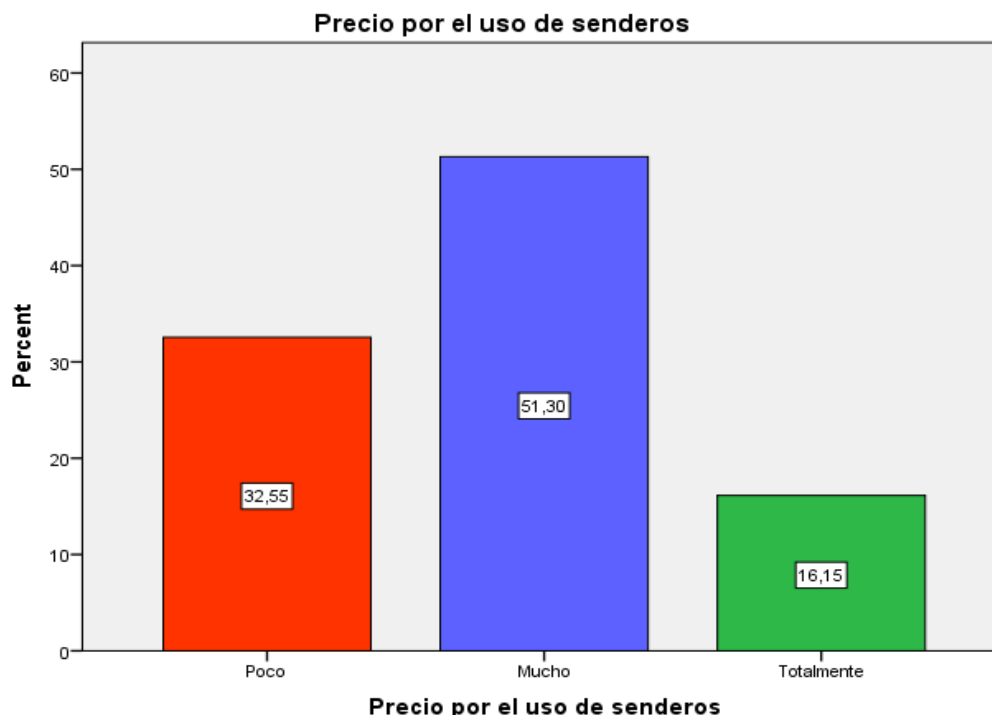
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 31 Precio uso de senderos

| Precio por el uso de senderos | | | | | |
|-------------------------------|------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| Precio uso senderos | | Frecuencia | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 125 | 32,6 | 32,6 | 32,6 |
| | Mucho | 197 | 51,3 | 51,3 | 83,9 |
| | Totalmente | 62 | 16,1 | 16,1 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 21 Precio uso de senderos



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio uso senderos que el 67%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado por este servicio, mientras que el 33% no se encuentra muy satisfecho. Hay que tomar acciones necesarias para mejorar este servicio.

4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 32 Precio sala de convenciones

| Precio de la sala de convenciones | | | | | |
|-----------------------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precio sala de convenciones | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 305 | 79,4 | 79,4 | 79,4 |
| | Mucho | 79 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 22 Precio sala de convenciones



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio sala de convenciones que el 21%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado por el servicio, mientras que el 79% no se encuentra muy satisfecho. Esto se debe a que este porcentaje de usuarios no ha hecho uso de este servicio.

4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 33 Precio recreación

| Precio de la recreación deportiva | | | | | |
|-----------------------------------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precio recreación | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Totalmente | 347 | 90,4 | 90,4 | 90,4 |
| | No satisfecho | 37 | 9,6 | 9,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 23 Precio recreación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio en recreación área deportiva que el 90%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado por el servicio, mientras que el 10% no se encuentra muy satisfecho. Esto se debe a que este porcentaje de usuarios no ha hecho uso de este servicio.

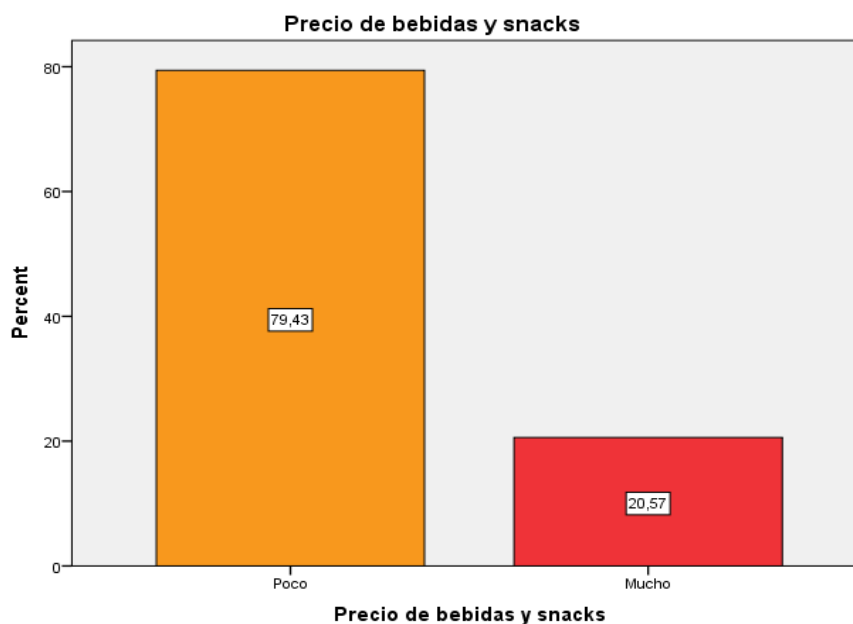
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 34 Precios bebidas y snacks

| Precio de bebidas y snacks | | | | | |
|----------------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precios bebidas-snacks | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 305 | 79,4 | 79,4 | 79,4 |
| | Mucho | 79 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 24 Precios bebidas y snacks



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio bebidas y snacks que el 21%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado, mientras que el 79% no se encuentra muy satisfecho.

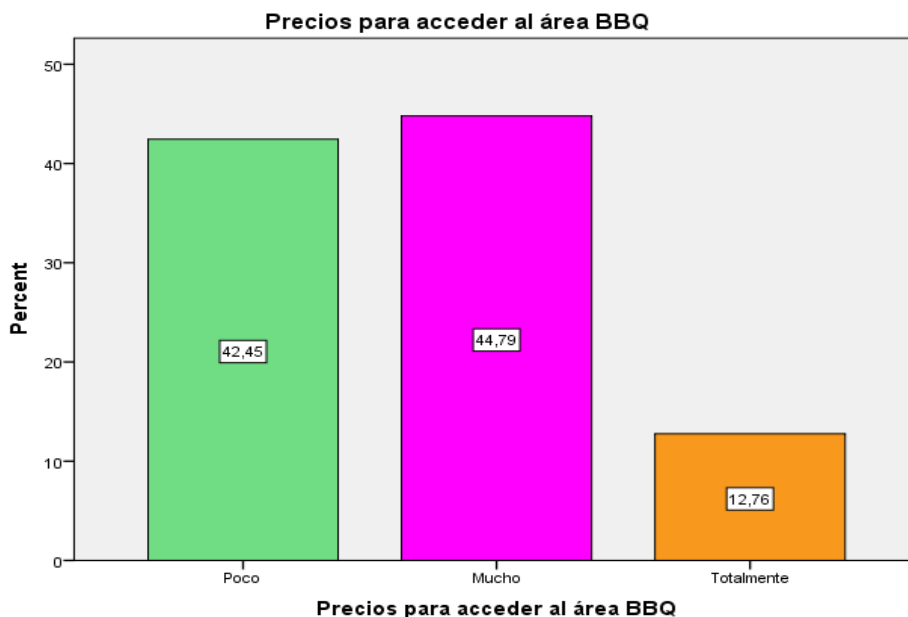
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 35 Precio área de BBQ

| Precios para acceder al área BBQ | | | | | |
|----------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Precio área BBQ | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 163 | 42,4 | 42,4 | 42,4 |
| | Mucho | 172 | 44,8 | 44,8 | 87,2 |
| | Totalmente | 49 | 12,8 | 12,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 25 Precio área de BBQ



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto al precio área de BBQ que el 58%, de turistas encuestados está satisfecho con el precio pagado, mientras que el 42% no se encuentra muy satisfecho. Esto se debe a que este porcentaje de usuarios no ha hecho uso de este servicio.

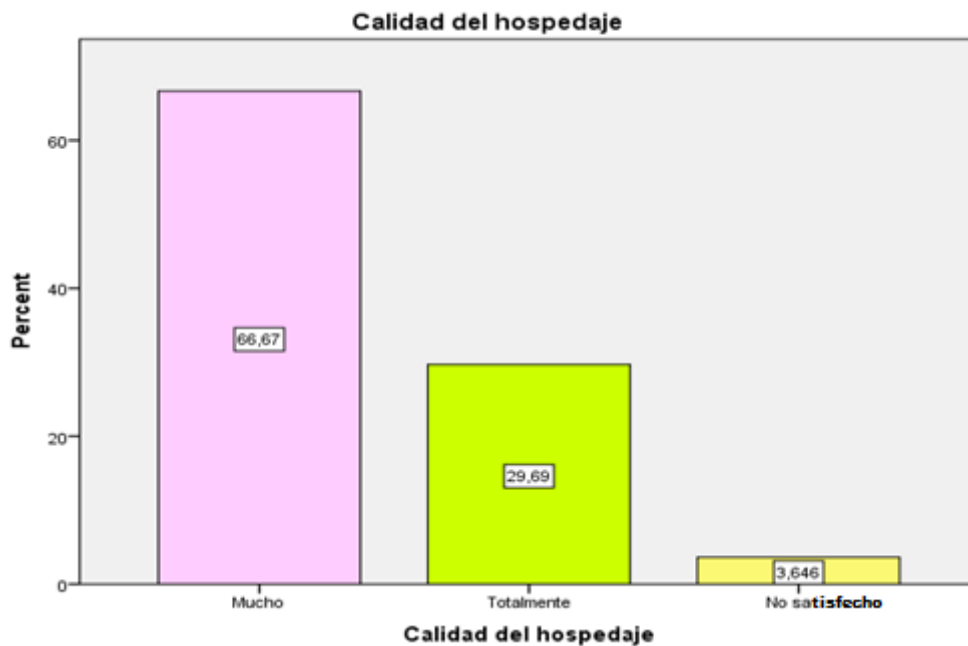
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 36 Calidad hospedaje

| Calidad del hospedaje | | | | | |
|-----------------------|---------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Calidad hospedaje | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 256 | 66,7 | 66,7 | 66,7 |
| | Totalmente | 114 | 29,7 | 29,7 | 96,4 |
| | No satisfecho | 14 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 26 Calidad hospedaje



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto a la calidad hospedaje que el 96%, de turistas encuestados está satisfecho con calidad de hospedaje, mientras que el 4% no se encuentra muy satisfecho.

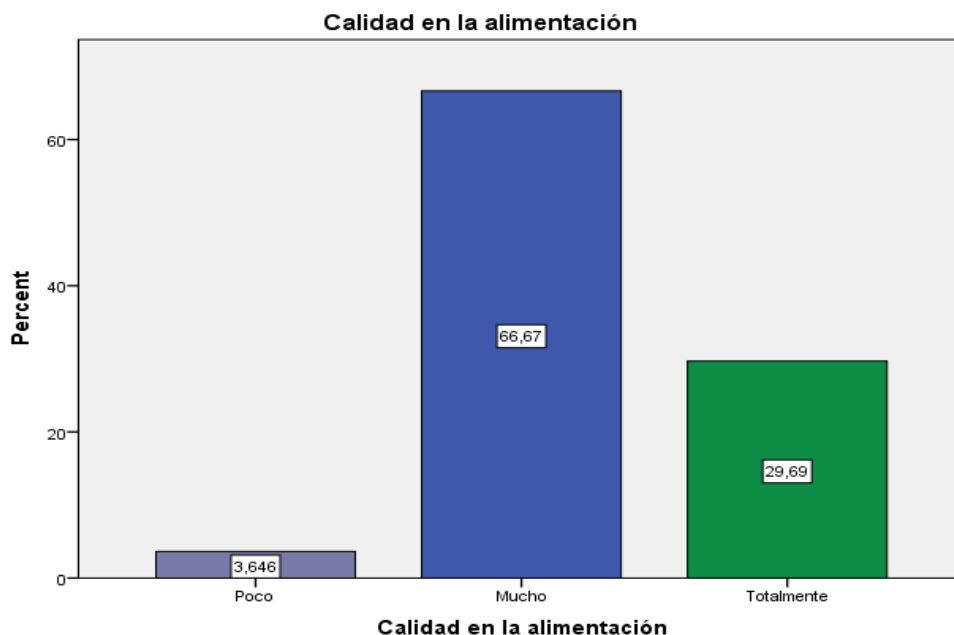
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 37 Calidad alimentación

| Calidad en la alimentación | | | | | |
|----------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Calidad alimentos | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 14 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| | Mucho | 256 | 66,7 | 66,7 | 70,3 |
| | Totalmente | 114 | 29,7 | 29,7 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 27 Calidad alimentación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto a la calidad en la alimentación el 96%, de turistas encuestados está satisfecho con calidad, mientras que el 4% no se encuentra muy satisfecho. Es necesario implementar variedad de platos y mejorar el servicio.

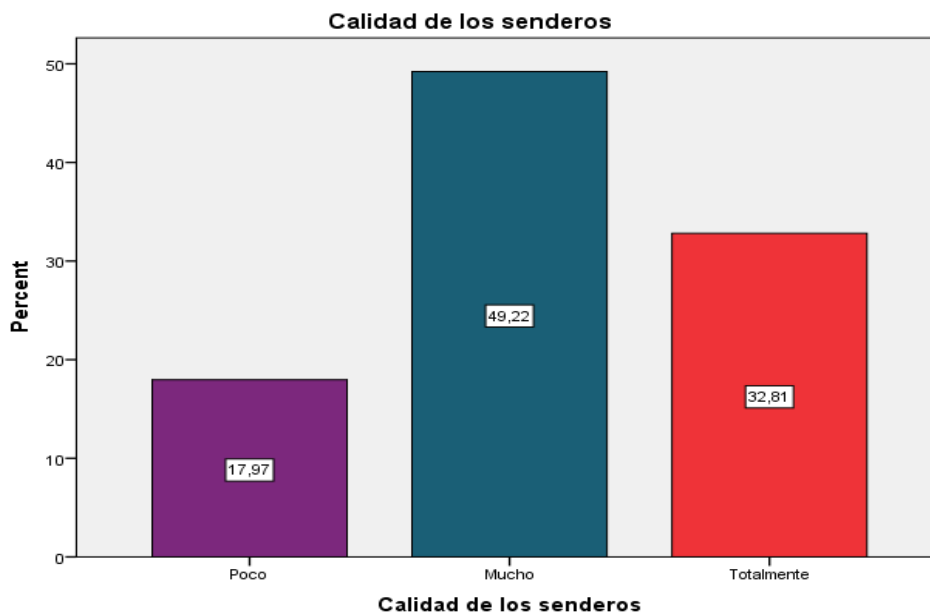
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 38 Calidad de los senderos

| Calidad de los senderos | | | | | |
|-------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Calidad senderos | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 69 | 18,0 | 18,0 | 18,0 |
| | Mucho | 189 | 49,2 | 49,2 | 67,2 |
| | Totalmente | 126 | 32,8 | 32,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 28 Calidad de los senderos



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina en cuanto a la calidad de los senderos que el 82%, de turistas encuestados está satisfecho con calidad en los senderos, mientras que el 18% no se encuentra muy satisfecho.

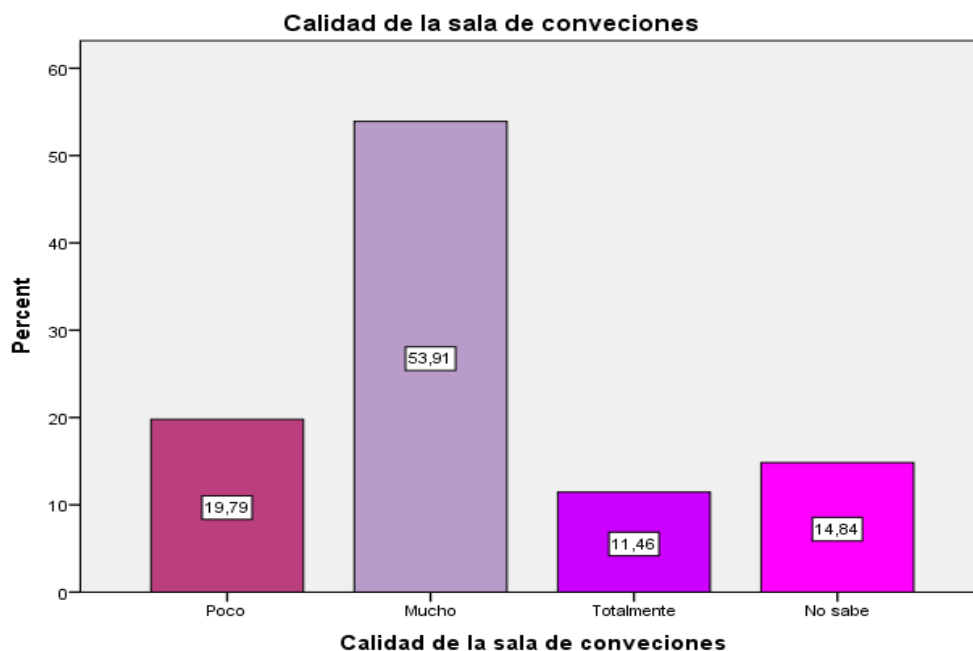
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 39 Calidad sala de convenciones

| Calidad de la sala de convecciones | | | | | |
|------------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Calidad sala convenciones | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 76 | 19,8 | 19,8 | 19,8 |
| | Mucho | 207 | 53,9 | 53,9 | 73,7 |
| | Totalmente | 44 | 11,5 | 11,5 | 85,2 |
| | No sabe | 57 | 14,8 | 14,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 29 Calidad sala de convenciones



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta se observa que 65% de turistas está satisfecho con la calidad del servicio de convenciones, mientras que el 35% no se encuentra satisfecho.

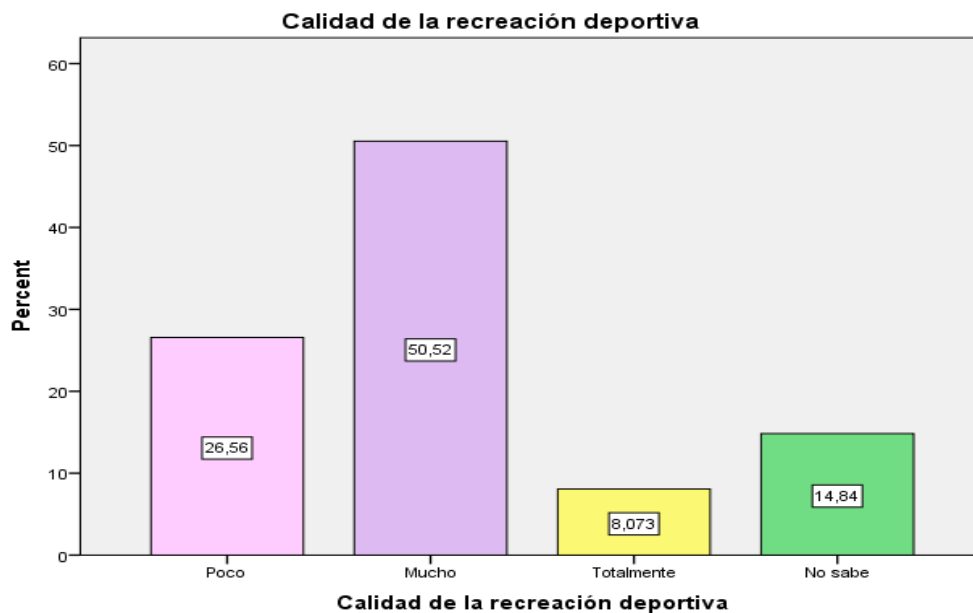
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 40 Calidad recreación

| Calidad de la recreación deportiva | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Calidad recreación | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 102 | 26,6 | 26,6 | 26,6 |
| | Mucho | 194 | 50,5 | 50,5 | 77,1 |
| | Totalmente | 31 | 8,1 | 8,1 | 85,2 |
| | No sabe | 57 | 14,8 | 14,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 30 Calidad recreación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

En la gráfica anterior se puede observar que en cuanto a la calidad en recreación área deportiva el 59% está satisfecho, mientras que el 41% no está satisfecho, debido a que no hace uso de esta área.

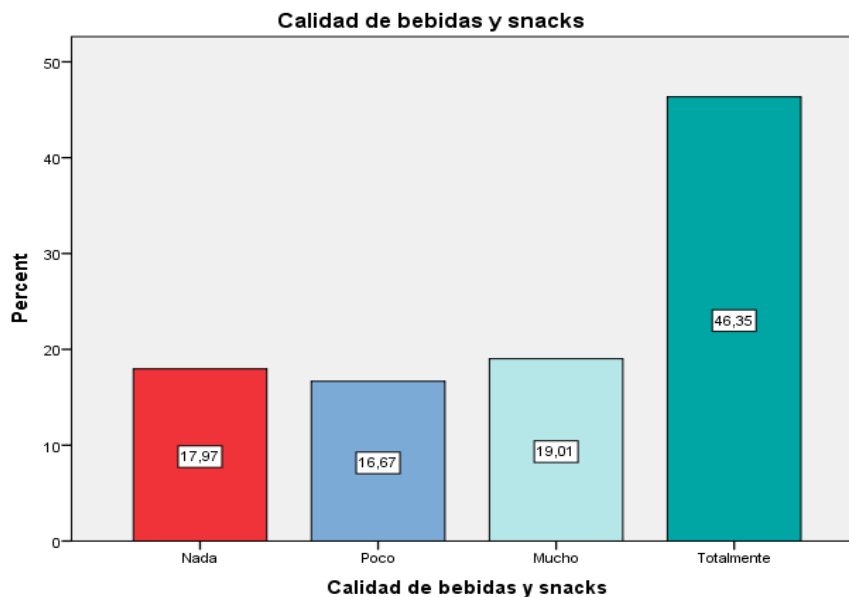
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 41 Calidad bebidas y snacks

| Calidad de bebidas y snacks | | | | |
|-----------------------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| Calidad bebidas | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Nada | 69 | 18,0 | 18,0 |
| | Poco | 64 | 16,7 | 34,6 |
| | Mucho | 73 | 19,0 | 53,6 |
| | Totalmente | 178 | 46,4 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 31 Calidad bebidas y snacks



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados en cuanto a la calidad de bebidas y snacks el 65% de turistas está satisfecho con la calidad de servicio, mientras que 35% no está satisfecho.

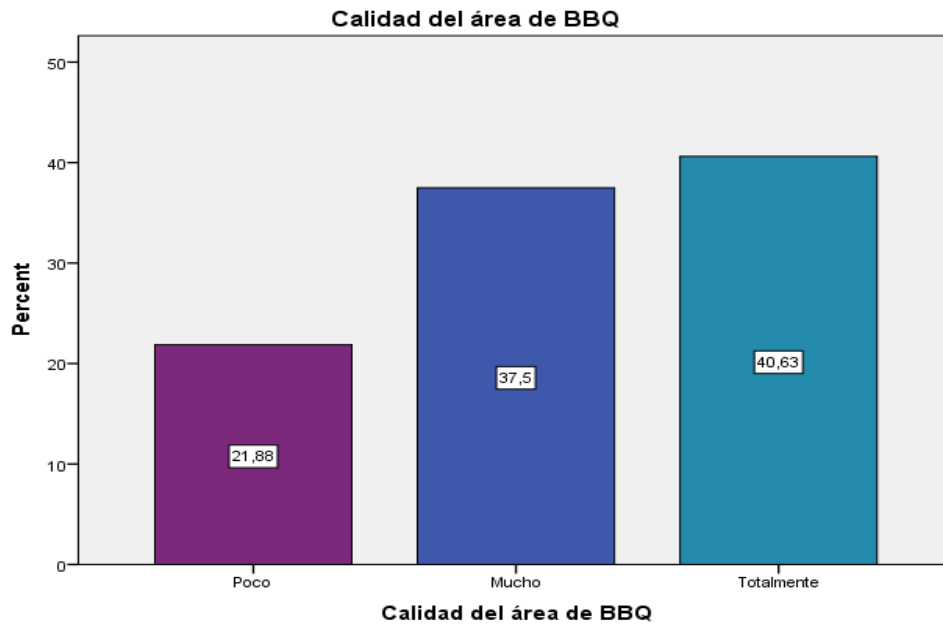
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 42 Calidad área BBQ

| Calidad del área de BBQ | | | | | |
|-------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Calidad área BBQ | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 84 | 21,9 | 21,9 | 21,9 |
| | Mucho | 144 | 37,5 | 37,5 | 59,4 |
| | Totalmente | 156 | 40,6 | 40,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 32 Calidad área BBQ



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Los resultados arrojaron que el 78% de turistas encuestados está satisfecho con el servicio recibido del área de BBQ, mientras que 22% no ha hecho uso de esta área.

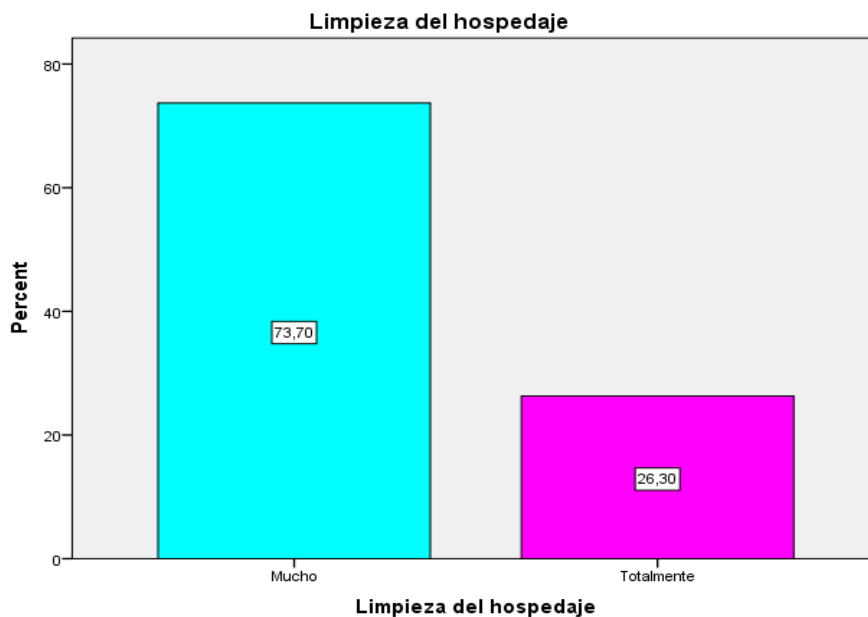
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 43 Limpieza hospedaje

| Limpieza del hospedaje | | | | | |
|------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Limpiezahospedaje | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 283 | 73,7 | 73,7 | 73,7 |
| | Totalmente | 101 | 26,3 | 26,3 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 33 Limpieza hospedaje



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en la gráfica el 100%, está completamente de acuerdo con la limpieza que presenta el servicio de hospedaje.

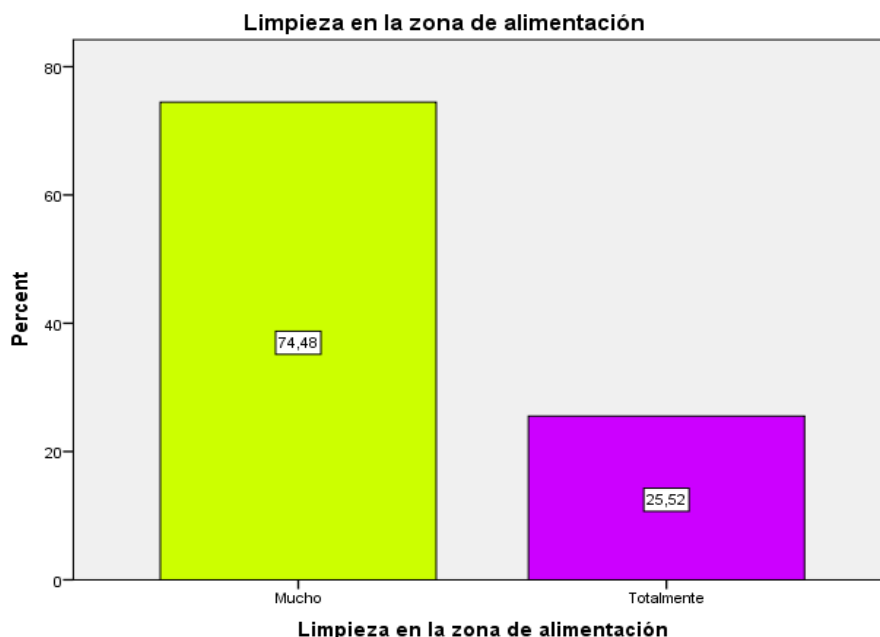
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 44 Limpieza zona alimentación

| Limpieza en la zona de alimentación | | | | | |
|-------------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Limpieza zona alimentación | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 286 | 74,5 | 74,5 | 74,5 |
| | Totalmente | 98 | 25,5 | 25,5 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 34 Limpieza zona alimentación



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en la gráfica el 100%, está completamente de acuerdo con la limpieza que presenta el servicio de alimentación.

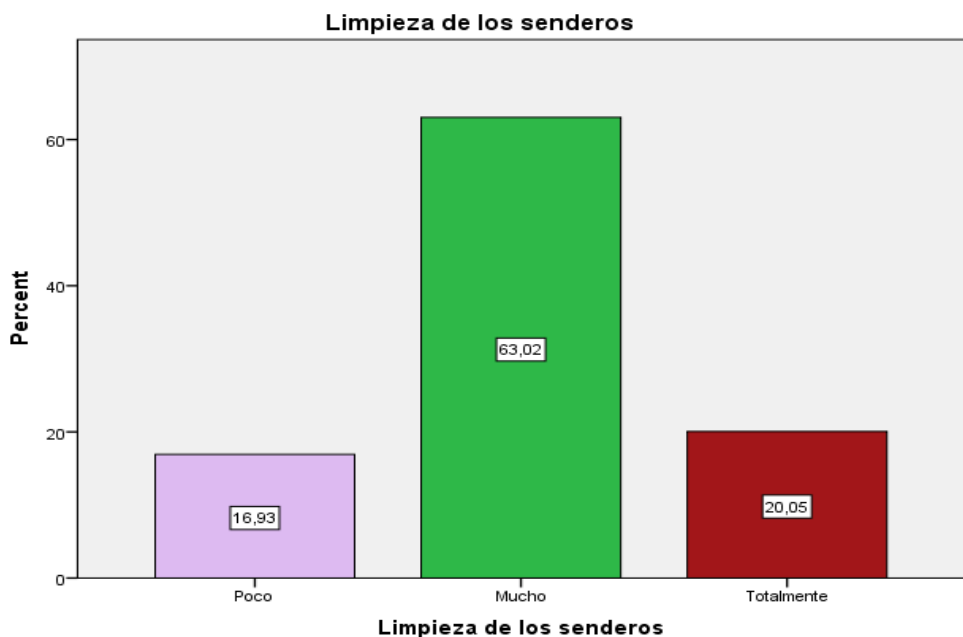
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 45 Limpieza senderos

| Limpieza de los senderos | | | | | |
|--------------------------|--------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Limpieza senderos | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Poco | 65 | 16,9 | 16,9 | 16,9 |
| | Mucho | 242 | 63,0 | 63,0 | 79,9 |
| | Totalmente | 77 | 20,1 | 20,1 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 35 Limpieza senderos



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta se observa que el 83% considera que la limpieza en los senderos es óptima, mientras que el 17% no está de acuerdo sugiere que se debe poner más empeño en esta área.

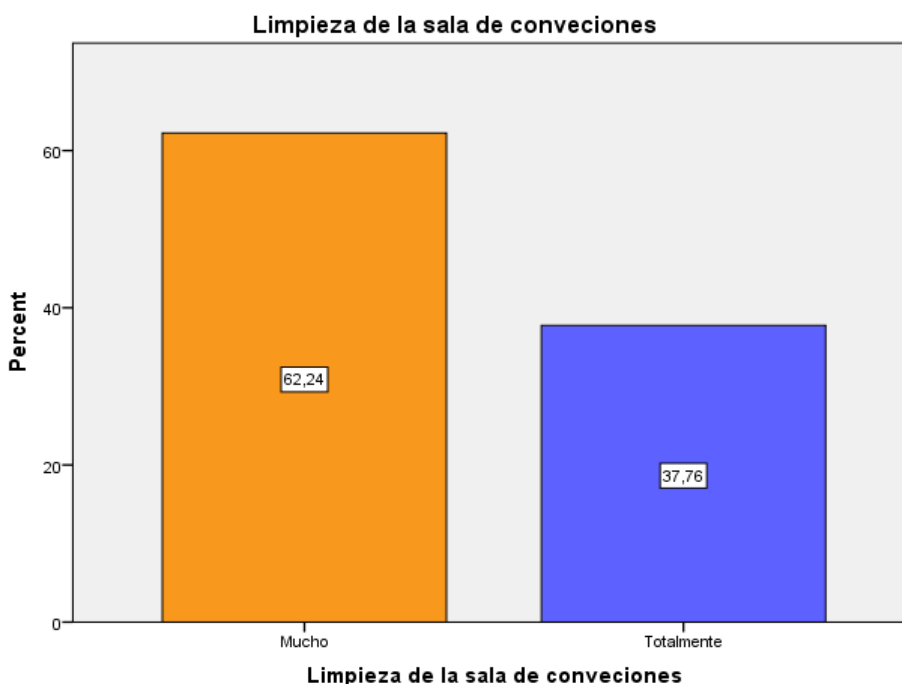
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 46 Limpieza sala convenciones

| Limpieza de la sala de convecciones | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| | Limpieza s. convenciones | Frequenc y | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 239 | 62,2 | 62,2 | 62,2 |
| | Totalmente | 145 | 37,8 | 37,8 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 36 Limpieza sala convenciones



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Como se observa en la gráfica anterior el 100% de turistas encuestados, está completamente satisfecho con la limpieza que presenta del área de convenciones.

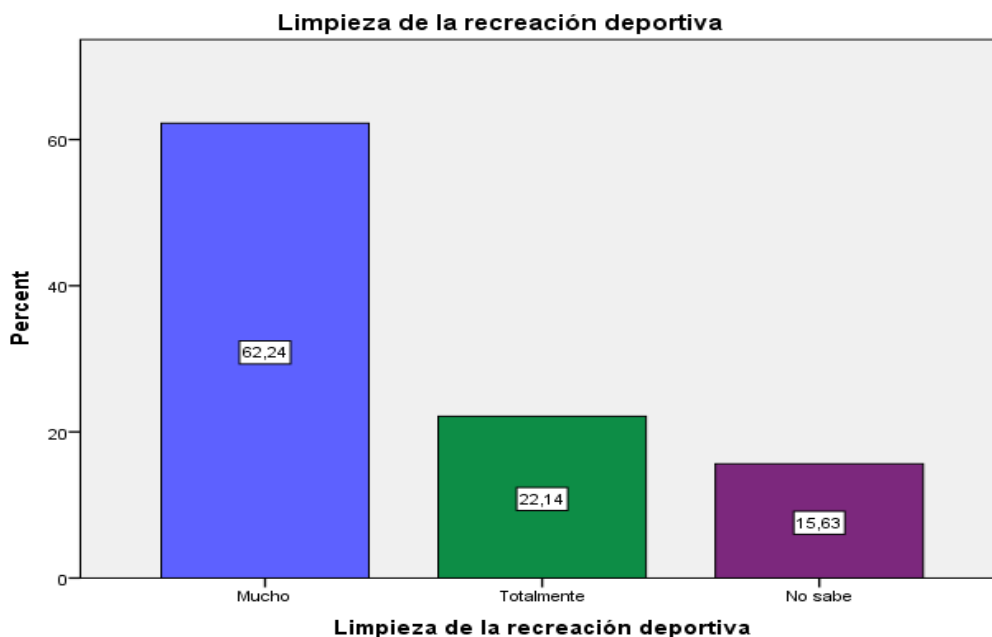
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 47 Limpieza área recreación

| Limpieza de la recreación deportiva | | | | | |
|-------------------------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Limpieza área recreación | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 239 | 62,2 | 62,2 | 62,2 |
| | Totalmente | 85 | 22,1 | 22,1 | 84,4 |
| | No sabe | 60 | 15,6 | 15,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 37 Limpieza área recreación



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

En cuanto a la satisfacción de limpieza en el área de recreación el 84% de turistas están de acuerdo con la limpieza de esta área.

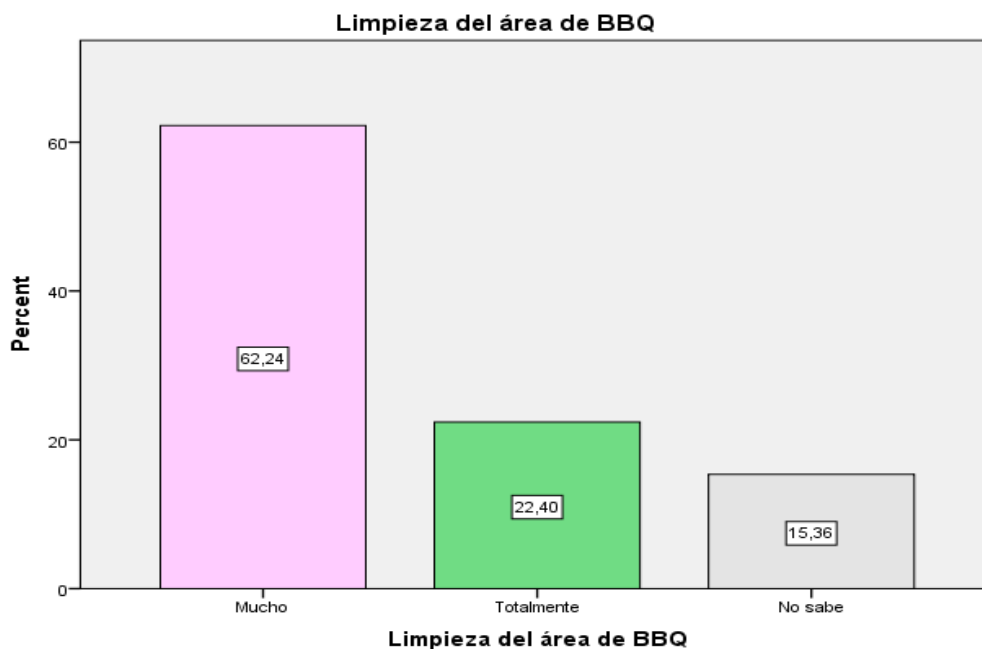
4. ¿Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tío Mario?

Cuadro N° 48 Limpieza area BBQ

| Limpieza del área de BBQ | | | | |
|--------------------------|------------|---------|---------------|--------------------|
| Limpieza area BBQ | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mucho | 239 | 62,2 | 62,2 |
| | Totalmente | 86 | 22,4 | 84,6 |
| | No sabe | 59 | 15,4 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 38 Limpieza area BBQ



Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

En cuanto a la satisfacción de limpieza en el área de recreación el 84% de turistas están de acuerdo con la limpieza de esta área.

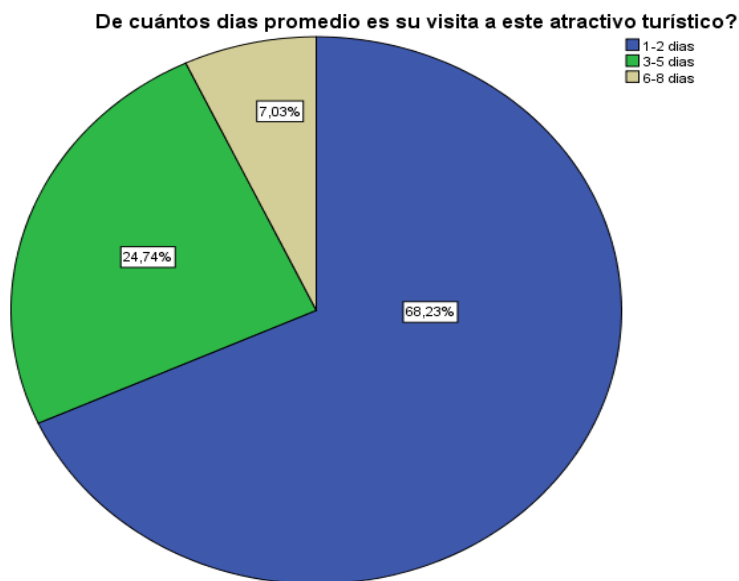
5. ¿De cuántos días promedio es su visita a este atractivo turístico?

Cuadro N° 49 Dias promedio

| ¿De cuántos días promedio es su visita a este atractivo turístico? | | | | | |
|--|--------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1-2 días | 262 | 68,2 | 68,2 | 68,2 |
| | 3-5 días | 95 | 24,7 | 24,7 | 93,0 |
| | 6-8 días | 27 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
 Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 39 Días promedio



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta se determina que el promedio de visita al Eco-Lodge es de aproximadamente 1-2 días con el 68%, seguidamente 3-5 días con el 25%. Lo que se confirma que los turistas prefieren permanecer en contacto con la naturaleza.

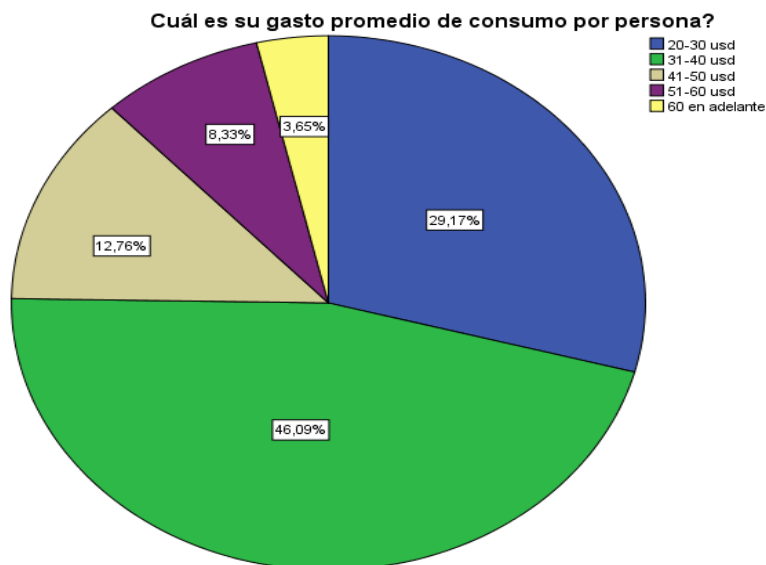
6. ¿Cuál es su gasto promedio de consumo por persona?

Cuadro N° 50 Gasto promedio

| Cuál es su gasto promedio de consumo por persona? | | | | | |
|---|----------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 20-30 usd | 112 | 29,2 | 29,2 | 29,2 |
| | 31-40 usd | 177 | 46,1 | 46,1 | 75,3 |
| | 41-50 usd | 49 | 12,8 | 12,8 | 88,0 |
| | 51-60 usd | 32 | 8,3 | 8,3 | 96,4 |
| | 60 en adelante | 14 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 40 Gasto promedio



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se observa en la gráfica anterior que el 46% de turistas tienen un gasto promedio de consumo por persona entre 31 a 40 USD, seguidamente el 29% que considera que su promedio esta entre 20-30 USD por persona.

7. ¿Según su experiencia vivida, volvería a visitar este lugar?

Cuadro N° 51 Experiencia

| ¿Según su experiencia vivida, volvería a visitar este lugar? | | | | | |
|--|--------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Experiencia | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SI | 319 | 83,1 | 83,1 | 83,1 |
| | NO | 65 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 41 Experiencia



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

Se determina que el 83% de turistas encuestados volverían a visitar el Eco-Lodge Tío Mario.

8. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten este lugar?

Cuadro N° 52 Recomendación

| Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten este lugar? | | | | | |
|--|--------------|------------|--------------|---------------|--------------------|
| Recomendación | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | SI | 319 | 83,1 | 83,1 | 83,1 |
| | NO | 65 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| | Total | 384 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Gráfico N° 42 Recomendación



Fuente: Resultados encuesta
Elaborado por: Verónica Abril

Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta se determina que el 83% de turistas afirman que totalmente si recomendarías el EcoLodge a sus familiares, amigos, conocidos, como un lugar agradable que cumple con las expectativas de cualquier visitante.

3.6. Características del perfil del turista

Después de realizar la investigación de mercado se determinó el siguiente perfil del cliente:

Género:

60% Hombres

40% Mujeres

Se determinó que el género masculino es la cabeza de familia que conjuntamente con su familia prefiere salir de turismo. Mientras que el 40% son mujeres que se considerarían como cabeza de familia.

Edad:

De acuerdo a los resultados se determina que el perfil del consumidor son hombres y mujeres, de 23 a 53 años de edad, que visitan el eco lodge, en su mayoría son jóvenes de 29 a 35 años de edad, quienes son los que mayor demanda representan de acuerdo a la investigación.

Lugar de procedencia

Se determinó que el lugar de mayor procedencia es del cantón Quito, seguidamente el cantón Pedro Vicente Maldonado, Pedro Moncayo, Rumiñahui, Cayambe, Mejía, Puerto Quito, todos pertenecientes a la provincia de Pichincha. Mientras que un mínimo porcentaje procedían de otras provincias.

Medios de Información

La publicidad que realiza el ecoLodge es escasa, por lo que según la investigación se determinó que la mayor parte de turistas que visitan el complejo lo hizo a través de recomendaciones de otras personas que ya habían asistido a las instalaciones y de acuerdo a su experiencia sugirieron dicho lugar a sus amigos, familiares.

Visita al EcoLodge

Un porcentaje considerable el 56%, ha visitado el ecoLodge por primera vez, mientras que el 44% ya lo había visitado. Se evidencia que existe un gran interés por parte de la población en visitar un atractivo turístico que se encuentre a tan solo 3 horas 30 minutos de la capital, así como su ambiente ecológico y el contacto con la naturaleza que ofrece tranquilidad y comodidad.

Satisfacción de los clientes

En cuanto a la satisfacción respecto a la señalización durante el trayecto, senderos, áreas de recreación, SS-HH del EcoLodge Tio Mario, se evidencia la mayor parte se encuentra de acuerdo ya que considera que la señalización es adecuada especialmente en las instalaciones.

En cuanto a la atención al cliente por parte del personal de recepción, camareros, botones, meseros, barman y seguridad, según los hallazgos se determina que la mayor parte está satisfecho ya que han cumplido con sus expectativas.

Respecto al precio en alimentación, bebidas y snacks, uso de senderos, sala de convenciones, recreación, y área de BBQ es medianamente satisfactoria ya que hay ciertos servicios que como el caso de la sala de convenciones no se utilizan solo en casos de eventos sociales. Pero en conclusión se determina que los usuarios se encuentran satisfechos por el precio pagado por los demás servicios del EcoLodge.

En cuanto a la calidad de los servicios como hospedaje, alimentación, senderos, sala de convenciones, recreación, área de BBQ, bebidas y snacks, cumplen con sus gustos y preferencias.

Mientras que, en relación a la limpieza del hospedaje, zona de alimentación, senderos, sala de convenciones, área de recreación y demás es de completa satisfacción de los usuarios, según los hallazgos que se determinaron en la investigación de mercado.

Días promedio de estadía en el EcoLodge

De acuerdo a los resultados se observó que el promedio de visita al Eco-Lodge es de aproximadamente 1-2 días con el 68%, seguidamente 3-5 días con el 25%. Lo que se confirma que los turistas prefieren mantener contacto con la naturaleza para salir de la rutina diaria.

Experiencia

Se determina que el 83% de usuarios volverían a visitar el Eco-Lodge Tío Mario, ya que obtuvieron una experiencia positiva.

Recomendación a terceros

De acuerdo a los resultados se evidencia que el 83% de visitantes afirman que totalmente si recomendarías el EcoLodge Tío Mario a sus familiares, amigos, conocidos, etc., como un lugar agradable que ofrece confort y buen servicio al cliente, demostrando que cumple con las expectativas de cualquier usuario que decida visitar el EcoLodge.

3.7. Factores que afectan la demanda

Previo a la determinación de los factores que afectan la demanda turística es importante identificar los grupos de demanda a continuación se menciona:

La demanda actual: son todos aquellos compradores de servicios y que tienen los medios y voluntad para hacerlo.

Los factores determinantes o que condicionan la decisión de viajar influyen en la demanda turística se han agrupados según su naturaleza en los siguientes:

- **Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente, se da cuando los servicios que se ofrecen son de calidad. En el caso de producto turístico que ofrece un destino debe cumplir a sobrepasar la expectativa de los turistas, ya que este quedará satisfecho y volverá a solicitarlo, pero si sucede lo contrario en el que los resultados resultan negativos, estos quedarán insatisfechos, por ende no volverán a requerir del producto turístico.

Entre los atributos que se pueden distinguir están:

- Fiabilidad.
- Responsabilidad.
- Competencia.
- Accesibilidad.
- Cortesía.
- Comunicación.
- Credibilidad.
- Seguridad.
- Comprensión.
- Elementos tangibles.

- **Factores económicos**

Nivel de renta disponible: es la cantidad de dinero disponible para que el consumidor pueda gastar en bienes de ocio, turismo tras haber pagado sus necesidades básicas.

Precios de los destinos competitivos: Los precios de los destinos competitivos o sustitutos, afectan de manera significativa la demanda del destino turístico, ya que si los precios de viaje como de estancia, son inferiores a los del destino turístico elegido, puede tener un impacto negativo a la demanda turística, y viceversa.

- **Gustos y preferencias del turista**

Tiempo de ocio: Es el tiempo en que una persona dedica al ocio, esta puede llegar a determinar la capacidad para viajar, ya que a mayor tiempo libre, mayor disponibilidad para viajar. También se pueden determinar factores como las vacaciones, días feriados, puentes, etc. que impactan de manera positiva en la demanda.

Factores geográficos: Dentro de los dichos factores se puede considerar la cercanía, el clima o atractivos del lugar, estos son condiciones favorables para que los individuos

decidan demandar turismo. La cercanía es un factor que propicia, el turismo local o nacional.

- **Sistema de comercialización**

Gastos de publicidad: Los gastos de publicidad, son aquellos a los que el destino turístico incurre para promocionar tal destino en las ciudades, zonas o países donde se puede encontrar a los clientes potenciales, con el fin de convencerlos e incentivarlos a concurrir a los destinos turísticos.

3.7.1. Análisis de la demanda

De acuerdo a los resultados de la encuestas se determina que la demanda corresponde a turistas nacionales pertenecientes a las provincia de pichincha, los mismos que a través de las encuesta se establece que la mayor parte de turistas provienen del cantón Quito, seguidamente de Pedro Vicente Maldonado, Pedro Moncayo, Rumiñahui, Cayambe, Mejía, Puerto Quito, y de fuera de Pichincha como son Azuay y Guayas.

Para determinar la demanda actual del Eco - Lodge Tío Mario se toma como referencia la pregunta 3. ¿Es la primera vez que visita el Eco - Lodge Tío Mario?, mismo que presenta un porcentaje del 56%, de turistas quees la primera vez que visita el lugar.

Y para calcular la demanda actual se procede de la siguiente manera:

Gráfico N° 43Determinación demanda actual anual de turistas

| PEA | TOTAL |
|-----------------------------|----------------|
| Hombres y Mujeres | 1.000.957 |
| % PREGUNTA 3 | 56% |
| TOTAL DEMANDA ACTUAL | 560.536 |

Elaborado por: Verónica Abril

Se toma como referencia los datos de la PEA al 2012 cuadro N°13 hombres y mujeres que suman 1.000.957 habitantes, a continuación se toma los resultados de la encuesta (pregunta 3), ya que el 56%, ha visitado por primera vez el EcoLodge, para ello se considera el cálculo de la demanda actual anual, el mismo que arroja un total de 560.536 clientes actuales que son los que están dispuestos a conocer el Eco - Lodge Tío Mario ubicado en el Cantón Puerto Quito provincia de Pichincha.

3.7.2. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se empleará el método de series de tiempo, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador, que viene a constituirse como una variable directamente proporcional a la demanda de la investigación, ya que a mayor o menor crecimiento poblacional, existirá mayor o menor crecimiento en la demanda aparente del estudio. Es así que, la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador según el INEC para el año 2010 está en el 1,52%.

Para realizar la proyección de la demanda utilizamos la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Elementos fórmula:

C_n = Valor futuro

C_o = Valor inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos.

Cuadro N° 53 Proyección de la demanda

| AÑOS | DEMANDA |
|-------------|----------------|
| 2014 | 560.536 |
| 2015 | 569.056 |
| 2016 | 586.487 |
| 2017 | 613.639 |

Elaborado por: Verónica Abril

3.8. Proyección Financiera

Las proyecciones financieras, pronostican los resultados económicos-financieros futuros de la empresa respecto a sus operaciones. Además, a través de las proyecciones financieras se pueden generar diversos escenarios en los que el negocio puede variar, teniendo diferentes estimaciones de los resultados, permitiendo al administrador identificar los posibles riesgos que pueden impactar en su negocio e implementar estrategias que reduzcan los efectos negativos. (Universidad de El Salvador - Escuela de Administración , 2013)

A continuación se presenta el presupuesto de ingresos e mismo que se determinó en base a la proyección de la demanda, tomando en cuenta que la actual utilización del Ecologe solamente alcanzaba el 40% de la capacidad instalada, para brindar un escenario favorable se considera una utilización de la capacidad del 50%. A continuación se presenta un cuadro detallando la participación de mercado durante los 3 años de proyección del estudio:

Cuadro N° 54 Proyección participación de Mercado

| AÑOS | DEMANDA | % PARTICIPACIÓN | TOTAL PARTICIPACIÓN |
|-------------|----------------|------------------------|----------------------------|
| 1 | 569.056 | 0,0139 | 7.792 |
| 2 | 586.487 | 0,0148 | 9.098 |
| 3 | 613.639 | 0,0154 | 9.480 |

Elaborado por: Verónica Abril

La participación de mercado se determinó en base a la capacidad instalada del Eco-Lodge Tío Mario.

Cuadro N° 55 Proyección gastos estimados

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|---|------------------|------------------|------------------|
| GASTOS OPERATIVOS | | | |
| Gastos de Ventas y Marketing | | | |
| Uniforme | 2.640,00 | 2.640,00 | 2.640,00 |
| Publicidad | 14.200,00 | 12.500,00 | 12.500,00 |
| celular (compra y renovación de equipos) | 400,00 | 400,00 | 400,00 |
| Papelería (Facturas y otros) | 800,00 | 800,00 | 800,00 |
| Gastos de representación | 1.440,00 | 1.440,00 | 1.440,00 |
| | | | |
| Total Gastos de Ventas y Marketing | 19.480,00 | 17.780,00 | 17.780,00 |
| | | | |
| Gastos Administrativos y Generales | | | |
| Mantenimiento | 3500,00 | 3512,00 | 3525,00 |
| Licencia de Funcionamiento | 592,00 | 592,00 | 616,00 |
| Defensa Civil | | | |
| Arbitrios y predio | 1500,00 | 1512,00 | 1525,00 |
| Patente | 1.000,00 | 1.012,00 | 1.025,00 |
| Luz | 2.400,00 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| Agua | 720,00 | 720,00 | 720,00 |
| Teléfono | 1.800,00 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Gas | 720,00 | 720,00 | 720,00 |
| Diesel | 360,00 | 360,00 | 360,00 |
| Internet | 1.200,00 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Movistar servicio mensual | 1.200,00 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| Cable | - | - | - |
| Seguro | 3.500,00 | 3.500,00 | 3.500,00 |
| Toner, cintas de impresora | 720,00 | 720,00 | 720,00 |
| Serv. Externos (Contabilidad, Ases. Legal y Otros). | 4.200,00 | 8.400,00 | 8.400,00 |
| Servicio Externos (Seguridad) | - | - | - |
| Mantenimiento de sistemas | 4.800,00 | 4.800,00 | 4.800,00 |
| Mantenimiento | 4.200,00 | 4.200,00 | 4.200,00 |
| Total de gastos administrativos y generales | 32.411,95 | 38.447,95 | 38.510,63 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Eco-Lodge Tío Mario valores estimados

Cuadro N° 56 Proyección ingresos estimados

| Servicios | N° de habitaciones | Pax | Cap. Instal/ N° pasajeros | Cap. Utiliz 1er año | Cap. Utiliz 2do año | Cap. Utiliz 3do año | Precio /hab | Ingresos 1er año USD | Ingresos 2do año USD | Ingresos 3do año USD |
|--|--------------------|------------------|------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Hospedaje | | | | 30% | 35% | 45% | | | | |
| Habitaciones/Pax | 19 | 41 | 14.965 | 4.549 | 5.298 | 6.794 | | | | |
| Sencillas | 8 | 16 | 5.840 | 1.775 | 2.067 | 2.651 | 80 | 71.014,40 | 82.694,40 | 106.054,40 |
| Dobles | 5 | 10 | 3.650 | 1.110 | 1.292 | 1.657 | 105 | 58.475,0 | 68.093,70 | 87.329,20 |
| Triples | 5 | 15 | 5.475 | 1.664 | 1.938 | 2.486 | 125 | 69.571,90 | 81.014,70 | 103.900,20 |
| | | | | | | | | 199.062,00 | 231.803,00 | 297.284,00 |
| Restaurante | Pax/día | N° sillas | | | | | Precio /pax | | | |
| Alimentación externos | 60 | 60 | 21.900 | 4.549 | 5.298 | 6.794 | 10 | 45.494,00 | 52.976,00 | 67.941,00 |
| Alimentación huéspedes | | | | 1.095 | 2.190 | 3.285 | 8 | 8.760,00 | 17.520,00 | 26.280,00 |
| | | | | 5.644 | 7.488 | 10.079 | 9 | | | |
| | | | | | | | | 54.254,00 | 70.496,00 | 94.221,00 |
| Alquiler de Salas de eventos | N° de salas | Capacidad | | 30% | 30% | 35% | Precio /pax | | | |
| Sala de eventos* (3) | 2 | | | | | | | | | |
| Eventos sociales (viernes y sábado) | | 100 | 20.400 | 6.120 | 6.120 | 7.140 | 40 | 244.800,00 | 244.800,00 | 285.600,00 |
| Eventos institucionales | 1 | 100 | 10.200 | 3.060 | 3.060 | 3.570 | 30 | 91.800,00 | 91.800,00 | 107.100,00 |
| | | | | 9.180 | 9.180 | 10.710 | 35 | | | |
| | | | | | | | | 336.600,00 | 336.600,00 | 392.700,00 |
| Total de facturación de todos los servicios | | | | | | | | 589.916,00 | 638.899,00 | 784.205,00 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Eco-Lodge Tío Mario valores estimados

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL GRADO DE ATRACTIVIDAD

4.1. Introducción

El estudio de la atraktividad del Eco - Lodge Tío Mario permitirá determinar si el funcionamiento adecuado de los recursos que cuenta el complejo cumple con las expectativas de los clientes, para ello se realizó un estudio de mercado donde se recopiló información referente a la calidad de servicio que perciben los turistas que visitan el complejo.

El Eco – Lodge tienen como finalidad ofrecer servicios de hospedaje, restaurante, sala de convenciones y recreación de excelente calidad, siempre enfocado en la conservación del medio ambiente. En el Eco Lodge se puede apreciar que se encuentra en medio de la naturaleza rodeado de plantas, árboles y demás recursos naturales que proporciona un ambiente ecológico.

Toda las instalaciones se han construido para ofrecer comodidad y tranquilidad a los clientes, empleado materiales ecológicos que contribuyan al medio ambiente, para la infraestructura de las cabañas se han empleado materiales naturales como la madera, que a su vez transmite calidez y distinción en sus acabados.

4.2. Tamaño y localización del Eco - Lodge Tío Mario

4.2.1. Macro Localización

El proyecto Eco - Lodge Tío Mario se ubica en la zona turística de la Sierra Nor-Occidental del Ecuador específicamente entre la provincia de Pichincha, la misma que cuenta con varios atractivos turísticos que la convierten en una zona con alto potencial turístico de gran importancia.

El Eco - Lodge Tío Mario se encuentra localizado en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, lugar importante en el turismo nacional por sus riquezas paisajistas, biodiversidad, culturales, históricas, artísticas, naturales, etc., la localización del Eco - Lodge es excelente ya que se encuentra a una tres horas y 30 minutos del Distrito Metropolitano de Quito, en un sitio exclusivamente estratégico para el turismo y aventura.

Además de contar con un sistema vial de primer orden, que dan entrada hacia los diferentes atractivos turísticos de la provincia. Una de las más importantes vías para llegar a los atractivos de la provincia de Pichincha es la carretera Calacalí – Nanegalito - La Independencia.

4.2.2. Micro Localización

Puerto Quito se encuentra a una distancia de 157 Km, desde el norte de la capital - Quito, es considerado un centro turístico alternativo porque ofrece servicios e infraestructura básica requerida para el turista, conocido también como Paraíso de la Biodiversidad, llamado así por encontrarse ubicado dentro de la Bio - Región de mayor endemismo, donde se pueden apreciar a más de 300 especies de aves y mamíferos en su entorno natural, constituyéndose en un espacio único y biodiverso ubicado en la Provincia de Pichincha. El Eco - Lodge Tío Mario, se encuentran ubicado en el cantón Puerto Quito, Sector Caoní, Zona N°21B.

4.3. Infraestructura y servicios actuales

Comprende todas las exigencias de infraestructura física y de equipamiento del Eco-Lodge Tío Mario.

4.3.1. Terreno

El terreno se encuentra ubicado en el sector de El Achote, en el cantón Puerto Quito, con una extensión de 6.000 hectáreas y dispone de todos los servicios básicos.

4.3.2. Infraestructura

Se ha considerado las edificaciones de las cabañas, áreas de alojamiento, descanso, recreacional, las cabañas. El total de la construcción asciende a 560 m² de construcción.

El Eco - Lodge Tío Mario cuenta de: Un área social la cual tiene oficina de recepción, un bar cafetería, un restaurante principal que también será utilizado para convenciones, bodega, una cocina, baños, hall principal, cabañas para hospedaje, canchas deportivas y áreas recreacionales para niños.

Imagen N° 13 Infraestructura EcoLodge Tío Mario



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco-Lodge Tío Mario

- **Área de Alojamiento**

El proyecto se compone de 9 cabañas, 4 de las cuales son dobles y tienen 5 habitaciones, las 2 cabañas poseen 5 habitaciones triples, las otras 2 poseen 9 habitaciones sencilla, todas las cabañas cuentan con ambientes diferentes, cada una de las habitaciones posee un baño completo, veladores, lámparas, closets decoraciones realizadas con materiales ecológicos acordes al sitio, confort y comodidad.

Imagen N° 14 Alojamiento



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco-Lodge Tío Mario

- **Área de Restaurante**

El restaurante principal, tiene un área de 250 m². Con capacidad para 60 pax, cuenta con 15 mesas, para 4 personas c/u., dispone de amplios ventanales de los cuales se puede apreciar el horizonte y las diferentes instalaciones de la hostería. Existe un fácil acceso a la cocina, la misma que está compuesta por un cuarto frío, dentro de la bodega de despensas y los equipos indispensables para su funcionamiento. En la parte exterior tiene un espacio verde para cuatro mesas con parasoles y un hermoso ambiente natural. Se ofrece comida típica de la zona, nacional o platillos de la creación de la casa.

Imagen N° 15 Área de restaurante



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco-Lodge Tío Mario

- **Área recreativa**

Piscina: Tiene un área de 80 m², su forma es rectangular, con una división para uso de niños. Y en la parte profunda de la piscina, que es de uso de adultos. Se encuentra ubicada en la parte norte de la hostería.

Imagen N° 16 Área recreativa



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco-Lodge Tío Mario

Canchas de juegos múltiples: Dos canchas una de fútbol y la otra de vóley. El área total es de 1.000 m².

Imagen N° 17 Canchas Deportivas



Elaborado por: Verónica Abril
Fuente: Eco-Lodge Tío Mario

- **Área de convenciones**

La sala de convenciones tiene un área de 350 m², con una capacidad para 100 personas, cuenta con 25 mesas para 4 personas cada una.

4.4. Valoración de los servicios y recursos turísticos del Eco - Lodge Tío Mario

Para establecer el potencial turístico del Eco-Lodge Tío Mario, se debe analizar el nivel de satisfacción y en especial la aceptación que presenten los diversos servicios, por esta razón se ha tomado como base para el desarrollo de este tópico, la valoración de la escala de Likert. Este sistema de valoración utiliza una escala propuesta para la calificación del grado de satisfacción de un determinado servicio o producto.

Para la valoración del instrumento se determinaron ciertos indicadores que permiten conocer las percepciones de los turistas acerca de la calidad de los servicios ofrecidos por el Eco-Lodge Tío Mario.

Para analizar los respectivos indicadores, se creó un cuestionario para evaluar la satisfacción del cliente frente al servicio percibido, el cual se fundamentó en preguntas cerradas de respuestas de elección múltiple con una estimación en base a la escala de Likert, dicha escala tiene (5) alternativas de solución con un valor que oscila de uno a cinco.

Cuadro N° 57 Escala de Medición

| Escala Cualitativa | Escala Cuantitativa |
|--------------------|---------------------|
| Nada | 1 |
| Poco | 2 |
| No sabe | 3 |
| Totalmente | 4 |
| Mucho | 5 |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Basado en el modelo de la escala de Likert

Dentro de la valoración de la satisfacción de cliente se identifican 5 indicadores a evaluar, estos son:

Gráfico N° 44 Indicadores

INDICADORES



- Señalización
- Atención al cliente
- Precio
- Calidad
- Limpieza

Elaborado por: Verónica Abril

4.4.1. Porcentaje de valoración de los servicios y productos del Eco-Lodge Tío Mario

Para la valoración de cada uno de los indicadores de satisfacción de los servicios que ofrece el Eco-Lodge Tío Mario se ha tomado como referencia los resultados de la encuesta aplicada, y para su evaluación a continuación se realiza un análisis de cada factor.

1. Indicador de señalización

Cuadro N° 58 Valoración del indicador de señalización

| Escala Cualitativa | Frecuencia Respuesta | Frecuencia Absoluta | % Obtenido |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| Nada | 40 | 40 | 2,08 |
| Poco | 307 | 614 | 31,98 |
| No sabe | 291 | 873 | 45,47 |
| Totalmente | 281 | 1.124 | 58,54 |
| Mucho | 618 | 3.090 | 160,94 |
| TOTAL | | 5.741 | 299,01 |
| %Satisfacción | | | 74,75 |

Elaborado por: Verónica Abril

De acuerdo al análisis de valoración del servicio de señalización se determina el 75% de satisfacción del servicio durante el trayecto al eco-Lodge, así como en el interior del lugar, ya que cumple con los requerimientos de los usuarios sobre cómo llegar.

2. Indicador atención al cliente

Cuadro N° 59 Valoración del indicador atención al cliente

| Escala Cualitativa | Frecuencia Respuesta | Frecuencia Absoluta | % Obtenido |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| Nada | 67 | 67 | 3,49 |
| Poco | 1.014 | 2.028 | 105,63 |
| No sabe | 0 | 0 | 0,00 |
| Totalmente | 319 | 1.276 | 66,46 |
| Mucho | 904 | 4.520 | 235,42 |
| TOTAL | | 7.891 | 410,99 |
| %Satisfacción | | | 68,5 |

Elaborado por: Verónica Abril

Como se observa en la tabla el 69% de satisfacción corresponde a la atención del cliente, de acuerdo al análisis de valoración realizado. Lo que denota se encuentra dentro de los parámetros de aceptación sin embargo se debe mejorar has alcanzar un óptima atención en todos los servicios.

3. Indicador Precio

Cuadro N° 60 Valoración del indicador precio

| Escala Cualitativa | Frecuencia Respuesta | Frecuencia Absoluta | % Obtenido |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| Nada | 0 | 0 | 0,00 |
| Poco | 1.148 | 2.296 | 119,58 |
| No sabe | 37 | 111 | 5,78 |
| Totalmente | 718 | 2.872 | 149,58 |
| Mucho | 785 | 3.925 | 204,43 |
| TOTAL | | 9.204 | 479,38 |
| %Satisfacción | | | 68,48 |

Elaborado por: Verónica Abril

Se determina que la satisfacción en cuanto al precio constituye el 68%, lo que indica que los servicios prestados van acorde con la calidad y preferencia que el cliente desea recibir. Sin embargo hay que tomar en cuenta este porcentaje ya que se puede mejorar el servicio e igualmente incrementar el precio de acuerdo al tipo de servicio que se está brindando.

4. Calidad

Cuadro N° 61 Valoración indicador calidad

| Escala Cualitativa | Frecuencia Respuesta | Frecuencia Absoluta | % Obtenido |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| Nada | 69 | 69 | 3,59 |
| Poco | 409 | 818 | 42,60 |
| No sabe | 128 | 384 | 20,00 |
| Totalmente | 763 | 3.052 | 158,96 |
| Mucho | 1.319 | 6.595 | 343,49 |
| TOTAL | | 10.918 | 568,65 |
| %Satisfacción | | | 81,24 |

Elaborado por: Verónica Abril

Respecto al indicador de calidad, hace referencia a todos los servicios que oferta el eco-Lodge, presenta un porcentaje del 81% lo que señala que la calidad en todos los servicios que ofrece el eco-lodge a sus clientes cumple con los requerimientos y satisfacción del mismo.

5. Limpieza

Cuadro N° 62 Valoración indicador limpieza

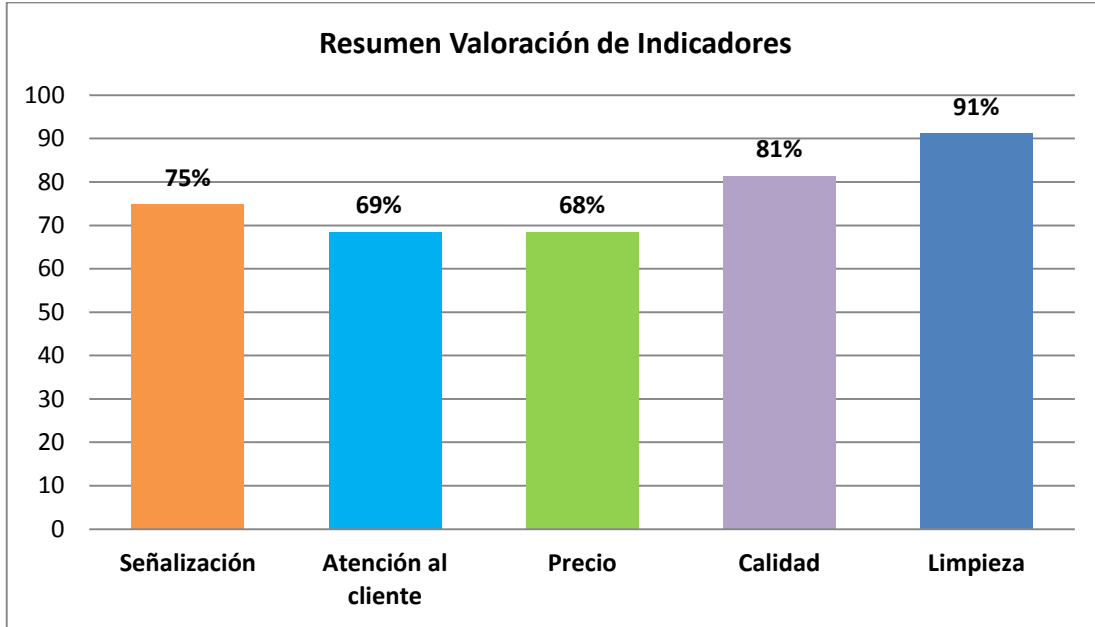
| Escala Cualitativa | Frecuencia Respuesta | Frecuencia Absoluta | % Obtenido |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|
| Nada | 0 | 0 | 0,00 |
| Poco | 65 | 130 | 6,77 |
| No sabe | 119 | 357 | 18,59 |
| Totalmente | 592 | 2.368 | 123,33 |
| Mucho | 1.528 | 7.640 | 397,92 |
| TOTAL | | 10.495 | 546,61 |
| %Satisfacción | | | 91,1 |

Elaborado por: Verónica Abril

Haciendo referencia al indicador de limpieza se determina que existe el 91% de satisfacción por parte de los clientes.

4.4.2. Resumen de valoración de indicadores

Gráfico N° 45 Resumen de valoración de indicadores



Elaborado por: Verónica Abril

Como se observa en la gráfica anterior la satisfacción en cuanto a la calidad de servicios percibidos por los usuarios es positiva según la valoración que se ha dado a cada uno de los indicadores que se evalúan.

4.5. Análisis de la atraktividad

Para realizar el análisis de atraktividad se tomó como referencia los análisis de los factores correspondientes al macroentorno del Eco - Lodge Tío Mario, a continuación se presenta los factores de atraktividad y su ponderación:

Cuadro N° 63 Factores de Atraktividad y su ponderación

| | Mercado | Económico | Político | Natural | Tecnológicos |
|------|---------|-----------|----------|---------|--------------|
| Peso | 46% | 15% | 42% | 18% | 40% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Matriz Evaluación Análisis Externo

La mayor ponderación la obtiene el factor mercado, debido básicamente a que el nivel de estabilidad que presente un país hará más atractivo a los inversionistas extranjeros en invertir en proyectos turísticos, beneficios para el país, se podría decir que es la mayor oportunidad de la atraktividad. El riesgo país y la carga impositiva son relevantes para el inversionista y están contenidos en los factores de economía. En los tiempos actuales los aspectos sociales han llevado incluso a detener proyectos que son atractivos en todos los demás factores.

4.5.1. Factor mercado

El turismo al noroccidente a la provincia de Pichincha esta colmado de, diversidad de colores, no solamente se queda en los bosques, en los pájaros o en sus orquídeas. La gastronomía engalana también el tradicional de esta zona.

La infraestructura turística en el Noroccidente de la provincia, lo cual es una necesidad de todas las poblaciones de esta región, teniendo en cuenta que esta actividad se está convirtiendo en la mayor fuente de trabajo y de ingresos económicos de los habitantes del sector.

Y es que para disfrutar el encanto que la naturaleza que ofrece, se han instalado hosterías, restaurantes o paraderos que ofrecen los más variados servicios y entretenimientos, así como una rica gastronomía nacional e internacional, para satisfacer los más exigentes gustos.

Se puede decir que la gente ha asumido al turismo interno como una opción de vida. Además que se ha sensibilizado a la población y turistas sobre el cuidado de los recursos naturales y se hacen actividades sin descuidar ese aspecto, También se ha conseguido incentivar a los turistas para que consideren el noroccidente como un destino fijo. Lo implica tener turistas todo el año y no solo en feriados, mejorando la económica y desarrollo de esta región.

Cuadro N° 64 Valoración Factor Mercado

| MERCADO | PESO |
|-------------------------------------|-------------|
| | % |
| Capacidad de competir en el mercado | 18% |
| Desarrollo sector turístico | 28% |
| TOTAL | 46% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Matriz Evaluación Análisis Externo

4.5.2. Factor económico

La estabilidad política y económica son factores muy apreciados por los inversionistas. La estabilidad política implica la existencia de pautas de convivencia que no pongan en riesgo el pacto expreso en las normas constitucionales y que supongan la existencia de mecanismos para garantizar los derechos de los inversionistas.

Se considera que el turismo puede generar capital fundamental a nivel nacional, como fuente importante de divisas para el sector de servicio y la balanza de pagos de países en vías de desarrollo. Tal capital puede ser una justificación, para proteger áreas naturales. Además, explican que a nivel local, el costo de entrada para desarrollar operaciones de turismo, es relativamente bajo, si se basa en desarrollos de proyectos progresivos y a menor escala, con un mínimo de inversión.

Económicamente, el turismo podría proveer oportunidades de empleo y salario en zonas rurales, para compensar limitaciones de accesos a recursos en áreas protegidas, y si está bien integrado a la economía local puede expandir y multiplicar los beneficios económicos y minimizar la fuga de dinero.

Cuadro N° 65 Valoración Factor Económico

| ECONÓMICO | PESO |
|---------------------|-------------|
| | % |
| Situación económica | 15% |
| TOTAL | 15% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Matriz Evaluación Análisis Externo

4.5.3. Factor Natural – Ambiental

Los estudios de **impacto ambiental** son un requisito esencial para obtener el financiamiento de los proyectos. Los inversionistas deben por tanto adoptar como parte esencial de su estrategia corporativa un adecuado manejo del riesgo ambiental, que incluya además, una relación armónica con todo el entorno, tanto natural como social y cultural.

En el Ecuador se puede decir que los destinos turísticos son más sensibles y susceptibles a experimentar impactos ambientales negativos incluso con niveles bajos de visitantes.

Los aspectos del ambiente natural y sociocultural que constituyen importantes recursos turísticos, atraen a la gente por su valor estético, recreativo y científico. Sin embargo, muchos de los mismos aspectos son particularmente sensibles a la alteración debido a las actividades humanas. Los impactos negativos que resultan de un desarrollo turístico inadecuadamente planificado, pueden fácilmente perjudicar a los mismos ambientes de los cuales depende el éxito de un proyecto. Esto a su vez puede reducir severamente los beneficios del proyecto. Dicho así, sin una cuidadosa atención al equilibrio entre la cantidad y tipo de actividades turísticas por un lado, y la fragilidad y capacidad de carga de los recursos siendo explotados, los proyectos turísticos pueden ser no sólo ecológicamente dañinos sino también económicamente autodestructivos.

Por el lado positivo, los proyectos de "turismo ecológico" como el proyecto Eco-Lodge Tío Mario pueden combinar la conservación de sitios naturales y culturales con beneficios económicos y recreativos. El éxito, depende de la selección inteligente del sitio, diseños y lineamientos operativos bien fundamentados, que tomen en cuenta la fragilidad y

capacidad de los recursos que conforman la atracción turística. Ya que se considera que el proyecto es enteramente ecológico, ya que está orientado hacia la preservación del medio ambiente, empleando en su infraestructura materiales amigables para el entorno, sin alterar la estética natural del lugar.

Cuadro N° 66 Valoración Factor Natural- Ambiente

| NATURAL | PESO |
|---------------------------------|-------------|
| | % |
| Preservación del medio ambiente | 18% |
| TOTAL | 18% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Matriz Evaluación Análisis Externo

4.5.4. Factor tecnológico

La investigación y desarrollo de nuevas tecnologías es relevante en la industria turística en general, el sostenido aumento en los costos de producción lleva a las compañías a invertir en mejoras a las técnicas de promoción y difusión.

Actualmente el flujo de la Información en la “red”, internet, se ha constituido como un instrumento revolucionario para el futuro del sector turístico, sobre todo en el área de la distribución y venta, así como en todo aquello que le rodea: búsqueda de información, combinación, reserva y compra de productos y servicios turísticos. Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC’s) han contribuido decisivamente al crecimiento masivo del turismo y al crecimiento de valor de la oferta y de la demanda.

La influencia de las nuevas tecnologías de la telecomunicación y de la información en el sector turístico es de una importancia trascendental a día de hoy. Éstas permiten:

- a) La presencia en internet puede no solamente basarse en oportunidades de negocio, sino que factores como la imagen, la publicidad o el ofrecer servicios de valor añadido a sus clientes habituales ya justificarían suficientemente la inclusión en este medio.

- b) Investigar y desarrollar nuevos productos turísticos que satisfagan la demanda de determinados nichos de mercado, alcanzando una ventaja competitiva a través de la especialización y de la diferenciación.
- c) Reducir costes a través de la integración de los sistemas operacionales y la optimización de la eficacia interna de la empresa. Esta reducción de costes se traslada directamente al cliente.
- d) Ahorrar tiempo, tanto a la empresa como al cliente ya que las TIC's permiten a las empresas turísticas compartir información internamente o con sus asociados de forma instantánea, aumentando su eficiencia. También permite posibilitar que los posibles usuarios interactúen recíprocamente con la empresa turística, realizando confirmaciones y compras de forma inmediata.

Como se menciona en párrafos anteriores existes varias ventajas sobre el uso de la tecnología en la comercialización de servicios y o productos turísticos, y para el Eco - Lodge Tío Mario es una alternativa importantes ya que, empleado adecuadas estrategias para promoción y difusión se incentivaría a la población a visitar y conocer el atractivo turístico que ofrece este lugar incluido todo su entorno.

Cuadro N° 67 Valoración Factor Tecnológico

| TECNOLÓGICO | PESO |
|--|-------------|
| | % |
| El uso de la tecnología para el desarrollo turístico | 40% |
| TOTAL | 40% |

Elaborado por: Verónica Abril

Fuente: Matriz Evaluación Análisis Externo

4.6. Evaluación del Impacto social

El proyecto Eco-Lodge Tío Mario ha contribuido positivamente en la población de los cantones aledaños, ya que ha beneficiado a toda la comunidad de forma directa e indirecta.

A continuación se describen los indicadores sociales, los mismos que posteriormente serán evaluados mediante la asignación de una valoración cuantitativa:

Cuadro N° 68 Impacto social

| NIVEL DE IMPACTO INDICADOR | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | TOTAL |
|--|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Mejoramiento del servicio al consumidor | | | | | | | x | 3 |
| Integración del sector empresarial | | | | | | | x | 3 |
| Creación de fuentes de trabajo | | | | | | x | | 2 |
| Proyección en la comunidad | | | | | | x | | 2 |
| Calidad de vida de la población | | | | | | x | | 2 |
| TOTAL | | | | | | 6 | 6 | 12 |
| <p>Nivel de impacto social = $\frac{\sum}{\# \text{ de indicadores}} = \frac{12}{5} = 2,4$</p> <p>Nivel de impacto social = alto positivo</p> | | | | | | | | |

Elaborado por: Verónica Abril

El proyecto Eco - Lodge Tio Mario está dirigido a la población que gusta del turismo recreativo en zonas de entorno natural, vinculados a los deportes y aventura, el mismo que propicia una creciente demanda, por un incremento constante del turismo generando un impacto positivo.

La oferta de un servicio turístico de calidad, implicará un efecto positivo en la comunidad pues se generarán fuentes de empleo para los moradores del sector, ya sea como mano de obra directa en los distintos procesos que implica el servicio turístico.

De igual forma se dará impulso al desarrollo turístico del cantón, lo que proporcionará como consecuencia la utilización de comercios de abastos, comidas típicas, servicios y facilidades que requieren los turistas que visiten el Eco-Lodge Tío Mario.

El flujo de turistas que se genere con la visita al Eco –Lodge Tío Mario, dará lugar a la necesidad de realizar mejoras en la infraestructura de servicios del cantón, esto es, vías de acceso, iluminación pública, servicios de alcantarillado, agua potable, consecuentemente al ejecutar estas obras, se mejorará la calidad de vida de todos los pobladores.

4.7. Conclusiones de la actividad del Eco - Lodge Tío Mario

El eco - Lodge Tío Mario se encuentra en el cantón Puerto Quito, donde los visitantes nacionales y extranjeros pueden disfrutar del ecoturismo comunitario, de aventura o de descanso junto a los ríos y además atractivos que ofrece el sector, incluyendo sus paisajes y de hermosas cascadas.

Por su ubicación geográfica, el Cantón Puerto Quito es un punto de conexión para las Provincias de Santo Domingo de los Tsachilas y Esmeraldas, cuenta con una red vial de primer orden para su acceso y una red vial de segundo orden en buen estado hacia todos los recintos. El cantón es un lugar muy acogedor para el turismo, sus temperaturas promedio oscilan entre los 14 y 20° lo que hace que la mayoría de los visitantes elijan este lugar como un espacio de recreación, y descanso, siendo un cantón que se encuentra aproximadamente a 2 horas de la ciudad de Quito, hace que se desarrolle un turismo de tipo estacional, los visitantes llegan especialmente los fines de semana y feriados.

El cantón Puerto Quito cuenta con buen servicio de infraestructura turística que brinda atención de alimentación y hospedaje. El Municipio de Puerto Quito en el año 2003, firmó el Convenio de Descentralización Turística por medio del cual recibe algunas competencias para realizar proyectos que permita al cantón desenvolverse en la producción Turística, para lo cual se han ido desarrollando programas y proyectos de capacitación para los pobladores en especial para el desarrollo del turismo comunitario.

La gestión turística que se desarrolla en el Cantón Puerto Quito, se ha incrementado ya que ha beneficiado de los pobladores y empresas turísticas para brindar un servicio de calidad y bienestar.

En base a lo anterior y de acuerdo a los resultados de la evaluación de la atractividad del Eco-Lodge Tío Mario, se determina que los servicios y productos que ofrece dicho lugar cumplen con las expectativas de los usuarios, generando interés por visitar el lugar y a su vez recomendar a familiares, amigos y conocidos, a que lo visiten. Cabe mencionar las ventajas que esto implica para el cantón Puerto Quito ya que genera un incremento en la afluencia de turistas como atractivo turístico en general.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- El desarrollo del análisis de la demanda permitió demostrar la existencia de un mercado potencial, frente a la oferta actual, determinando de esta manera aprovechar esta ventaja desde el punto de vista del tamaño del mercado.
- Por medio de la investigación de mercado, se identifican las preferencias de los clientes, y se llega a la conclusión de que los turistas están interesados en realizar turismo en el Eco-Lodge Tío Mario debido a los servicios y productos que ofrece este lugar a sus clientes.
- Mediante el análisis FODA, se llega a la conclusión que el Eco-Lodge Tío Mario posee más fortalezas y oportunidades, las cuales representa un ventaja competitiva siendo de vital importancia enfocarse en las debilidades para contrarrestar el impacto y así desarrollarse como un lugar importante al que los turistas no pueden dejar de visitar y conocer.
- Existe una tendencia creciente de turistas nacionales y especialmente enfocados hacia la provincia de Pichincha, lo que nos obliga a para captar esta demanda hacia el Cantón Puerto Quito y consecuentemente al Eco-Lodge Tío Mario.
- El tamaño de Eco –Lodge Tío Mario está considerado en función de la gran acogida reflejada en el capítulo 2 análisis de la demanda, considerando que la ventaja del proyecto es contar con instalaciones de primera categoría, ubicación estratégica con respecto a la competencia, así como el buen clima de la zona, lo cual brindará tranquilidad y comodidad a sus visitantes.
- La Eco –Lodge Tío Mario cuenta con un área social la cual tiene oficina de recepción, un bar cafetería, un restaurante principal que también será utilizado para convenciones, bodega, una cocina, baños, hall principal, cabañas para hospedaje,

canchas deportivas y áreas recreacionales para niños, todos estos servicios ofrecen la más excelente atención y calidad que los usuarios lo requieren.

- El proyecto Eco - Lodge Tío Mario debido al tipo de producto y servicios que ofrece forma parte del desarrollo turístico de la zona generando desarrollo económico y social al Cantón Puerto Quito.

Recomendaciones

- Se recomienda utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, del excelente servicio, con el propósito de mejorar el posicionamiento en el mercado. Esta estrategia ayudará a publicitar al eco-Lodge.
- Se recomienda la creación de alianzas estratégicas que le permitan promocionarse de manera poco costosa y de la cual podría alcanzar buenos beneficios tanto para el Ecolodge como para la comunidad ya que la llegada de turistas también promueve la generación de desarrollo local.
- Se debe controlar los procesos de organización y administración del Eco - Lodge mediante la aplicación de un modelo de gestión administrativo, ya que así se traduce el direccionamiento estratégico para orientarse hacia los objetivos organizacionales de una manera eficiente y eficaz.
- Se recomienda crear un programa de concienciación y conservación de los atractivos en el visitante ya que esto le puede traer mayor número de turistas que disfrutan de este tipo de lugares.
- Se recomienda implementar un programa para incentivar el turismo del lugar, para fomentarlo y contribuir al desarrollo de la comunidad, el mismo que es importante realizarlo en conjunto, ya sea con el sector público como con el sector privado.

- Se debe implementar actividades enfocadas a la investigación científica para aprovechar el espacio natural y los senderos con los que cuenta la propiedad, así se lograría diversificar más el producto.
- Se debe implementar actividades enfocadas a la educación ambiental para aprovechar el espacio natural y los senderos con los que cuenta la propiedad, así se lograría diversificar más el producto.
- Se debe planificar un cronograma de mantenimiento para senderos y la planta turística en general que permita su funcionalidad en cualquier época del año, tomando en cuenta que la época lluviosa puede afectar mucho en esta zona debido a su ubicación geográfica.

Bibliografía

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2012). *Cantón Puerto Quito*. Recuperado el 29 de junio de 2014, de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/68-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-pichincha/291-canton-puerto-quito>
- Berenguer, R. (5 de agosto de 2014). *Planificación Estratégica: Analisis FODA*. Recuperado el 25 de julio de 2015, de <http://es.slideshare.net/catedrasdrb/analisis-foda-37694153>
- Brenes, L. (2003). *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Universidad Estatal a Distancia.
- Comunicación Social Admin. (22 de abril de 2013). *Puerto Quito*. Recuperado el 29 de junio de 2014, de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/cantones/item/18-puerto-quito.html>
- El Telégrafo. (15 de diciembre de 2013). *25 webs turísticas oficiales más influyentes*. Recuperado el 13 de febrero de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/25-webs-turisticas-oficiales-mas-influyentes.html>
- El Telégrafo. (06 de enero de 2014). *Vistazo al panorama 2014*. Recuperado el 2 de agosto de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/vistazo-al-panorama-de-2014.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Puerto Quito. (2009). *Puerto Quito*. Recuperado el 29 de junio de 2014, de http://www.puertoquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=66
- Gobierno de la Provincia de Pichincha. (2010). *Cantón Puerto Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador: Gobierno de la Provincia de Pichincha.
- Ministerio de Turismo. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "Plandetur 2020"*. Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (3 de abril de 2013). *Turismo y aventura en Puerto Quito*. Recuperado el 1 de julio de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/turismo-y-aventura-en-puerto-quito/>
- Párraga, N. (2013). *Plan de Trabajo Período 2014 al 2019*. Puerto Quito.

Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. (31 de marzo de 2012). *Informe Económico y Comercial*. Recuperado el 3 de agosto de 2014, de http://www.iberglobal.com/files/ecuador_iec.pdf

Universidad de El Salvador - Escuela de Administración . (2013). *Flujo de caja*. Recuperado el 12 de julio de 2015, de <http://es.slideshare.net/SalvadorPalma/todo-sobre-el-flujo-de-caja>

Anexos

Encuesta

Favor marque con una X la respuesta de su elección:

Sexo: Femenino Masculino Edad: _____

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

2. ¿Por qué medio se enteró del Eco-lodge Tío Mario?

Periódicos

Internet

Tv o Radio

Recomendaciones

Agencia de Viajes

3. ¿Es la primera vez que visita el Eco- lodge Tío Mario?

SI

4. Qué tan satisfecho está con los siguientes aspectos del servicio del Eco Lodge Tio Mario?

| | Nada | Poco | Mucho | Totalmente | No sabe |
|---|------|------|-------|------------|---------|
| Señalización en Trayecto ingreso al Eco-lodge | | | | | |
| Señalización en Senderos | 1 | | | | |
| Señalización en Área de recreación | 2 | | | | |
| Señalización en servicios higiénicos | 3 | | | | |
| Atención al cliente en Recepción | 4 | | | | |
| Atención al cliente en Camareros | 5 | | | | |
| Atención al cliente en Botones | 6 | | | | |
| Atención al cliente en Meseros | 7 | | | | |
| Atención al cliente en Barman | 8 | | | | |
| Atención al cliente en Seguridad | 9 | | | | |
| Precio del Hospedaje | 10 | | | | |
| Precio de la Alimentación | 11 | | | | |
| Precio por el uso de Senderos | 12 | | | | |
| Precio de la Sala de convenciones | 13 | | | | |
| Precio de la Recreación deportiva | 14 | | | | |
| Precio de Bebidas y snacks | 15 | | | | |
| Precio de acceder al Área BBQ | 16 | | | | |
| Calidad del Hospedaje | 17 | | | | |
| Calidad de la Alimentación | 18 | | | | |
| Calidad de los Senderos | 19 | | | | |
| Calidad de la Sala de convenciones | 20 | | | | |
| Calidad de la Recreación deportiva | 21 | | | | |
| Calidad de las Bebidas y snacks | 22 | | | | |
| Calidad del Área BBQ | 23 | | | | |

| | | | | | |
|-------------------------------------|----|--|--|--|--|
| Limpieza del Hospedaje | 24 | | | | |
| Limpieza en zona de Alimentación | 25 | | | | |
| Limpieza de los Senderos | 26 | | | | |
| Limpieza de la Sala de convenciones | 27 | | | | |
| Limpieza de la Recreación deportiva | 28 | | | | |
| Limpieza del Área BBQ | 29 | | | | |

5. ¿De cuántos días promedio es su visita a este atractivo turístico?

6. ¿Cuál es su gasto promedio de consumo por persona?

20 - 30 usd

31 - 40 usd

41 a 50 usd

51 - 60 usd

60 en adelante

7. ¿Según su experiencia vivida, volvería a visitar este lugar?

Si

8. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten este lugar?

Si