



UNIVERSIDAD

TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA
HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE
CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Ingeniería en Ecoturismo

Autora:

Toaquiza Toaquiza Betty Fernanda

Tutora:

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. M.Sc.

Latacunga - Ecuador

AGOSTO 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo, **TOAQUIZA TOAQUIZA BETTY FERNANDA** declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: “**PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, siendo **Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. Msc.**, tutor (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....
Toaquiza Toaquiza Betty Fernanda

050318233-9

.....
Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. M.Sc.

172222086-8

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **TOAQUIZA TOAQUIZA BETTY FERNANDA**, identificada/o con C.C. N°. **050318233-9**, de estado civil **SOLTERA** y con domicilio en **TANICUCHI- BARRIO SANTA ANA CENTRO**, a quien en lo sucesivo se denominará **LA/EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Ing. MBA. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez Barrio El Ejido Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.- LA/EL CEDENTE es una persona natural estudiante de la carrera de la carrera **INGENIERIA EN ECOTURISMO**, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

Historial académico.- **Marzo 2012 – Agosto 2017.**

Aprobación HCA.- **09 de Noviembre del 2016.**

Tutora.- **Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza. M.Sc.**

Tema: **“PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

CLÁUSULA SEGUNDA.- LA CESIONARIA es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA.- Por el presente contrato, **LA/EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA.- OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA/EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

f) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA.- El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA/EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA.- El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA.- CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.- Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA/EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA.- LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS.- **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA/EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA.- El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en las cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA.- En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA.- Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, Agosto 2017.

Betty Fernanda Toaquiza Toaquiza
050318233-9
EL CEDENTE

Ing. MBA. Cristian Tinajero Jiménez
EL CESIONARIO

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, de **TOAQUIZA TOAQUIZA BETTY FERNANDA**, de la Carrera de **Ingeniería en Ecoturismo**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Julio 2017

El Tutor

.....

Ing. Alejandra Daniela Rodas Vinueza M.Sc.

CI. 172222086-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, el o los postulantes: **TOAQUIZA TOAQUIZA BETTY FERNANDA** con el título de Proyecto de Investigación: **”PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Julio 2017

Para constancia firman:

Lector 1 (Presidente)
Ing. Wilson Marcelo Fonseca Torres .M.Sc.
CC: 180302244-9

Lector 2
Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta. M.Sc.
CC: 060263698-7

Lector 3
Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema. M.Sc.
CC: 1712930328

AGRADECIMIENTO

AL iniciar una trayectoria por la vida siempre se encuentra con seres especiales que nos brindan su apoyo incondicional y en mi camino han surgido muchos seres maravillosos que han iluminado mi vida.

A DIOS.

Por haberme dado la vida, la sabiduría y la fuerza para culminar una meta en mi vida.

A MI MADRE.

Por todo el apoyo y la confianza que siempre deposito en mí, desde el inicio hasta el fin de mi carrera; y la comprensión que me ha dado.

A MI TUTORA.

Ingeniera Alejandra Rodas, un reconocimiento especial por su tiempo, dedicación y orientación en el desarrollo de mi trabajo, y por haberme trasladado los conocimientos necesarios para la realización y conquista de este triunfo.

A MIS HERMANAS Y FAMILIARES, por su cariño y apoyo moral que me brindaron durante todo este trayecto de mi vida, para la culminación de este objetivo.

Por último agradezco a todo el cuerpo de docentes de la carrera de Ingeniería en Ecoturismo de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**, por sus enseñanzas y contribución con la formación profesional y personal.

Betty Fernanda Toaquiza Toaquiza

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado que es la síntesis de todo el esfuerzo y dedicación de un largo camino de lucha lo dedico con toda sinceridad.

A Dios, que me permitió la luz, me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para alcanzar esta meta.

A mis padres, Rodrigo Toaquiza y Martha Toaquiza a mi madre por su amor, comprensión paciencia y apoyo incondicional, además por todos los esfuerzos y sacrificios que realizo ella que ante los obstáculos que aparecieron siempre estuvo allí para ayudarme y aconsejarme, enseñarme la moraleja y guiarme para aprender de mis errores lo que ha incidido en la persona que me he convertido, a mi padre que desde el cielo me está dando sus bendiciones día a día.

A mis hermanas, por sus ánimos, su lealtad y serenidad que me alientan la vida.

A las personas que estuvieron cerca de mí, por sus sueños y su adorable compañía en mi afán por alcanzar mi meta.

Betty Fernanda Toaquiza Toaquiza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO:” “PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**Autor/es: Toaquiza Toaquiza Betty Fernanda
Tutora: Ing. Alejandra Daniela Rodas Vinuesa. Msc.**

RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto se basa en la necesidad de aprovechar los recursos turísticos existentes en la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” mejorando el posicionamiento de la misma, además incrementar la afluencia turística a través de la promoción de sus servicios, mejora de la imagen comercial y el planteamiento de objetivos estratégicos que aporten al crecimiento de sus ventas, posicionando de esta manera a la empresa en el mercado turístico a nivel provincial.

Se realizó un diagnóstico situacional a través del desarrollo de las matrices PESTEC, MEI-EMP, FODA, MEFI, MEFE, las cuales permitió conocer los factores internos y factores externos que influyen en el desempeño de la empresa. Cada uno de los factores han sido valorados de acuerdo a las condiciones que actualmente está atravesando la Hostería. De esta manera se estableció la MATRIZ de ESTRATEGIAS que promuevan la mejora en los servicios, adaptación de infraestructura, utilización de los espacios verdes, además con el desarrollo de la cadena de matrices se obtuvo estrategias claras y concretas para el mejoramiento de la empresa. Como resultado final se plantearon objetivos estratégicos mediante el cuadro de mando integral, el mismo que se pondrá en práctica y tendrá una duración a corto plazo (6 meses), para el cumplimiento de cada uno de las metas propuestas dando un seguimiento progresivo en la ejecución de los objetivos estratégicos en las diferentes perspectivas presentadas, que incluyen: perspectiva financiera, perspectiva de cliente, perspectiva interna y perspectiva de aprendizaje cada una de ellas conlleva a cumplir actividades diferentes por cada una de las estrategias establecidas, las mismas que al cumplirlas dará como resultado mejor publicidad y promoción de la Hostería, alianzas estratégicas con otras empresas y mejor organización interna entre todos los empleados y directivos que conforman la hostería.

Sabiendo que el posicionamiento de la Hostería es entregar servicios y productos cada vez más diferenciados para satisfacer múltiples deseos y exigencias de los consumidores ya que cada cliente es un mundo diferente.

PALABRAS CLAVES: Empresa, Mercado Turístico, Sostenibilidad, Estrategias, Posicionamiento.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

THEME: “STRATEGIC PROPOSAL FOR THE POSITIONING OF SAN CLAMENTE SMALL HOTEL LOCATED AT SAN LUIS DE CARANQUI PARISH, IBARRA CANTON, IMBABURA PROVINCE”

Author: Fernanda Toaquiza

ABSTRACT

This project is based on the need to take advantage of the existing touristic resources at the small hotel “SAN CLEMENTE” to improve its positioning and have an increase in the touristic activity through the promotion of its services, commercial image improvement, and the planning of strategic objectives which support the increase in sales so as to make the company become more touristic at province level. A situational diagnosis was conducted through the development of PESTEC, MEI, EMP, FODA, MEFI, MEFE, which allowed to recognize both internal and external factors that have influence on the performance of the company. Each factor has been estimated in accordance with conditions that the small hotel is getting through at the present time. In such way, the strategic forms that promote the improvement in services, infrastructure adaption, use of green spaces were established. Besides, there was a bunch of clear and concrete strategies for the improvement of the company thanks to the development of the chain of forms. As a final result, strategic objectives were set through the integral master chart which will be launched in a short-term activity that will last 6 months for the accomplishment of stated goals. Progressive monitoring will be given in the execution of every goal along with different perspectives which consist of financial, client, internal and learning terms. Each of them will lead to completion of different activities which in turn will result in better advertising, promotion of the small hotel, and strategic alliance with other companies as well as better internal organization between employees who are part of the small hotels. This will be done bearing in mind the fact that the position of the small hotel is that of offering goods and services that are different each time to satisfy the wills and demands of consumers as each client is a different world.

Key words: company, touristic market, sustainability, positioning, strategies.

INDICE

1.	INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2.	RESUMEN DEL PROYECTO	2
3.	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
4.	BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
5.	EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
6.	OBJETIVOS:.....	5
	Objetivo general:.....	5
	Objetivos específicos:	5
7.	ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	6
8.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	8
9.	METODOLOGÍAS.....	18
	ENTREVISTA	18
	MATRIZ PESTEC.....	19
	MATRIZ MEI-EMP	19
	MATRIZ FODA	20
	Matriz MEFI.....	21
	Matriz MEFE.....	21
	TRABAJO DE CAMPO	22
	CUADRO DE MANDO INTEGRAL.-	22
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:.....	23
	DIAGNÓSTICO GENERAL	23
	Reseña histórica de la parroquia.....	23
	FASE ADMINISTRATIVA DE LA HOSTERIA	29
	Misión.....	30
	Visión	30
	Principios.....	30
	Políticas	32
	Tipos de pago.....	32
	Información importante.....	32
	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	33
	MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA (PESTEC).....	33
	MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA (MEI- EMP).....	34
	MATRIZ FODA	34
	VALORACION DE LA MATRIZ MEFI.....	35

VALORACION DE LA MATRIZ MEFE.....	35
MATRIZ ESTRATÉGICA	35
Tabla 2: Matriz estratégico FODA	36
CUADRO DE MANDO INTEGRAL	40
Tabla 3: Cuadro de Mando Integral	41
Tabla 4: Carta Gantt	45
11. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):	48
Tabla 5: Impacto Ambiental, Económico, Social.....	48
12. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO:	49
Tabla 6: Presupuesto	49
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES	50
14. BIBLIOGRAFÍA.....	51
15. ANEXOS.....	1
ANEXO 1: AVAL DETRADUCCION DEL RESUMEN AL IDIOMA INGLES.....	1
ANEXO 2: EQUIPO DE TRABAJO	1
ANEXO 3: ENTREVISTA	8
ANEXO 4: MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA (PESTEC)	10
ANEXO 5: MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA (MEI- EMP).....	13
ANEXO 6: MATRIZ FODA.....	16
ANEXO 8: VALORACION DE LA MATRIZ MEFE	20

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Propuesta estratégica para el posicionamiento de la Quinta Hostería San Clemente, ubicada en la parroquia San Luis de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Fecha de inicio: Abril 2017

Fecha de finalización: Agosto 2017

Lugar de ejecución: Parroquia San Luis de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Facultad que auspicia: Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia: Ingeniería en Ecoturismo

Proyecto de investigación vinculado: Ninguna

Equipo de Trabajo (Anexo 2):

Coordinador del Proyecto

Nombre: Ing.: Daniela Alejandra Rodas Vinuesa. M.Sc.

Teléfonos: 0998019555

Correo electrónico: daniela.rodas@utc.edu.ec

Estudiante: Betty Fernanda Toaquiza Toaquiza

Lectores:

Lector 1: Ing. Marcelo Fonseca.

Lector 2: Ing. Milton Sampedro.

Lector 3: Ing. Freddy Álvarez.

Área de Conocimiento: Servicios.

Línea de investigación: 11. Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

Sub líneas de investigación de la Carrera: Gestión del Turismo Sostenible.

2. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto se basa en la necesidad de aprovechar los recursos turísticos existentes en la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” mejorando el posicionamiento de la misma, además incrementar la afluencia turística a través de la promoción de sus servicios, mejora de la imagen comercial y el planteamiento de objetivos estratégicos que aporten al crecimiento de sus ventas, posicionando de esta manera a la empresa en el mercado turístico a nivel provincial.

Se realizó un diagnóstico situacional a través del desarrollo de las matrices PESTEC, MEI-EMP, FODA, MEFI, MEFE, las cuales permitió conocer los factores internos y factores externos que influyen en el desempeño de la empresa. Cada uno de los factores han sido valorados de acuerdo a las condiciones que actualmente está atravesando la Hostería. De esta manera se estableció la MATRIZ de ESTRATEGIAS que promuevan la mejora en los servicios, adaptación de infraestructura, utilización de los espacios verdes, además con el desarrollo de la cadena de matrices se obtuvo estrategias claras y concretas para el mejoramiento de la empresa. Como resultado final se plantearon objetivos estratégicos mediante el cuadro de mando integral, el mismo que se pondrá en práctica y tendrá una duración a corto plazo (6 meses), para el cumplimiento de cada uno de las metas propuestas dando un seguimiento progresivo en la ejecución de los objetivos estratégicos en las diferentes perspectivas presentadas, que incluyen: perspectiva financiera, perspectiva de cliente, perspectiva interna y perspectiva de aprendizaje cada una de ellas conlleva a cumplir actividades diferentes por cada una de las estrategias establecidas, las mismas que al cumplirlas dará como resultado mejor publicidad y promoción de la Hostería, alianzas estratégicas con otras empresas y mejor organización interna entre todos los empleados y directivos que conforman la hostería.

Sabiendo que el posicionamiento de la Hostería es entregar servicios y productos cada vez más diferenciados para satisfacer múltiples deseos y exigencias de los consumidores ya que cada cliente es un mundo diferente.

PALABRAS CLAVES: Empresa, Mercado Turístico, Sostenibilidad, Estrategias, Posicionamiento.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación tiene como finalidad ofrecer información fiable y actualizada de la parroquia San Luis de Caranqui y de la hostería como caso de estudio, implementar los objetivos estratégicos para el posicionamiento de la empresa, el desarrollo responsable de las actividades productivas tradicionales y generar beneficios económicos para la hostería y pobladores locales. Para esto se desarrollara una propuesta estratégica para la competitividad de la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”.

La propuesta será una herramienta valiosa para los administradores de la Quinta Hostería, se enmarcará en los objetivos y estrategias con los que cuenta la empresa para lograr su desarrollo integral.

La Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, es un proyecto de iniciativa privada, de carácter integral. Cuenta con 12 habitaciones totalmente equipadas, con capacidad para 36 personas, brinda servicio de alimentación, restaurante, área recreativa, eventos (catering), piscina, turco, sauna. Ofrece servicio de garaje guardianía privada las 24 horas (HOSTERIA QUINTA, 2016).

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

BENEFICIARIOS DIRECTOS: Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” y los clientes de la hostería, según la auditoria anual el número de clientes que visitan la hostería son 1000 entre nacionales e internacionales.

BENEFICIARIOS INDIRECTOS: En este punto los beneficiados serían todos los pobladores de la parroquia San Luis de Caranqui número de 421.930 habitantes entre hombre y mujeres.

- Al sur comunidad San Clemente
- Al norte barrio San Luis
- Al este barrio San Pedro
- Al oeste comunidad San Cristóbal.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La empresa turística en los últimos años tiene un gran desarrollo a nivel mundial, ya que en el entorno existe una limitada difusión para el posicionamiento de las empresas turísticas. A su vez esto genera empleo en las áreas donde se desarrolla el turismo; sin embargo el problema más grande existente en el turismo es que se ha concebido como una actividad de masas que en los últimos años está cambiando debido a una perspectiva más amigable con el medio ambiente.

La comercialización turística se ha incrementado de tal manera que en la actualidad existe una gran variedad de competencia entre las diferentes empresas que ofertan servicios turísticos. El turismo en nuestro país se ha disminuido debido a un rango competitivo de la empresa es por ello que he planteado estrategias propongo desarrollar una propuesta estratégica para el crecimiento turístico de la Hostería, y por ende de la comunidad del sector donde ésta se encuentra ubicada, ya que la unión entre comercios locales hará que se puedan ofrecer nuevas experiencias a los clientes. Se ha desarrollado el presente proyecto con la finalidad de ofrecer algo diferente a los turistas que visitan la Provincia de Imbabura.

La problemática existente en la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, es la falta de organización interna de la empresa y la competencia que existe dentro del mercado, es por ello que se realizó el planteamiento de los objetivos estratégicos para el posicionamiento de la empresa de esta manera desarrollar ideas innovadoras en las que se forma una empresa estructurada y con enfoque, la misma que ofrece un ambiente de paz, tranquilidad y servicios de calidad con precios accesibles, de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes nacionales e internacionales.

6. OBJETIVOS:

Objetivo general:

- ❖ Desarrollar una propuesta estratégica, mediante el cuadro de mando integral, con la finalidad de posesionar a la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, ubicada en la parroquia San Luis de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura”.

Objetivos específicos:

- ❖ Realizar un diagnóstico situacional de la empresa de servicios turísticos Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” mediante la matriz FODA.
- ❖ Desarrollar la matriz de estrategias en los ámbitos turística, administrativa, cultural y ambiental.
- ❖ Plantear las estrategias mediante el cuadro de mando integral para la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” que promuevan el desarrollo turístico de la misma.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 1: Actividades

OBJETIVOS	ACTIVIDAD	RESULTADOS DE LAS ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar un diagnóstico situacional de la empresa de servicios turísticos Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” mediante la matriz FODA. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollar una Matriz PESTEC. ❖ MEI- EMP. ❖ MATRIZ FODA. ❖ Investigación bibliográfica ❖ Entrevista al Administrador de la empresa. ❖ Salida de campo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diagnóstico Situacional Pobladores de la comunidad entrevistados. Administrador y empleados de la Quinta. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Número de oportunidades y amenazas. ❖ Número de fortalezas y debilidades de la empresa. ❖ Factor promedio de la empresa.

Continuación Tabla 1: Actividades

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollar la matriz de estrategias en los ámbitos turística, administrativa, cultural y ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollo de la MATRIZ ESTRATÉGICA. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Las Estrategias en el ámbito turística, administrativo, cultural y ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Número de estrategias para la aplicación en la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Plantear los objetivos estratégicos mediante el Cuadro de Mando Integral para la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” que promuevan el desarrollo turístico de la misma. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollo del Cuadro de Mando Integral. ❖ Elaboración de la carta Gantt. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Causa y efectos de cada una de las estrategias planteadas. ❖ Metas a conseguir a Diciembre del 2017. ❖ Iniciativas Variables de acción ❖ CARTA GANTT. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Actividades para el cumplimiento de las estrategias. ❖ Metas a cumplir. ❖ Número de variables de acción.

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Fernanda Toaquiza.

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

El presente proyecto de investigación se lo está realizando en base a la planificación del turismo sostenible, con el objetivo de tener una idea clara de lo que es la planificación y gestión del turismo sostenible y cuál es su labor a desarrollar dentro del proyecto planteado.

Por lo tanto según las leyes y reglamentos que rige la República del Ecuador, se ha visto la necesidad de estudiar cada uno de los artículos que compete al tema de proyecto de investigación.

La constitución de la república del Ecuador (2008), según el Art. 316, Capítulo quinto - Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas establece que se podrá delegar la participación en los sectores estratégicos y servicios públicos a empresas mixtas pero con la finalidad de que debe existir el cumplimiento de los plazos y límites fijados en la ley para cada sector estratégico.

Así como también el Art.320 Capítulo sexto-trabajo y producción - Sección primera formas de organización de la producción y su gestión establece que en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. Para la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Por otra parte el Art.368 Sección Tercera-Seguridad Social establece que el sistema de seguridad social que permite funcionar con base en criterios de sostenibilidad, eficiencia, celeridad y transparencia. El Estado normará, regulará y controlará las actividades relacionadas con la seguridad social para mantener una seguridad estable en la empresa.

Tomando en cuenta el Art. 405 Sección Tercera-Patrimonio natural y ecosistema menciona que el sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas donde el Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión (CONSTITUCION, 2008).

El presente análisis conjunto con la Constitución permite obtener información a los requerimientos que es necesario para el desarrollo del turismo sostenible dentro de la empresa. Que permite establecer los objetivos estratégicos amparado en la ley de turismo de servicios.

Mientras que el Art. 8 del capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen nos manifiesta que las actividades turísticas para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes para cada año.

Además el Art. 9 presenta el Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (LEY DE TURISMO, 2002).

De acuerdo con la Ley de Gestión Ambiental, según el Art.16, se debe desarrollar un Plan Nacional de Ordenamiento Territorial es de aplicación obligatoria y contendrá la zonificación económica, social y ecológica del lugar sobre la base de la capacidad para el uso de los espacios necesarios para el posicionamiento de la empresa. Las necesidades de protección del ambiente para conservar un ambiente tranquilo y natural para los turistas (LEY DE GESTION AMBIENTAL, 2004).

Según el Plan Nacional del Buen Vivir (2013), establece que en el Ecuador ha rescatado la planificación para no duplicar esfuerzos y evitar el desperdicio de recursos turísticos, ya que las principales herramientas del proceso político ecuatoriano ha sido la planificación. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad territorial y global. Profundizar la especialización de las empresas públicas y mejorar la competitividad, la sostenibilidad, la eficiencia y la rentabilidad.

La principal labor del Plan Nacional del Buen Vivir es conservar y no desperdiciar los recursos turísticos ya que es uno de los materiales principales para la planificación y sostenibilidad en el ámbito turístico.

Mientras el objetivo 7 define “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”.

Por tanto este objetivo nos permite definir la sostenibilidad ambiental territorial y global para los beneficiarios directos e indirectos, también promueve la garantía de los derechos que se debe mantener dentro de la naturaleza ya que esto nos permitirá seguir conservando todos los valores turísticos.

Fortalecer los procesos de planificación de los territorios rurales en el ordenamiento territorial, privilegiando la inclusión socioeconómica de la población rural y campesina, la sostenibilidad ambiental, la seguridad y la soberanía alimentaria, mediante la diversificación productiva y la generación de valor agregado.

Promover nuevos modelos urbanísticos y de asentamientos humanos ecológicos, con principios de sostenibilidad y sustentabilidad, como modelos de urbanización planificada y ordenada y garantes de calidad de vida (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2013).

El sistema financiero público no solo debe buscar sostenibilidad financiera, sino ser un agente de política pública. La finalidad es consolidar el “conglomerado de instituciones financieras públicas” y vincularlo a la planificación nacional con estrategias de financiamiento integral de tipo “project finance”.

Para ello se requiere generar formas de captación recurrente de recursos y una métrica confiable que cuantifique el impacto social y la eficiencia de las políticas de financiamiento.

Fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados (PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR, 2013).

La sostenibilidad a lo largo de los últimos años, así como de las enormes expectativas puestas en el turismo como factor de desarrollo regional y local, que obligan a plantear con rigor los fundamentos de una planificación y gestión acorde con los recursos naturales y culturales, como garantía de futuro del sector y de su competitividad en el escenario internacional (FEDER, 2001).

El turismo sostenible se basa en el tiempo que contribuye a generar ingresos para la empresa y por ende forja empleo para los pobladores de la localidad, de esta manera están respondiendo a las necesidades de los turistas y a la vez mejoran las oportunidades futuras de ambas partes.

La sostenibilidad en el turismo se ha venido desarrollando ya sea a nivel nacional y local en nuestro país, con la finalidad de obtener beneficios justos entre los residentes y los turistas que visitan el lugar de tal manera que exista actividades equitativas para las dos partes. Tomando en cuenta que también la comunidad obtendrá una economía sustentable para los pobladores del sector que brinden sus servicios, así como también mejorando la calidad de vida de los pobladores de dicha comunidad mediante la viabilidad de la empresa. Sabiendo que una estrategia de desarrollo se debe planificar y gestionar para su avance beneficiario en la economía sustentable, para que de esta manera exista un acuerdo mutuo entre los beneficiarios y los visitantes. Es por ello que debe existir un número considerable de visitantes al lugar para obtener un rendimiento económico más sustentable.

Con la visita continua de los turistas nacionales e internacionales tendremos la oportunidad de que la empresa vaya siendo más reconocida a nivel mundial, con el mismo afán de llevar a la comunidad local a una mejora en su estilo de vida.

Según (Capece, 1997) nos dice: "El turismo sostenible es la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación". Si bien cierto el turismo sostenible juega un rol muy importante en el desarrollo de esta actividad ya que ayuda a mantener los patrimonios ya sean en los ámbitos medio natural, cultural estos dos medios permite mantener una relación mutua y concordante entre la comunidad y los visitantes.

Según la (OMT, 1978) se define: "El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

El turismo permite a satisfacer las necesidades de los turistas, por lo tanto exigen mayores estándares de calidad en los servicios que reciben los visitantes de tal manera que esto da como resultado una mayor competitividad entre los ofertantes.

Tomando en cuenta que también para un desarrollo viable se debe llevar a cabo unas directrices donde interviene el desarrollo y la gestión del Turismo Sostenible para de esta manera elaborar un modelo de consumo y a qué tipo de turismo pertenece dicho proyecto.

El Turismo Sostenible tiene como objetivo para el proyecto de investigación establecer estrategias para el posicionamiento de la empresa, asegurando un equilibrio adecuado tanto en los beneficios como en los costos, de esta manera también generará empleo local de manera directa en el sentido de los servicios turísticos.

Por tanto ayuda al mejoramiento a los pobladores de la comunidad donde se encuentra localizada la empresa, como también al personal que conforma dicha empresa ya que se estará brindando los servicios a personas de diferentes procedencias.

El turismo sostenible se divide en cuatro pilares de sostenibilidad que son: Sostenibilidad ambiental, Sostenibilidad social, Sostenibilidad cultural y Sostenibilidad económica, pero en este caso para el desarrollo del proyecto en la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, se ha tomado como referencia a tres niveles de sostenibilidad; sostenibilidad económica, sostenibilidad social y sostenibilidad medioambiental, se utilizará estos niveles de sostenibilidad porque están vinculados para un mejor desarrollo de la empresa ya que nos garantizan el nivel de ganancias económicas que obtendremos y la capacidad que tiene la comunidad para absorber y mantener el turismo para que de tal forma esta sea viable y competitiva en el sector.

El posicionamiento económico permite valorar las percepciones de la población local y los turistas sobre aspectos relacionados con la sostenibilidad económica y sociocultural de los destinos, la encuesta considera 5 impactos negativos (inflación, distribución no equitativa de la renta, cambios culturales, de estilo de vida, calidad de vida) y 8 impactos positivos para la población local (empleo, inversión, mejora en las infraestructuras, mayor nivel de vida, mayores medios culturales, recuperación de monumentos y artesanía local, satisfactorio intercambio cultural). A su vez, la encuesta a los turistas ha valorado 5 aspectos (equipamientos y servicios públicos, señalética turística, conservación de los monumentos y ambiente sociocultural) (Giménez & Garcia, 2004).

También tomando en cuenta los diferentes aspectos de sostenibilidad se debe trabajar conjuntamente con los diferentes aspectos de sostenibilidad económica en las diferentes áreas de la empresa, tomando en cuenta las ofertas y los servicios turísticos que la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” ofrece a los visitantes.

En primer lugar el posicionamiento es el desarrollo de una mezcla de servicios y marketing para ocupar un lugar específico en las mentes de los consumidores dentro de determinados mercados es por ello que se establece estrategias para el posicionamiento de una empresa en base a sus atributos específicos frente a los servicios de diferente nivel o clase tomando en cuenta también que mediante la aplicación de las estrategias se obtendrá grandes ventajas de posicionamiento para la empresa.

En el proceso de desarrollo de estrategias de marketing se destaca el posicionamiento como una respuesta y un instrumento de apoyo en los procesos de decisión comercial, basados en la segmentación del mercado, la identificación de público – meta, la selección de público – meta y la definición de una posición deseada por medio de la diferenciación en la oferta (Silvera & González, 2009).

Para ello también se debe tomar en cuenta las actividades y cada una de sus metodologías que se va desarrollar para la aplicación de las estrategias de posicionamiento de la **“QUINTA HOSTERÍA SAN CLEMENTE UBICADA EN LA PARROQUIA SAN LUIS DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, con la aplicación de cada una de las actividades podremos establecer estrategias para el posicionamiento de la misma.

Estrategias de cobertura de los segmentos del mercado, una vez que los segmentos ya han sido identificados y evaluados, se establecen las estrategias de marketing, en función del número de segmentos en los que la organización se va a centrar.

Las estrategias son los caminos de acción de los servicios que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos; cuando se elabora un plan de marketing, están deberán quedar bien definidas de cara a posicionarse ventajosamente en el mercado y frente a la competencia.

Así mismo toda estrategia debe ser formulada lo realice en base al análisis de puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas que existen en el mercado, así como de los factores internos y externos que intervienen y siempre de acuerdo con las directrices corporativas de la empresa (ORTIZ, GARCIA, & MARLENE, 2012).

Son disposiciones generalizadas de las acciones a tomar para cumplir los objetivos generales, si no hay objetivos claros y bien definidos seguramente no existirá una estrategia apropiada para alcanzarlos, además, las estrategias que se planteen deben contemplar la utilización de los recursos necesarios para desarrollar las actividades que desembocarán en los resultados y deben tener en cuenta cómo se conseguirán dichos recursos y cómo serán aplicados para aumentar las probabilidades de éxito.

La aplicación de cada una de las actividades planteadas nos permitirá obtener estrategias necesarias para el desarrollo de un posicionamiento de calidad para la empresa dentro del mercado turístico, ya que las estrategias es la base fundamental para la aplicación de los objetivos que se plantea en dicho proyecto.

Para el desarrollo de las estrategias se debe tomar en cuenta datos importantes y reales del lugar, puesto que dichos datos nos ayudarán a conocer en qué situación económica, social, y ambiental se encuentra la empresa para desde ese punto de vista partir con el trabajo que se requiere.

Con investigaciones realizadas de diferentes fuentes de información hemos estudiado diferentes tipos de estrategias pero para este proyecto se le aplicara la estrategia de publicidad y promoción, mejoramiento en infraestructura con estos tres tipos de estrategias podremos tener un balance claro de lo que necesita la empresa para un posicionamiento de alto realce tomando en cuenta que los servicios turísticos que ofrece la empresa deben encontrarse en buen estado. Por lo tanto hemos planteado tres objetivos de los cuales se realizar actividades por cada uno de ellos, actividades como:

Diagnostico Situacional.-Es una descripción y un análisis que se da sobre la situación actual de una determinada organización esto permite que se puede generar conocimiento que a las vez sirve para tomar alguna decisión en respecto a la necesidad que presente cierto lugar, también se investiga la magnitud de los problemas que se han podido detectar seguidamente este

diagnóstico tiene como propósito identificar las posibles oportunidades de mejorar las necesidades de fortalecimiento para el sector y buscar así el desarrollo y solución de las diversas problemáticas (CHAPARRO.E., 2009).

Entrevista.- Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas, en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En tal caso los roles de entrevistador / entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación.

La entrevista no se considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, que lleva implícitos unos objetivos englobados en una investigación.

Tipos de entrevista.

La entrevista se puede clasificar de muchas maneras dependiendo del ámbito en el que la uses. Entrevista Clínica que tiene fines terapéuticos y es utilizada en las ciencias de la salud y del comportamiento. Tiene finalidad privada ya que se intenta atender a la individualidad del paciente. La estructura de este tipo de entrevistas es semi - estructurada.

Entrevista Periodística que tiene finalidad de proporcionar información concreta referida generalmente a temas de la actualidad social del momento. No siempre se pueden llenar de investigación porque la mayoría de las veces son entrevistas descontextualizadas de un marco definido de una investigación. Este tipo de entrevistas son de las que se consideran no estructuradas.

Entrevista de trabajo que tiene finalidad de proporcionar información concreta sobre una persona que va a acceder a un puesto de trabajo. Este tipo de entrevistas se suelen considerar entrevistas no estructuradas (González, y otros).

Matriz PESTEC.- Es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y directo de un negocio. Es una herramienta de mediciones de negocios, PESTEC está compuesto por las iniciales de Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicas, Ecológica- Ambiental y Competencia utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.

El PEST funciona como un marco para analizar una situación, mediante el análisis del DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea.

El análisis PESTEC utiliza cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. Estas cuatro dimensiones son una extensión de la tradicional tabla de Ventajas y Desventajas. La plantilla de PESTEC promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por reacciones instintivas (GADEX, s.f.).

Matriz MEI-EMP.- La matriz Interna Externa representa una herramienta para evaluar a una organización, tomando en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y sus Factores Externos (Oportunidades y Amenazas), cuantificando un índice que se puede graficar y ubicar en uno de los 9 cuadrantes de dicha matriz (CASTELLANOS , 2015).

Matriz FODA.- Es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa ya que me ayudara a obtener estrategias claras para aplicarlas al plan de mercadeo. Esta actividad se lo realiza con la expectativa de identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas por la que la empresa está atravesando ya que con la matriz FODA obtendremos información del medio interno como externo de la empresa, una vez establecido cada uno de los puntos podre plantear estrategias de mejoramiento para la empresa.

Matriz MEFI.-Se realizó a través de una auditoría interna para identificar tanto las fortalezas como debilidades que existen en todas sus áreas del negocio.

Matriz MEFE.-Permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Se asignan unos factores determinantes del éxito en el sector industrial como es para la MEFE (oportunidades y amenazas) y para la MEFI (fortalezas y debilidades). Con un mínimo de 5 a un máximo de 15.

Asignar un peso relativo a cada factor de 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa de ese factor para el éxito de la organización en la industria.

Las oportunidades y fortalezas suelen tener pesos más altos que las amenazas y debilidades, sin embargo, las amenazas y debilidades también pueden tener pesos altos. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe ser igual a 1.0 ($F + D = 1.0$ $O + A = 1.0$).

Asignar una calificación de 1 a 4 a cada factor de éxito, considerado la siguiente escala: la respuesta es superior, 3: la respuesta está por encima del promedio, 2: la respuesta es promedio y 1: la respuesta es pobre.

Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para determinar el peso ponderado. Sumar los pesos ponderados de cada variable para determinar el peso ponderado total de la organización.

El peso ponderado total más bajo que puede obtener la organización es 4.0, y el más bajo posible es 1.0 y el valor promedio es 2.5.

En el eje x de la matriz MEFI total

De 1,0 a 1,99 representa una posición interna débil.

Una puntuación de 2,0 a 2,99 se considera la media.

Una puntuación de 3,0 a 4,0 es fuerte.

En el eje y, una puntuación ponderada de MEFE total

De 1,0 a 1,99 se considera bajo.

Una puntuación de 2,0 a 2,99 es media.

Una puntuación de 3,0 a 4,0 es alta (ROJAS QUINTERO, 2014).

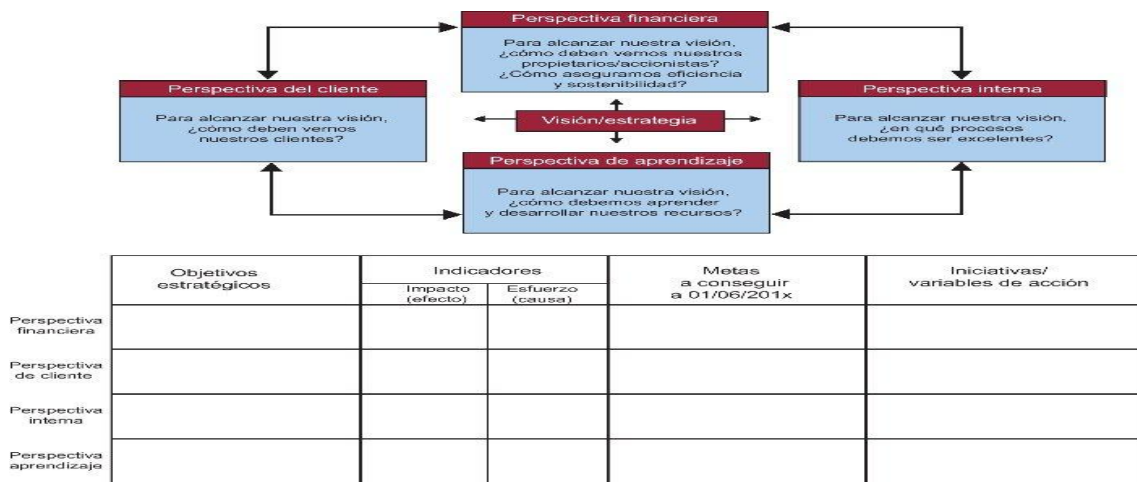
Matriz-Estrategia.- Las matrices estratégicas otorgan una visión amplia de los posibles direccionamientos disponibles para la empresa (ARVIZU ARMENTA & BORBON MORALES).

Entrevistas a los beneficiarios directos de la Quinta.- Esta actividad se lo realiza de forma directa entre los entrevistados y el entrevistador, esto ayudara a tener una información más real y confiable para la ejecución del proyecto.

Trabajo de campo.- Es una de las actividades que solo realiza directamente en el lugar de estudio, en este caso se lo realizara directamente en la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” y los pobladores que se encuentran a su alrededor, para saber las ventajas y desventajas que la empresa ocasiona.

Cuadro de Mando Integral.- Es una herramienta de gestión que ayuda a la toma de decisiones directivas al proporcionar información periódica sobre el nivel de cumplimiento de los objetivos previamente establecidos mediante indicadores. El CMI permite la translación de la estrategia de la organización en objetivos concretos y la evaluación de la interrelación entre los diferentes indicadores (KAPLAN & NORTON, FUNDACION RH., 2005).

Gráfico N 1: CUADRO DE MANDO INTEGRAL



Fuente: Balanced (2016)
Elaborado por: Fernanda Toaquiza

9. METODOLOGÍAS

Para el planteamiento de las estrategias se empleara métodos, técnicas y herramientas los mismos que me ayudaran al cumplimiento del objetivo final planteado, los métodos y herramientas a desarrollarse son:

ENTREVISTA

Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En

tal caso los roles de entrevistador / entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación (González, y otros).

La entrevista es un instrumento de técnica cualitativa, esta metodología se lo realiza entre dos personas para una mejor información entre el entrevistador y el entrevistado, es por ello que a la entrevista no se le considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, que lleva implícitos unos objetivos englobados en una Investigación. Para aplicar la entrevista como un paso primordial seleccionaremos el lugar donde se va a realizar la entrevista, formular correctamente las preguntas que se va hacer al entrevistado para de esta manera evitar inconvenientes con el mismo.

Por ende la entrevista es una conversación, mediante esta técnica se realiza preguntas que a la vez se obtiene respuestas, por esa misma razón el rol del entrevistador no es solo de obtener información sino saber formular las preguntas que se va a realizar al entrevistado.

MATRIZ PESTEC

Es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y directo de un negocio. Es una herramienta de mediciones de negocios, PESTEC está compuesto por las iniciales de Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicas, ecológica- ambiental y competencia utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad (RUIZ BALLEEN, 2012).

La matriz PESTEC es una matriz de evaluación externa acerca de la hostería, la cual se la evalúa de acorde a los diferentes factores como: Político, económico, social, tecnológico, ecológico – ambiental y competitivo donde el papel importante de esta matriz es dar como resultado las oportunidades y amenazas que se presenta actualmente externamente de la hostería.

MATRIZ MEI-EMP

La matriz Interna Externa representa una herramienta para evaluar a una organización, tomando en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y sus Factores Externos (Oportunidades y Amenazas), cuantificando un índice que se puede graficar y ubicar en uno de los 9 cuadrantes de dicha matriz (CASTELLANOS , 2015).

Herramienta para el análisis de la situación interna por la que está atravesando la hostería, es decir el reconocimiento de las fortalezas y amenazas que existen dentro de la misma.

MATRIZ FODA

La matriz FODA es un instrumento que permite estudiar la situación en la que se encuentra la empresa para ello se debe saber de dónde se deriva la palabra FODA, esta se encuentra formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de las cuales se elaboran estrategias de mejoramiento para la empresa es decir que es como un seguimiento para hacer una evaluación y control de resultados de la misma. Para obtener las estrategias de la empresa se debe tomar en cuenta las situaciones internas y externas.

Razón por la cual se debe saber exactamente cuál es la situación actual en la que se encuentra la empresa para un mejor avance económico y de reconocimiento para la Quinta. Con la elaboración de la matriz FODA podremos tomar decisiones de mejoramiento para la Quinta en un Futuro, también conocer cuál es el producto estrella de los servicios turísticos que ofrece la Quinta, concluyendo con la matriz FODA detallaremos las funciones de cada uno de los instrumentos de la misma.

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan favorables, que se deben descubrir en el entorno de la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Este factor nos conlleva a reconocer la posición desfavorable que se está presentando con la empresa frente a la competencia, es decir actividades que no se desarrollan positivamente dentro de la misma.

Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización (ESPINOSA, 2013).

La matriz FODA es una herramienta que me ayudará a identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que presenta la hostería hasta la actualidad para de esta manera, buscar el mejoramiento de la misma.

Matriz MEFI.-Se realizar a través de una auditoría interna para identificar tanto las fortalezas como debilidades que existen en todas sus áreas del negocio.

Matriz MEFE.-Permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Se asignan unos factores determinantes del éxito en el sector turístico como es para la MEFE (oportunidades y amenazas) y para la MEFI (fortalezas y debilidades). Con un mínimo de 5 a un máximo de 15.

Asignar un peso relativo a cada factor de 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa de ese factor para el éxito de la organización en la industria. Las oportunidades y fortalezas suelen tener pesos más altos que las amenazas y debilidades; sin embargo, las amenazas y debilidades también pueden tener pesos altos. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe ser igual a 1.0 ($F + D = 1.0$ $O + A = 1.0$).

Asignar una calificación de 1 a 4 a cada factor de éxito, considerado la siguiente escala: la respuesta es superior, 3: la respuesta está por encima del promedio, 2: la respuesta es promedio y 1: la respuesta es pobre.

Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para determinar el peso ponderado. Sumar los pesos ponderados de cada variable para determinar el peso ponderado total de la organización.

El peso ponderado total más bajo que puede obtener la organización es 4.0, y el más bajo posible es 1.0 y el valor promedio es 2.5.

En el eje x de la matriz MEFI total

De 1,0 a 1,99 representa una posición interna débil.

Una puntuación de 2,0 a 2,99 se considera la media.

Una puntuación de 3,0 a 4,0 es fuerte.

En el eje y, una puntuación ponderada de MEFE total

MATRIZ-ESTRATEGIA.- Las matrices estratégicas otorgan una visión amplia de los posibles direccionamientos disponibles para la empresa (ARVIZU ARMENTA & BORBON MORALES).

De 1,0 a 1,99 se considera bajo.

Una puntuación de 2,0 a 2,99 es media.

Una puntuación de 3,0 a 4,0 es alta (ROJAS QUINTERO, 2014).

Entrevistas a los beneficiarios directos de la Quinta.- Esta actividad se lo realiza de forma directa vía oral entre los entrevistados y el entrevistador, esto ayudara a tener una información más real y confiable para la ejecución del proyecto.

TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo es un conjunto de acciones que nos permite obtener la información deseada de forma directa es decir desde las fuentes primarias de información, relatadas por las personas del lugar donde se va a desarrollar el proyecto de investigación también se tomara el tiempo en que se suscita el conjunto de hechos o acontecimientos de interés para la investigación. Para realizar un buen trabajo de investigación se debe seguir los pasos correspondientes en la investigación a realizarse ya que es una de las partes más esenciales del trabajo de investigación, si no se desarrolla el trabajo de campo no hay nada de información porque con la aplicación de esta metodología se describe paso a paso el trabajo de campo para una área de muestreo junto con recomendaciones sobre las técnicas de recogida de datos (SABINO, 1995, pág. 68).

CUADRO DE MANDO INTEGRAL.- Representa la ejecución de la estrategia de una compañía desde el punto de vista de la Dirección General (lo que hace que ésta deba estar plenamente involucrada en todas sus fases, desde la definición a la implantación). Existen diferentes tipos de cuadros de mando integral, si bien los más utilizados son los que se basan en la metodología de Kaplan & Norton. Las principales características de esta metodología son que utilizan tanto indicadores financieros como no financieros, y que los objetivos estratégicos se organizan en cuatro áreas o perspectivas: financiera, cliente, interna y aprendizaje/crecimiento.

- ❖ La **perspectiva financiera** incorpora la visión de los accionistas y mide la creación de valor de la empresa. Responde a la pregunta: ¿Qué indicadores tienen que ir bien para que los

esfuerzos de la empresa realmente se transformen en valor? Esta perspectiva valora uno de los objetivos más relevantes de organizaciones con ánimo de lucro, que es, precisamente, crear valor para la sociedad.

- ❖ La **perspectiva del cliente** refleja el posicionamiento de la empresa en el mercado o, más concretamente, en los segmentos de mercado donde quiere competir. Por ejemplo, si una empresa sigue una estrategia de costes es muy posible que la clave de su éxito dependa de una cuota de mercado alta y unos precios más bajos que la competencia. Dos indicadores que reflejan este posicionamiento son la cuota de mercado y un índice que compare los precios de la empresa con los de la competencia.
- ❖ La **perspectiva interna** recoge indicadores de procesos internos que son críticos para el posicionamiento en el mercado y para llevar la estrategia a buen puerto. En el caso de la empresa que compite en coste, posiblemente los indicadores de productividad, calidad e innovación de procesos sean importantes. El éxito en estas dimensiones no sólo afecta a la perspectiva interna, sino también a la financiera, por el impacto que tienen sobre las rúbricas de gasto.
- ❖ La **perspectiva de aprendizaje y crecimiento** es la última que se plantea en este modelo de CMI. Para cualquier estrategia, los recursos materiales y las personas son la clave del éxito. Pero sin un modelo de negocio apropiado, muchas veces es difícil apreciar la importancia de invertir, y en épocas de crisis lo primero que se recorta es precisamente la fuente primaria de creación de valor: se recortan inversiones en la mejora y el desarrollo de los recursos (KAPLAN & NORTON, SINNEXUS, 2007-2016).

El Cuadro de Mando Integral es una herramienta que me permitió establecer metas para el cumplimiento de las actividades acorde a las estrategias planteadas.

10. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:

DIAGNÓSTICO GENERAL

Nombre: Quinta Hostería San Clemente parroquia San Luis de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Reseña histórica de la parroquia

Caranqui es una parroquia muy turística digna de ser llamada la cuna de los Incas. Es un lugar que tiene marcado su historia. El nombre Caranqui se debe al apellido de la madre de Atahualpa “Princesa Caranqui” quien a su vez era esposa de Huaynacpac padre de Atahualpa y

Rumiñahui, este último no sería reconocido por su padre y sería o se convertiría en un enemigo a muerte con su hermano Atahualpa con quien mantendría conflictos que terminarían en batallas. Estas batallas darían como resultado la muerte de los 11 hijos de Atahualpa, todas sus princesas y por último el mismo Atahualpa moriría sin dejar rastro algún de su cadáver, para lo que muchos piensan que Rumiñahui después de asesinarlo en 1533 escondería el cadáver para que nunca nadie lo encuentre. La tribu de Atahualpa tenía costumbres muy raras aunque en esos tiempos muy común para las culturas, tenían la rara costumbre de a todas las chicas a partir de los 6 años les colocaban unas tablas con mucha presión en la parte superior del cráneo para que el mismo se aplastase y por consecuencia quedara plano que eso significaba belleza y posteriormente todas esas chicas serían princesas de Atahualpa desde los 12 años y sorprendentemente a esa misma edad ya mantendrían relaciones sexuales con Atahualpa.

Atahualpa sería reconocido por su tribu como un honorable Inca, nació en 1500 en Caranqui en donde posteriormente se construiría una iglesia llamada “el santuario del señor del amor” resplandeciente como un sol que ilumina poderosamente el corazón de cada persona que entran para purificar su alma y llenar de amor su espíritu. Caranqui aparte de ser conocido por su historia es también muy reconocido por crear el delicioso pan de leche típico de la parroquia acompañada de los helados que son muy famosos por su sabor haciendo de este lugar turístico un sorprendente lugar gastronómico original.

Templo del sol

El Templo de Sol es una edificación que estaba dispuesta a semejanza del palacio del Cusco pero en menor escala, con habitación para las callas, los sacerdotes y del inti; en medio quedaba una plaza pequeña. Era una edificación que ordenó construir Huaynacapac luego de vencer y matar al último Shiry Cacha en Jatuntaqui. Posterior al pacto de alianza se une en matrimonio con la Princesa Pacha.

En este sitio nace el primogénito Atahualpa.

La iglesia y gran parte de las viviendas existentes en la parroquia de Caranqui está sobre lo que fue el Templo del Sol de acuerdo con los vestigios encontrados.

Extensión

De acuerdo a estudios realizados y a evidencias observadas, el templo ocupa 1.500 m² aproximadamente.

Dirección

Está ubicada en la parroquia Caranqui en la avenida Atahualpa y Princesa Pacha.

Fecha de Creación

No se conoce con exactitud la fecha de construcción pero de acuerdo a varios historiadores se cree que su construcción es de mediados del siglo XIII.

Descripción

Esta construcción corresponde al período de Integración en la época de la invasión Inca al Reino de Quito en la que era una fortaleza muy rica.

Actualmente solo quedan dos segmentos de pared cubiertas por vegetación en las que se evidencian tres cuencas, una cuadrada y dos rectangulares.

Estas evidencias así como el resto de lo que se supone es la edificación se encuentran dentro de propiedades privadas. Existen estudios sobre este sitio pero hasta el momento no hay ninguna intervención.

El sitio denominado Caranqui era una fortaleza muy rica según algunos historiadores y fue saqueada por Sebastián de Benalcázar en su primera expedición hacia el Norte de Quito.

En el sitio se observan dos fragmentos de pared, en las que se evidencian tres nichos. Estas evidencias así como el resto de lo que queda se encuentran dentro de propiedades privadas.

Atractivos

En el lugar existe una colección particular de 5 piezas relevantes halladas en la zona.

En 1.981 de acuerdo a investigaciones del Instituto de Patrimonio Cultural se encontraron fragmentos de cerámica utilitaria y ceremonial.

Museo arqueológico y etnográfico Atahualpa

Es una parada obligatoria para los interesados en la historia. La parroquia de Caranqui, 2 Km. al sureste de Ibarra, fue un importante asentamiento de la cultura Inca. Aquí se ha encontrado una gran cantidad de restos arqueológicos que corrían el riesgo de desaparecer. Es una zona donde se combina lo urbano con la cultura histórica. Aquí nació Atahualpa, el último emperador Inca, en cuyo honor, en 1564, se construyó el templo del sol. Se dice que la hermosa iglesia del Señor del Amor se construyó sobre el templo de los Incas. Las colecciones que exhibe el museo tienen una enorme importancia histórica, y todas son piezas originales de gran valor.

El museo tiene como finalidad recuperar, conservar y difundir el patrimonio histórico arqueológico de nuestro pueblo. Está compuesto por dos salas conectadas por un túnel. Aquí, según algunos cronistas, nació Atahualpa, el último emperador Inca, en cuyo honor en 1564 se construyó el templo del sol. Existen vestigios de restos arqueológicos importantes. Este museo contiene una gran variedad de vestigios arqueológicos de la cultura Caranqui que habitaba en la sierra norte del país. La mayoría de muestras fueron encontradas en los últimos hallazgos registrados en las Ruinas del Inkawasi ubicadas en este importante sector de Ibarra.

Inkawasi

Al momento este lugar está siendo recuperado por lo que muy pronto se abrirá las puertas al público. Se dice que en este lugar se realizaban los rituales de baño en el que participaban el Inca Atahualpa y sus 30 mujeres vírgenes. También en este mismo lugar se sacrificaban a las mujeres que Atahualpa les consideraba no indispensables.

Santuario señor del amor

Es una iglesia de estilo ecléctico tradicional, con acceso por puertas de arco de medio punto con recuadro de pilastras, torre de dos cuerpos y frontón triangular.

Su arquitectura es tradicional, sencilla y de principios de siglo. Es de origen colonial, asentada sobre ruinas prehispánicas afectada por el terremoto de 1868.

En su interior no existen colecciones antiguas porque se destruyeron en un incendio de 1983. Se ha realizado una réplica del antiguo "Señor del Amor" que existía antes del incendio.

Está constituida por una planta en forma de Cruz Latina con una sola nave central. Fue restaurada en 1.984 por el INPC después del incendio. Los materiales empleados en su construcción son piedra ladrillo, adobe, madera, carrizo y teja.

Fue construido sobre las ruinas del templo del sol Incásico a fines del siglo XVIII, a cargo de los religiosos franciscanos. La primera capilla fue de adobe, paja y paredes anchas, muy modestas. En 1940 fue reemplazada por un templo de estilo eclesiástico tradicional greco-romano. Su construcción se inició en 1980 y fue concluida diez años más tarde. La fachada conserva columnas jónicas y dóricas y sobresalen dos torres con sus respectivos campanarios.

Etnia Caranquis

Son indígenas descendientes del grupo étnico Caranquí que se asentaron en esta zona de Imbabura. Este grupo en mayor porcentaje la vestimenta típica, poseen formas de trabajo muy tradicional como por ejemplo: utilización de la yunta, igualmente se fijan o se guían por las estaciones lunares.

Existen matrimonios muy típicos donde se realiza rituales como el chaqui mayllay y muchas costumbres y tradiciones que han ido adquiriendo y manteniendo de generación en generación a lo largo de la colonización, hasta hoy en día.

Idioma

Kichwa y castellano (segunda lengua)

Población

Su población es aproximadamente de 6.360 habitantes.

Ubicación

Los Caranqui están ubicados en la Sierra Norte, provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochahua, Caranqui.

Tipos de construcción

Chozas de campo, construcción de Bahareque y paja, tapiales y últimamente se construyen viviendas de bloque y ladrillo.

Comidas y bebidas típicas

La colada de mazamorra o colada de maíz, en ciertos casos agregados churos o papas. La chicha de jora, que es de maíz, dejando fermentar durante 30 días aproximadamente.

Vestimenta

En la mujer con blusa bordados los cuales impreso dibujos bordados de planta y aves. La pollera confeccionado de tela indulana, La chalina confeccionada de algodón o lana de borrego, en sus pies llevan alpargatas de caucho y alpargatas de tipo Otavalo, poseen sombreros, fajas de 3 metros de longitud y 10 centímetros de ancho esto tejido en telares.

Costumbres y tradiciones

Inti Raymi.- La fiesta se celebra cada año en el mes de Junio, donde indígenas y pueblo en general se disfrazan, danzan y bailan al compás de los del pingullo, el tambor y el rondador. Esta fiesta determina el final y el inicio de un año agradeciendo al Dios Sol, su grandeza y bondad con la naturaleza y sus cosechas.

San Juanes.- durante esta época del año en varios lugares de la provincia se va festejando de diferentes maneras las fiestas de San Juan, según la historia tiene que ver con la celebración establecida por los españoles en la época de la conquista, celebrando el 24 de junio el natalicio de San Juan Bautista, pero se mezclaron con los rituales indígenas del Inti Raymi.

El presente diagnóstico a realizar tiene como finalidad conocer el estado actual en el que se encuentra la Quinta Hostería San Clemente parroquia San Luis de Caranqui, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, para implementar los objetivos estratégicos para el posicionamiento de la empresa, de esta manera asociar las actividades productivas tradicionales de los pobladores con las actividades de la gestión dentro de la hostería y los beneficios económicos que cada actor recibe. de una manera responsable las actividades productivas tradicionales y generen beneficios tanto para la economía de la hostería como para los pobladores locales.

La parroquia San Luis de Caranqui se encuentra ubicado a 2 km al sureste de Ibarra, fue un importante asentamiento de las culturas Carague e Inca. Símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador. Pueblo antiguo lugar de asentamiento de los Quitus, Caras e Incas que

se resistieron a la conquista incásica y luego por ser imperio y cuna de nuestro último Shiry Inca Atahualpa. Punto de irradiación de cultura y conquista.

Mirador estratégico en épocas pasadas para avanzar la llegada del enemigo y hoy mirador para obtener una visión panorámica de la ciudad. También podemos destacar el Museo Arqueológico Atahualpa que se encuentra ubicado en el parque central.

Aspectos geográficos

Ubicación: La parroquia de Caranqui, se encuentra a 2 km al sureste de Ibarra, es una de las 12 parroquias del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura ubicada al sur de la Ciudad de Ibarra a 5 minutos del centro histórico. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C, superficie de 19.580.12 ha. de la cabecera cantonal Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita (CARANQUI, 2011).

FASE ADMINISTRATIVA DE LA HOSTERIA

Ubicación

Dirección: San Luis de Caranqui, Ibarra, Imbabura, Ecuador

Teléfonos: 099 966 3949 - 0 96 990 3710

E-mail: ventas@sanclemente.com.ec

Gráfico 2: Ubicación de la Quinta Hostería “San Clemente”.



Fuente: GoogleMap (2017)

Gráfico 3: Logo de la empresa



Fuente: CLEMENTE (2017).

Eslogan

Un lugar de encanto natural.

Misión

Liderar la realización permanente de eventos propios y de terceros, así como del público en general en gastronomía y esparcimiento, a nivel local en la ciudad de Ibarra y en norte del país proyectándonos a nivel nacional e internacional con estándares de calidad a la vanguardia de los requerimientos de la modernidad, ofreciendo así a nuestros clientes el mejor resultado sabiendo lo importante que es cada evento para quienes confían en nosotros acoplándonos perfectamente a sus requerimientos.

Visión

Posicionarnos como el Centro de Convenciones y Eventos líder del Norte de Ecuador y además darnos a conocer por ser un lugar de encanto natural concebido para relajarse, siendo la nueva vocación turística de Ibarra, lugar de encuentro de lo cultural de integración laboral, familiar y para negocios. Ser una de las vitrinas de Ibarra y de Ecuador hacia el mundo.

Principios

- ✓ Integridad y confianza.

Es ser congruente con las ideas y los actos, actuar con honradez y no engañar. Es no tener contradicciones entre lo que se piensa, se desea, se dice y se hace. Es generar confianza y credibilidad ante los demás.

✓ Honestidad y Transparencia

Es la actitud de cumplir estrictamente con el deber, sin doblez ni engaño y por el contrario con rectitud e integridad. La transparencia hace referencia a la claridad de las actuaciones mostrando abiertamente todos los intereses conscientes. Donde hay transparencia se genera confianza en el otro pues todos conocen y han opinado acerca de los intereses de los demás, todos saben qué esperar de ellos y pueden anticipar la forma como actuarán en diversas circunstancias de la vida cotidiana de la empresa.

✓ Responsabilidad

Es tener la capacidad de tomar decisiones y asumir sus consecuencias. Ser puntual y cumplir con los compromisos acordados.

✓ Autoestima y Superación

Es respetarse, quererse, tener deseo de crecimiento y desarrollo personal

✓ Lealtad y Amor por la Institución

Es ser fiel, es identificarse con la misión y visión de la empresa, promoviendo con las acciones el cumplimiento de los objetivos de calidad. Es tener sentido de pertenencia con los recursos de la empresa.

✓ Higiene y Pulcritud

Es la capacidad que tenemos de sentir y transmitir emoción, alegría, gozo, agrado y dinamismo, es ser amable y expresar calidez.

✓ Urbanidad

Es ser cortés y respetuoso con los demás, es comportarse bien en cualquier lugar, es saber expresarse.

- ✓ Compromiso y Amor Por el trabajo

Es identificarse con nuestro trabajo, sentir pasión por éste y disfrutarlo.

- ✓ Responsabilidad social

Es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y la comunidad sin descuidar los temas económicos.

Políticas

Check-in

Hora de entrada: 14:00

Finalización del horario de entrada: 22:00

Edad mínima de registro: 18 años

Check-out

Hora de salida: 12:00

Tipos de pago

- Efectivo.
- Tarjetas de credito.

Información importante

Puede aplicarse un recargo por cada persona adicional, según la política del establecimiento. Es por ello que se requiere un documento de identidad emitido por las autoridades gubernamentales con foto y una tarjeta de crédito o depósito en efectivo a la llegada para cubrir cualquier gasto imprevisto.

Las peticiones especiales no se pueden garantizar, están sujetas a disponibilidad en el momento de la llegada y pueden suponer recargos adicionales. Es decir que no hay camas supletorias disponibles (CLEMENTE, 2017).

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA (PESTEC)

La matriz PESTEC se ha desarrollado con la finalidad de obtener información real y concreta acerca de la empresa turística Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, se ha tomado en cuenta factores externos que influyen en la hostería, para este estudio se ha utilizado 6 factores importantes como es: Factor Político, Factor Económico, Factor Social, Factor Ecológico-Ambiental, Factor Competitivo.

Factor Político.- En este factor se dio como resultado una oportunidad y una amenaza los mismos que me dan como resultado de acuerdo a la inestabilidad política en él se encuentran el país actualmente.

Factor Económico.- Dicho factor estudiado se ha obtenido como resultado un total de dos amenazas los mismos que están enfocados en la realidad económica por la que está pasando el país actualmente.

Factor Social.- Tomando en cuenta cada uno de los factores sociales la empresa se encuentra tres oportunidades y una amenaza es decir que un 30% de las oportunidades corresponde a la publicidad de la empresa.

Factor Tecnológico.- Este factor denota que el nivel tecnológico en la empresa es bajo es por eso se ha detectado una oportunidad en este aspecto.

Factor Ecológico-Ambiental.- En este factor se pueden encontrar una amenaza que se puede contrarrestar con las dos oportunidades determinadas a favor de la empresa.

Factor Competitivo.- En el análisis de este factor se encontró una igualdad de dos oportunidades y dos amenazas las mismas que están tomadas en cuenta de acuerdo a la información obtenida por parte de los empleados de la empresa (**VEASE ANEXO 4**).

MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA (MEI- EMP)

La matriz de evaluación interna nos permite identificar las fortalezas y debilidades que tiene actualmente la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” mediante los diferentes aspectos o parámetros como son administración, accesibilidad, operación turística, talento humano, tecnología e infraestructura.

Administración.- La empresa actualmente se encuentra inestable en el aspecto administrativo porque no se encuentra constituida legalmente y además no cuenta con un organigrama estructural y funcional establecido.

Accesibilidad.- Actualmente no existen vías de acceso hacia la hostería en buen estado dando como resultado una de las debilidades con mayor valor para la empresa.

Operación Turística.- En la hostería laboran personas con experiencia acorde a las áreas de trabajo sin embargo el personal necesita capacitación.

Talento Humano.- Falta de organización en las actividades y horarios laborales por parte del gerente de la hostería carencia de personal en las distintas áreas.

Tecnología e Infraestructura.- La hostería no está organizada porque no existe una distribución adecuada de espacios para los diferentes departamentos e innovación en el aspecto tecnológico.

Dado la clasificación de cada una de ellas da como resultado un número de 8 fortalezas y 8 debilidades es decir que la empresa no se encuentra en buen estado para un desarrollo turístico **(VEASE ANEXO 5).**

MATRIZ FODA

La matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). Cada uno de los componentes de la matriz FODA arrojará información del estado actual de la empresa, misma que ayudará al mejoramiento de la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”.

Tomando en cuenta que existen 8 Fortalezas, 8 oportunidades, 8 debilidades y 8 amenazas se podrán formular estrategias competentes para la empresa **(VEASE ANEXO 6).**

VALORACION DE LA MATRIZ MEFI

La matriz para la Hostería Quinta San Clemente de la provincia de Imbabura cuenta con 16 factores determinantes. 8 Fortalezas y 8 debilidades, la sumatoria de estos dos factores es de 3,5 un valor promedio, nos indica una empresa turística ligeramente débil de acuerdo a las ponderaciones establecidas, es decir la empresa puede aprovechar sus fortalezas para competir en un mercado turístico **(VEASE ANEXO 7)**.

VALORACION DE LA MATRIZ MEFE

La matriz para la Hostería Quinta San Clemente de la provincia de Imbabura cuenta con 16 factores determinantes. 8 Oportunidades y 8 amenazas, la sumatoria de estos dos factores es de 5,12 un valor promedio, que nos indica una empresa turística ligeramente fuerte debido a las ponderaciones establecidas, es decir la empresa puede aprovechar sus oportunidades para posicionarse como referente en el sector turístico de la provincia **(VEASE ANEXO 8)**.

MATRIZ ESTRATÉGICA

El más útil en el análisis de situaciones y diseño de estrategias. Las matrices estratégicas son representaciones que sintetizan algunos de los factores, parámetros o características más relevantes para seleccionar el tipo de estrategia más apropiada en función de los objetivos perseguidos, las circunstancias del entorno y los recursos y capacidades de la empresa (BLUEMIX, 2011).

La matriz estratégica es una herramienta a la formulación de estrategias para el mejoramiento de la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, para lo cual realice la secuencia completa de las matrices donde la MATRIZ FODA es el eje principal para seguir con el desarrollo de la MATRIZ ESTRATEGICA, donde realice un análisis lógico entre los cuadrantes de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, con la finalidad de plantear las estrategias en los cuadrantes FO, DO, FA, DA ya que estas estrategias serán la base fundamental para el posicionamiento de la Hostería.

Tabla 2: Matriz estratégico FODA

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA	<p>F1. Capital propio.</p> <p>F2. Servicios complementarios.</p> <p>F3. Salones de eventos equipados.</p> <p>F4. Señalética y accesibilidad</p> <p>F5. Personal con experiencia en servicios que presta la hostería.</p> <p>F6. Cumplimiento del reglamento de actividades turísticas.</p> <p>F7. Cámaras de vigilancia (seguridad).</p> <p>F8. Wifi y Televisión por cable en las instalaciones.</p>	<p>D1. No se encuentra legalmente constituida.</p> <p>D2. No posee un organigrama estructural ni funcional establecido.</p> <p>D3. No existe personal suficiente.</p> <p>D4. Empleados no disponen de capacitaciones.</p> <p>D5. Falta de adaptación de un espacio para el área administrativa.</p> <p>D6. Baja utilización de los espacios verdes en la hostería.</p> <p>D7. Carente planificación de horarios y actividades respecto para el personal.</p> <p>D8. Ubicación de la Hostería.</p>

Continuación Tabla 2: Matriz estratégico FODA		
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <p>01. Regulación local a establecimientos turísticos.</p> <p>02. Publicidad y promoción de la empresa.</p> <p>03. Opinión y actitud del consumidor por cada uno de los servicios adquiridos del lugar.</p> <p>04. Recomendación por parte de los clientes.</p> <p>05. La utilización de tecnología en la empresa para una mejor oferta de los servicios turísticos.</p> <p>06. Cuidado del entorno natural</p> <p>07. Diversificación de servicios.</p> <p>08. Alianzas estratégicas con otras empresas.</p>	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <p>F2- 09.- Participar en ferias y eventos turísticos para obtener un prestigio a nivel internacional y su posición en el mercado.</p> <p>F5-O4.- Realizar talleres de actualización para cada área de trabajo.</p>	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <p>D4-O3.- Realizar constates capacitaciones y retroalimentación para detectar falencias y tomar medidas de mejoramiento en los servicios.</p> <p>D8-O2.- Crear campañas publicitarias con las fortalezas de la hostería para poder competir con las empresas rivales y lograr reconocimiento.</p>

Continuación Tabla 2: Matriz estratégico FODA

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<p>A1. Inestabilidad política que vive actualmente el país.</p> <p>A2. Las políticas económicas del gobierno.</p> <p>A3. Cobro de impuestos.</p> <p>A4. Inestabilidad Climática.</p> <p>A5. La existencia de empresas con las mismas actividades.</p> <p>A6. Amplia gama de proveedores.</p> <p>A7. Mal estado de las vías de accesos.</p> <p>A8.- Empresas turísticas con mayor desarrollo tecnológico.</p>	<p>F2- A5.- Atraer a nuevos clientes ofreciendo un servicio de calidad y brindando productos únicos en el mercado.</p> <p>F4-A7.- Realizar gestiones al gobierno provincial para el mejoramiento vial.</p>	<p>D5-A8.- Mejoramiento en infraestructura y tecnología.</p> <p>D6-A4.- Planificación de actividades en las zonas verdes de la hostería para evitar incidente con el clima.</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

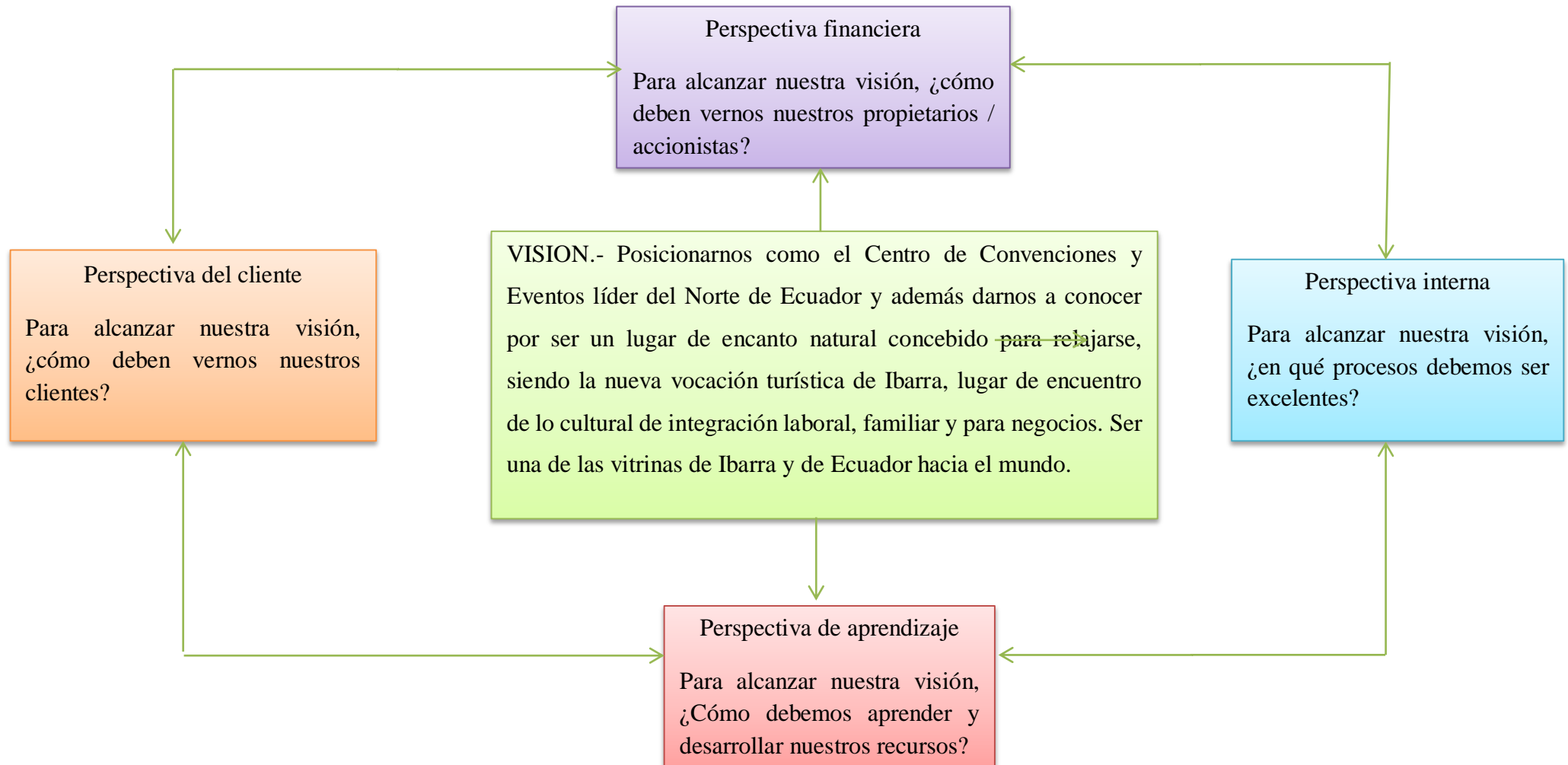
CUADRO DE MANDO INTEGRAL

Para la elaboración del cuadro de mando integral hemos tomado en cuenta la misión y visión de la empresa. Es necesario saber quiénes somos y quiénes queremos ser en un futuro. Esta fase consiste en realizar un estudio exhaustivo acerca de la situación actual interna y externa de la empresa. La herramienta de análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) son los datos más favorables para este proceso.

El Cuadro de Mando Integral (CMI) es un modelo de gestión que traduce la estrategia en objetivos relacionados entre sí, medidos a través de indicadores (causa - efecto) y ligados a unos planes de acción que permiten alinear el comportamiento de los miembros de la organización con la estrategia de la Hostería.

Para realizar el desarrollo de este Cuadro de Mando Integral como base fundamental es el planteamiento de las estrategias, dichas estrategias se planteó en la Matriz Estratégica de esta manera favoreciendo a una mejor comprensión en el desarrollo del Cuadro de Mando Integral, y a través de este cuadro se podrá alcanzar metas en un corto plazo dando el mejoramiento para la Hostería.

Tabla 3: Cuadro de Mando Integral



Continuación Tabla 3: Cuadro de Mando Integral

	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES		Metas a conseguir a Diciembre del 2017	Iniciativas Variables de acción
		Impacto (efecto)	Esfuerzo (causa)		
Perspectiva Financiera	<p>D8-O2.- Crear campañas publicitarias con las fortalezas de la hostería para poder competir con las empresas rivales y lograr reconocimiento.</p> <p>F2- A5.- Atraer a nuevos clientes ofreciendo un servicio de calidad y brindando productos únicos en el mercado.</p>	Desconocimiento por parte de clientes.	Falta de publicidad acerca de la hostería y sus servicios.	Una empresa con reconocimiento a nivel nacional, provincial e interprovincial.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elaboración de una maqueta de la Hostería. ❖ Creación de una campaña publicitaria. ❖ Buscar medios de comunicación. ❖ Medios de difusión.

Continuación Tabla 3: Cuadro de Mando Integral

Perspectiva Cliente	F4-A7.- Realizar gestiones al gobierno provincial para el mejoramiento vial.	Pérdida de clientes debido a la dificultad del ingreso a la hostería.	Falta de atención por parte de las autoridades para el mejoramiento vial.	Mejora de la vía de accesibilidad para el ingreso a la hostería.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conversatorio con el GAD Provincial, presentación de propuestas. ❖ Llegar a acuerdos entre las autoridades de la parroquia y los propietarios de la hostería.
Perspectiva Interna	<p>F5-O4.- Realizar talleres de actualización para cada área de trabajo.</p> <p>D5-A8.- Mejoramiento en infraestructura y tecnología.</p> <p>D4-O3.- Realizar constates capacitaciones y retroalimentación para detectar falencias y</p>	La hostería no brindaría un servicio de calidad, esto causaría una inestabilidad económica para la	Carencia de organización interna y comunicación entre el gerente y los empleados	Mejoramiento en servicio a los clientes por parte de los empleados de la hostería.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar un cronograma de capacitaciones para los empleados. ❖ Determinar las áreas para la

Continuación Tabla 3: Cuadro de Mando Integral

	<p>tomar medidas de mejoramiento en los servicios.</p> <p>D6-A4.- Planificación de actividades en las zonas verdes de la hostería para evitar incidente con el clima.</p>	<p>empresa y los pobladores del sector.</p>	<p>que laboran en la hostería.</p>		<p>capacitación en las diferentes áreas.</p>
<p>Perspectiva Aprendizaje</p>	<p>F2- 09.- Participar en ferias y eventos turísticos para obtener un prestigio a nivel internacional y su posición en el mercado.</p>	<p>La empresa no es reconocida en el sector como una empresa con servicios turísticos.</p>	<p>Falta de comunicación entre el gerente de la hostería y el gobierno provincia.</p>	<p>Participar en todos los eventos turísticos que se realiza en la provincia para que de esta manera la hostería sea reconocida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Buscar espacios en las ferias correspondientes a turismo dentro de la provincia. ❖ Crear alianzas con negocios similares. ❖ Organizar eventos conjuntamente con otros prestadores de servicios.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

Tabla 4: Carta Gantt

ACTIVIDADES	MESES																				ENCARGADOS					
	1					2					3					4						5				
	SEMANAS																									
FASE 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20						
❖ Elaboración de una maqueta de la Hostería. ❖ Buscar medios de comunicación ❖ Medios de difusión.																					FERNANDA TOAQUIZA					
❖ Creación de una campaña publicitaria.																					FERNANDA TOAQUIZA					
❖ Conversatorio con el GAD Provincial, presentación de propuestas.																					FERNANDA TOAQUIZA					

Continuación Tabla 4: Carta Gantt

FASE 2																					
❖ Llegar a acuerdos entre las autoridades de la parroquia y los propietarios de la hostería.																					FERNANDA TOAQUIZA
❖ Realizar un cronograma de capacitaciones para los empleados. ❖ Determinar las áreas para la capacitación en las diferentes áreas.																					FERNANDA TOAQUIZA
❖ Buscar espacios en las ferias correspondientes a turismo dentro de la provincia.																					FERNANDA TOAQUIZA

❖ Crear alianzas con negocios similares.																				FERNANDA TOAQUIZA	
FASE 3																					
❖ Organizar eventos conjuntamente con otros prestadores de servicios.																					FERNANDA TOAQUIZA

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

11. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):

En el presente trabajo de investigación se logró encontrar que existen impactos ambientales, económicos y sociales.

Tabla 5: Impacto Ambiental, Económico, Social.

IMPACTO	INDICADORES	IMPACTO POSITIVO (+) O NEGATIVO (-).	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR
Ambiental	Conservación de los espacios verdes de la hostería.	+	Mala utilización de los espacios verdes existentes.
Económico	La existencia de empresas con las mismas actividades.	-	Mayor competencia para la hostería.
	Mayor cantidad de atractivos turísticos.	+	Implementación de actividades turísticas.
	Inestabilidad climática.	-	Baja adquisición de los servicios por parte de los turistas.
	Mejor calidad de vida.	+	Existencia de fuentes de trabajo.
	Ubicación de la Hostería.	-	Falta de publicidad de la empresa.
Social	Oportunidades de empleo para la población de la parroquia.	+	Mayores ingresos económicos.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

12. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO:

Tabla 6: Presupuesto

RECURSOS		PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO		
		Cantidad	V. Unitario \$	Valor Total \$
Equipos	Infocus	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	USB	1	\$ 0	\$ 0
	1pc portátil	1	\$ 0	\$ 0
Transporte y gastos personales	Transporte	2	\$ 20,00	\$ 20,00
	Alimentación	4	\$ 3,00	\$ 12,00
	Alojamiento	1	\$ 15	\$ 15
Materiales y suministros	Impresiones de trípticos.	100	0,15ctv.	\$ 15
	Impresiones de afiches.	10	1,25 ctv.	\$ 12,50
	Elaboración de una maqueta de la Hostería.	1	\$ 300	\$ 300
	Alquiler de carpas.	1	\$ 50	\$ 50
Gastos Publicitarios	Emisión por radio.	2 veces por día durante 5 días.	\$ 20,00	\$ 200,00
	Emisión por Televisión.	1 veces por día durante 5 días.	\$ 30,00	\$ 150,00
	Anuncios en periódicos.	5 veces	\$20,00	\$ 100,00
Gastos Varios	Imprevistos		\$ 20,00	\$ 20,00
Sub Total				934,50
Imprevistos 10%				93,45
TOTAL				1027,95

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Según el diagnóstico situacional se observa que existe debilidad en la parte administrativa porque la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, no cuenta con un organigrama estructural y funcional, razón por la cual la empresa tiene una desorganización interna en cuanto a distribución de trabajo, actividades y horarios.
- ❖ Al realizar el desarrollo de las matrices se pudo determinar la situación del entorno de la empresa dentro del mercado turístico, el problema que presenta la hostería es su ubicación porque las vías de acceso se encuentran en mal estado, por otra parte la empresa está alejada de la ciudad de Ibarra.
- ❖ Se ha determinado también que la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE” no dispone de promoción y publicidad a través de los medios de comunicación disponibles, al realizar campañas publicitarias la hostería sería reconocida y posicionarse dentro del mercado.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda a la Quinta Hostería “SAN CLEMENTE”, mejorar la organización dentro de la empresa e infraestructura de la parte administrativa para una mejor presentación de la Hostería hacia los clientes.
- ❖ Se sugiere al gerente la implementación del plan de marketing para la promoción de los servicios que ofrece la Hostería ya que de esta manera la empresa tendrá mayor realce y reconocimiento en el ámbito turístico dentro de la provincia.
- ❖ Implementar un plan de capacitación, una organización entre el gerente y los trabajadores de acuerdo a las necesidades de los empleados en sus diferentes áreas con la finalidad de mejorar el servicio de talento humano de la empresa.

14. BIBLIOGRAFÍA

- ARVIZU ARMENTA, M., & BORBON MORALES, C. G. (s.f.). *CIAD.AC*. Obtenido de <https://www.google.es/#>
- Balanced , S. (2016). *PLAN OPERATIVO* . Obtenido de PLAN OPERATIVO .
- BLUEMIX. (2011). Obtenido de BLUEMIX: BLUEMIX
- Capece, G. (1997). *TURISMO SOSTENIBLE*. Obtenido de TURISMO SOSTENIBLE: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- CARANQUI. (5 de FEBRERO de 2011). *TURISMO CARANQUI*. Obtenido de TURISMO CARANQUI : <http://caranqui-ibarra.blogspot.com/>
- CASTELLANOS , L. (25 de ENERO de 2015). *Estrategia y Planificacion Estrategica* . Obtenido de Estrategia y Planificacion Estrategica : <https://lcestrategia.wordpress.com/2015/01/25/05-1-matriz-interna-externa-ie/>
- CASTILLO A., Á. (2015-2013). *PLAN DE DESARROLLO*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO.
- CHAPARRO.E. (2009).
- CLEMENTE, Q. S. (2017). *Hosteria Quinta San Clemente*. Obtenido de Hosteria Quinta San Clemente: <http://www.sanclemente.com.ec/>
- CONSTITUCION. (13 de JULIO de 2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiW0YmXjrXRAhUF8CYKHfMqA8wQFggZMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.oas.org%2Fjuridico%2Fpdfs%2Fmesicic4_ecu_const.pdf&usq=AFQjCNGGGYSU6sA6whhCfi2LJEp2UPO1Zw&sig2=GYLcyMFwqGeXnrRs
- ESPINOSA, R. (2013). *Estrategia, Marketing*. Obtenido de Estrategia, Marketing: <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- FEDER, P. N. (2001). *Geogle Academico*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20506/1/Planificacion_gestion_sostenible_desarrollo_turistico_sostenible.pdf
- GADEX, P. (s.f.). *www.formatoedu.com*. Obtenido de www.formatoedu.com: http://www.formatoedu.com/web_gades/docs/1__Ana__769_lisis_PE.pdf
- Giménez, L., & Garcia, G. (2004). *BENCHMARKING*.
- González, L., Peláez, A., Pérez, L., Ramírez, S., Rodríguez, J., & Vázquez, A. (s.f.). https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwigif_T4tDQAhXJ4CYKHfMqA8wQFggZMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.uam.es%2Fpersonal_pdi%2Fstmaria%2Fjmurillo%2FInvestigacionEE%2FPresentaciones%2FCurso_10%2FEntrevista_trabajo

- GoogleMap*. (2017). Obtenido de GoogleMap:
<https://www.google.es/maps/place/Hosteria+Clemente/@-0.6774123,-78.9544473,8z/data=!4m5!3m4!1s0x8e2a3d5b053857f3:0x777b61c2421882cc!8m2!3d0.2948338!4d-78.1253229>
- Gualberto, J. M. (2008). *GERENCIA DE PROYECTOS*. Obtenido de GERENCIA DE PROYECTOS:
<http://gerenciadeproyectos88.blogspot.com/2008/08/matriz-del-marco-logico.html>
- HOSTERIA QUINTA, S. (2016). <http://www.sanclemente.com.ec/>. Obtenido de <http://www.sanclemente.com.ec/>.
- KAPLAN, R., & NORTON, D. P. (JUNIO de 2005). *FUNDACION RH*. Obtenido de https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8312/UC_QCI_cast.pdf
- KAPLAN, R., & NORTON, D. P. (2007-2016). *SINNEXUS*. Obtenido de SINNEXUS:
http://www.sinnexus.com/business_intelligence/cuadro_mando_integral.aspx
- KOTLER. (2007). *TESIS*.
- LEY DE GESTION AMBIENTAL. (2004).
- LEY DE TURISMO. (2002).
- OMT, O. (1078). *TURISMO SOSTENIBLE*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos104/el-turismo-sostenible/el-turismo-sostenible.shtml>
- ORTIZ, GARCIA, A., & MARLENE, M. (2012). *UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA SEDE GUAYAQUIL*.
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013).
- ROJAS QUINTERO, F. D. (2014). *ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE SISTEMAS* . Obtenido de ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE SISTEMAS.
- RUIZ BALLEEN, X. (JULIO de 2012). *GUÍA ANÁLISIS PEST*. Obtenido de GUÍA ANÁLISIS PEST:
http://www.odontologia.unal.edu.co/docs/claustros-colegiaturas_2013-2015/Guia_Analisis_PEST.pdf
- SABINO, C. (1995). <http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/trabajo-campo-concepto-diseno>. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/trabajo-campo-concepto-diseno>: <http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/trabajo-campo-concepto-diseno>
- Silvera, M. A., & González, L. G. (2009). *FESTIVAL DEL TURISMO*.

15. ANEXOS

ANEXO 1: AVAL DE TRADUCCIÓN DEL RESUMEN AL IDIOMA INGLES

ANEXO 2: EQUIPO DE TRABAJO**TUTORA****CURRICULUM VITAE****Nombre:** Daniela Alejandra Rodas Vinueza**Fecha de Nacimiento:** 28 – ABR – 1989**E-mail:** alerodas1989@gmail.com**Página:** <https://soloturismoarv.blogspot.com/>**Twitter:** @alerv89**Teléfono:** 0998019555 / 023194447**Formación Académica:****2015 – 2016:** Ostelea School of Tourism & Hospitality (Barcelona – España) - Master en Turismo Internacional.**2016:** Ostelea School of Tourism & Hospitality – Técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación.**2015:** Formaciones Hoteleras – Taller de Atención al Cliente y Liderazgo.**2014:** Académico Liderazgo - Seminario Taller Wedding Planner.**2007-2012:** Universidad Internacional SEK - Ingeniería en Administración y Dirección de Empresas Hoteleras.**Experiencia:****2010:** Jet Travel – Pasante**2011 – 2013:** Come to Galápagos - Atención al cliente, proveedores / Asistencia contable.**2013 - 2014:** Hotel Río Amazonas – Supervisora de A&B / Administradora de Restaurante.**2015:** Salud S.A. – Anfitriona / Atención al cliente**2016:** Ostelea School of Tourism & Hospitality – Desarrollo de una investigación sobre directrices para el desarrollo de un plan turísticos sostenible en zonas rurales en Ecuador.

Nuevas propuestas para el destino turístico "PortAventura" en Catalunya.



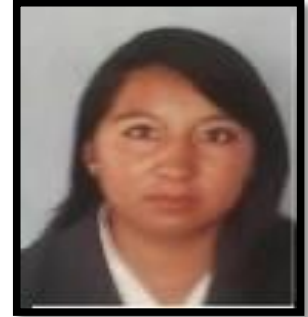
.....

FIRMA

AUTORA DEL PROYECTO

INFORMACIÓN PERSONAL

- Estado civil : Soltera
- Nacionalidad : Ecuatoriana
- Edad: 26 años
- Fecha de Nacimiento: 1991/01/16
- País: Ecuador
- Provincia: Cotopaxi
- Cantón: Latacunga
- Parroquia: Tanicuchi
- Cedula de Identidad: 050318233-9
- Dirección Domiciliaria: Barrio Santa Ana Centro
- E-mail: betty.toaquiza9@utc.edu.ec
- Teléfono domicilio : 032719-637
- Teléfono Celular: 0984635369 operadora: Movistar
- Idioma: Español e Ingles



FORMACIÓN ACADÉMICA

TITULOS OBTENIDOS:

- Bachiller en Ciencias: Físico Matemático

ESTUDIOS PRIMARIOS:

Escuela Fiscal Mixta “Batalla de Panupalí”

ESTUDIOS SECUNDARIOS

Instituto Tecnológico Superior “Victoria Vásconez Cuvi”

Colegio General de Policía “Jorge Poveda Zúñiga”

Educación Universitaria: Ing. Ecoturismo en la “UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”.

FIRMA

LECTOR 1 PRESIDENTE**DATOS PERSONALES**

Nombres y Apellidos: Wilson Marcelo Fonseca Torres

Cedula de Ciudadanía: 180302244-9

Licencia: Tipo "B"

E mail: mft30@hotmail.com

Teléfonos: 0998488672 - (03) 2825082

Dirección Domiciliaria: Ambato: Ficoa, Av. Los Guaytambos 06 -77 y La Delicia

**INSTRUCCIÓN TÍTULO INSTITUCIÓN**

4to Nivel: Magister en Gerencia de Proyectos UTA - FF.CC.HH.EE.

3er Nivel: Ingeniero Comercial UTA - FF.CC.AA.

Secundaria: Br. Comercio y Administración C. T. "Atahualpa"

Primaria: Formación Básica E. F. "México"

PONENCIAS

TEMA: "Comportamiento económico, social, político e histórico de la actividad empresarial (emprendimiento) en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza del Ecuador"

Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Lugar: Guayaquil - Ecuador

Fecha: 5 y 6 de noviembre del 2015

TEMA: "Evolución de los activos y pasivos fiscales: Una aproximación a su incidencia con la implementación de IFRS PYME en Ecuador"

Institución: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso - CAPIC REVIEW

Lugar: Valparaíso - Chile

Fecha: Del 22 al 24 de octubre 2015

FIRMA

LECTOR 2 PRESIDENTE



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

Unidad de Administración de Talento Humano



SIITH
Sistema Informático
Integrado de Talento
Humano

FICHA SIITH

Favor ingresar todos los datos solicitados, con absoluta veracidad, esta información es indispensable para el ingreso de los servidores públicos al Sistema Informático Integrado de Talento Humano (SIITH)



DATOS PERSONALES

NACIONALIDAD	CÉDULA	PASAPORTE	AÑOS DE RESIDENCIA	NOMBRES	APELLIDOS	FECHA DE NACIMIENTO	LIBRETA MILITAR	ESTADO CIVIL
Ecuatoriano	0602636987			Milton Alberto	Sampedro Arrieta	09/01/1976		CASADA/O
DISCAPACIDAD	N° CARNÉ CONADIS	TIPO DE DISCAPACIDAD	MODALIDAD DE INGRESO	FECHA DEL PRIMER INGRESO AL SECTOR PÚBLICO	FECHA DE INGRESO A LA INSTITUCIÓN	FECHA DE INGRESO AL PUESTO	GENERO	TIPO DE SANGRE
								O+
MODALIDAD DE INGRESO LA INSTITUCIÓN			FECHA INICIO	FECHA FIN	Nº CONTRATO	CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	
NOMBRAMIENTO			05/01/2015	Hasta la actualidad		Docente	Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales	

TELÉFONOS

DIRECCIÓN DOMICILIARIA PERMANETE

TELÉFONO DOMICILIO	TELÉFONO CELULAR	CALLE PRINCIPAL	CALLE SECUNDARIA	N°	REFERENCIA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
32807325	984509068	Niagara				Cotopaxi	Latacunga	Eloy Alfaro

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA

TELÉFONO DEL TRABAJO	EXTENSIÓN	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA	ESPECIFIQUE NACIONALIDAD INDÍGENA	ESPECIFIQUE SI SELECCIONÓ OTRA
32266164		milton.sampedro@utc.edu.ec	beeto-s@hotmail.com	MESTIZO		

CONTACTO DE EMERGENCIA

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE BIENES

TELÉFONO DOMICILIO	TELÉFONO CELULAR	NOMBRES	APELLIDOS	No. DE NOTARIA	LUGAR DE NOTARIA	FECHA
032604742/032364263	987463185	Margoth Isabel	Cali Pereira	2014/05/04/01/p03203	Canton Pujuli	13/10/2014

INFORMACIÓN BANCARIA

DATOS DEL CÓNYUGE O CONVIVIENTE

NÚMERO DE CUENTA	TIPO DE CUENTA	INSTITUCIÓN FINANCIERA	APELLIDOS	NOMBRES	No. DE CÉDULA	TIPO DE RELACIÓN	TRABAJO
0344401598	Corriente	Mutualista Pichincha	Cali Pereira	Margoth Isabel	0603020033	ESPOSA	UNACH

INFORMACIÓN DE HIJOS

FAMILIARES CON DISCAPACIDAD

No. DE CÉDULA	FECHA DE NACIMIENTO	NOMBRES	APELLIDOS	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	PARENTESCO	N° CARNÉ CONADIS	TIPO DE DISCAPACIDAD
0650112535	17/12/2009	Jobson Alberto	Sampedro Cali	SIN INSTRUCCIÓN			
0650112501	17/03/2011	Odette Elizabeth	Sampedro Cali	SIN INSTRUCCIÓN			

FORMACIÓN ACADÉMICA

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	No. DE REGISTRO (SENESCYT)	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	TÍTULO OBTENIDO	EGRESADO	ÁREA DE CONOCIMIENTO	PERIODOS APROBADOS	TIPO DE PERIODO	PAIS
TECNOLOGÍA	1002-11-1077036	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	Guía Profesional de Turismo		Servicios			
TERCER NIVEL	1002-04-533659	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	Ingeniero en Ecoturismo		Servicios			
4TO NIVEL - MAESTRÍA	1032-13-06039100	Universidad Tecnológica Equinoccial	Magister en Educación y Desarrollo Social		Educación			

EVENTOS DE CAPACITACIÓN

TIPO	NOMBRE DEL EVENTO (TEMA)	EMPRESA / INSTITUCIÓN QUE ORGANIZA EL EVENTO	DURACIÓN HORAS	TIPO DE CERTIFICADO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	PAIS
JORNADA	Jornadas Académicas (Pedagogía, Herramientas información para la práctica docente)	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Estadística y Diseño Experimental	Universidad Técnica de Cotopaxi	30 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
JORNADA	Jornadas Académicas (Diseño Experimental y SPSS, Didáctica de la Enseñanza de la educación Superior)	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	La Calidad de las Instituciones de Educación Superior	Universidad Técnica de Cotopaxi	30 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Capacitación y Actualización Estudiantil 2011	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	II Seminario Internacional América Latina Cambio o Desarrollo	Universidad Técnica de Cotopaxi	20 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario Internacional "Empoderamiento Personal Para la Competitividad Global"	Escuela de Liderazgo y Desarrollo Humano	90 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Didáctica Pedagógica y Portafolio	Universidad Técnica de Cotopaxi	32 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario de Capacitación y Actualización Estudiantil 2011	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Perspectiva Institucional Hacia la Acreditación de Carreras	Universidad Técnica de Cotopaxi	32 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Diseño y Elaboración de Proyectos de Investigación	Universidad Técnica de Cotopaxi	20 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	La Universidad Retos y Desafíos Frente a la Acreditación	Universidad Técnica de Cotopaxi	32 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR

CURSO	Diseño y Elaboración de Proyectos de Investigación	Universidad Técnica de Cotopaxi	20 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	La Universidad Retos y Desafíos Frente a la Acreditación	Universidad Técnica de Cotopaxi	32 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Metodologías y Estrategias para la Investigación Científica	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	III Seminario Internacional la Universidad del Tercer Milenio	Universidad Técnica de Cotopaxi	18 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Curso-Taller de Escritura Científica	Universidad Estatal de Bolívar	60 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Gestión Académica en el Aula Universitaria	Universidad Técnica de Cotopaxi	32 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Formación de Formadores	KYOSEI	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Reforma Universitaria en la UTC, Retos y Perspectivas	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Didáctica en Educación Superior	CIENESPE	42 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Actualización Profesional dirigido a los estudiantes la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo, con énfasis en	Universidad Técnica de Cotopaxi	24 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Tutor Virtual en entornos Virtuales de Aprendizaje Moodle	Universidad Técnica de Cotopaxi, Moodle Ecuador	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Evaluación y Seguimiento de Proyectos	IAEM	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario Internacional de Geoquímica Ambiental	UTC, Universidad de castilla-LA MANCHA, Dirección de Investigación y Postgrados	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario Internacional "El Socialismo"	Universidad Técnica de Cotopaxi	20 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Gerente de Operadora	Ministerio de Turismo	30 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CONGRESO	Congreso Nacional Ordinario de Profesores	APU - FENAPUPE	24 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Primeras Jornadas de Gestión Ambiental y Seguridad Industrial	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CONGRESO	Congreso Mundial de Medio Ambiente y Recursos Naturales	ANECE - PNUMA	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario Internacional de Turismo y Desarrollo Local	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo, ESPOCH, MINTUR	16 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Modernización del Capitalismo o Revolución Social	Seminario Internacional Problemas de la Revolución en América Latina	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CONGRESO	1'er Congreso Latinoamericano de Tapires y 2'do Congreso Ecuatoriano de Mastozoología	Universidad Estatal Amazónica, Asociación Ecuatoriana de Mastozoología, Grupo de Especialistas de Tapires	28 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Herramientas para la conservación de mamíferos	Universidad Estatal Amazónica, Asociación Ecuatoriana de Mastozoología, Grupo de Especialistas de Tapires	5 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Radio telemetría de tapires	Universidad Estatal Amazónica, Asociación Ecuatoriana de Mastozoología, Grupo de Especialistas de Tapires	5 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Reforma Universitaria en la UTC, Retos y Perspectiva	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Yasuní mas allá del Petróleo	Universidad Técnica de Cotopaxi	24 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	Seguro Agrario, Sistemas de Información Geográfica	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	I Seminario taller internacional de fotografía turística y naturaleza	Barias Instituciones	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
JORNADA	Jornadas De capacitación dirigida a instituciones públicas y privadas, por el día Mundial del Ambiente	Varias instituciones	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CONGRESO	Asistente en el V Congreso Internacional de Turismo Hotelería y Ambiente	Universidad Técnica de Cotopaxi, CIDE	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
CURSO	II Campamento de Ingeniería en Ecoturismo	Universidad Técnica de Cotopaxi	40 HORAS	APROBACIÓN			ECUADOR
SEMINARIO	Seminario Internacional "Agroecología y Soberanía Alimentaria".	Varias instituciones	15 - 19 julio	APROBACIÓN			ECUADOR

TRAYECTORIA LABORAL RELACIONADA AL PUESTO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	UNIDAD ADMINISTRATIVA (DEPARTAMENTO / ÁREA / DIRECCIÓN)	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	TIPO DE INSTITUCIÓN	FECHA DE INGRESO	FECHA DE SALIDA	MOTIVO DE SALIDA
Universidad Técnica de Cotopaxi	Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales	Docente Contatado	PÚBLICA OTRA	02/10/2016	30/12/2014	

MISIÓN DEL PUESTO

Profesional Universitario en la búsqueda de nuevos conocimientos técnico científicos, y humanístico, mediante el desempeño laboral con un compromiso social basado en personas, procesos y tecnología cuyos valores se sustentan en la defensa y promoción de la institución a la cual pertenezco, la dignidad de las personas y en los principios de tolerancia, respeto y libertad, participando activamente en la toma de decisiones para el desarrollo institucional, que vayan en la búsqueda de soluciones a los problemas educativos en beneficio de los sectores necesitados; basando su acción docente en los nuevos paradigmas de la educación.

ACTIVIDADES ESCENCIALES

Dirección de proyectos de Inversión						
Estudios de Capacidad de Carga Turística						
Guianza Turística						
Desarrollo Social						

* Adjuntar mecanizado de historia laboral del IESS

* Todos la información registrada en el presente formulario debe constar en el expediente personal del archivo que maneja la Dirección de Talento Humano

FIRMA

LECTOR 3 SECRETARIO**DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** ÁLVAREZ LEMA**NOMBRES:** FREDDY ANAXIMANDRO**ESTADO CIVIL:** Casado**CÉDULA DE CIUDADANÍA:** 1712930328**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 08 de diciembre de 1976**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Latacunga, Panamericana Sur s/n y Milton Jácome, Conjunto Bolonia Casa # 63**TELÉFONO CONVENCIONAL:** (032) 663-451**TELÉFONO CELULAR:** 0995-845012**CORREO ELECTRÓNICO:** freddy.alvarez@utc.edu.ec**EN CASO DE EMERGENCIA CONTACTARSE CON:** Verónica Aguirre 0983127784**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO EN EL SENESCYT	CÓDIGO DEL REGISTRO SENESCYT
CUARTO	DIPLOMA SUPERIOR EN AUDITORÍA Y GESTIÓN ENERGÉTICA	09-12-2008	1020-08-684831
	MAGÍSTER EN DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE CON PERSPECTIVA LOCAL	28-07-2010	1020-10-713950
TERCER	INGENIERO EN ECOTURISMO	17-09-2002	1002 -02-206520
	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	13-08-2010	1002-10-1010985



HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD EN LA QUE LABORA: Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales (CAREN)

CARRERA A LA QUE PERTENECE: Ingeniería en Ecoturismo

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Servicios, Ciencias Sociales.

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: abril – agosto 2004

FIRMA

- Docente: Carrera Ingeniería Ecoturismo, Universidad Técnica Cotopaxi
- Expositor V Congreso Internacional de Turismo, Hotelería y Ambiente – Universidad Técnica de Cotopaxi –CIDE.2014
- Técnico: “Manejo de cuenca alta de Pastaza”, “Áreas verdes para HOLCIM SA – Latacunga” Segundo Vocal: Honorable Consejo Académico 2010 – 2014
- Coordinador Carrera Ingeniería Ecoturismo 2007 – 2010
- Coordinador Primer –Cuarto y Quinto Ascensos Universitario al volcán Cotopaxi 2011, 2014 y 2015 respectivamente
- Técnico de campo: “Diseño: Sendero interpretativo ruta Quilotoa – Chugchilán” y “Plan Manejo Turístico Asociación San Ruiz Winkunto, cantón Sigchos
- Facilitador cursos guías naturalistas y nativos Ministerios Turismo y Ambiente: Latacunga, La Maná, Pujilí 2013-2014

ANEXO 3: ENTREVISTA

ENTREVISTA ADMINISTRADOR Y EMPLEADOS DE LA EMPRESA

La Quinta Hostería San Clemente está ubicado en la parroquia San Luis de Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura , cuenta con servicios como: eventos, alojamiento, alimentos & bebidas, etc. La siguiente entrevista es para desarrollar estrategias de posicionamiento para la empresa.

Por favor marque con una “X” en el espacio que corresponda a la opción de la respuesta apropiada:

1. Apellidos y Nombres del entrevistado.

2. Edad:

3. Ocupación

.....

4. Cuantos años se encuentra usted trabajando en la Quinta Hostería San Clemente.

.....

5. A su criterio cuales han sido los cambios que se ha venido dando en la Quinta Hostería San Clemente durante su tiempo de trabajo.

.....
.....
.....
.....

6. De acuerdo a su opinión personal que actividad turística le gustaría que se desarrolle en la Quinta Hostería San Clemente. ¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

ENTREVISTA POBLADORES DE LA PARROQUIA

La Quinta Hostería San Clemente está ubicado en la parroquia San Luis de Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura , cuenta con servicios como: eventos, alojamiento, alimentos & bebidas, etc. La siguiente entrevista es para desarrollar estrategias de posicionamiento para la empresa.

Por favor marque con una “X” en el espacio que corresponda a la opción de la respuesta apropiada:

1. Apellidos y Nombres del entrevistado.

2. Edad:

3. Ocupación

.....

4. Conoce sobre las fiestas que se realiza en el cantón Ibarra.

- Fiestas de Retorno
- Fiestas de San Juanes
- Inti Raymi

5. Qué área de la hostería le gustaría que se restaure.

- Área de recepción
- Habitaciones
- Piscina e instalaciones.
- Espacios verdes.

6. Realiza una breve reseña histórica del Cantón Ibarra.

.....
.....
.....

7. En un breve resumen podría hablar acerca de las fiestas que se realiza en la parroquia Caranqui.

.....
.....
.....

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

Continuación Anexo 4: Matriz PESTEC

2	Opinión y actitud del consumidor por cada uno de los servicios adquiridos del lugar.	FAC.SOC.	X								
3	Mal estado de las vías de accesos.	FAC.SOC.				X					
4	Recomendación por parte de los clientes.	FAC.SOC.	X								
Factor Tecnológico		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	La utilización de tecnología en la empresa para una mejor oferta de los servicios turísticos que ofrece la empresa.	FAC.TEC.	X								
2	Empresas Turísticas con mayor desarrollo tecnológico.					X					

Continuación Anexo 4: Matriz PESTEC

Factor Ecológico – Ambiental		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Cuidado del entorno natural.	FAC.E.A	X								
2	Inestabilidad Climática.	FAC.E.A				X					
Factor Competitivo		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Diversificación de servicios.	FAC.COMP.	X								
2	Alianzas estratégicas con otras empresas.	FAC.COMP	X								
3	La existencia de empresas con las mismas actividades.	FAC.COMP				X					
4	Amplia gama de proveedores.	FAC.COMP				X					

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

Continuación Anexo 5: Matriz MEI- EMP

3	Ubicación de la Hostería.					X					
OPERACIÓN TURISTICA		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Personal con experiencia en los servicios que presta la hostería.	FAC.OT.	X								
2	Cumplimiento del reglamento de actividades turísticas.	FAC.OT.	X								
TALENTO HUMANO		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	No existe personal suficiente.	FAC.TH.				X					
2	Empleados no disponen de capacitaciones	FAC.TH.				X					

Continuación Anexo 5: Matriz MEI- EMP

3	Carente planificación de horarios y actividades respecto para el personal.	FAC.TH.				X					
TECNOLOGIA E INFRAESTRUCTURA		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Cámaras de vigilancia (seguridad).	FAC.INFRA.	X								
2	Wifi y Televisión por cable en las instalaciones.	FAC.INFRA.	X								
3	Falta de adecuación para el área administrativa.	FAC.INFRA.				X					
4	Baja utilización de los espacios verdes en la hostería.	FAC.INFRA.				X					

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

ANEXO 6: MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Capital propio</p> <p>F2. Servicios complementarios.</p> <p>F3. Salones de eventos equipados.</p> <p>F4. Señalética y accesibilidad</p> <p>F5. Personal con experiencia en servicios que presta la hostería.</p> <p>F6. Cumplimiento del reglamento de actividades turísticas.</p> <p>F7. Cámaras de vigilancia (seguridad).</p> <p>F8. Wifi y Televisión por cable en las instalaciones.</p>	<p>01. Regulación local a establecimientos turísticos.</p> <p>02. Publicidad y promoción de la empresa.</p> <p>03. Opinión y actitud del consumidor por cada uno de los servicios adquiridos del lugar.</p> <p>04. Recomendación por parte de los clientes.</p> <p>05. La utilización de tecnología en la empresa para una mejor oferta de los servicios turísticos que ofrece la empresa.</p> <p>06. Cuidado del entorno natural.</p> <p>08. Diversificación de servicios.</p> <p>09. Alianzas estratégicas con otras empresas.</p>

Continuación Anexo 6: Matriz FODA	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. No se encuentra legalmente constituida.</p> <p>D2. No posee un organigrama estructural ni funcional establecido.</p> <p>D3. No existe personal suficiente.</p> <p>D4. Empleados no disponen de capacitaciones.</p> <p>D5. Falta de adaptación de un espacio para el área administrativa.</p> <p>D6. Baja utilización de los espacios verdes en la hostería.</p> <p>D7. Carente planificación de horarios y actividades respecto para el personal.</p> <p>D8. Ubicación de la Hostería.</p>	<p>A1. Inestabilidad política que vive actualmente el país.</p> <p>A2. Las políticas económicas del gobierno.</p> <p>A3. Cobro de impuestos.</p> <p>A4. Inestabilidad Climática.</p> <p>A5. La existencia de empresas con las mismas actividades.</p> <p>A6. Amplia gama de proveedores.</p> <p>A7. Mal estado de las vías de accesos.</p> <p>A8.- Empresas turísticas con mayor desarrollo tecnológico.</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

ANEXO 7: VALORACION DE LA MATRIZ MEFI

	FORTALEZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Capital propio.	0.10	10%	3	0,3
F2	Servicios complementarios.	0.15	15%	4	0,6
F3	Salones de eventos equipados.	0.12	12%	4	0,48
F4	Señalética y accesibilidad	0.5	5%	4	0,2
F5	Personal con experiencia en los servicios que presta la hostería.	0.12	12%	3	0,36
F6	Cumplimiento del reglamento de actividades turísticas.	0.5	5%	4	0,2
F7	Cámaras de vigilancia (seguridad).	0.15	15%	3	0,45
F8	Wifi y Televisión por cable en las instalaciones.	0.10	10%	3	0,3
	Subtotal.				2,89
	DEBILIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
D1	No se encuentra legalmente constituida.	0.12	5%	2	0,1

D2	No posee un organigrama estructural ni funcional establecido.	0.04	4%	2	0,08
D3	No existe personal suficiente.	0.06	5%	2	0,1

Continuación Anexo 7: Matriz MEFI

D4	Empleados no disponen de capacitaciones.	0.12	5%	2	0,1
D5	Falta de adecuación para el área administrativa.	0.04	3%	2	0,06
D6	Baja utilización de los espacios verdes en la hostería.	0.09	5%	1	0,05
D7	Carente planificación de horarios y actividades respecto para el personal.	0.06	4%	2	0,08
D8	Ubicación de la Hostería.	0.05	4%	1	0,04
	Subtotal:				0,61
TOTAL		1	100%		3,5

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza

ANEXO 8: VALORACION DE LA MATRIZ MEFE

	OPORTUNIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Regulación local a establecimientos turísticos.	0.15	15%	4	0,6
O2	Publicidad y promoción de la empresa.	0.12	12%	3	0,36
O3	Opinión y actitud del consumidor por cada uno de los servicios adquiridos del lugar.	0.12	12%	4	0,48
O4	Recomendación por parte de los clientes.	0.5	5%	4	0,2
O5	La utilización de tecnología en la empresa para una mejor oferta de los servicios turísticos.	0.12	12%	3	0,36
O6	Cuidado del entorno natural.	0.10	10%	4	0,4
O7	Diversificación de servicios.	0.5	5%	4	0,2
O8	Alianzas estratégicas con otras empresas.	0.12	12%	4	0,48
Continuación Anexo 8: Matriz MEFE					
	Subtotal.				3,08
	AMENAZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN

A1	Inestabilidad política que vive actualmente el país.	0.15	15%	2	0,3
A2	Las políticas económicas del gobierno.	0.15	15%	2	0,3
A3	Cobro de impuestos.	0.15	15%	2	0,3
A4	Inestabilidad Climática.	0.12	12%	2	0,24
A5	La existencia de empresas con las mismas actividades.	0.10	10%	2	0,2
A6	Amplia gama de proveedores.	0.10	10%	2	0,2
A7	Mal estado de las vías de accesos.	0.10	10%	2	0,2
A8	Empresas turísticas con mayor desarrollo tecnológico.	0.15	15%	2	0,3
	Subtotal:				2,04
TOTAL		1	100%		5.12

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Fernanda Toaquiza