



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Tema de la tesis

**Propuesta de creación de una operadora turística en la comunidad
Santa Ana norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo**

**Previo a la obtención del título de:
Ingeniera en Ecoturismo**

Autora: Yajaira Vanessa Morales García

**Directora de tesis
Ing. Francisca Contreras Mosquera Mg.Sc**

Quevedo – Ecuador.

2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **YAJAIRA VANESSA MORALES GARCÍA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. _____

Yajaira Vanessa Morales García

AUTORA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

La suscrita, **FRANCISCA CONTRERAS MOSQUERA**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada **YAJAIRA VANESSA MORALES GARCÍA**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ECOTURISMO** de grado titulada “**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD SANTA ANA NORTE DEL CANTÓN PALLATANGA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Francisca Contreras Mg.Sc
DIRECTORA DE TESIS

TRIBUNAL DE TESIS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ECOTURISMO**.

Aprobado:

Ing. Mónica Buenaño Allauca
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Gary Ramírez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Héctor Gomezcoello
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR
AÑO 2014

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo en especial a la Facultad de Ciencias Ambientales, Escuela de Ecoturismo, que me ha dado la oportunidad de aprender valores duraderos y principios de calidad y conducta. A todos mis maestros que a través de estos años me han enseñado a valorar lo que tenemos; nuestra MADRE TIERRA.

Expreso mi agradecimiento especial por la valiosa colaboración y asesoría de la Ingeniera Francisca Contreras Mosquera, quien aportó con sus conocimientos y orientación de educadora para que culminara con éxito esta investigación.

DEDICATORIA

Principalmente a mi madre María Teresa que ha sido la fuente de ayuda y de mi esfuerzo para salir adelante en mis estudios, a mi familia por su apoyo y comprensión, fuente de mi inspiración para que esta investigación sea un ejemplo de superación en mi futura vida.

A todos mis amigos que estuvieron cuando los necesité, que me brindaron su apoyo moral y el afecto sincero en cada etapa de mi vida y durante estos cinco años de preparación tanto académica como espiritual.

Gracias Dios, por darme vida y por permitirme llegar a la culminación de esta etapa de formación.

Yajaira Morales García

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULOS	Pg.
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1.	INTRODUCCIÓN2
1.2.	OBJETIVOS3
1.2.1.	General.....3
1.2.2.	Específicos3
1.3.	HIPÓTESIS3
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
2.1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA5
2.1.1.	Diagnóstico situacional5
2.1.2.	Turismo.....5
2.1.3.	Turismo Comunitario6
2.1.4.	Estudio de Mercado6
2.1.4.1.	Segmentación de mercado turístico6
2.1.5.	Agencias de viajes.....7
2.1.5.1.	La organización de una agencia de viajes.....7
2.1.5.2.	Tipología y clasificación de las agencias de viajes8
2.1.5.3.	Las operaciones de producción en las agencias de viajes.9
2.1.5.4.	La interrelación entre agencias de viajes y otras empresas prestadoras de servicio..... 10
2.1.5.5.	Servicios propios de las agencias de viajes..... 11
2.1.6.	Tipos de empresas 122
2.1.6.1.	Empresas públicas 122
2.1.6.2.	Empresas privadas 122
2.1.6.3.	Tipos de compañías que existen en Ecuador; Error! Marcador no definido.
2.1.7.	Asociatividad y grupos comunitarios..... 144
2.1.8.	Factibilidad económica y financiera 155
2.1.9.	Estudio económico del proyecto 155
2.1.10.	Fuentes de financiamiento 15
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1.	MATERIALES Y MÉTODOS 17
3.1.1.	Localización del lugar 17
3.1.1.1.	Condiciones meteorológicas..... 17
3.1.1.2.	Clasificación ecológica 18
3.1.2.	Materiales y equipos 18
3.1.2.1.	Materiales 18
3.1.2.2.	Equipos..... 18

3.1.3.	Métodos.....	18
3.1.3.1.	Tipos de Investigación	18
3.1.3.2.	Diseño de la Investigación	19
3.1.3.3.	Población y Muestra	20
3.1.3.3.1.	Población.....	20
3.1.3.3.2.	Muestra.....	20

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.1.	Diagnóstico situacional del cantón Pallatanga para la creación de una operadora turística	24
4.1.1.1.	Recursos Naturales y Culturales del cantón.....	25
4.1.1.1.1.	Atractivos Naturales.....	25
4.1.1.1.1.1.	Rutas turísticas	27
4.1.1.1.1.1.1.	Recorrido de la ruta turística San Jorge	27
4.1.1.1.1.1.2.	Recorrido de la ruta turística Yaguarcocha – Palmital	28
4.1.1.1.1.1.3.	Recorrido de la ruta turística Trigoloma.....	29
4.1.1.1.1.1.4.	Recorrido de la ruta turística Santa Ana	30
4.1.1.1.2.	Atractivos Culturales	31
4.1.1.2.	Facilidades Turísticas	32
4.1.1.2.1.	Infraestructura turística	32
4.1.1.3.	Preferencias Turísticas	3536
4.1.1.3.1.	Estudio de mercado.....	36
4.1.1.3.1.1.	Segmentación de mercado	3636
4.1.1.3.1.2.	Análisis de Demanda Turística	3636
4.1.1.3.1.2.1.	Encuestas a la población de Pallatanga.....	3636
4.1.1.3.1.2.2.	Encuestas a los turistas nacionales que llegan a la estación del Ferrocarril de Riobamba	43
4.1.1.3.1.2.3.	Encuestas a los turistas extranjeros que llegan a la estación del Ferrocarril de Riobamba	500
4.1.1.3.1.2.4.	Perfil del turista.....	5757
4.1.1.	Estructura organizacional	5858
4.1.2.1.	Organigrama.....	5959
4.1.2.2.	Manual de funciones.....	5959
4.1.2.3.	Solicitud de registro para Agencias de Viaje.....	666
4.1.2.3.1.	Requisitos y Formalidades para el registro.....	666
4.1.2.3.2.	Para que la empresa entre a funcionar debe obtener los siguientes permisos.	6868
4.1.2.3.3.	Al momento de entrar a funcionar la empresa se deberán cumplir con las siguientes obligaciones:.....	6868
4.1.2.3.4.	Licencia Única Anual de Funcionamiento	6868
4.1.2.4.	Propuesta de reglamento interno de la operadora de turismo.....	6969
4.1.2.5.	Planificación y diseño técnico.	7272
4.1.2.5.1.	Ubicación.	7373

4.1.2.5.2.	Nacionalidad.....	733
4.1.2.5.3.	Nombre.....	733
4.1.2.5.4.	Slogan.....	733
4.1.2.5.5.	Logotipo de la empresa.....	733
4.1.2.5.5.1.	Componentes.....	733
4.1.2.5.5.2.	Cromática de la empresa	744
4.1.2.5.6.	Diseño de las instalaciones.....	744
4.1.3.	Análisis económico financiero.....	7777
3.2.	DISCUSIÓN	833
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
5.1.	CONCLUSIONES	855
5.2.	RECOMENDACIONES.....	8686
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA		
6.1.	LITERATURA CITADA	8888
CAPÍTULO VII ANEXOS		
7.1.	ANEXOS	933

ÍDICE DE CUADROS

NÚMERO	NOMBRE	Pg.
Cuadro 1	Condiciones meteorológicas	17
Cuadro 2	Atractivos naturales	26
Cuadro 3	Características de la ruta San Jorge	27
Cuadro 4	Características de la ruta Yaguarcocha	28
Cuadro 5	Características de la ruta Trigoloma	29
Cuadro 6	Características de la ruta San Ana	30
Cuadro 7	Atractivos culturales	31
Cuadro 8	Actualización de catastro de alojamiento 2013	33
Cuadro 9	Actualización de catastro de alimentos y bebidas 2013	34
Cuadro 10	Costos estimados de transporte interprovincial	35
Cuadro 11	Costos estimados de los pasajes del transporte interno	35
Cuadro 12	Perfil del turista nacional	57
Cuadro 13	Perfil del turista extranjero	58
Cuadro 14	Manual de funciones del coordinador	60
Cuadro 15	Manual de funciones del contador	61
Cuadro 16	Manual de funciones de la secretaria	62
Cuadro 17	Manual de funciones de guías	63
Cuadro 18	Manual de funciones de alimentos y bebidas	64
Cuadro 19	Manual de funciones de hospedaje	65
Cuadro 20	División del área de la operadora de turismo	75
Cuadro 21	Equipos	77
Cuadro 22	Presupuesto para mobiliario	77
Cuadro 23	Detalle de costos del área comercial	77
Cuadro 24	Detalle de costos de materiales de limpieza	78
Cuadro 25	Inversión del proyecto	78
Cuadro 26	Financiamiento del proyecto	78
Cuadro 27	Clasificación de las inversiones	79
Cuadro 28	Flujo de caja	81
Cuadro 29	Interpretación de indicadores financieros	81
Cuadro 30	Presupuesto de ingresos anuales	81
Cuadro 31	Presupuesto de egresos anuales	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

NÚMERO	NOMBRE	Pg.
Gráfico 1	Edad de los pobladores del cantón Pallatanga	36
Gráfico 2	Género de los pobladores del cantón Pallatanga	37
	Instrucción académica de los pobladores del cantón	37
Gráfico 3	Pallatanga	
	Miembros de familia de los pobladores del cantón	38
Gráfico 4	Pallatanga	
Gráfico 5	Ocupación ia de los pobladores del cantón Pallatanga	38
	Ingresos mensuales de los pobladores del cantón	39
Gráfico 6	Pallatanga	
Gráfico 7	Cree que el turismo es una fuente de ingreso	39
Gráfico 8	Existe información que promocióne el cantón Pallatanga	40
	Actividades que se pueden incrementar en las comunidades	40
Gráfico 9	de pallatanga	
Gráfico 10	Colaboraría con el desarrollo de nuevas actividades	41
Gráfico 11	Sabe que es una operadora de turismo comunitario	41
Gráfico 12	Cree que es importante la creación de una operadora turística en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo	42
Gráfico 13	La creación puede representar plazas de trabajo en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo	42
Gráfico 14	Servicios turísticos que puede brindar la comunidad	43
Gráfico 15	Edad de los turistas nacionales	43
Gráfico 16	Genero de turistas nacionales	44
Gráfico 17	Procedencia de turistas nacionales	44
Gráfico 18	Instrucción académica de los turistas nacionales	45
Gráfico 19	Con quienes viajan los turistas nacionales	45
Gráfico 20	Motivo del viaje de turistas nacionales	46
Gráfico 21	Asesoría de los turistas nacionales	46
Gráfico 22	De quienes	47
Gráfico 23	Conoce usted el cantón Pallatanga	47

Gráfico 24	Tipo de turismo que le gustaría realizar	48
Gráfico 25	Días de permanencia en Pallatanga	48
Gráfico 26	Actividades que le gustaría realizar a los turistas nacionales	49
Gráfico 27	Conoce el turismo comunitario	49
Gráfico 28	En donde se alojaría	50
Gráfico 29	Edad de los turistas extranjeros	50
Gráfico 30	Genero de turistas extranjeros	51
Gráfico 31	Procedencia de turistas extranjeros	51
Gráfico 32	Instrucción académica de los turistas extranjeros	52
Gráfico 33	Con quienes viajan los turistas extranjeros	52
Gráfico 34	Motivo del viaje de turistas extranjeros	53
Gráfico 35	Asesoría de los turistas extranjeros	53
Gráfico 36	De quienes recibe asesoría	54
Gráfico 37	Conoce usted el cantón Pallatanga	54
Gráfico 38	Tipo de turismo que le gustaría realizar	55
Gráfico 39	Días de permanencia en Pallatanga de los turistas extranjeros	55
Gráfico 40	Actividades que le gustaría realizar	56
Gráfico 41	Conoce el turismo comunitario	56
Gráfico 42	En donde se alojaría	57

ÍNDICE DE FIGURAS

NÚMERO	NOMBRE	Pg.
Figura 1	Localización	17
Figura 2	Organigrama	59
Figura 3	Logotipo	73
Figura 4	Diseño de las instalaciones de Naturals Tours	76

ÍNDICE DE FOTOS

NÚMERO	NOMBRE	Pg.
Foto 1	Cascada San Jorge Bajo	27
Foto 2	Cascada Guangashi 1	27
Foto 3	Cascada Guangashi 2	27
Foto 4	Cascada Yaguarcocha 1	28
Foto 5	Cascada Yaguarcocha 2	28
Foto 6	Cascada Palmital 1	28
Foto 7	Cascada Palmital 2	28
Foto 8	Bosque Nativo Bisniag	28
Foto 9	Mirador La Cocha	29
Foto 10	Río Pangor	29
Foto 11	Cascada San Rafael	29
Foto 12	Cascada Santa Ana	30
Foto 13	Cascada Santa Rosa	30
Foto 14	Cascada Chazazal	30

ÍNDICE DE ANEXOS

NÚMERO	NOMBRE	Pg.
Anexo 1	Certificado de Avalúo de la Casa Comunal Santa Ana Norte	93
Anexo 2	Solicitud para agencias de viajes	94
Anexo 3	Diseño de las encuestas a los pobladores de Pallatanga	95
Anexo 4	Encuestas turistas nacionales	97
Anexo 5	Encuestas turistas extranjeros	99
Anexo 6	Tríptico	101

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1	Título/Title	M	Propuesta de creación de una operadora turística en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo en el 2014.
2	Creador/Creator	M	Morales Y.; Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
3	Materia/Subject	M	Ciencias Ambientales.
4	Descripción/Description	M	Para el presente estudio se analizó el estudio situacional del cantón Pallatanga mediante el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pallatanga (PD y OT), se procedió a realizar el estudio de mercado, se determinó la estructura organizativa para el proceso de asociatividad comunitaria para la sostenibilidad de la operadora turística, por último se analizó la factibilidad económica y financiera del proyecto siguiendo los indicadores financieros de rentabilidad como el VAN, la TIR y la Relación Beneficio/Costo.
5	Editor/Publisher	M	FACAMB; Carrera de Ingeniería en Ecoturismo; Morales Y.
6	Colaborador/Contributor	O	Ing. Francisca Contreras.
7	Fecha/Date	M	07-03-2014
8	Tipo/Type	M	Tesis de grado
9	Formato/Format	R	.docx MS Word 2010; .pdf
10	Identificador/Identifier	R	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	Fuente/Source	O	Investigación Turística
12	Lenguaje/Language	O	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización especial electromagnética
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audience	O	Tesis de Pregrado/Bachelor Thesis

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación tiene por objetivo general “Elaborar una propuesta de creación de una operadora turística en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”.

La metodología utilizada se basó en lo siguiente:

Para cumplir el primer objetivo se consultó información sobre el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Pallatanga, se realizó encuestas a los pobladores de Pallatanga, turistas nacionales y turistas extranjeros que llegan a la estación del ferrocarril de la ciudad de Riobamba.

En el segundo objetivo se realizó talleres con las comunidades de San Jorge, Yaguarcocha, Trigoloma y Santa Ana, para coordinar la asociatividad entre las comunidades y determinar la estructura organizacional de la operadora de turismo.

Para el tercer objetivo se desarrolló el estudio financiero, para determinar, activos fijos, diferidos, capital de trabajo, financiamiento del proyecto y cálculo de VAN, TIR y RB/C. para determinar la factibilidad de la operadora de turismo.

En conclusión se determinó que es factible la creación de una operadora turística, la cual favorecerá directamente a la economía de la población.

ABSTRACT

I proposed this research: to develop a proposal for create a tour agency in North Santa Ana in Pallatanga province of Chimborazo.

The methodology employed was based on the following:

To achieve the first objective i research information about the Plan of Land Management of Pallatanga were consulted and the people of Pallatanga, locals and foreign tourists who arrive to the railway station surveys in Riobamba.

In the second objective workshops were made with the communities of San Jorge, Yaguarcocha, Trigoloma and Santa Ana to coordinate associativity between communities and determine the organizational structure of the tour agency.

For the third objective of the financial analysis was developed to determine, fixed assets, deferred, working capital, project financing and calculation of NPV, IRR and RB / C. to determine the investment for the creation of the operator.

Concluding with the project the feasibility of creating a tour operator, which directly promote the economy of the population was determined.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La presente investigación tiene como tema: “Propuesta de creación de una operadora turística en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo”, para fomentar el desarrollo turístico, a través de la oferta de servicios de calidad.

Esta tesis se basa y fundamenta en un proyecto anterior, que trató sobre la elaboración de inventarios de los atractivos naturales y culturales, para la implementación de los sistemas de senderización y señalética turística en el cantón Pallatanga, en el cual se han identificado una gran cantidad de atractivos naturales y culturales potencialmente turísticos en el que se han venido desarrollando debido al mejoramiento de infraestructura, y el de sus vías de acceso, que complementan la evolución en este cantón, gracias al GADP (Gobierno Autónomo Descentralizado de Pallatanga).

Sin embargo no hay operadoras turísticas legalmente establecidas con normas técnicas, ambientales y comerciales encargadas del fomento turístico en el cantón, por ello se podría avizorar en un futuro, el uso indiscriminado de estos recursos naturales por falta de una organización en el cantón.

Basado en esto se propone la creación de una operadora turística en la Comunidad Santa Ana Norte en el cantón Pallatanga, ofreciendo a la población y a los visitantes la posibilidad de que disfruten de la naturaleza convirtiéndolo en uno de los lugares preferidos de recreación y descanso, así como la oportunidad de crear plazas de trabajo en las comunidades aledañas a Santa Ana.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Elaborar una propuesta para la creación de una operadora turística en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga Provincia de Chimborazo.

1.2.2. Específicos

- 1.2.2.1.** Elaborar un diagnóstico situacional para la creación de una operadora turística.
- 1.2.2.2.** Determinar la estructura organizativa para el proceso de asociatividad comunitaria para la sostenibilidad de la operadora turística.
- 1.2.2.3.** Determinar la factibilidad económica y financiera para la implementación una operadora turística.

1.3. Hipótesis

La creación de una operadora turística en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, favorecerá directamente a la economía de la población, facilitando a los viajeros la oferta turística que hay en Pallatanga.

Variable independiente: Creación de una operadora turística en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

Variable dependiente: Economía de la población.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Diagnóstico situacional

Lara & Trujillo (2010, p. 1) definen que un diagnóstico situacional es un tipo de diagnóstico que permite producir conocimientos para la acción y toma de decisiones adecuadas a la realidad y el contexto de cierto lugar o situación en torno a un tema significativo. Es el conocimiento aproximado de las diversas problemáticas de una población o lugar, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación, un análisis de sus perspectivas y una evaluación de la misma.

2.1.2. Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2014, p. 1) define que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo (p. 1).

2.1.3. Turismo Comunitario

Salazar (2010, p. 2) dice que el turismo comunitario como una actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios.

Por su naturaleza y temporalidad el turismo comunitario debe ser considerado en las zonas rurales donde habitan sectores vulnerables de la población, como una actividad complementaria a las actividades productivas tradicionales como la agrícola, pecuaria y artesanal, para generar bienestar y fuentes de trabajo (p. 2).

2.1.4. Estudio de Mercado

Meléndez (2009, p. 2) expresa que el estudio de mercado es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En el estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficios que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios.

2.1.4.1. Segmentación de mercado turístico

Candia (2010, p.1) enuncia que la segmentación de mercados es un proceso de división de un mercado potencial en distintos subgrupos o segmentos de

consumidores que tienen características y necesidades homogéneas, que pueden ser satisfechas por un mismo producto o servicio.

2.1.5. Agencias de viajes

Ballesteros (2012, p.14) menciona que una agencia de viajes es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios y elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes: como por ejemplo: transportistas, servicio de alojamiento con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

Las agencias de viajes resultan especialmente útiles para la contratación de viajes de varios días en el extranjero, pues facilitan los trámites con las compañías foráneas y resuelven los problemas derivados del alojamiento y de la guía turística (p. 14).

2.1.5.1. La organización de una agencia de viajes

Novás (2010, p.19) indica que las agencias de viajes son empresas que se dedican a vender viajes y otros servicios de tipo turístico, al igual que hacen en el mercado muchas otras empresas de tipo detallista. Ellas subcontratan una amplia variedad de servicios a otras empresas del sector y, posteriormente, confeccionan sus propios productos para ofertar en el mercado.

A la vez que venden a sus clientes todo este tipo de productos o servicios turísticos les ofrecen información detallada de los mismos, como si se tratase de un producto originado por la propia agencia (p. 20).

2.1.5.2. Tipología y clasificación de las agencias de viajes

Para agrupar los distintos tipos de agencias de viajes existen varios criterios de clasificación. Según el reglamento (legislación española), estas se organizan en (p. 20).

- **Agencias mayoristas (productora):** se ocupan de la producción de viajes y servicios turísticos, que posteriormente, comercializan a través de las agencias de viajes minoristas, que son su principal cliente. A este tipo de agencias también se las conoce por el nombre de “tour operadores” (p. 20).
- **Agencia minorista (mediadora, asesora y productora a pequeña escala):** por el contrario, este tipo de agencias de viajes no pueden producir programas ni paquetes turísticos. Su función es la de venta de estos productos, que fueron producidos anteriormente por la agencia mayorista, al cliente final. A escala reducida puede producir pequeños paquetes, compuestos fundamentalmente de servicios turísticos sueltos. Sus principales clientes son por tanto las agencias de viajes propios y los viajeros (p. 20).
- **Agencia mayorista-minorista (mediadora, asesora y productora):** pueden realizar al mismo tiempo las dos funciones anteriores. Su función es sumamente compleja, ya que pueden actuar de asesora del cliente, y también de mediadoras y productoras de paquetes y servicios turísticos. De este modo, sus clientes pueden ser las agencias de viajes minoristas y los viajeros en general (p. 20).

Según las actividades en las que estén especializadas, se puede contar con (p. 20).

- **Agencia emisora:** está especializada en enviar a sus clientes a destinos o zonas geográficas diferentes de donde se encuentra la agencia (p. 20).

- **Agencia receptiva:** al contrario de lo que sucede con la anterior, esta trae a sus clientes a donde se encuentra ubicada. Este tipo de agencia es poco frecuente (p. 21).
- **Agencia emisora-receptiva:** al igual que sucede con la agencia mayorista-minorista este tipo de agencia puede realizar simultáneamente las funciones propias de la agencia emisora y de agencia receptiva (p. 21).

2.1.5.3. Las operaciones de producción en las agencias de viajes.

Pereira (2009, p.14) manifiesta que generalmente, se distinguen las siguientes áreas funcionales dentro de una agencia de viajes (AA.VV).

- **Área técnica o de producción:** elabora los paquetes turísticos (p. 14).
- **Área comercial:** organiza y ejecuta las actividades para conocer la demanda y dar a conocer los productos de la agencia (p. 14).
- **Área de ventas:** informa, asesora y vende directamente al cliente. Está relacionada con el área comercial (p. 14).
- **Área administrativa y financiera:** organiza la agencia y realiza la gestión económico-financiera. También se puede ocupar de los recursos humanos (RR.HH) (p. 15).
- **Área auxiliar:** desarrollar las tareas burocráticas de tipo administrativo (correspondencia, archivo, teléfono, preparación de documentos, etc.) (p. 15).

2.1.5.4. La interrelación entre agencias de viajes y otras empresas prestadoras de servicio.

Son empresas prestadoras de servicio las siguientes (p. 19).

- **Alojamientos:** las agencias de viajes, pueden reservar y vender servicios de alojamientos suministrados por hoteles, casas rurales, apartamentos turísticos y demás modalidades de empresas de alojamiento. La operativa de estas reservas y ventas es la siguiente (p. 19).
 - **Reserva individual:** para servicios sueltos, cobrando la agencia una comisión pactada con el establecimiento (p. 19).
 - **Reservas para grupos:** la operativa es similar al caso anterior, pero la reserva se hace con mayor antelación (p. 19).
 - **Reservas para cupos:** se realizan de manera anticipada para períodos sucesivos de tiempo durante la temporada turística utilizando los bonos (p. 19).
- **Restaurantes:** las AA.VV. pueden realizar reservas en restaurantes como servicios sueltos o incluidos en un paquete (ej. Comidas en ruta en un viaje organizado) cobrando las AA.VV. comisiones a los restaurantes (p. 20).
- **Transportes:** las AA.VV. pueden reservar, emitir y vender billetes de todo tipo de transportes y alquilar vehículos como servicios sueltos. En caso de que el servicio de transporte forme parte de un viaje combinado, las empresas de transporte los suelen ofrecer a través de tarifas confidenciales, más baratas que las que se publican a los clientes, que nunca serán aplicables a la venta de billetes como servicios sueltos y que no se dará a conocer al cliente (p. 20).

- **Servicios diversos:** aquí se incluyen el resto de empresas suministradoras de servicios que pueden ser: museos, monumentos, parques de atracciones, parques temáticos, espectáculos, seguros de viaje, entre otros (p. 20).

2.1.5.5. Servicios propios de las agencias de viajes

Cattany (2002, p. 23) sustenta que son servicios y actividades propios de las agencias de viajes que pueden ser desarrolladas fuera y dentro del país, los siguientes.

- La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte local o internacional.
- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior (p. 23).
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustando o proyectando la solicitud del cliente a un precio preestablecido para ser operados dentro y fuera del territorio nacional (p. 23).
- La presentación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional (p. 23).
- El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos (p. 23).
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales y extranjeros, en otros domicilios diferentes al de la sede

principal de la representada, para la venta de productos turísticos (p. 24).

- El asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios (p. 24).
- El proveer información turística y difundir material de propaganda (p. 24).
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística (p. 24).
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado (p. 24).
- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones (p. 24).
- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte (p. 24).

2.1.6. Tipos de empresas

2.1.6.1. Empresas públicas

Banda (2006, p. 51). La empresa es dependiente de la administración central del Estado y cuyo capital en su totalidad, o en su mayor parte, es de propiedad del Estado

2.1.6.2. Empresas privadas

La empresa privada es la base del capitalismo. A diferencia de la empresa pública, la empresa privada persigue el máximo beneficio o lucro, a través de

aplicación de políticas que le permitan aprovechar al máximo los recursos disponibles, con el fin de minimizar sus costos y maximizar sus utilidades (p. 51).

De acuerdo a la actual Ley de Compañías tenemos cinco clases de compañías de comercio a saber:

- La compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita simple.
- La compañía de responsabilidad limitada.
- La compañía anónima
- La compañía de economía mixta (p. 51).

2.1.6.3. Tipos de compañías que existen en Ecuador

Trujillo (2012, p. 1) señala que la compañía de nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras " y compañía". El capital se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Las aportaciones pueden ser dinero o bienes muebles o inmuebles.

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse (p. 1).

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. El capital estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. El capital aportado no será menos de 400 dólares (p. 1).

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Podrán ser entre dos o más personas con un capital de 800 dólares o más. Estas compañías podrán tener como socios a empresas públicas (p. 1).

La compañía de economía mixta, el estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía. Las entidades podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período de tiempo determinado (p. 1).

2.1.7. Asociatividad y grupos comunitarios

Feliz (2012, p. 5) indica que los habitantes de una comunidad se agrupan y ordenan en diferentes ocupaciones, funciones y responsabilidades de manera en que toda la organización logre funcionar como un conjunto. Las organizaciones comunitarias no son exclusivas de un determinado grupo o sector de la población, estas pueden ser constituidas por todas las personas; buscando enfrentar problemas que les afecten y mejoren su situación.

2.1.8. Factibilidad económica y financiera

Ahumada (2013, p. 1) señala que los aspectos básicos y generales, las inversiones en el proyecto, se deben cuantificar todos los costos correspondientes a la Inversión Fija: terrenos, edificios, maquinaria, equipos, derechos y patentes, licencias, gasto de construcción, instalación y organización. Se debe cuantificar el Capital de giro necesario para la instalación y operación del proyecto, materia prima, insumos, accesorios, mano de obra.

2.1.9. Estudio económico del proyecto

Cuartas (2008), citado por Vargas (2012 p. 47) explica que el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad.

2.1.10. Fuentes de financiamiento

CIDE (2010, p. 1) Indica que para iniciar las operaciones de una empresa, se requiere contar con el dinero necesario para su funcionamiento, el mismo que puede provenir de recursos propios (ahorros), préstamos familiares o endeudamiento.

Tomando en cuenta esta necesidad, de los nuevos emprendimientos, el CIDE vincula a los emprendedores con fuentes de financiamiento que se ofrecen a la PYME (Pequeña y mediana empresa) y a proyectos de emprendimiento, a través de: Programas Estatales: Emprede Ecuador, Innova Ecuador, Cre Ecuador, MIPRO, MIES, SENAMI, Banco Nacional del Fomento, CFN. Programas Privados: Siembra Futuro (p. 1).

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Localización del lugar

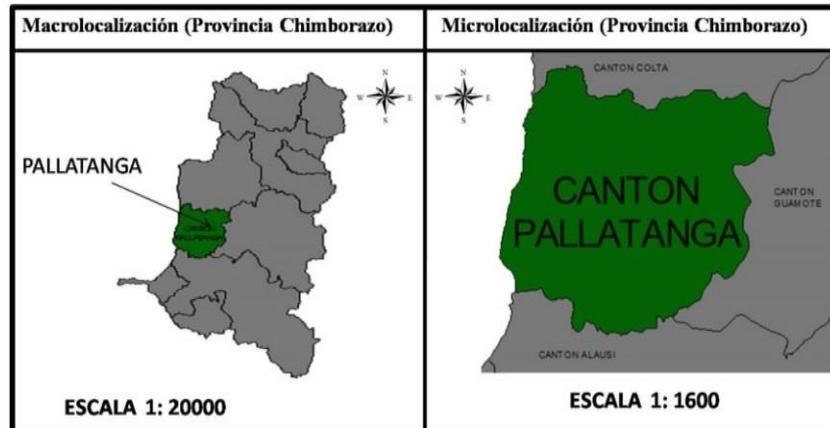


Figura 1. Localización del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, 2013
Fuente: Municipalidad de Pallatanga
Elaborado por: Ing. Roberto Herrera

La presente investigación se realizó en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, tomando en cuenta las comunidades de San Jorge, Yaguarcocha, Trigoloma y Santa Ana Norte, con un área de 382 Km². Su situación geográfica es privilegiada con una ubicación y clima excepcional, el cantón Pallatanga brinda la oportunidad de ingresar a un paraíso de belleza natural y placentero descanso. Se lo conoce también como la tierra de la Eterna Primavera, se encuentra entre la región costa y sierra ecuatoriana (cuadro 1).

3.1.1.1. Condiciones meteorológicas

Cuadro 1 Condiciones meteorológicas del cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, 2013.

Parámetros	Medidas
Coordenadas UTM	726418 E
Longitud	9779229 N
Altitud	1200 hasta los 1462 msnm
Temperatura promedio	19 °C
Precipitación anual	1000 y 2000 mm

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

3.1.1.2. Clasificación ecológica

Barahona J. et al. (2011, p. 23). El cantón Pallatanga según el mapa ecológico de Holdridge posee las siguientes zonas de vida:

Bosque húmedo Montano (b.h.M.)

Bosque húmedo Pre – Montano (b.h.P.M.)

Bosque seco Pre – Montano (b.s.P.M.)

Bosque húmedo Montano Bajo (b.h.M.B.)

Bosque seco Montano Bajo (b.s.M.B.) (p. 23).

3.1.2. Materiales y equipos

3.1.2.1. Materiales

Áreas con potencial turístico del cantón Pallatanga, materiales de oficina, materiales para talleres, consultas en Internet, consultas en bibliotecas.

3.1.2.2. Equipos

Computador, escáner, flash memory, impresora, vehículo, cámara fotográfica.

3.1.3. Métodos

3.1.3.1. Tipos de Investigación

La presente investigación es de tipo social ya que los aspectos investigados, están ligados a grupos de individuos. Para esto se consideraron las técnicas de observación, encuesta y revisión documental.

Los métodos que se utilizaron en la investigación son:

Método histórico: Consintió en la investigación de historiales y cifras, como estadísticas de afluencia de viajeros a Pallatanga y a la provincia.

Método descriptivo: Se detalló lo observado durante el proceso investigativo, tal como las necesidades que tienen los habitantes del cantón, teniendo presente cuales serían los beneficios que conseguirán los pobladores al ser parte del proyecto.

Método analítico: Permitió formular criterios y comentarios acerca de la investigación.

3.1.3.2. Diseño de la Investigación

- a. Cumpliendo con el primer objetivo se analizó la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pallatanga (PD y OT), y se cumplieron métodos como la encuesta para saber cuáles eran las necesidades turísticas del cliente y los servicios ofertados en el cantón, en donde se obtuvo información relevante que permitió alcanzar el objetivo.
- b. Para cumplir el segundo objetivo se analizó el estudio organizacional que debe contar la empresa, su debido manual de funciones, la propuesta de reglamento interno de la operadora de turismo, el branding, los respectivos requisitos de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) y el diseño de la instalación de la operadora, todo esto en coordinación con las comunidades del cantón.
- c. El tercero objetivo está enmarcado en el estudio financiero, en el cual se detalló los activos fijos, diferidos, capital de trabajo y financiamiento del proyecto, detallándolos en cuadros correspondientes.

3.1.3.3. Población y Muestra

3.1.3.3.1. Población

Para la muestra se tomó en cuenta el número de la población económicamente activa proporcionada en el censo 2010 del cantón Pallatanga que es de 4598 personas, así mismo el número de potenciales clientes según los datos proporcionados por la Estación del Ferrocarril de la ciudad de Riobamba en el año 2012 que es de 52044 turistas, el cual simbolizaría el universo de estudio. De los cuales el 58.37% son nacionales y el 41.64% extranjeros.

3.1.3.3.2. Muestra

Para el presente proyecto se usó el muestreo aleatorio y el muestreo estratificado. Para la determinación de las muestras se aplicaron las fórmulas de Canavos (Vargas, 2012).

Fórmula de Canavos aleatorio

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

Donde:

N= Universo

n= Tamaño de la muestra

P= probabilidad de éxito (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

PQ= constante de varianza (0.25)

e= margen de error (0.10)

k= constante de corrección del error (1.68) (Vargas, 2012).

Personas de Pallatanga

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

$$n = \frac{4598 * 0.5 * 0.5}{(4598 - 1) \left(\frac{0.10}{1.68}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{1149.5}{(4597)(0.003543083) + 0.25}$$

$$n = \frac{1149.5}{16.28755255 + 0.25}$$

$$n = \frac{1149.5}{16.53755255}$$

$$n = 69.5$$

$$n = 70 \text{ encuestas}$$

Fórmula de Canavos estratificado

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

Donde:

N= Universo

n= Tamaño de la muestra

P= probabilidad de éxito (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

PQ= constante de varianza (0.25)

e= margen de error (0.10)

k= constante de corrección del error (2) (Vargas, 2012).

Turistas de la Estación del Ferrocarril de la ciudad de Riobamba

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p * q)}$$

$$n = \frac{52044 * 0.5 * 0.5}{(52044 - 1) \left(\frac{0.10}{2}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{13011}{(52043)(0.0025) + 0.25}$$

$$n = \frac{13011}{130.1075 + 0.25}$$

$$n = \frac{13011}{130.3575}$$

$$n = 99.81$$

$$n = 100 \text{ encuestas}$$

Se realizó el siguiente cálculo para la estratificación:

52044 _____ 100%	52044 _____ 100%
30378.08 _____ X	21671.12 _____ X
X = 58.37%	X = 41.64%

$$f = \frac{n}{N} \quad f = \frac{100}{52044} \quad f = 0.001921451$$



$$TNe = 58.37\% \times f$$

$$TNe = 30378.08 \times 0.001921451$$

$$\mathbf{TNe = 58.37}$$

$$TEe = 41.64\% \times f$$

$$TEe = 21671.12 \times 0.001921451$$

$$\mathbf{TEe = 41.64}$$

f= factor de corrección

Se aplicó 100 encuestas, siendo 58 encuestas aplicadas a turistas nacionales y 42 a turistas extranjeros.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Diagnóstico situacional del cantón Pallatanga para la creación de una operadora turística

Para el diagnóstico situacional del cantón Pallatanga se tomó como base lo siguiente:

- Recursos naturales y culturales del cantón
- Facilidades turísticas
- Preferencias turísticas

Pallatanga está situado al sur oeste de la provincia de Chimborazo. Su cabecera cantonal está asentada en el valle de su mismo nombre. (Calderón, 2010, p. 29) limitando al norte con el cantón Colta, al sur con Alausí, al este con Guamote y al oeste con el cantón Chillanes.

El cantón actualmente no posee parroquias rurales, solo cuenta con la matriz que se divide en 24 barrios y 63 comunidades, de las cuales solo 15 comunidades tienen acuerdo Ministerial.

El clima, en general, es primaveral y está catalogado como uno de los mejores del país, no existe verano seco, las lluvias pasan de los 180 y llegan a los 230 días al año.

EL principal sistema hidrográfico es el río Chimbo, al cual afluyen, entre otros, los ríos Citado o Maguaso y Pindorata o Ñacoto. Este último río se forma de la confluencia de los ríos Pangor y Panza. A su vez al Citado confluyen el Coco, Cuitchichy, Capata, Cayahuán, los Santiagos, Bisniag y Mocata. Todos estos ríos están alimentados por una serie de quebradas, riachuelos, cascadas y chorreras.

4.1.1.1. Recursos Naturales y Culturales del cantón

A pesar de existir atractivos y recursos en la localidad, la actividad turística se ha ido desarrollando en forma incipiente y empírica, algunos de los pobladores de la parroquia se dedican a actividades de guianza puesto que conocen el sector y las diferentes especies de flora y fauna. Hoy en la actualidad el apoyo por parte de las entidades públicas y privadas hacia la parroquia es muy escaso, es decir no existen programas de desarrollo turístico que permitan el uso racional de los recursos naturales y culturales existentes en la zona.

4.1.1.1.1. Atractivos Naturales

Barahona et al, 2011 indica que en el cantón se realizó el proyecto de: “Fortalecimiento del Corredor Turístico Sostenible Subtropical Pallatanga-Cumandá a través de la implementación de los sistemas de Senderización y Señalética turística en el Cantón Pallatanga”, en cuatro rutas de las siguientes comunidades: San Jorge, Yaguarcocha, Trigoloma y Santa Ana, que son las rutas que poseen los atractivos naturales más cercanos y estas rutas ya están definidas en calidad de tiempo y en las actividades que se pueden realizar.

Las rutas turísticas cuentan con 11 cascadas, un bosque, un mirador y un río, que están distribuidos en estos lugares, por ende en esta investigación se consideraron cuatro comunidades, en las cuales están los atractivos naturales según el proyecto del “Fortalecimiento del Corredor Turístico Sostenible Subtropical Pallatanga-Cumandá a través de la implementación de los sistemas de Senderización y Señalética turística en el cantón Pallatanga” (cuadro 2).

Cuadro 2. Atractivos naturales del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.

Atractivo	Comunidad	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquización
Cascada San Jorge Bajo	San Jorge	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada de Guangashí 1	San Jorge	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada de Guangashí 2	San Jorge	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada Yahuarcocha 1	Yahuarcocha	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada Yahuarcocha 2	Yahuarcocha	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada Palmital 1	Yahuarcocha	Sitio Natural	Río	Cascada	II
Cascada Palmital 2	Yahuarcocha	Sitio Natural	Río	Cascada	II
Bosque Nativo Bisniag	Yaguarcocha	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	II
Mirador la Cocha	Trigoloma	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
Río Pangor	Trigoloma	Sitio Natural	Río	Rápidos o Raudales	II
Cascada San Rafael	Trigoloma	Sitio Natural	Río	Cascada	II
Cascada Santa Ana	Santa Ana Norte	Sitio Natural	Río	Cascada	III
Cascada Santa Rosa	Santa Ana Norte	Sitio Natural	Río	Cascada	II
Cascada Chazazal	Santa Ana Sur	Sitio Natural	Río	Cascada	II

Fuente: “Fortalecimiento del Corredor Turístico Sostenible Subtropical Pallatanga-Cumandá a través de la implementación de los sistemas de Senderización y Señalética turística en el Cantón Pallatanga” (2011).

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.1.1. Rutas turísticas

4.1.1.1.1.1. Recorrido de la ruta turística San Jorge

Barahona (2012) indica que el recorrido es de 19 Km, partiendo desde el parque central del Cantón, tomando la vía panamericana hasta el puente del Río Coco, de ahí se toma la vía que conduce a la comunidad San Jorge Bajo. Durante el trayecto se puede observar la vegetación típica de la zona, así como los cultivos propios, pues es un sector productivo del cantón.

Llegando a la comunidad se puede observar a la distancia la cascada de San Jorge con sus cuatro caídas de 80 metros todo el salto; de regreso se llega al sector de Guangashí a las otras cascadas de 15 y 20 m. El tiempo incluye actividades al aire libre y distancia desde la cabecera cantonal, siendo la accesibilidad por vías asfaltadas y lastradas (cuadro 3).

Cuadro 3. Características de la ruta turística San Jorge, del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.

Ruta: San Jorge				
Sendero	Tiempo	Distancia	Dificultad	Altitud
San Jorge bajo	3 horas	340 m	Media	1107 msnm
Guangashí 1	2 horas	705 m		1526 msnm
Guangashí 2	1 hora	348 m		1390 msnm

Fuente: Guía de turismo del cantón Pallatanga, 2012.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.



Foto 1. C. San Jorge Bajo
Yajaira Morales, 2013.



Foto 2. C. Guangashi 1
Yajaira Morales, 2013.

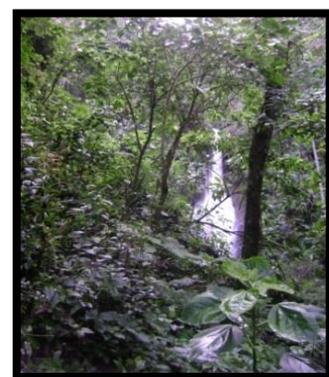


Foto 3. C. Guangashi 2
Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.1.1.2. Recorrido de la ruta turística Yaguarcocha – Palmital

Barahona (2012) manifiesta que saliendo desde el centro poblado, se toma la vía de primer orden que conduce a Jalubí, al llegar al sector de Balazul se toma la vía de segundo orden que trasborda hacia la comunidad de Yaguarcocha.

El recorrido dura aproximadamente 40 minutos en vehículo; al llegar a la segunda quebrada el punto de partida del sendero, en este trayecto se puede observar cuadro cascadas de varios tamaños, en este sendero ecológico se puede disfrutar del contacto directo con la naturaleza, hacer fotografía, interpretación ambiental, observación de flora y fauna. Sin duda un paraíso por descubrir. Tomando nuevamente la ruta a la Comunidad de Yaguarcocha, se llega a Bisniag, aquí a 2775 msnm se puede disfrutar de un importante bosque primario (cuadro 4).

Cuadro 4. Características de la ruta turística Yaguarcocha, del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.

Ruta: Yaguarcocha palmital				
Sendero	Tiempo	Distancia	Dificultad	Altitud
Yaguarcocha 1				2229 msnm
Yaguarcocha 2	2 horas	782 m	Moderada	1281 msnm
Palmital 1				2367 msnm
Palmital 2				2381 msnm
Bosque Bisniag				2775 msnm

Fuente: Guía de turismo del cantón Pallatanga, 2012.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

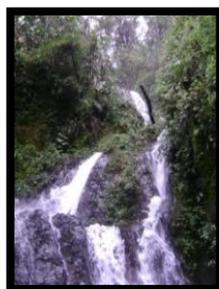
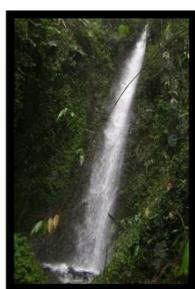


Foto 4 y 5. C. Yaguarcocha 1 y 2
Yajaira Morales, 2013.

Foto 6 y 7. C. Palmital 1 y 2
Yajaira Morales, 2013.

Foto 8. Bosq. Bisniag
Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.1.1.3. Recorrido de la ruta turística Trigoloma

Barahona (2012), demuestra que para el recorrido se toma la vía panamericana con dirección a Balbanera, apenas 15 minutos en vehículo, se llega a Trigoloma, aquí, el visitante puede deleitar su paladar con unas deliciosas tortillas de trigo asadas con un café caliente. Las vías del recorrido son de hormogoneada asfaltada y lastrada.

El recorrido de la ruta, se lo puede hacer en vehículo, por las vías de acceso, así se visita el mirador La Cocha, que en las tardes permite observar atardeceres únicos, acompañados de escenarios panorámicos de flora del territorio y de otros como del Cantón Chillanes. Ya tomando la parte baja de la ruta se puede visitar el río Pangor y en sus riveras disfrutar de la variedad de aves que se encuentran en este ecosistema. De regreso se toma la vía que conduce hacia la Cascada de San Rafael (cuadro 5).

Cuadro 5. Características de la ruta turística Trigoloma, del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.

Ruta: Trigoloma				
Sendero	Tiempo	Distancia	Dificultad	Altitud
Mirador la Cocha	1 hora	4.2 km	Fácil	2868 msnm
Río Pangor				1898 msnm
Cascada San Rafael				2125 msnm

Fuente: Guía de turismo del cantón Pallatanga, 2012.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.



Foto 9. Mirador la Cocha
Yajaira Morales, 2013.



Foto 10. Río Pangor
Yajaira Morales, 2013.



foto 11. Cascada San Rafael
Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.1.1.4. Recorrido de la ruta turística Santa Ana

Barahona (2012), indica que desde el parque central se toma la vía panamericana, antes de llegar al Colegio Agropecuario Provincia de Chimborazo, se toma la vía que conduce hacia la comunidad de Santa Ana Norte, tomando el desvío hacia la izquierda. En la comunidad existen guías que conocen el territorio y el sendero; una vez que inicia el recorrido se llega a la cascada de Santa Ana con una altura de 20 m, es una de las de mayor altura, la fauna y flora son exuberantes.

Se toma la vía inicial y el desvío hacia la derecha, se dirige hacia la comunidad San Carlos, una vez aquí se da inicio a la travesía que dura aproximadamente 45 minutos se llega a la cascada Santa Rosa que posee una caída de agua impresionante y la cascada Chazazal que tiene 15 m de altura (cuadro 6).

Cuadro 6. Características de la ruta turística Santa Ana, del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.

Ruta: Santa Ana				
Sendero	Tiempo	Distancia	Dificultad	Altitud
Santa Ana	2 horas	1200 m	Moderada	1908 msnm
Santa Rosa				1965 msnm
Chazazal				1390 msnm

Fuente: Guía de turismo del cantón Pallatanga, 2012

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.



Foto 12. C. Santa Ana
Yajaira Morales, 2013.



Foto 13. C. Santa Rosa
Yajaira Morales, 2013.



Foto 14. C. Chazazal
Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.1.2. Atractivos Culturales

En cuanto a los atractivos culturales del cantón Pallatanga existen representaciones de manifestaciones y atractivos culturales, dentro de los más importantes se cuenta con las Ruinas de Palihuaico ubicadas a 14 Km de la Población de Pallatanga en la hacienda San Nicolás, a unos 1100 m.s.n.m. Su construcción se cree pertenece a 1530 D.C. Su estructura es de piedra tallada, se destaca su técnica constructiva y su distribución especial típica precolombina (cuadro 7).

Cuadro 7. Atractivos c ulturales del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, 2013.

TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
Acontecimientos programados	Carnavales	Febrero o Marzo
Acontecimientos programados	Fiestas de cantonización	Mayo 13
Acontecimientos programados	Fiestas patronales	Agosto 1 – 30
Etnografía	Comidas y bebidas típicas	Gastronomía del Cantón
Etnografía	Ferias y mercados.	Producción agropecuaria
Etnografía	Manifestación religiosa	Abril: semana santa
Etnografía	Creencias populares	Mayo: Rosario de la Aurora
Etnografía	Manifestación religiosa	Noviembre 02
Histórica	Sitios arqueológicos	Ruinas Palihuayco
Históricas	Arquitectura civil	Puente Cornelio Dávila (sal si puedes)

Fuente: Metodología para inventarios de atractivos turísticos 2004.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.2. Facilidades Turísticas

4.1.1.2.1. Infraestructura turística

La principal infraestructura con la que cuenta el cantón Pallatanga son los servicios básicos; centros de salud, servicio eléctrico, teléfono, internet, tv cable, abastecimiento de agua, eliminación de basura. Planta turística o alojamiento, alimentos y bebidas, infraestructura vial, transportes y centros de educación.

En el cantón existen centros y subcentros de salud, el Sub-Centro de Salud presta atención de 08h00 a 16h00, de domingo a jueves, cuando asignan profesionales rurales, la atención se extiende las 24 horas y los domingos generalmente existe mayor demanda de atención de salud por la presencia de ciudadanos que llegan de los sectores rurales.

Pallatanga recibe el servicio de energía eléctrica del Sistema Nacional Interconectado, comercializado a través de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A., generalmente las familias cancelan cada mes US. 9.00.

La zona urbana tiene 706 líneas telefónicas, el servicio de internet es relativamente bajo, en la zona urbana solo se registra en 46 lugares: municipalidad, instituciones financieras públicas y privadas, comercio y pequeña industria. El servicio de tv cable solo lo tienen 709 viviendas, las 24 horas del día, a un costo mensual de USD 12.00.

Los pobladores se abastecen de agua captadas de las vertientes: El Sagrario con 6 l/s; Millihuaico 1 con 6 l/s; Millihuaico 2 con 9 l/s y Lumapato 2 l/s, dando una disponibilidad de 23 l/s.

El servicio de eliminación de basura en la zona urbana es de lunes a viernes, por la EMMAI-BC-EP. Se realiza mediante un carro recolector que atiende a 847

viviendas. Los lunes, miércoles y viernes se recoge desechos orgánicos, martes y jueves los inorgánicos, que son transportados a la planta de tratamiento del cantón Cumandá. El tratamiento de los residuos sólidos en el sector rural lo realizan botando por las quebradas y laderas, los queman y otros eliminan la basura de otras formas

Planta Turística o Alojamiento.- Según el catastro, 2013 del Ministerio de Turismo, Regional Sierra el cantón Pallatanga cuenta con seis establecimientos para alojamiento.

Cuatro hosterías son de primera categoría y solo una es de segunda, las mismas prestan servicios adicionales como piscina, áreas verdes, canchas, pesca deportiva, además la visita de cascadas, ofertan paquetes de 1 a 3 días por lo que se puede considerar a las personas que llegan como turistas. La mayoría están ubicadas cerca de la panamericana, los precios oscilan entre USD 15.00 - USD 30.00.

La residencial es de tercera categoría, por ello la mayoría de personas que se hospedan allí son viajeros detenidos por razones de clima o personales, están ubicadas en la cabecera cantonal, la atención es permanente, los precios oscilan por noche entre USD 7,00 a USD 9,00 (cuadro 8).

Cuadro 8. Actualizaciones del catastro de alojamiento del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, 2013.

Hosterías	Categoría	Capacidad (personas)	Habitaciones
El Pedregal	Primera	32	8
Sillagoto	Primera	40	10
Ecovita organic	Primera	45	20
Milliguayco	Primera	45	23
El valle	Segunda	50	16
Melita	Tercera	21	7

Fuente: Catastro MINTUR, Gerencia regional Sierra Centro, 2013.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Alimentos y bebidas.- El cantón Pallatanga cuenta con seis establecimientos de alimentos y bebidas. La mayoría de estos están ubicados cerca de la carretera panamericana para captar a viajeros de paso, ofertando desayunos almuerzos, meriendas con precios que oscilan entre USD 1.50 - USD 2.00 pocos son los que ofertan platos a la carta con precios entre USD 4.00 - USD. 6.00.

Además, existe la asociación de vendedores Virgen de las Mercedes, la cual cuentan con seis puestos de comida ubicados en la carretera con capacidad para ocho personas cada uno, donde ofertan platos típicos de la zona como fritada, choclo con queso, empanadas, etc. Y otros tres puestos que se utilizan para vender bebidas como jugos, batidos, colas, aguas (cuadro 9).

Cuadro 9. Actualización de catastro de alimentos y bebidas del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, 2013.

Restaurantes	Categoría	Capacidad	Mesas
Volveré	Tercera	50	8
El paraíso	Tercera	25	8
El chinito	Cuarta	80	15
El criollo	Cuarta	48	5
Alexandra	Cuarta	30	8
La fogata	Tercera	24	8

Fuente: Catastro MINTUR, Gerencia regional Sierra Centro, 2013.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

El cantón Pallatanga cuenta con vías de comunicación internas y externas, de primer y segundo orden. El sistema vial del área urbana de Pallatanga requieren un tratamiento adecuado para el uso de las calles, existe regularidad y uniformidad a lo largo de las vías.

A Pallatanga se puede llegar en transporte público y privado desde la mayoría de las ciudades del país, Riobamba y Guayaquil son los centros poblados de mayor importancia. Las cooperativas de transporte público que pasan y sirven al cantón Pallatanga desde las ciudades de Riobamba, Ambato, Guayaquil son: Patria,

Riobamba, San Francisco, Macas, Chimborazo, Colta, Ñuca Llacta, Cita Express, Flota Pelileo, Trasandina, Cevallos, Ejecutivo Ecuador (cuadro 10-11).

Cuadro 10. Costos estimados de transporte interprovincial del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, 2013.

Origen	Destino	Valor Pasaje
Pallatanga	Quito	\$ 5.50
Pallatanga	Guayaquil	3.50
Pallatanga	Riobamba	1.80
Pallatanga	Ambato	3.50
Pallatanga	Cumandá	0.75
Pallatanga	Bucay	0.75
Pallatanga	El Triunfo	2.50
Pallatanga	Sto. Domingo de los Tsachilas	6.80

Fuente: Equipo PD y OT – 2011.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 11. Costos estimados de los pasajes del transporte interno del cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, 2013.

Origen	Destino	Bus
Pallantanga	Bushcud	\$ 0.80
Pallantanga	San Jorge Bajo	\$ 0.80
Pallantanga	Yahuarcocha	\$ 0.80
Pallantanga	Jesús del Gran Poder	\$ 0.80
Pallantanga	Trigoloma	\$ 0.25
Pallantanga	Panza Redonda	\$ 0.50
Pallantanga	Panza Quirola	\$ 0.80

Fuente: Equipo PD y OT – 2011.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.1.3. Preferencias Turísticas

4.1.1.3.1. Estudio de mercado

4.1.1.3.1.1. Segmentación de mercado

A través de la segmentación del mercado se logró a establecer que está dirigido a la población económicamente activa del Cantón Pallatanga, para saber si es factible la creación de la Operadora Turística, así mismo está dirigido a los turistas que llegan a Riobamba a la estación del tren, para saber los gustos de los turistas que visitarán el cantón, de cualquier edad, género, ocupación, nivel de educación.

Las encuestas en Pallatanga se aplicaron en el mes de Junio del 2013 los fines de semana ya que son los días con mayor demanda en el cantón. Las encuestas a la estación del tren en Riobamba se las realizo en el mes de agosto del 2013, días jueves, viernes y sábado.

4.1.1.3.1.2. Análisis de Demanda Turística

4.1.1.3.1.2.1. Encuetas a la población de Pallatanga

- ¿Qué edad tienen los pobladores?

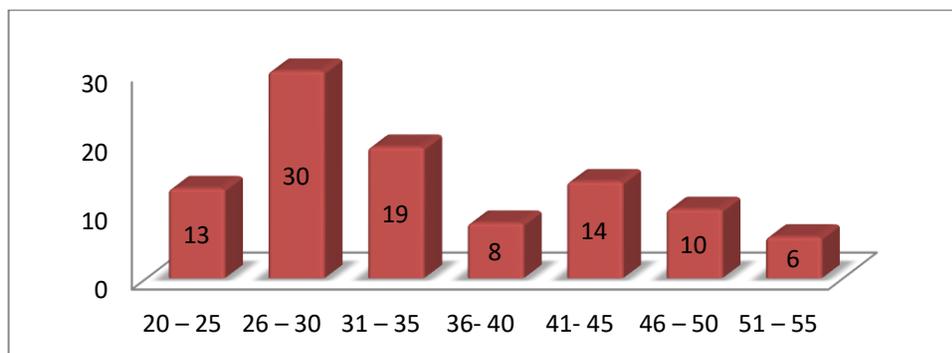


Gráfico 1. Edad de los pobladores del cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Los pobladores del cantón en su mayoría con un 30% se encuentran en el intervalo de edad de 26 a 30 años.

- **Género de los pobladores**

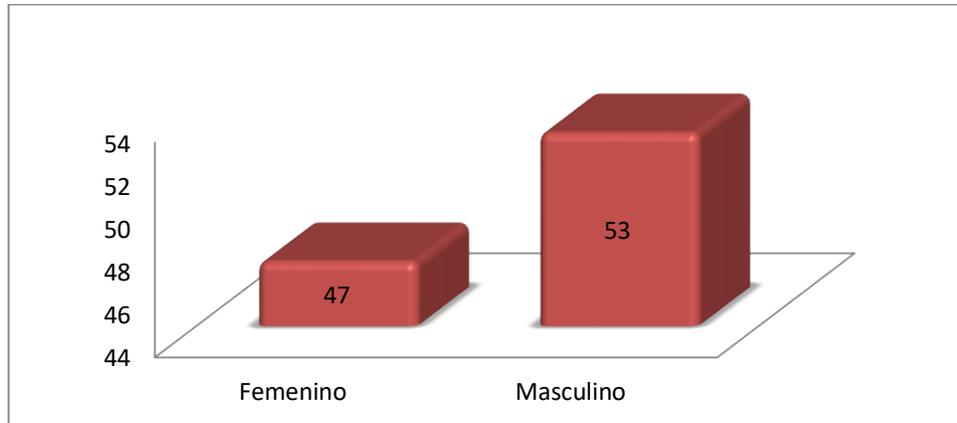


Gráfico 2. Género de los pobladores del cantón Pallatanga
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 53% son hombres y el 47% son mujeres.

1.- ¿Cuál es su instrucción académica? (marque solamente una opción)

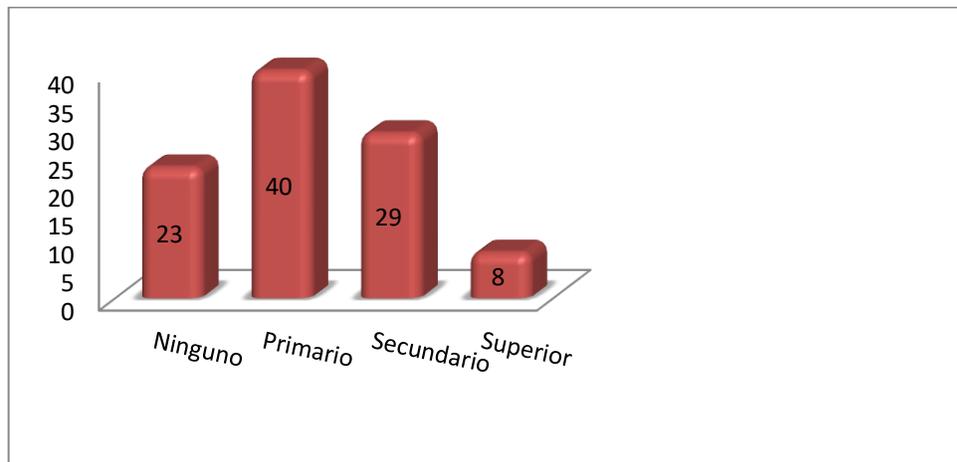


Gráfico 3. Instrucción académica de los pobladores del cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 40% tiene instrucción académica primario, lo que representa una instrucción de nivel bajo.

2.- ¿Cuántos miembros forman su familia?

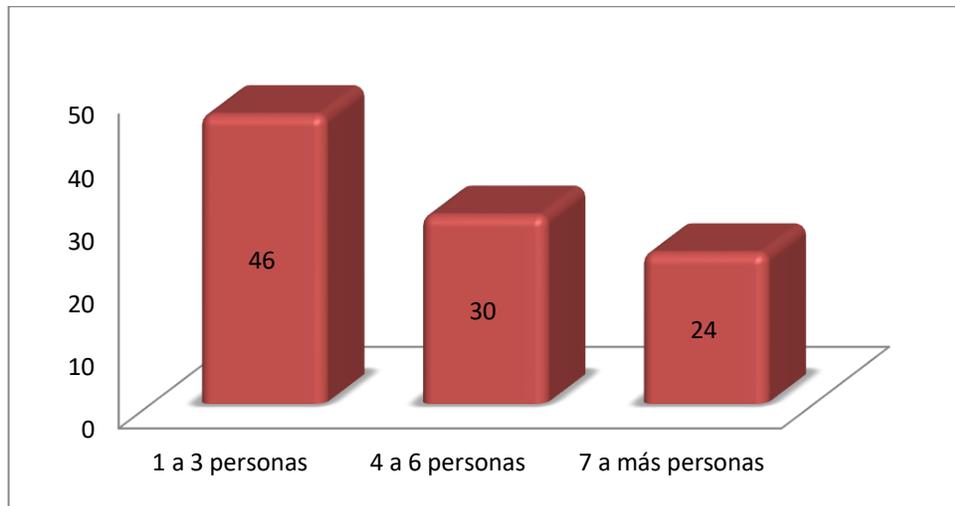


Gráfico 4. Miembros de familia de los pobladores del cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 46% de los encuestados manifiesta que su familia la integran entre 1 a 3 personas.

3.- ¿Cuál es su ocupación?

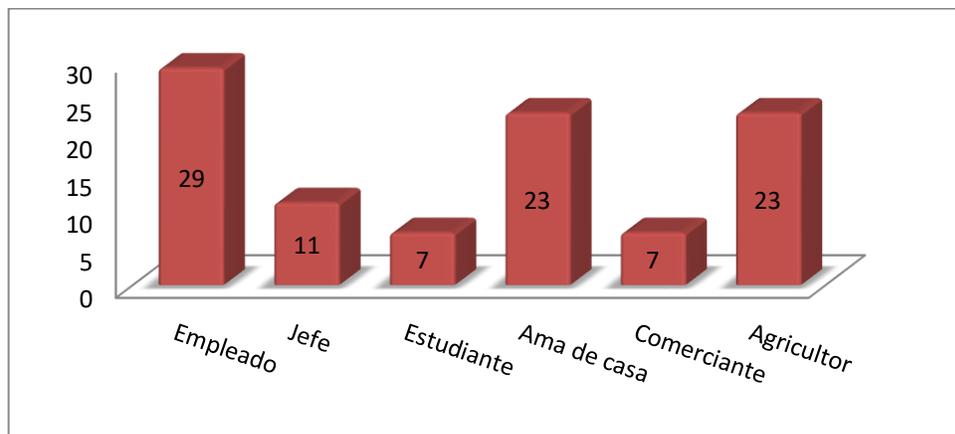


Gráfico 5. Ocupación de los pobladores del cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 29% de los encuestados son empleados considerando que la actividad que más se desarrolla es la agricultura.

4.- ¿Sus ingresos mensuales están entre?

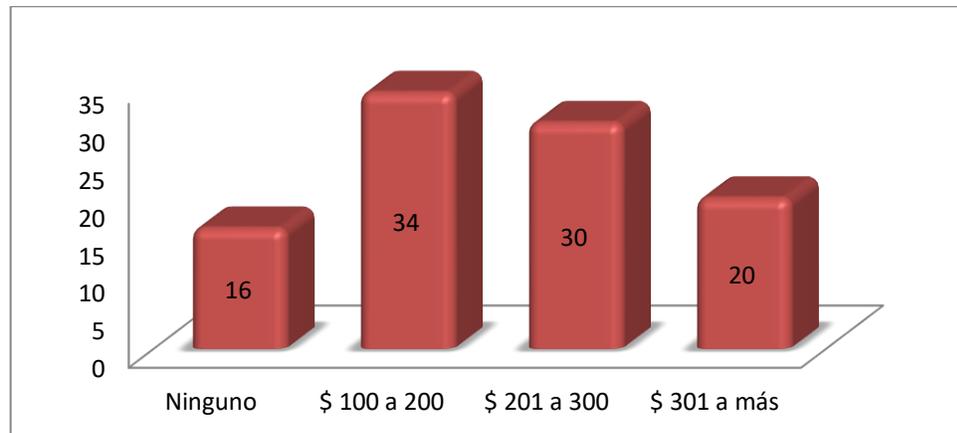


Gráfico 6. Ingresos mensuales de los pobladores del cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: el 34% de los encuestados les ingresos mensualmente de USD 100 a USD 200, siendo un nivel económico demasiado bajo.

5.- ¿Cree usted que el turismo es una fuente de ingresos que contribuye al desarrollo económico de su cantón?

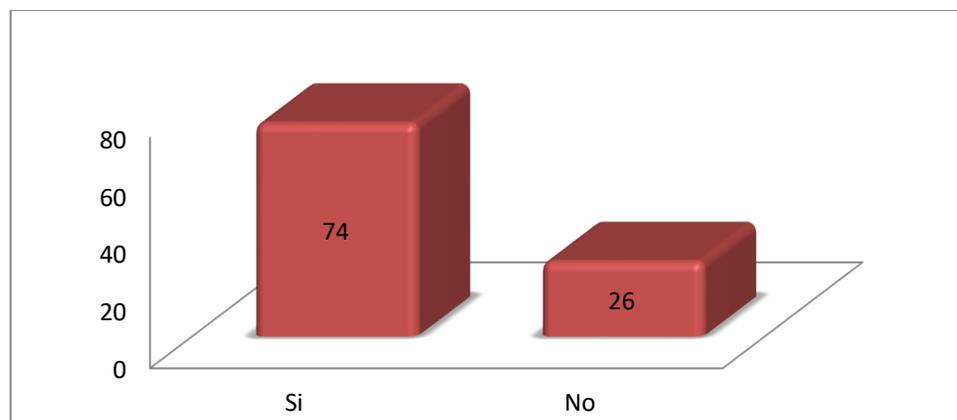


Gráfico 7. Cree que el turismo es una fuente de ingreso.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 74% de los encuestados si cree que el turismo es una fuente de ingreso que contribuye al desarrollo económico del cantón, mientras que el 26% no está de acuerdo.

6.- ¿Conoce usted si existe información que promocioe los atractivos turísticos de su cantón?

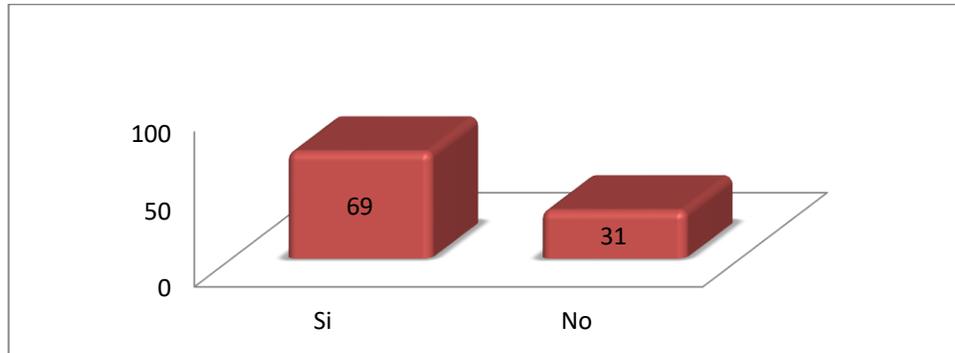


Gráfico 8. Existe información que promocioe el cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 69% de la población de Pallatanga si conoce que existe información que promocioe los lugares turísticos del mismo, mientras que el 31% no conoce sobre este aspecto.

7.- ¿Qué actividades cree usted se podrían incrementar en su comunidad?

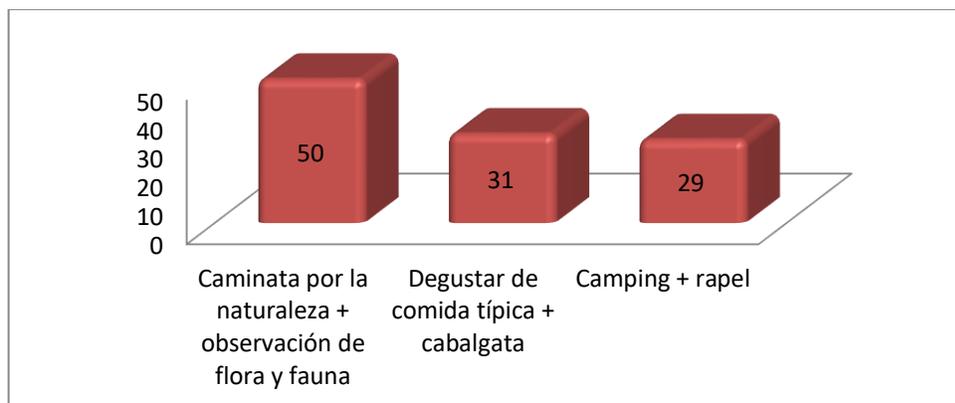


Gráfico 9. Actividades que se pueden incrementar en las comunidades de pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 50% de los pobladores cree que en las comunidades se podrían incrementar actividades de caminata por la naturaleza más observación de flora y fauna.

8.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con el desarrollo de estas nuevas actividades?

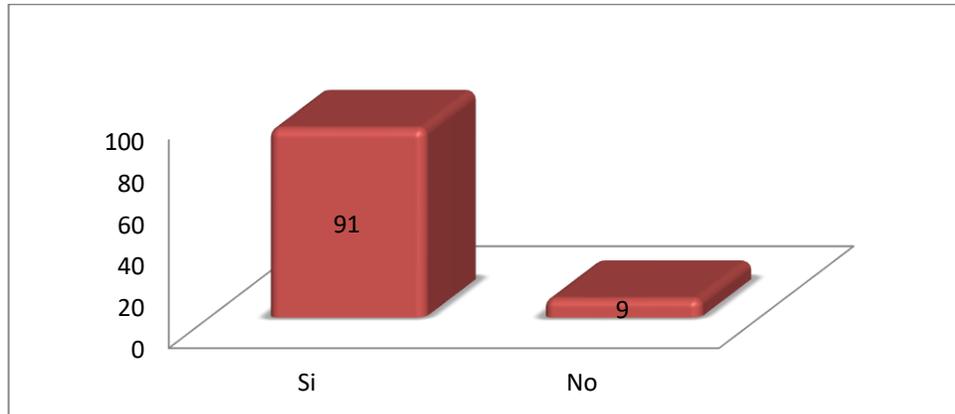


Gráfico 10. Colaboraría con el desarrollo de nuevas actividades.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 91% de pobladores si está de acuerdo en colaborar con estas nuevas actividades, el 9% no está de acuerdo con colaborar.

9.- ¿Sabe usted que es una operadora de turismo comunitario?

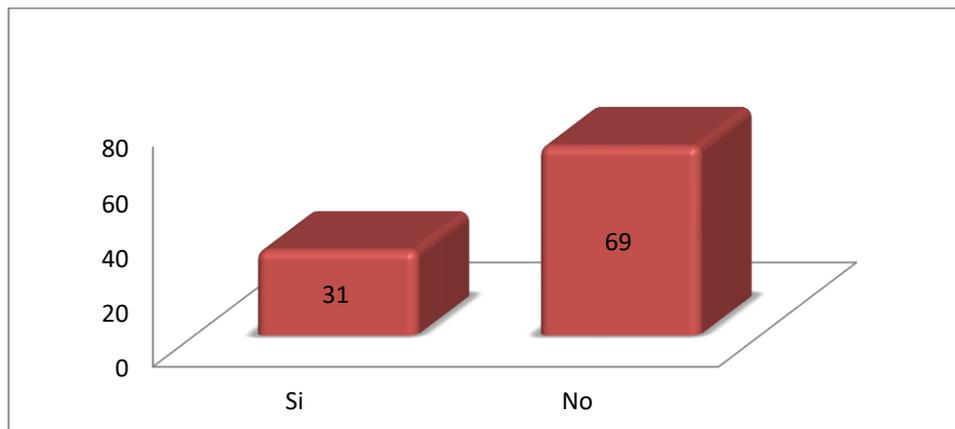


Gráfico 11. Sabe que es una operadora de turismo comunitario.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 69% no sabe que es una operadora de turismo comunitario y el 31% si sabe de qué se trata.

10.- ¿Cree que es importante la creación de una operadora turística en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga.

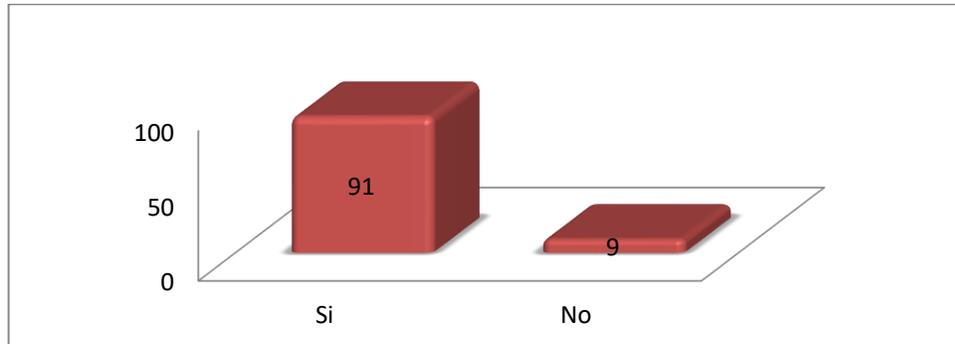


Gráfico 12. Cree que es importante la creación de una operadora turística en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 91% si cree que es importante la creación de una operadora turística, mientras que el 9% no cree que sea importante.

11.- ¿Cree usted que la creación de una operadora turística podría representar un mejoramiento económico y un medio de crear plazas de trabajo en las Comunidades?

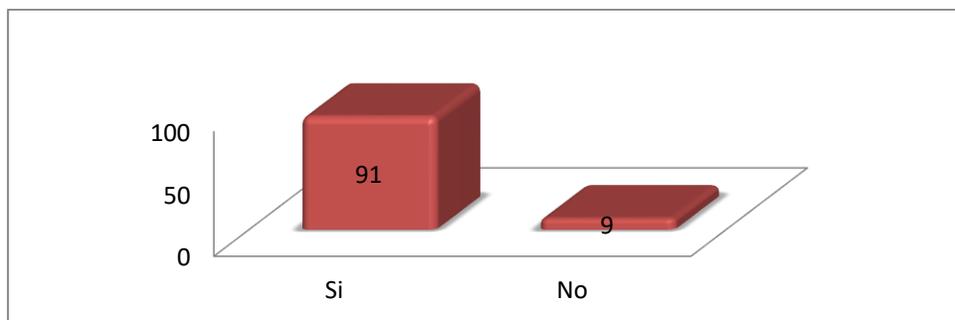


Gráfico 13. La creación puede representar plazas de trabajo en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, 2013.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 91% de los encuestados si cree que la creación de una operadora turística puede representar un mejoramiento económico y crear plazas de trabajo, mientras que el 9% no cree que sea importante.

12.- ¿Qué servicios turísticos tiene capacidad de brindar las comunidades?

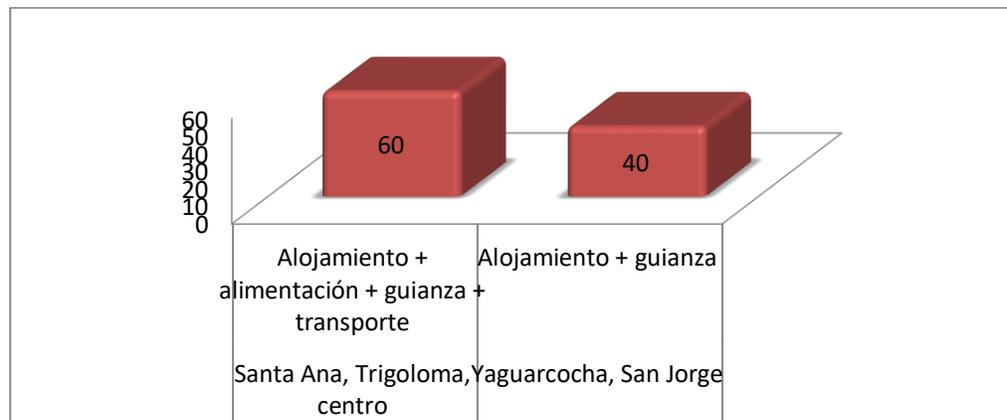


Gráfico 14. Servicios turísticos que puede brindar las comunidades, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: En las comunidades de: Santa Ana, Trigoloma y el centro del cantón Palltanga, pueden brindar servicio de: alojamiento, alimentación, guianza y transporte, con un 60%.

4.1.1.3.1.2.2. Encuestas a los turistas nacionales que llegan a la estación del Ferrocarril de Riobamba

- **Edad de los turistas Nacionales**

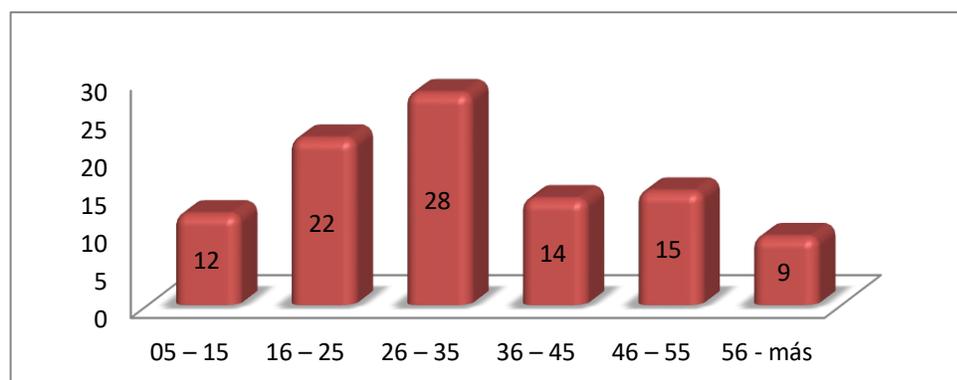


Gráfico 15. Edad de los turistas nacionales, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 28% se encuentran en el intervalo de edad de 26 a 35 años.

- **Género de turistas Nacionales**

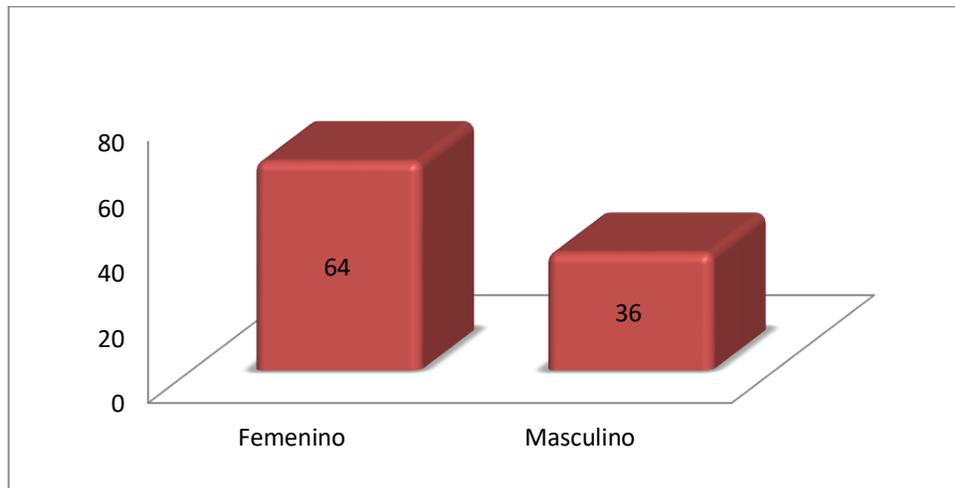


Gráfico 16. Género de los turistas nacionales, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 64% son mujeres y el 36% son varones.

- **Lugar de procedencia**

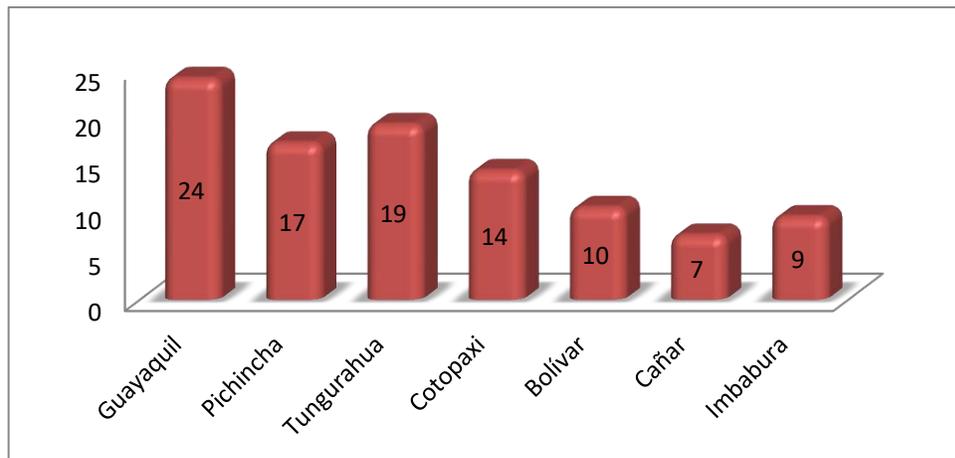


Gráfico 17 Procedencia de turistas nacionales
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 24% de los turistas nacionales proceden de Guayaquil.

1.- ¿Cuál es su instrucción académica?

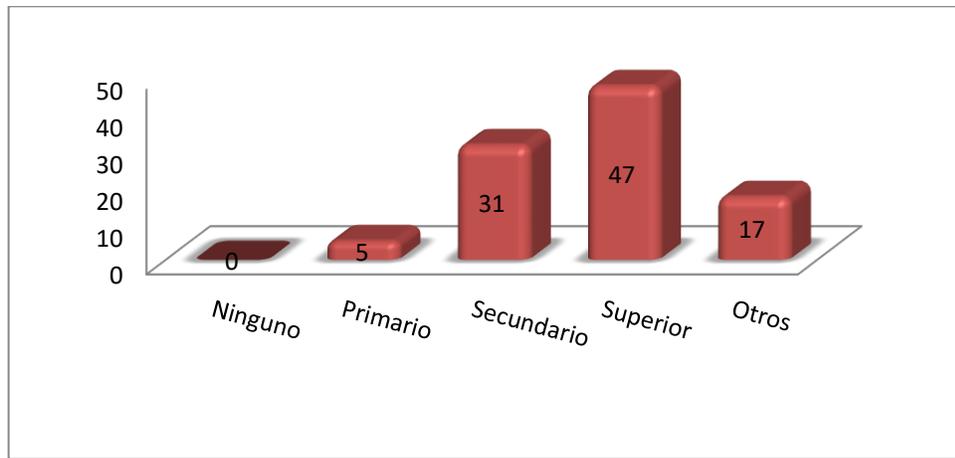


Gráfico 18. Instrucción académica de los turistas nacionales, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 47% de los encuestados tienen instrucción académica superior.

2.- ¿Cuándo usted viaja, lo hace con?

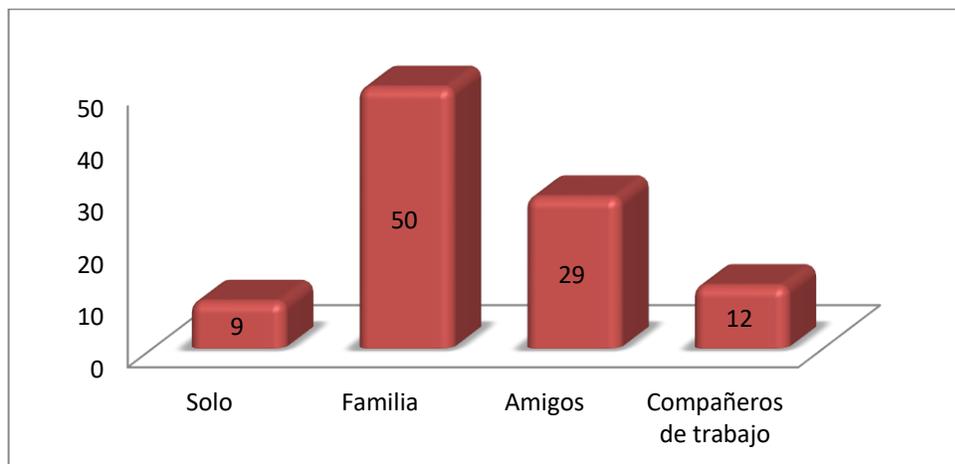


Gráfico 19. Con quienes viajan los turistas, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 50% de turistas nacionales viajan en compañía de su familia. Esto demuestra que los encuestados prefieren viajar acompañados.

3.- ¿Cuál es el motivo por el que usted organiza un viaje?

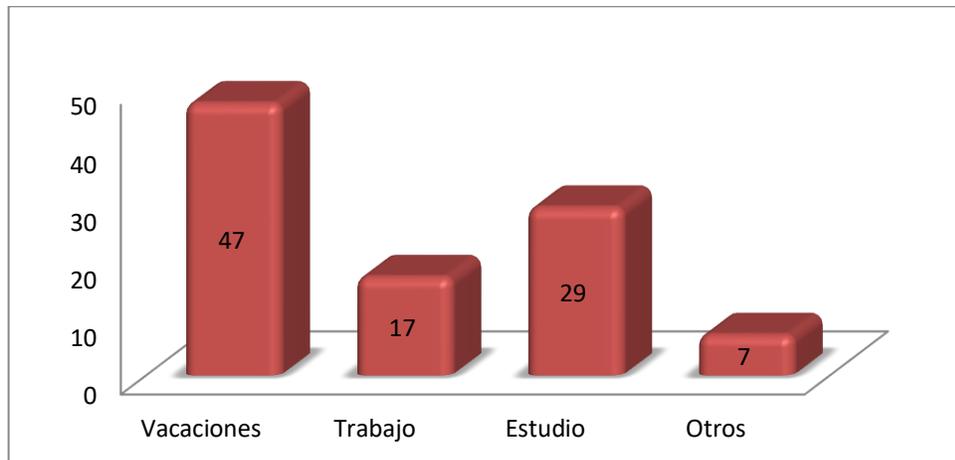


Gráfico 20. Motivo del viaje de turistas, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 47% viaja por motivaciones de vacaciones, lo que muestra que el primordial motivo es el de disfrutar el viaje.

4 A.- ¿Cuándo usted viaja, recibe la asesoría de alguien?

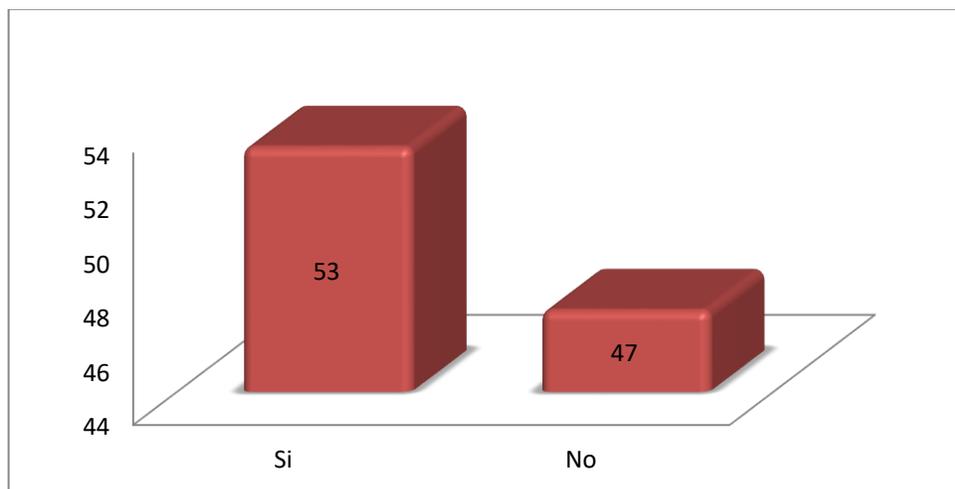


Gráfico 21. Asesoría de los turistas nacionales, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 53% si recibe asesoría y el 47% no recibe asesoría.

4 B ¿De quiénes recibe asesoría?

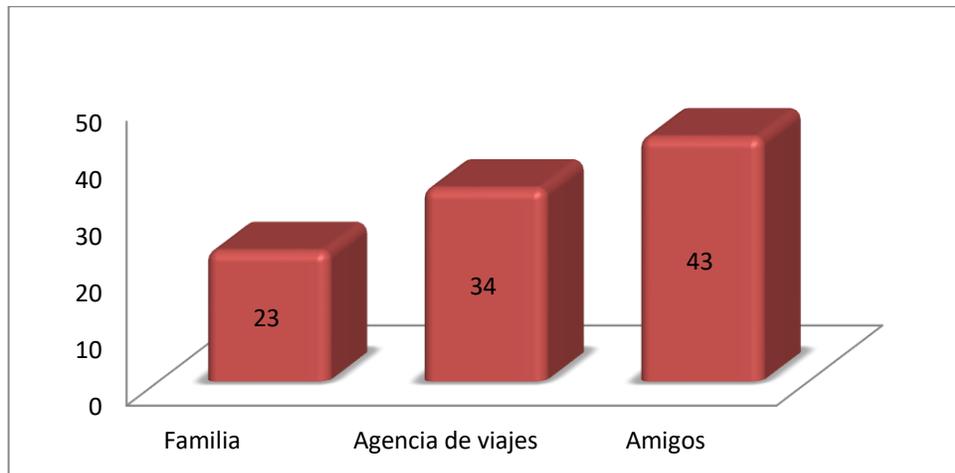


Gráfico 22. De quienes reciben asesoría los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 43% reciben asesoría de amigos y un 34% de agencias de viajes la cual se considera un ente importante la prestación de servicios y asesoramiento de estas.

5- ¿Conoce usted el cantón Pallatanga en la provincia de Chimborazo?

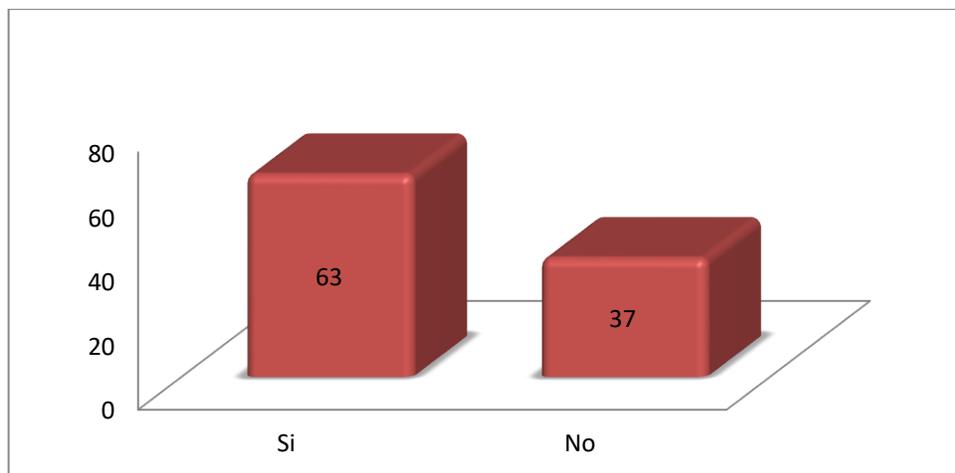


Gráfico 23. Conoce usted el cantón Pallatanga.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 63% si conoce el cantón Pallatanga y el 37% no lo conoce.

6.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

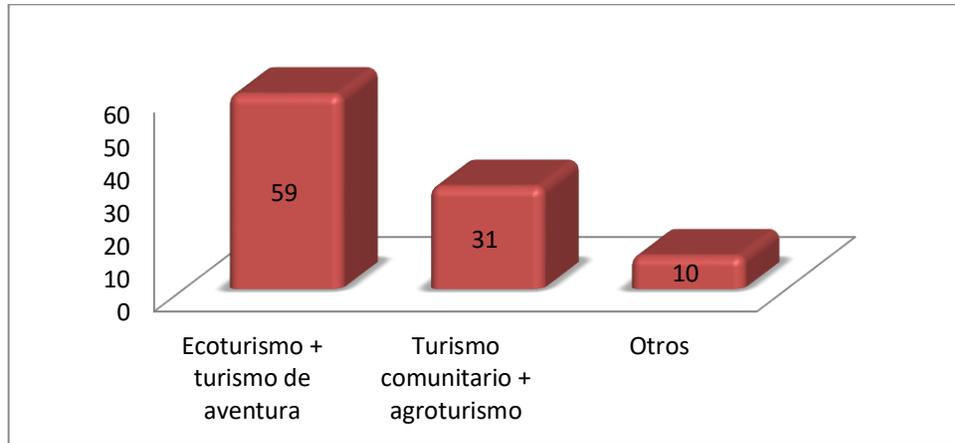


Gráfico 24. Tipo de turismo que le gustaría realizar, 2013.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Más de la mitad de encuestados con un 59% dicen que les gustaría realizar ecoturismo y turismo de aventura.

7.- ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Pallatanga?

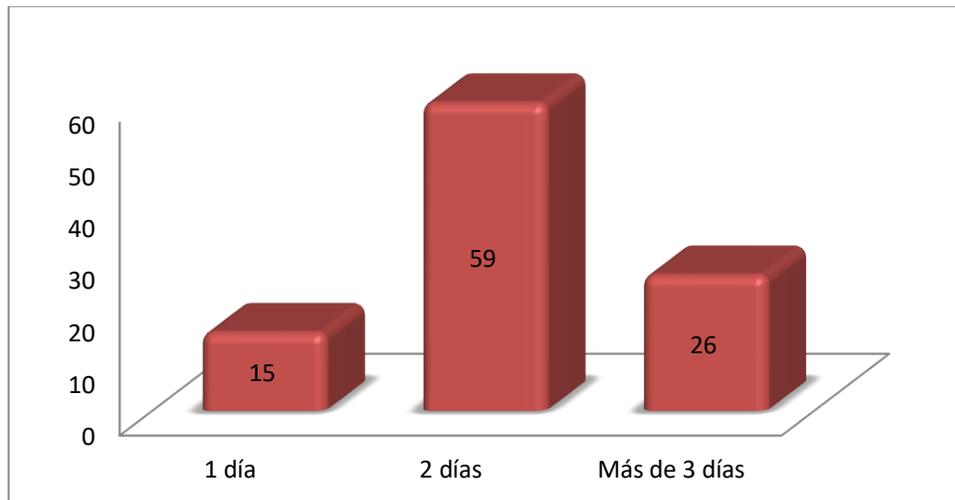


Gráfico 25 Días de permanencia en Pallatanga, 2013.

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Al 59% de los turistas les gustaría permanecer dos días en el cantón Pallatanga.

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar?

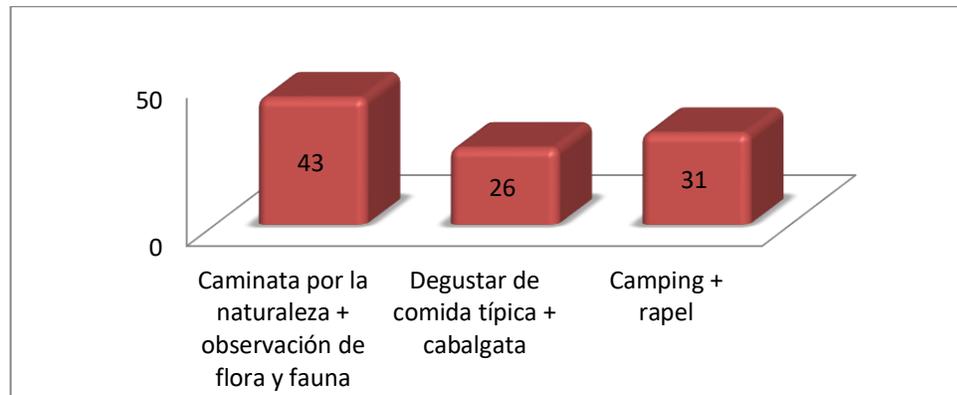


Gráfico 26. Actividades que le gustaría realizar a los turistas nacionales, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 43% de los encuestados le gustaría realizar actividades como caminata por la naturaleza y observación de flora y fauna.

9.- ¿Conoce usted acerca del turismo comunitario?

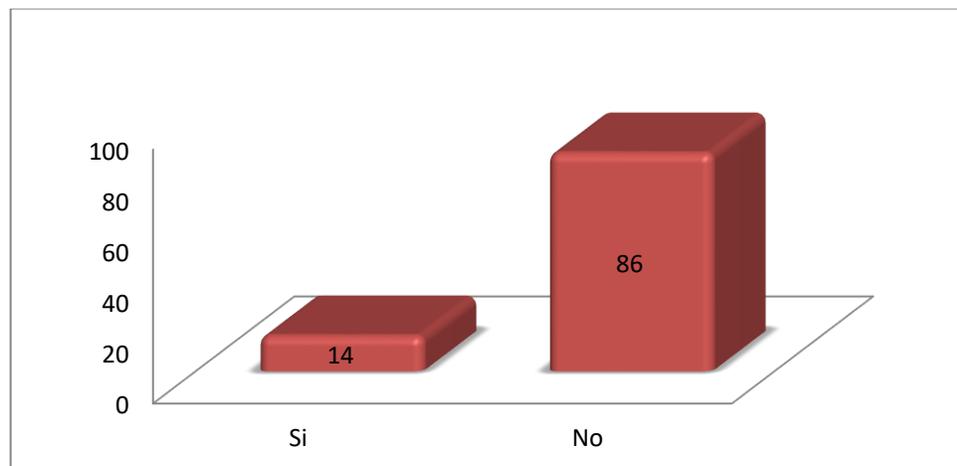


Gráfico 27. Conoce acerca del turismo comunitario, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 86% de los encuestados no conoce acerca del turismo comunitario.

10.- ¿En Pallatanga, usted se alojaría en?

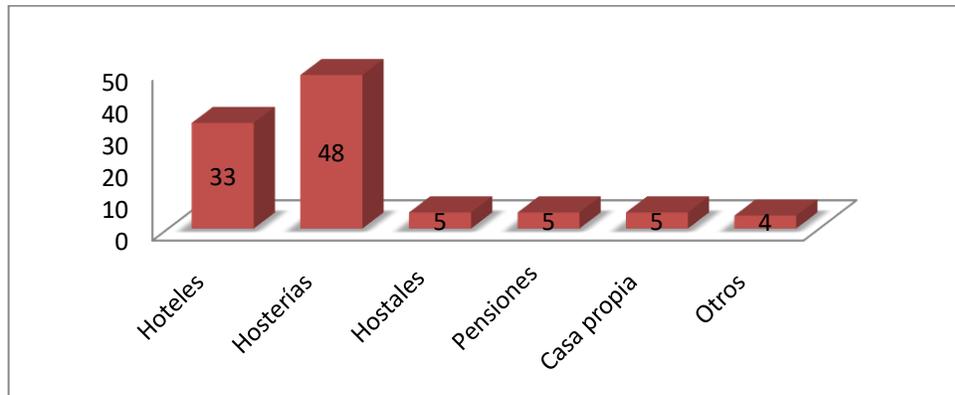


Gráfico 28. En donde se alojaría, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Teniendo porcentajes mayores de los encuestados manifiestan que un 48% se alojarían en hosterías y el 33% se alojarían en hoteles.

4.1.1.3.1.2.3. Encuestas a los turistas extranjeros que llegan a la estación del Ferrocarril de Riobamba

- **Edad de los turistas Extranjeros**

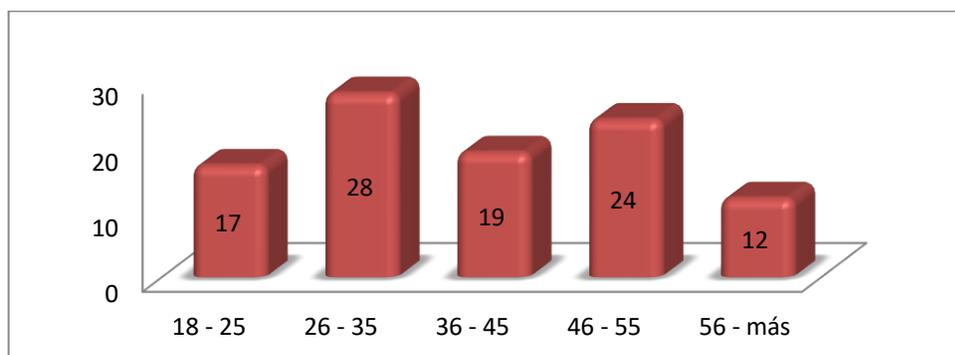


Gráfico 29. Edad de los turistas, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 28% se encuentran en el intervalo de edad de 26 a 35 años, en la que determina cuál debe ser el grupo objetivo y qué tipo de paquetes se usara para un futuro en la operadora.

- **Género de turistas extranjeros**

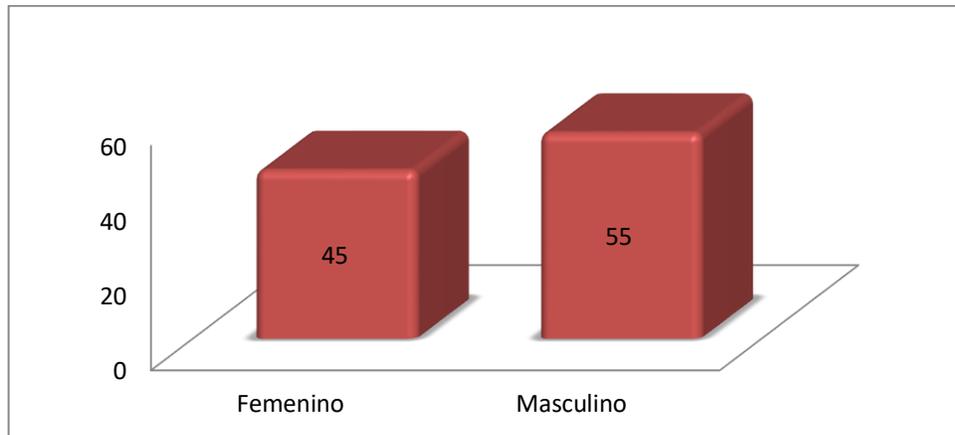


Gráfico 30. Género de los turistas, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 55% son de género masculino y el 45% son femeninos.

- **Lugar de procedencia de los turistas extranjeros**

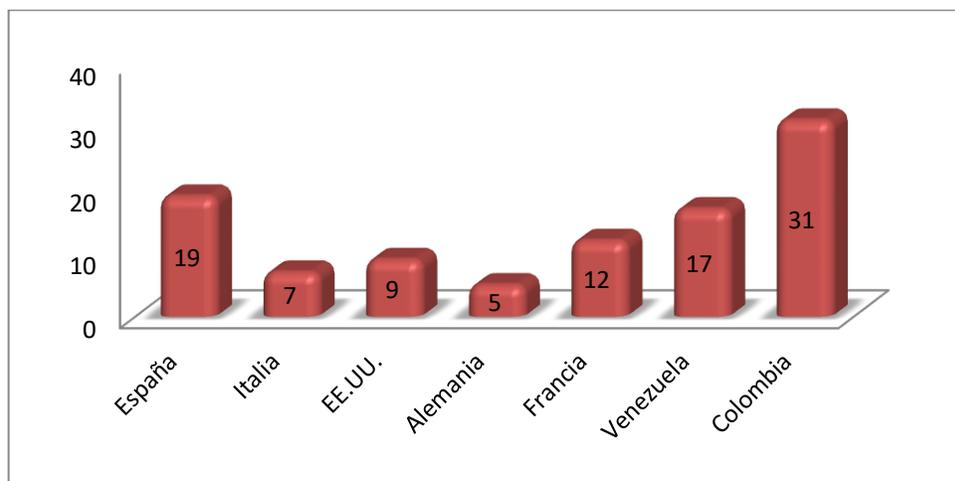


Gráfico 31. Procedencia de los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El lugar de procedencia de los turistas extranjeros con el 31% es de Colombia.

1.- ¿Cuál es su instrucción académica? (marque solamente una opción)

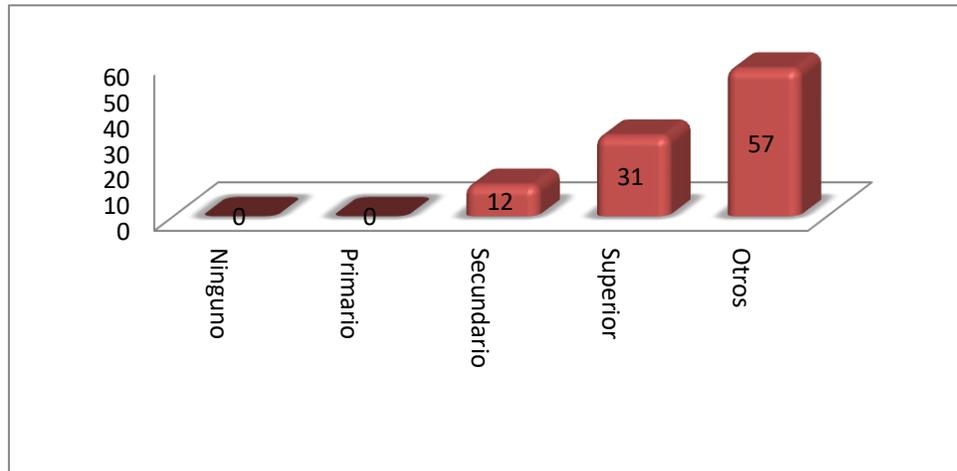


Gráfico 32. Instrucción académica de los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Los turistas extranjeros tienen otro tipo de instrucción académica como posgrado, doctorado, Phd, con un 57%.

2.- ¿Cuándo usted viaja, lo hace con?

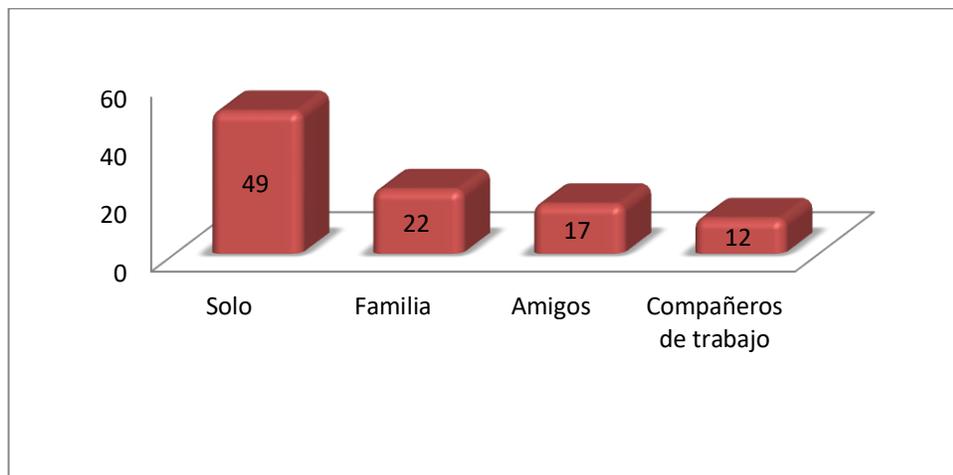


Gráfico 33. Con quienes viajan los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 49% de personas viajan solas.

3.- ¿Cuál es el motivo por el que usted organiza un viaje?

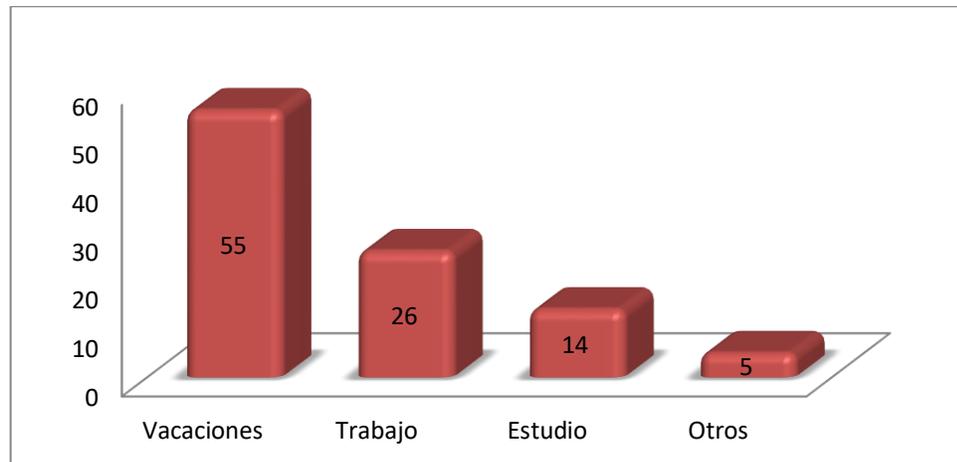


Gráfico 34 Motivo del viaje de turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El motivo del viaje para el 55% de turistas es por motivo de vacaciones, lo que indica que el principal motivo es por disfrute.

4 A.- ¿Cuándo usted viaja, recibe la asesoría de alguien?

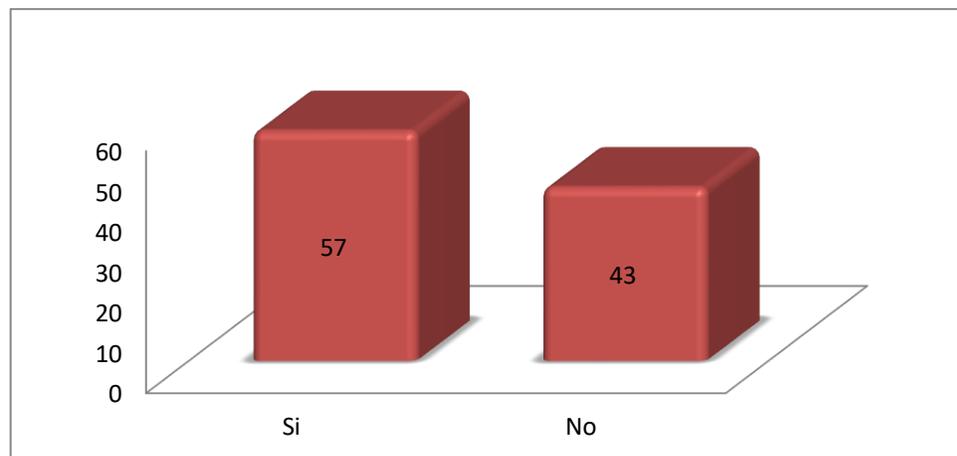


Gráfico 35 Asesoría de los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 57% si reciben asesoría y el 43% no recibe asesoría.

4 B.- ¿De quiénes recibe asesoría?

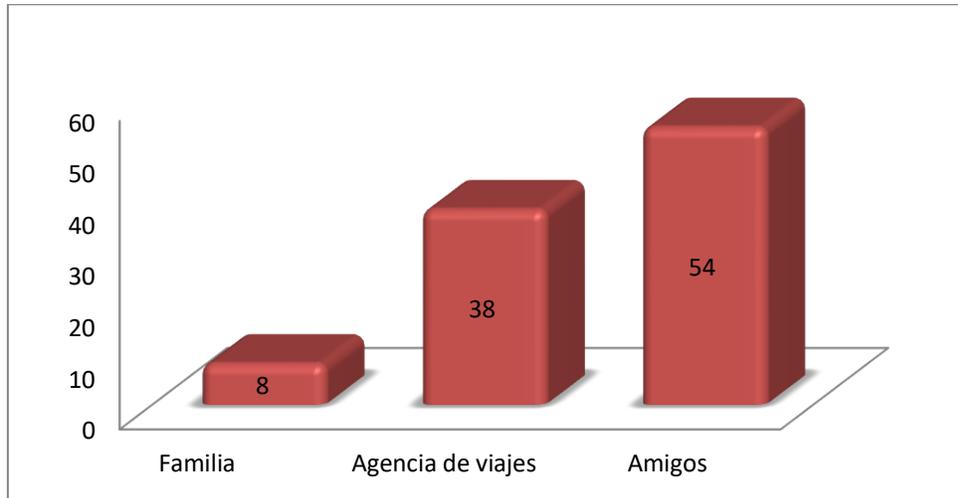


Gráfico 36. De quienes recibe asesoría, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 54% reciben asesoría de amigos, el 38% de agencias de viajes y el 8% de su familia.

5- ¿Conoce usted el cantón Pallatanga en la provincia de Chimborazo?

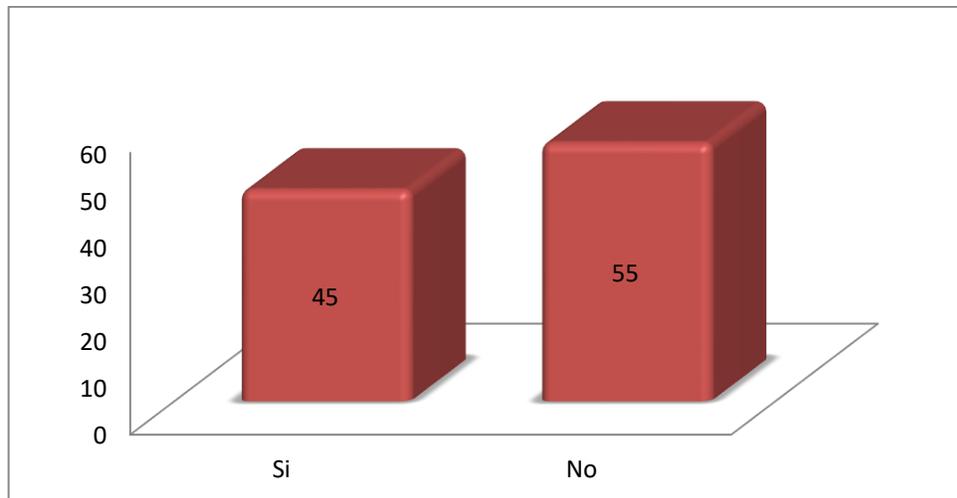


Gráfico 37 Conoce usted el cantón pallatanga, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 55% no conoce el cantón Pallatanga y el 45% si lo conoce.

6.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

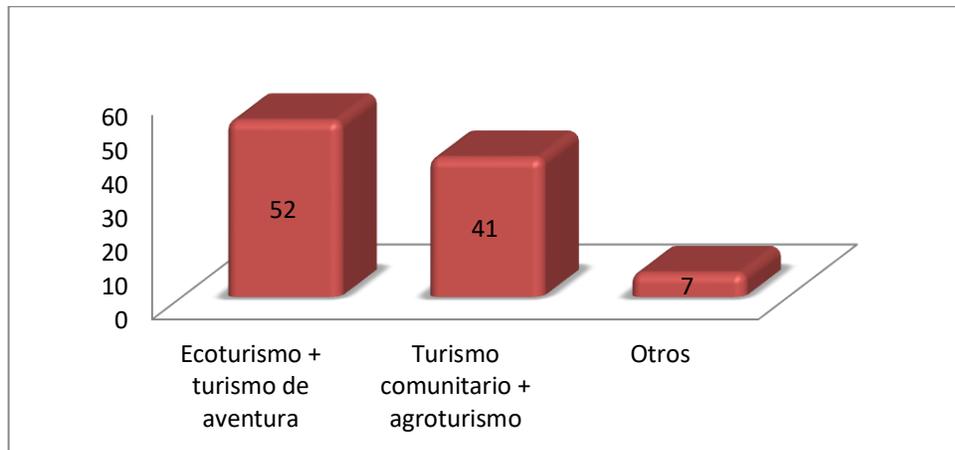


Gráfico 38. Tipo de turismo que le gustaría realizar, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 52% de los encuestados les gustaría realizar ecoturismo y turismo de aventura y con un 41% no muy alejado del porcentaje anterior las personas les gustaría realizar turismo comunitario y agroturismo

7.- ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Pallatanga?

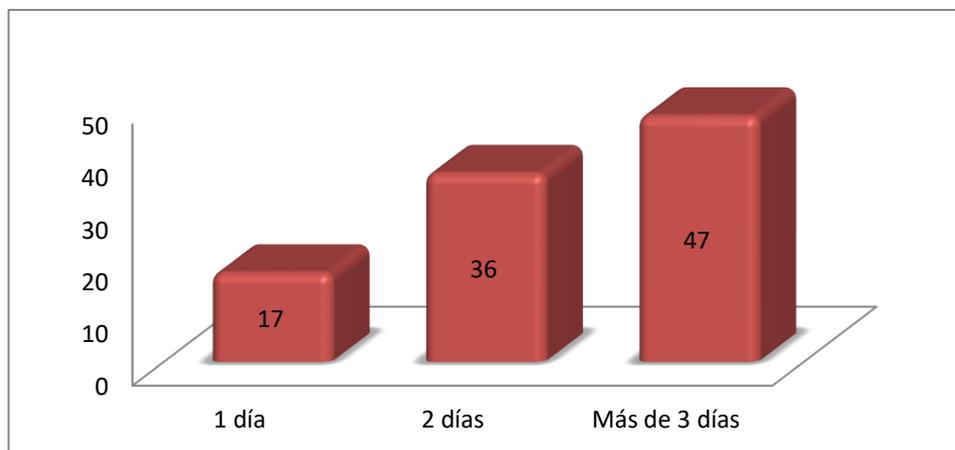


Gráfico 39. Días de permanencia en Pallatanga de los turistas extranjeros, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: Al 47% de turistas les gustaría permanecer más de tres días en el cantón Pallatanga.

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar?

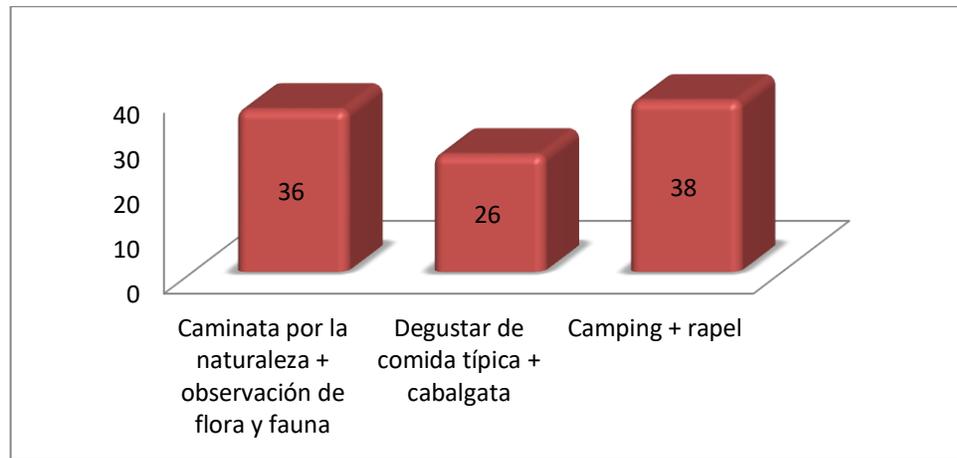


Gráfico 40. Actividades que le gustaría realizar, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 38% le gustaría realizar actividades como camping y rapel y con un 36% no con mucha discrepancia les gustaría realizar caminata por la naturaleza y observación de flora y fauna.

9.- ¿Conoce usted acerca del turismo comunitario?

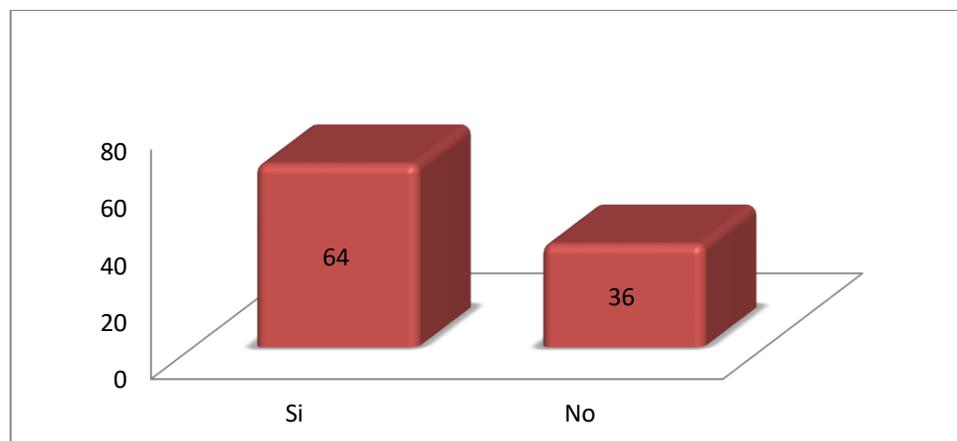


Gráfico 41. Conoce acerca del turismo comunitario, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 64% de los turistas extranjeros si conoce acerca del turismo comunitario y el 36% no conoce acerca de este tipo de turismo.

10.- ¿En Pallatanga, usted se alojaría en?

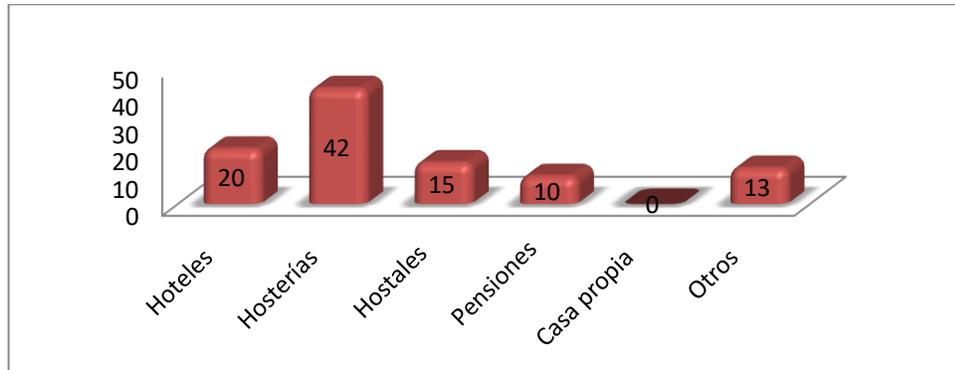


Gráfico 42. En donde se alojaría
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Interpretación: El 42% se alojaría en hosterías mientras que otro 30% se alojaría en hosterías.

4.1.1.3.1.2.4. Perfil del turista

Cuadro 12. Perfil del turista nacional, 2013.

Turistas nacionales		
Concepto	Interpretación	%
Edad	26 a 35	28%
Género	Mujeres	64%
Lugar de procedencia	Guayaquil	24%
Nivel de estudio	Superior	47%
Con quien viaja	Familia	50%
Motivo de viaje	Vacaciones	47%
Recibe asesoría	Si	53%
De quiénes recibe asesoría	Amigos	43%
Conoce el cantón Pallatanga	Si	63%
Tipo de turismo que le gustaría realizar	Ecoturismo y turismo de aventura	59%
Días que le gustaría permanecer en el cantón	Dos	59%
Actividades que le gustaría realizar	Actividades como caminata por la naturaleza y observación de flora y fauna	43%
Conoce usted acerca del turismo comunitario o	Si	86%
Donde se alojaría	Hosterías	48%

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 13. Perfil del turista extranjero, 2013.

Turistas extranjeros		
Concepto	Interpretación	%
Edad	26 a 35	28%
Género	Varones	55%
Lugar de procedencia	Colombia	31%
Nivel de estudio	Otros	57%
Con quien viaja	Solo	48%
Motivo de viaje	Vacaciones	55%
Recibe asesoría	Si	57%
De quiénes recibe asesoría	Amigos	54%
Conoce el cantón Pallatanga	No	55%
Tipo de turismo que le gustaría realizar	Ecoturismo y turismo de aventura	52%
Días que le gustaría permanecer en el cantón	Tres o más	47%
Actividades que le gustaría realizar	Camping más rapel	38%
Conoce usted acerca del turismo comunitario o	Si	64%
Donde se alojaría	Hosterías	42%

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.1. Estructura organizacional

Cada área de coordinación de la operadora de turismo muestra una forma jerárquica horizontal, por cuanto las instalaciones al interior de cada comunidad responden a un proceso de participación y responsabilidades compartidas.

La estructura orgánica de la operadora de turismo está encabezada por el gerente general, la secretaria, el contador, y por los presidentes de las cuatro rutas ya establecidas para el cantón Pallatanga, en la cual promueven la adopción de una misma estructura, con las mismas visiones para el manejo de las actividades.

Cada comunidad destinada está organizada responsablemente, en las diferentes funciones designadas, tanto en la toma de decisiones como en la coordinación de las actividades que realizan, con el objetivo de compartir experiencias e intereses

comunes en la visita de las rutas u otros sitios de interés con los visitantes, ya que son los propietarios de la operadora.

4.1.2.1. Organigrama

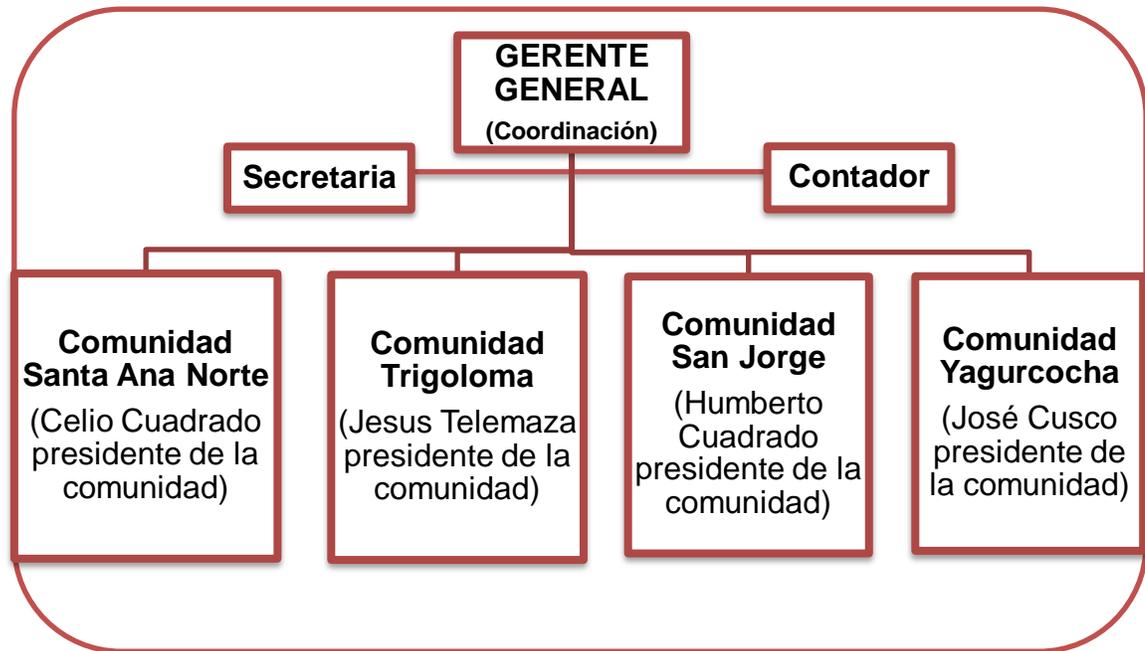


Figura 2. Organigrama de la operadora de turismo, para el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2013.
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.2.2. Manual de funciones

Las funciones de los cargos que ejecutarán las cuatro rutas son las mismas; guianza, alimentación y hospedaje, en cuanto al funcionamiento financiero se encargará cada representante de cada comunidad con el debido detalle para que el contador lleve un solo detalle de los ingresos y egresos. La secretaria deberá responder con excelencia las debidas labores que le correspondan. El gerente general se encargara de las demás funciones que se necesitan para el funcionamiento diario de la operadora.

Cuadro 14. Manual de funciones del coordinador, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de Coordinación

Título del puesto: Coordinador

Cumplimiento de trabajos de observación y coordinación entre cada uno de los departamentos, poseerá el perfil legal y extrajudicial de la agencia. Aquí estará a cargo el Gerente General de la Operadora de Turismo, ya que él es una de las personas que cuenta con los requisitos para poder llevar este cargo.

Funciones del cargo

- a) Aportación de nuevas ideas y soluciones a problemas de la agencia
- b) Asistir como representante de la empresa a reuniones y seminarios.
- c) Conocer de leyes que se necesitan para el mantenimiento de la agencia.
- d) Conocimiento del mercado turístico
- e) Control de horarios, licencias y vacaciones
- f) Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa
- g) Elaborar cotizaciones de tours
- h) Elección del personal calificado y conducción del mismo
- i) Establecimiento de descuentos especiales,
- j) Establecimiento de políticas de incentivos
- k) Establecimiento de políticas empresariales
- l) Fijación de sanciones para el personal
- m) Motivación del personal a su cargo
- n) Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir
- o) Presentar informes periódicos sobre la prestación de servicios turísticos
- p) Publicidad
- q) Publicidad de los atractivos turísticos de la comunidad
- r) Realizar reservaciones

Fuente: Representantes de las comunidades
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 15. Manual de funciones del contador, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de contabilidad

Título del: Contador

Debe de elaborar, interpretar y examinar la información financiera, para el desempeño de habilidades legales e investigar recursos materiales en un ente económico.

Funciones del cargo

- Asesorar en materia contable, fiscal y financiera
- Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros.
- Fundamentar toma de decisiones basados en el análisis de la información financiera.
- Manejar sistemas contables, manipulando el computador con los procesos Contable-Financiero.
- Verificación del cálculo de impuestos.
- Verificar los documentos contables.

Fuente: Representantes de las comunidades
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 16. Manual de funciones de la secretaria, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de secretaria

Título del puesto: Secretaria

Su función es netamente la clasificación de archivos, atención al público, copias, dotación de papelería y útiles para los departamentos necesarios, consiguiendo el cumplimiento de los procedimientos establecidos en la entidad.

Funciones del cargo

- Apoyar la implementación del sistema de Control Interno dentro de la operadora, fomentando la cultura del autocontrol.
- Atender las llamadas telefónicas y al público.
- Controlar la existencia de útiles y papelería para la oficina.
- Ser responsable con los informes solicitados por el Gerente, o el personal de la operadora.
- Tener en orden el archivo de la oficina.
- Mantener comunicado al gerente sobre las irregularidades, que están bajo su responsabilidad.
- Proyectar y preparar los convenios de carácter institucional.
- Recibir, radicar y despachar la correspondencia y demás documentos de la oficina.
- Redactar la correspondencia que le indique el Gerente.
- Tener disponibilidad permanente para el cumplimiento de sus funciones.
- Transcribir los diferentes documentos relacionados con la dependencia.

Fuente: Representantes de las comunidades
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 17. Manual de funciones de guías, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de Guianza

Título del puesto: Guías

Los encargados en el área de guianza serán las mismas personas de la comunidad ya que ellos son entes directos de las áreas y conocen a perfección las rutas, sin embargo para lograr este objetivo se requiere de capacitaciones para que conozcan del tema, como es el trabajo de un guía profesional y puedan dar una mejor atención al turista.

Funciones del cargo

- Contar el número de turistas constantemente a su cargo.
- Coordinar con el chofer el lugar y la hora de recojo.
- Explicar al turista las condiciones a cumplir al inicio de los circuitos peatonales, es decir, el orden y duración de los lugares a visitar, lugares y horas de encuentro.
- Guiar y conducir a la visita turística
- Informar al turista las medidas de seguridad: cámaras fotográficas, bolso, etc., tanto como el exterior e interior del lugar.
- Permitir que los turistas se sientan cómodos y disfruten del circuito considerando sus ritmos de observación y de tomar fotografías.
- Supervisar que el chofer asignado cumpla con las normas del reglamento de tránsito y de transporte turístico vigente.
- Obtener los recursos necesarios para el proceso del tour como boletos y el capital para la entrada de turistas a las zonas a visitar.
- Velar por la salud, seguridad e integridad de los turistas y de sus objetos personales, tanto en la unidad de transporte como en los desplazamientos peatonales y en los lugares de interés.

Fuente: Representantes de las comunidades

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 18. Manual de funciones de servicios de alimentos y bebidas, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de Alimentación

Título del puesto: Servicios básicos

Los servicios de alimentación y bebidas se los podrá obtener en las rutas destinadas, con la debida organización posible, para beneficio de la comuna y de la operadora, también se podrá disfrutar de estos servicios en la cabecera cantonal de Pallatanga.

Las comunidades serán los responsables de la administración y buen funcionamiento de la dependencia a su cargo. Adicionalmente, deben ser personas extrovertidas, inteligentes, creativas, metódicas, responsables, con experiencia, y que sepan trabajar en equipo.

Funciones del cargo

- Comprar alimentos frescos diariamente.
- Elaborar la comida del grupo de turistas.
- Hacer el adecuado montaje de las mesas.
- Hacer el alistamiento diario.
- Hacer limpieza de las mesas, estaciones de servicio, ceniceros, etc.
- Observar que los clientes no olviden ningún objeto y hacer su respectiva devolución.
- Preparación de alimentos establecidos.
- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía (No tutear al cliente).
- Revisar diariamente los refrigeradores y salsa del día anterior que se encuentren en buen estado para ser usados durante el día.

Fuente: Representantes de las comunidades

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 19. Manual de funciones de hospedaje, 2013.

OPERACIÓN DE TURISMO

Área de Hospedaje

Título del puesto: Coordinador de Alojamiento

Los servicios de hospedaje se los podrá obtener en las rutas destinadas, con la debida organización posible para beneficio de la comuna y de la operadora, también se podrá disfrutar de estos servicios en la cabecera cantonal.

El personal encargado del hospedaje tendrá que verificar hasta el más mínimo detalle para que los turistas o visitantes se sientan cómodos y satisfechos por la comodidad y la atención prestada, tanto de las comunidades como de los dueños de cada hostería o residencia.

Funciones del cargo

- Dirigirá a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y se cerciorara de que tengan lo necesario para su estadía.
- Harán los respectivos lavado y planchado de las lencerías de las habitaciones.
- Proveer los suministros necesarios para las habitaciones como: toallas, shampoo, jabón, papel higiénico, etc.
- Realizaran la limpieza y arreglarán las habitaciones y baños.

Fuente: Representantes de las comunidades
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.2.3. Solicitud de registro para Agencias de Viaje

4.1.2.3.1. Requisitos y Formalidades para el registro

Según el Ministerio de turismo (2014, p. 1) indica lo siguientes requisitos.

1. Copia **certificada** de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas (p. 1).
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante (p. 1).
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento (p. 1).

Quito: Av. República 369 y Diego de Almagro Edif. Fourm.

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral.

Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis (p. 1).

4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C. (p. 1).
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación (p. 1).

5.1. Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a **cuatro mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a

setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda (p. 1).

5.2. Para agencias de viajes internacionales, el equivalente es de **seis mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviera más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda (p. 1).

5.3. Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de **ocho mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda (p. 1).

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contar una persona permanente que cubra el registro de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresa turística, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas o sus equivalentes (p. 1).

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar (p. 1).

8. Formulario de declaración del uno por mil sobre Activos Fijos (p. 1).

Nota: los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 m² (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial (p. 1).

4.1.2.3.2. Para que la empresa entre a funcionar debe obtener los siguientes permisos.

Cruz (2008, p. 90) señala lo siguiente:

- Ministerio de Turismo (registro).
- Ministerio de Turismo (licencia anual).
- Ministerio de Salud (tasa por control sanitario y permiso de funcionamiento).
- Bomberos
- Sanidad y Patente Municipal
- Cámara de turismo (p. 90).

4.1.2.3.3. Al momento de entrar a funcionar la empresa se deberán cumplir con las siguientes obligaciones:

- Impuesto a la renta.
- Impuesto al patrimonio (1% personas jurídicas).
- Impuesto al valor agregado (12%)
- Impuesto al consumo (10% por servicio).
- Impuesto a los consumos especiales (ICE) (25%).
- Impuesto a los activos totales (1.5).
- Impuesto predial (depende del mes que pague).
- Impuesto municipal por letreros y rótulos.
- Tasa por nomenclatura (2% sobre impuesto predial) (p. 90).

4.1.2.3.4. Licencia Única Anual de Funcionamiento

La Operadora Turística "NATURAL TOURS" Ltda. Se registrara para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo y sin ese

registro no podrá brindar atención al público, requisito que deberá solicitar con 30 días de anticipación antes de iniciar sus actividades.

Luego de enviada la solicitud de registro al Ministerio de Turismo, funcionarios de este organismo realizarán una visita de reconocimiento a la empresa para poder clasificarlo, según sus características para su posterior funcionamiento.

4.1.2.4. Propuesta de reglamento interno de la operadora de turismo

La propuesta del reglamento interno de la operadora se deberá cumplir paso a paso para un buen funcionamiento. Tanto el personal de la operadora como las personas de las comunidades deberá aportar con sus conocimientos profesionales y participativos para satisfacer a los turistas o clientes.

Capítulo I

De la operadora

Art. 1. Visión.- Ser una operadora turística líder a nivel nacional e internacional, brindando confianza, buena atención y seguridad a los clientes, además de brindar la mejor experiencia de turismo sostenible, conservando el medio ambiente, mejorando la calidad de vida de las comunidades y obteniendo la mayor satisfacción de turistas y visitantes.

Art. 2. Misión.- Brindar servicios turísticos que superen las expectativas de nuestros clientes mediante un servicio confiable y que contribuya al desarrollo socio-económico de las comunidades del cantón Pallatanga, y así caracterizarse por ser una organización comprometida con la calidad, a la vanguardia tecnológica, con los más bajos costos logrando la satisfacción de los turistas.

Art. 3. Razón social.- Con el fin de darle credibilidad a la empresa y mantenerla legal, se ha constituido la empresa como Sociedad Limitada, la cual tendrá como denominación común, Operadora de turismo, "NATURAL TOURS" Ltda.

Art. 4 Objeto Social de la Empresa.- La operadora presta servicios turísticos como hospedaje, alimentación, transporte, visitas guiadas cuando se requiera a las ciudades turísticas de nuestro país dando la oportunidad de conocer otros sitios turísticos poco conocidos por los turistas.

Capítulo II

De la priorización de beneficiarios en el ámbito intercomunal.

Art. 5. La operadora de turismo recibirá los pagos de los visitantes, sin intervención de intermediarios de ninguna clase, los fondos serán repartidos de la siguiente manera:

El 50% de las utilidades que reciba la operadora de turismo, será para beneficios de la comunidad.

- Formación de recursos técnicos.
- Incentivos económicos para fechas cívicas de las comunidades.

El 50% estará destinado para gastos internos de la operadora de turismo.

- Adecuación del lugar
- Pago de sueldos
- Pagos de servicios básicos

Capítulo III

Del administrador

Art. 6. Es responsabilidad del administrador.

- Aplicar las sanciones disciplinarias de acuerdo a la ley.
- Cumplir y hacer cumplir las normas, disposiciones y reglamentos de la Operadora.

- Ejercer la responsabilidad, legal, técnica y económica de la Operadora.
- Es responsable de trabajar con las cuatro rutas establecidas.
- Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforma el equipo de la Operadora de Turismo.
- Presentar informes periódicos sobre el funcionamiento de la Operadora.

Capítulo IV

Del Contador

Art. 7. El contador cumple con las siguientes funciones.

- Demostrar al coordinador de la operadora informes mensuales sobre actividades y movimientos financieros.
- Llevar de una manera secuencial y ordenada las facturas, recibos, notas de ventas, en si todo documento que justifique algún pago.
- Llevar un inventario actualizado de todos los ingresos y egresos y las obligaciones de la OT.
- Llevar un proceso contable que ayudará para el manejo económico. Observar y cumplir lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece la operadora turística.
- Revisa y analiza los presupuestos de las actividades de la operadora.

Capítulo V

Secretaria

Art. 8. La secretaria cumple con las siguientes responsabilidades.

- Asistir a las reuniones convocadas.
- Llevará los registros de los asuntos de su competencia y expedirá las copias certificadas de los documentos que obren en sus archivos.
- Mantendrá informado al gerente sobre todo lo que pasa diariamente.

Capítulo VI

Del Guía

Art. 9. Es responsabilidad de los guías.

- Cuidar de la seguridad del turista.
- Guiar a los turistas.
- Organizar el grupo
- Tener el debido conocimiento para la explicación durante el recorrido.

Capítulo VII

De Hospedería y Alimentación

Art. 10. Es responsabilidad de las comunidades por el cumplimiento de sus deberes y atribuciones.

- Contar con los instrumentos básicos tanto para hospedarse como para la alimentación.
- Estarán pendientes de que no se olviden nada en el lugar que se hospedan y donde se alimentan.
- Las comunidades se encargaran de recibir y acomodar al visitante
- Ofrecer al turista comidas y bebidas típica del lugar.
- Tener abastecimiento de alimentación suficiente.
- Tener impecable las habitaciones o los sitios donde se hospeden.

4.1.2.5. Planificación y diseño técnico.

La planificación y diseño técnico de la Operadora se la analizó con las cuatro comunidades, para determinar el nombre, diseñar el logotipo y el slogan,

determinar la gama cromática y establecer las debidas divisiones de las instalaciones para la operadora.

4.1.2.5.1. Ubicación: La empresa estará radicada en la comunidad Santa Ana Norte del Cantón Pallatanga.

4.1.2.5.2. Nacionalidad: La empresa será de Nacionalidad Ecuatoriana.

4.1.2.5.3. Nombre: Se designó el siguiente nombre “NATURAL TOURS” Ltda., teniendo como significado: “Encanto de cascadas”.

4.1.2.5.4. Slogan: “Disfruta de la naturaleza”, ven y conoce Pallatanga al natural.

4.1.2.5.5. Logotipo de la empresa



Figura 3. Logotipo de la operadora de turismo Natural Tours, 2013.
Fuente: Representantes de las comunidades
Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.2.5.5.1. Componentes

Los elementos utilizados en el logotipo están compuestos por dibujos gráficos y textuales, representando lo siguiente:

- El elemento es la diversidad del Ecuador, ya que Pallatanga es privilegiada por su clima, naturaleza, cultura, gente, etc.
- El seudónimo de la empresa “NATURAL TOURS” que da la marca.

4.1.2.5.5.2. Cromática de la empresa

Se manipuló colores relacionados a la naturaleza, como el agua, tierra, montañas, árboles, etc. elementos con los que la empresa puede trabajar.

La cromática de la empresa tiene como base el blanco.

- Azul: escogido por simbolizar el cielo y el agua, por el cual representa la matiz de crecimiento y esperanza.
- Verde: seleccionado por representar la fecundidad, la abundancia, la imaginación creadora y junto con el azul son los colores del planeta.
- Blanco: representa, la pureza, limpieza, frescura y tranquilidad que se pretende brindar durante el recorrido a los tours escogidos.
- Amarillo: seleccionado por representar la luz del sol, provoca alegría, felicidad, estimula la inteligencia y actividad mental que se necesita para conocer los diferentes sitios a visitar.
- Naranja: seleccionado por representar el sol brillante y el trópico, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo, es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para interactuar con ellos junto a la naturaleza.

4.1.2.5.6. Diseño de las instalaciones

El diseño de la operadora de turismo toma en cuenta la casa barrial de la comunidad Santa Ana Norte, en caso de que decidan implementarlo, la cual tiene una edificación de dos pisos de hormigón armado, pero se sugiere tomar en

cuenta la parte baja de la casa barrial y se invertirá en los acabados de las oficinas y en la decoración interna de la misma. Teniendo un área de 40.38 m² que serán utilizados para su funcionamiento con las siguientes divisiones:

Cuadro 20. División del área de la operadora de turismo, 2013.

Concepto	Ancho	Largo
Oficina del gerente	2.80 m ²	3.09 m ²
Oficina del contador	2.80 m ²	3.09 m ²
Especio de la secretaria	3.00 m ²	5.60 m ²
Sala de espera	3.07 m ²	5.60 m ²
Sala de reuniones	3.03 m ²	4.60 m ²
Baño	2.05 m ²	5.60 m ²

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

La etapa del plano arquitectónico muestra la repartición de las oficinas con todos sus elementos.

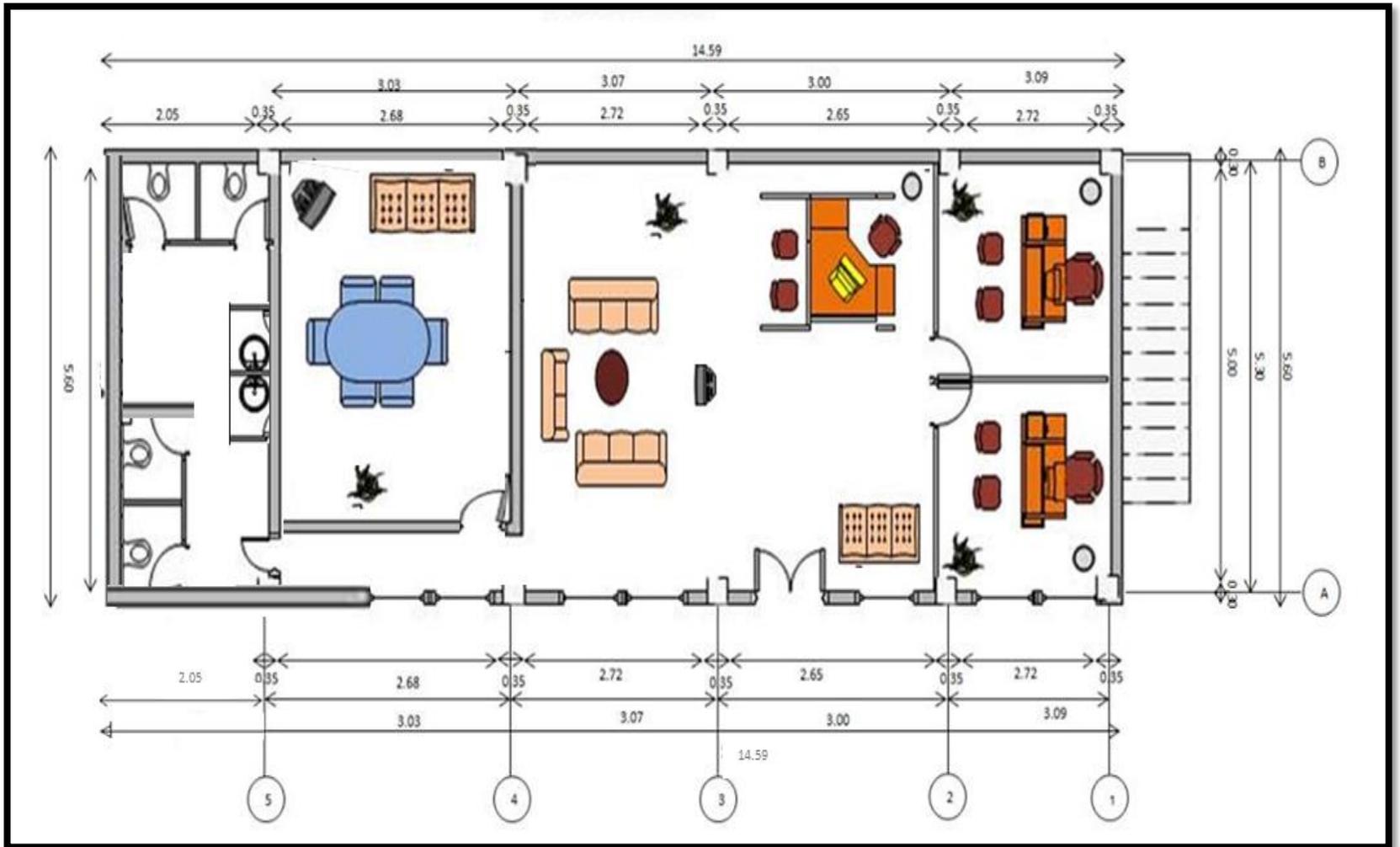


Figura 4. Distribución espacial de las instalaciones de la operadora de turismo “Naturals Tours”, 2013.

Fuente: Representantes de las comunidades

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

4.1.3. Análisis económico financiero

Costos de Equipo y Mobiliario

Cuadro 21. Equipos

No	RUBROS	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Computador	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00
2	Impresora multifunción (escáner, copiadora, impresora b/n y color, fax)	3	400,00	1.200,00
3	Teléfono	3	60,00	180,00
4	Cámara fotográfica	1	1.000,00	1.000,00
5	Filmadora	1	1.000,00	1.000,00
6	Televisor	1	1.500,00	1.500,00
7	DVD	1	90,00	90,00
8	Infocus	1	750,00	750,00
9	Rotulo para la operadora	1	200,00	200,00
10	Extintor	1	30,00	30,00
Total				\$ 7.270,00

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 22. Presupuesto para mobiliario

No	RUBROS	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Escritorio de recepción	1	\$ 276,79	\$ 276,79
2	Escritorio de oficina	2	200,89	401,78
3	Mesa de sesiones	1	413,39	413,39
4	Mesa pequeña	2	80,00	160,00
5	Silla de escritorio	3	206,25	618,75
6	Silla normal	18	54,43	979,74
7	Sofá de tres	3	368,93	1.106,79
8	Sofá de dos	1	301,79	301,79
9	Material de camping	12	150,00	1.800,00
10	Archivador	1	256,07	256,07
11	Artículos de decoración	1	200,00	200,00
12	Útiles de oficina	1	200,00	200,00
Total				\$ 6.715,10

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Costos del Área Comercial

Cuadro 23. Detalle de costos del área comercial

No	RUBROS	COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL
1	Publicidad y promoción	Radio	\$ 300.00	\$ 3600.00
		Prensa escrita	125.00	1500.00
		Página web	50.00	600.00
		Folletería	250.00	3000.00
Total				\$ 8700.00

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 24. Detalle de costos de materiales de limpieza

No	RUBROS	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Tachos para basura	7	\$ 6,00	\$ 42,00
2	Escobas	3	5,00	15,00
3	Palas	3	4,00	12,00
4	Trapeadores	3	5,00	15,00
5	Desinfectantes	3	20,00	60,00
6	Ambientadores	3	10,00	30,00
Total			\$ 40,00	\$ 144,00

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Inversión del Proyecto

Cuadro 25. Inversión del proyecto

RUBROS	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS		\$ 15.542,01
Equipos	7.270,00	
Muebles y enseres	6.715,10	
Materiales de limpieza	144,00	
Imprevistos	1.412,91	
ACTIVOS DIFERIDOS		11.330,00
Gastos de constitución	600,00	
Gastos de instalación	1.000,00	
Gastos de promoción	8.700,00	
Imprevistos	1.030,00	
CAPITAL DE TRABAJO		13.009,41
Sueldos y Salarios		3.668,00
Gerente general	750,00	750,00
4 Representantes de comunidades	500,00 *4=2000,00	2.000,00
Secretaria	318,00	318,00
Contador	600,00	600,00
Local		8.369,41
Servicios básicos		972,00
Agua	120,00	
Luz	240,00	
Teléfono	360,00	
Internet	252,00	
TOTAL		\$ 39.881,42

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Financiamiento del proyecto

Cuadro 26. Financiamiento del proyecto

Financiamiento	
Aportación comunidad Santa Ana	\$ 9.970,36
Aportación comunidad Trigoloma	9.970,36
Aportación comunidad San Jorge	9.970,36
Aportación comunidad Yaguarcocha	9.970,36
Total aporte de los socios	\$ 39.881,42

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Clasificación de las inversiones

Cuadro 27. Clasificación de las inversiones

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Equipos	\$ 7.270,00
Muebles y enseres	6.715,10
Materiales de limpieza	144,00
Imprevistos	1.412,91
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 15.542,01
INVERSIÓN CARGOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	\$ 600,00
Gastos de instalación	1.000,00
Gastos de promoción	8.700,00
Imprevistos	1.030,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 11.330,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos y Salarios	\$ 3.668,00
Local	8.369,41
Servicios básicos	972,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 13.009,41
TOTAL INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	15.542,01
ACTIVOS DIFERIDOS	11.333,00
CAPITAL DE TRABAJO	13.009,41
TOTAL INVERSIÓN	\$ 39.884,42
FINANCIAMIENTO	
Aportación comunidad Santa Ana	9.970,36
Aportación comunidad Trigoloma	9.970,36
Aportación comunidad San Jorge	9.970,36
Aportación comunidad Yaguarcocha	9.970,36
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 39.881,42

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

El diseño de la operadora recomienda para el funcionamiento tomar en cuenta el análisis económico financiero, el cual está representado por las inversiones fijas, los activos diferidos, el capital de trabajo, y el financiamiento.

En las inversiones fijas se enuncian los equipos, muebles y enseres, materiales de limpieza y también los imprevistos necesarios para la puesta en marcha.

En los activos diferidos se ha considerado los gastos de constitución, que son los valores que la empresa debe cancelar para su correcto funcionamiento dentro del marco legal. La empresa invertirá un valor total de USD 600,00.

Dentro de esta sección están los gastos de publicidad y promoción, tomando en cuenta los gastos de publicidad anualmente, ya sea por medio de radio, prensa escrita, página web, o folletería.

En el capital de trabajo se considera los sueldos del personal, gerente, secretaria, contador y representantes de las cuatro comunidades, quienes estarán a cargo de la administración de la operadora.

El local considerado para que funcione la operadora es en la casa barrial de la comunidad Santa Ana Norte, avaluada en USD 8369.41 con sus debidas instalaciones.

Teniendo como total para la inversión del proyecto una cantidad de USD 39.881,42 los mismos que serán divididos en cantidades iguales para la aportación de los socios de las cuatro comunidades, o bien sea para realizar un préstamo a alguna empresa de financiamiento.

CÁLCULO DE VAN, TIR Y R B/C

Cuadro 28. Flujo de caja

CONCEPTO	0	1	2	3	4	VAN
TOTAL INGRESOS	0	1145426,00	1145426,00	1145426,00	1145426,00	3.479.058,91
TOTAL EGRESOS	39881,42	929518,00	929518,00	929518,00	929518,00	2.863.152,31
FNF	-39881,42	215908	215908	215908	215908	615.906,60

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 29. Interpretación de indicadores financieros

VAN	TIR %	RB/C	INTERPRETACIÓN
615.906,60	516	1,20	Proyecto atractivo

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 30. Presupuesto de ingresos anuales

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
ALOJAMIENTO	10000	7,00	70000,00
TRANSPORTE	3469	250,00	867250,00
GUIANZA	52044	1,00	52044,00
ALIMENTACIÓN	52044	3,00	156132,00
TOTAL			1145.426,00

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

Cuadro 31. Presupuesto de egresos anuales

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
GUÍAS	4	480,00	1.920
CONTRATO DE TRANSPORTE	3.469	200,00	693.800
ALIMENTACIÓN	52.044	2,50	130.110
ALOJAMIENTO	10.000	5	50.000
CONTADOR	12	600	7.200
SECRETARIA	12	318	3.816
REPRESENTANTES DE RUTAS	48	500	24.000
GERENTE GENERAL	12	750	9.000
SERVICIOS BÁSICOS	12	81	972
PROMOCIONES	12	725	8.700
			\$ 929.518

Elaborado por: Yajaira Morales, 2013.

El Costo actual nítido se calculó con la tasa pasiva del 12%, adquiriendo un VAN positivo de USD 615.906,60, lo cual es próspero a genera ganancias.

Se estableció la tasa interna de retorno que es del 516%, resultando superior a la tasa de descuento que es del 12%, lo que indica que el proyecto es muy atractivo.

La relación Beneficio/Costo es igual a 1, 20, siendo mayor que uno, lo que indica que el proyecto es atractivo y que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de 0,20.

3.2. Discusión

Según Calderón 2010, quien elaboró un proyecto de tesis para la obtención del grado de Ingeniera en gestión turística y hotelera, estudia la factibilidad para la implementación de un ITUR en el Municipio de Pallatanga, provincia de Chimborazo, dicho autor menciona que el lugar de estudio cuenta con ocho establecimientos hoteleros: 4 hosterías y 4 pensiones, mientras que en la presente investigación se determinó que el cantón Pallatanga actualmente, cuenta con seis establecimientos para alojamiento: 5 hosterías y una residencial “pensión”, según lo evaluado, se evidencia el incremento de una hostería y el cierre de 3 residenciales.

Así mismo el mencionado autor indica que cuenta con 20 establecimientos de alimentos y bebidas, y hasta la fecha de esta investigación se evidencio que cuenta solamente con 6 establecimientos, posiblemente debido a que el ministerio de salud o municipalidad realiza inspecciones para verificar si cumplen con los requisitos que se solicitan para la operación de actividades en el cantón, provocando las clausuras provisionales o cierres definitivos.

También identificó los atractivos turísticos naturales que existen en el cantón, encontrando con categoría III cuatro Atractivos Naturales tales como las cascadas: Santa Rosa, Santa Teresita, Guanguashi y, el Bosque Protector el Paraíso, con categoría II, 9 atractivos: Las Cascadas: San Jorge, San Miguel, el Dorado, Guaro, La Soledad, Bosque Protector el Corazón, Nativo Guaro y el Mirador Balazul. Mientras que en la presente investigación se encontraron, seis atractivos de categoría III que son la cascada San Jorge, Guangashi 1 y 2, Yahuarcocha 1 y 2, Santa Ana, con categoría II existen 8 atractivos: cascada Palmital 1 y 2, Chazazal, Santa Rosa, San Rafael, Bosque Nativo Bisniag, Mirador la cocha, Río Pangor, en el que se demuestra el incremento de atractivos naturales de categoría III debido al mejoramiento de la infraestructura turística.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Después de realizar la investigación se ha llegado a la conclusión que es conveniente el diseño de la operadora turística en el cantón Pallatanga, puesto que la misma da a saber que el interés por conocer el cantón y los lugares turísticos por parte de los turistas nacionales como extranjeros es una ventaja.
- La encuesta aplicada a los pobladores del cantón Pallatanga, el 91% expresan la importancia del diseño de una operadora turística, por lo que se acepta la hipótesis planteada en esta investigación de tesis
- Las comunidades de Pallatanga se verán favorecidas con la creación de la operadora turística comunitaria, ya que se permitirá que los habitantes de la comunidades presten servicios de guianza, alimentación y hospedaje a los turistas
- El diseño de la empresa de la operadora es de Sociedad Limitada, puesto que tiene más de un socio, y su financiamiento es dividido en partes iguales, manteniendo la debida organización por cada uno de sus integrantes.
- En conclusión del cálculo de VAN, TIR Y RB/C, la relación beneficio/costo es de USD 1.20, es decir que si se obtendrán ganancias durante los años de recuperación de la inversión.

5.2. Recomendaciones

Para la puesta en marcha de la operadora es necesaria una gran difusión, como también formalizar sociedades estratégicas, acuerdos con establecimientos para un mejor cometido y aumento de la demanda.

Contar con capacitación y charlas continuas sobre temas relevantes de turismo, desarrollo social y ambiental, tanto para los integrantes de la operadora como para la población.

Realizar un préstamo a la Corporación Financiera Nacional – CFN., para financiar el proyecto y ponerlo en ejecución.

Integrar paquetes turísticos para otras tesis o proyectos a realizar, determinando actividades deportivas aventureras como: cayoning, canopy, rappel, rafting, cicloturismo, cabalgatas, entre otros.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

Ahumada J, (2013). Factibilidad Económica y Financiera. [En línea]. Ecuador. Localizado el 22 de febrero del 2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/tutor03770/factibilidad-economica-y-financiera>

Ballesteros X, (2012). Las agencias de viajes. Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Turismo y Hotelería, p. 14.

Banda C, (2006). “Proyecto de creación de la agencia de viajes dual “BANDTOURS” en el sector sur del distrito metropolitano de quito”. Universidad Tecnológica Equinoccial. Facultad de turismo y preservación ambiental, hotelera y gastronomía. Carrera de turismo y preservación ambiental, p. 51.

Barahona J. (2012). Guía de turismo del cantón Pallatanga.

Barahona J. et al. (2011). “Fortalecimiento del Corredor Turístico Sostenible Subtropical Pallatanga-Cumandá a través de la implementación de los sistemas de Senderización y Señalética turística en el Cantón Pallatanga”. Corporación para el desarrollo de los territorios de las cuencas de los ríos Chanchan y Chimbo, p. 23.

Calderón C, (2010). Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de un Itur para el Municipio de Pallatanga, provincia de Chimborazo. Universidad nacional de Chimborazo. Facultad de Ingeniería. Escuela de gestión turística y hotelera, p. 29.

Candia C, (2010). ¿Qué es la segmentación de mercado? [En línea]. Ecuador. Localizado el 27 mayo del 2013. Disponible en: <http://segmentturismo.blogspot.com/>

Cattany E, (2002). Proyecto de creación de una agencia de Viajes internacional en san Rafael – Valle de los Chillos. Quito. Universidad tecnológica Equinoccial. Facultad de Ciencias Administrativas aplicadas. Escuela de Turismo, pp. 23-24.

CIDE (2010). Obtén Financiamiento. [En línea]. Ecuador. Localizado el 19 de febrero del 2013. Disponible en: <http://cide.espe.edu.ec/?q=node/16>

Cruz M, (2008). Estudio para la creación de una operadora turística integral ubicada en la ciudad de Quito. Escuela Politécnica del Ejército. Departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio. Ingeniería Comercial, p. 90).

Feliz P, (2012). Asociatividad y grupos comunitarios. [En línea]. Ecuador. Localizado el 19 de febrero del 2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/prisaris/asociatividad-y-grupos-comunitarios>

G.A.D.P. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pallatanga Sistema 3 Socio Cultural. Ámbito socio económico. Características Básicas de la Población. Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga.

Gerencia Nacional de recursos turísticos, (2004). Metodología para inventarios de atractivos turísticos. [En línea]. Ecuador. Localizado el 26 de febrero del 2014. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario-Itur-Cayambe>.

Lara M. & Trujillo R. (2010). Elementos o pasos para realizar un diagnóstico situacional. [En línea]. Ecuador. Localizado el 25 de octubre del 2013. Disponible en: <http://greis-rbk.blogspot.com/2010/11/elementos-o-pasos-para-realizar-un.html>.

López F, (2010). Plan de Marketing Turístico para la operadora de Turismo “Veloz Expediciones” Cia. Ltda. De la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo.

Menéndez C, (209). Estudio de mercado. [En línea]. Ecuador. Localizado el 22 de febrero del 2014. Disponible en: <http://www.slideshare.net/aerazov/estudio-de-mercado-1735404>

Ministerio de Turismo del Ecuador (2014). Registro de Agencias de Viajes [En línea]. Ecuador. Localizado el 24 de Noviembre del 2014. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/registro-de-agencias-de-viajes/>

Moreno E, Alcalde de Pallatanga (2010), Evaluación del potencial turístico del cantón Pallatanga. Municipalidad de Pallatanga.

Novás N, (2010). Gestión de unidades de información y distribución turística: Las unidades de información y distribución turística. Ideaspropias Editorial SL, pp. 19-21.

Organización Mundial de Turismo, (2014). Turismo. [En línea]. Ecuador. Localizado el 6 de enero del 2014. Disponible en: <http://publications.unwto.org/>

Pereira J, (2009). Procesos productivos de las agencias de Viajes. Universidad de Alicante, pp.14-20.

Salazar A, (2010). “Fortalecimiento de la cadena productiva: Operaciones turísticas comunitarias en los cantones de Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Urcuquí y Pimampiro de la provincia de Imbabura”. [En línea]. Ecuador. Localizado el 20 de febrero del 2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/anitacamila/turismo-comunitario>

Trujillo K, (2012). Tipos de compañías que existen en el ecuador. Ley de Compañías del Ecuador. [En línea]. Ecuador. Localizado el 19 de febrero del 2013. Disponible en: <http://tareasadmin.blogspot.com/2012/01/tipos-de-compania-que-existen-en-el.html>

Vargas M, (2012). “Implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos”. Tesis presentada como requisito para obtener el título de ingeniería en ecoturismo. Escuela superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de recursos naturales. Escuela de ingeniería en ecoturismo. Riobamba, p. 47.

CAPÍTULO VII
ANEXOS

7.1.2. Anexo 2. Solicitud para agencias de viajes

Ministerio de Turismo

Ecuador

SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJE

....., a de del 200.....

Yo,, en calidad de Representante Legal de la Empresa, solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registra a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Denominación:

Ubicación:

Ciudad	Provincia	Cantón
--------	-----------	--------

.....

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono
-------	-----	-------------	--------	----------

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de operaciones:

Registro Único de Contribuyentes:

Monto de Inversión:

Número de empleados:

Observaciones:

.....

Atentamente,

Propietario, Administrador o Representante Legal

7.1.3. Anexo 3. Diseño de las encuestas a los pobladores de Pallatanga



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE INGENIRÍA EN ECOTURISMO



Estimado amigo/a la actual información nos será de gran beneficio para el estudio de una operadora de turismo en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

Investigador: Yajaira Morales García

Provincia: Chimborazo

Cantón: Pallatanga

Comunidad: Santa Ana Norte

ENCUESTA PARA POBLADORES

Edad: _____

Género: F M

1.- ¿Cuál es su instrucción académica? (marque solamente una opción)

Ninguno Primario Secundario

Superior Otros

2.- ¿Cuántos miembros forman su familia?

1 a 4 personas

4 a 6 personas

4 a más personas

3.- ¿Cuál es su ocupación?

Empleado Estudiante Ama de casa

Comerciante Agricultor Jefe

4.- ¿Sus ingresos mensuales están entre?

Ninguno

\$ 100 a 200

\$ 200 a 300

\$ 300 a más

5.- ¿Cree usted que el turismo es una fuente de ingresos que contribuye al desarrollo económico de su cantón?

SI NO

6.- ¿Conoce usted si existe información que promocioe los atractivos turísticos de su cantón?

SI NO

7.- ¿Qué actividades cree usted se podrían incrementar en su comunidad?

Paseo por la naturaleza (Ecoturismo) Cabalgatas

Expectación de flora y fauna Camping

Saborear de comida típica Rapel

8.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con el desarrollo de estas nuevas actividades?

SI NO

9.- ¿Sabe usted que es una operadora de turismo comunitario?

SI NO

10.- ¿Cree que es importante la creación de una Operadora Turística en la comunidad Santa Ana Norte del Cantón Pallatanga.

SI NO

11.- ¿Cree usted que la Creación de una Operadora Turística podría representar un mejoramiento económico y un medio de crear plazas de trabajo en la Comunidad?

SI NO

12.- ¿Qué servicios turísticos tiene capacidad de brindar la Comunidad?

Alojamiento Alimentación

Transporte Infraestructura Básica

Guianza

Gracias por su colaboración

7.1.4. Anexo 4. Encuestas Turistas Nacionales



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Estimado amigo/a la actual información nos será de gran beneficio para el estudio de una operadora de turismo en la comunidad Santa Ana Norte del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

Investigador: Yajaira Morales García
Provincia: Chimborazo **Cantón:** Pallatanga

ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

Edad: _____

Género: F M

Lugar de procedencia: _____

1.- ¿Cuál es su instrucción académica? (marque solamente una opción)

Ninguno Primario Secundario
Superior Otros

2.- ¿Cuándo usted viaja, lo hace con?

Solo Familia
Amigos Compañeros de trabajo

3.- ¿Cuál es el motivo por el que usted organiza un viaje? (marque solamente una opción)

Vacaciones Trabajo Estudio Otros

4.- ¿Cuándo usted viaja, recibe la asesoría de alguien?

SI NO

¿De qui énes?

Familia Agencias Amigos Otros

5- ¿Conoce usted el cantón Pallatanga en la provincia de Chimborazo?

SI NO

6.- ¿Qué tipo de turismo usted quisiera ejecutar?

Agroturismo

Ecoturismo

Turismo de aventura

Turismo comunitario

Otros

7.- ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Pallatanga?

1 día

2 días

Más de 3 días

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Caminata por la naturaleza (Ecoturismo) Cabalgatas

Observación de flora y fauna Camping

Degustar de comida típica Rapel

9.- ¿Conoce usted acerca del turismo comunitario?

SI NO

10.- ¿En Pallatanga, usted se alojaría en? (marque solamente una opción)

Hoteles Hosterías Hostales

Casa propia Pensiones Otros

Gracias por su colaboración

7.1.5. Anexo 5. Encuestas Turistas Extranjeros



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Dear friend / to this survey will help us to gather information for the study and implementation of a tour operator in Santa Ana community Pallatanga North Canton province of Chimborazo.

Researcher: Yajaira Morales García

State: Chimborazo

Cantón: Pallatanga

Comunidad: Santa Ana Norte

SURVEY FOR TOURISTS

Age: _____

Sex: F M

Place of origen: _____

1.- ¿Wath is your education background? (check only one)

None Primary Secondary

Higher Others

2.- ¿When you travel, do it with?

Single Family

Friends Coworkers

3.- ¿What is the reason that you organize a trip? (check only one)

Vacations Work Study Others

4.- ¿when you travel, someonecounseled?

YES

NO

¿From whom?

Family Agencies Friends Others

5- ¿Do you know Pallatanga in the province of Chimborazo?

YES NO

6.- ¿What kind of tourism like to make?

Agroturism

Ecoturism

Adventure tourism

Community tourism

Others

7.- ¿How many days would like to stay in Pallatanga?

1 day

2 days

More tan 3 days

8.- ¿What activities do you like to do?

Walk through nature (Ecoturism) Riding

Observation of flora and fauna Camping

Typical food Taste Rapel

9.- ¿Do you know about community tourism?

YES NO

10.- ¿In Pallatanga, you are a bit tired in? (check only one)

Hotels Hosterías Hostels

House Pension Others

Thanks

7.1.6. Anexo 6. Tríptico

Portada

Quiénes somos

Visión

Ser líder a nivel nacional e internacional, brindando confianza, buena atención y seguridad a los clientes, además de brindar la mejor experiencia de turismo sostenible y obteniendo la mayor satisfacción de turistas y visitantes.

Misión

Brindar servicios turísticos que superen las expectativas de nuestros clientes mediante un servicio confiable y así caracterizarnos por ser una organización comprometida con la calidad, a la vanguardia tecnológica, con los más bajos costos logrando la satisfacción de los turistas.

Cantón Pallatanga

Macrolocalización (Provincia Chimborazo)



ESCALA 1: 20000

Contactos

DIRECCIÓN: Provincia de Chimborazo, cantón Pallatanga, Comunidad Santa Ana Norte

TELÉFONO: 0994637256

VISITA PALLATANGA



"Disfruta de la naturaleza"
Ven y conoce Pallatanga al natural.





PALLATANGA
Paraiso Subtropical de Chimborazo

101

Contra portada

Pallatanga pedazo del paraíso terrenal anclada en un clima templado llena de especies nativas quizás de las pocas que se encuentran en el mundo. Cascadas, miradores naturales, bosques nativos, páramo, permiten que el visitante disfrute de una experiencia natural en este Paraíso Subtropical de Chimborazo

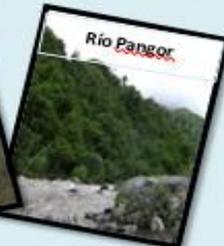


Cascada Guangashi

Mirador San Vicente



Bosque Protector El Paraíso



Rio Pangor



Puente Cornelio Dávalos (Sal si Puedes)

Hospedajes

Hostería El Pedregal



El Cantón Pallatanga se encuentra al suroeste de Riobamba, a 82 Km, en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes y a 118 Km de Guayaquil.

Hostería Ecovita



Ruinas de Paliguvaco



Productos Agrícolas



Gastronomía

