



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA: “Factores de éxito para la creación de hosterías en zonas de riesgo volcánico”

AUTORA: Nataly Belén Sánchez Ocaña

TUTOR: Ing. Edwin Javier Santamaría Freire

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2017



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA Edwin Javier Santamaría Freire

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Factores de éxito para la creación de hosterías en zonas de riesgo volcánico**” presentado por la **Srta. Sánchez Ocaña Nataly Belén** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 01 de agosto del 2017



Ing. MBA Edwin Javier Santamaría Freire

CC.180293142-6

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Sánchez Ocaña Nataly Belén** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Nataly Belén Sánchez Ocaña

C.C. 180460566-3

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Mg. Elias David Caisa Yucailla
C.C 180345866-8



Dra. MSc. Diana Cristina Morales Urrutia
C.C 180354726-2

Ambato, 26 de septiembre del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en líneas patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autoras.



Nataly Belén Sánchez Ocaña

C.C. 180460566-3

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios por permitirme tener y disfrutar de mi familia de fortalecer mi espíritu como persona y profesional por haberme dado la oportunidad de conocer a los amigos que no conocía y que se convirtieron en mi soporte y compañía durante esta etapa de estudio.

A la Universidad Técnica de Ambato, a sus docentes por impartir sus conocimientos en el proceso de mi formación académica.

Un grato y sincero agradecimiento a mi tutor, Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, quien me ayudado a desarrollar el presente proyecto y llegar con éxito a su culminación.

A todos mi eterna gratitud.

Nataly Belén Sánchez Ocaña

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a Dios todopoderoso, a toda mi familia, pero de manera especial a mi madre Elsa Ocaña por su amor, trabajo y sacrificio por ser el pilar fundamental y estímulo diario de superación como profesional, a mi padre Danilo Sánchez por brindarme apoyo, confianza y oportunidades, a mis amigos y compañeros por su amistad sincera que de una u otra manera han sido fortaleza y apoyo. Para ellos mi gratitud y este proyecto que es fruto del trabajo cumplido y convertido en realidad.

“La aventura de la vida es aprender, su objetivo crecer pero el desafío de la vida es superarse para llegar al éxito y ser protagonista del hoy y del sentido único”

Nataly Belén Sánchez Ocaña

INDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD | iii |
| APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO..... | iv |
| DERECHOS DE AUTOR..... | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| DEDICATORIA | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO | xi |
| ABSTRACT..... | xii |
| DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO..... | 1 |
| 1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA | 1 |
| ÁRBOL DE PROBLEMAS | 4 |
| MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| 1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 9 |
| 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 10 |
| 3. METODOLOGÍA | 28 |
| Paradigma de investigación..... | 28 |
| Enfoque de investigación | 28 |
| Tipo de investigación | 29 |
| Modalidad de Investigación | 29 |
| Población y muestra | 30 |
| Recolección de información..... | 32 |
| 4. RESULTADOS | 35 |
| 5. CONCLUSIONES | 62 |
| 6. RECOMENDACIONES | 63 |
| Bibliografía | 64 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 01: <i>Matriz variable-elemento</i> | 32 |
| Tabla 02: <i>Estadísticos de fiabilidad</i> | 33 |
| Tabla 03: <i>Correlaciones</i> | 61 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 01: <i>Árbol de problemas</i> | 4 |
| Figura 02: <i>Esquema de análisis de la ventaja competitiva</i> | 22 |

INDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 01: <i>Descanso habitual</i> | 35 |
| Gráfico 02: <i>Preferencias del lugar</i> | 36 |
| Gráfico 03: <i>Tipos de turismo</i> | 37 |
| Gráfico 04: <i>Productos Turísticos</i> | 38 |
| Gráfico 4.1. <i>Clasificación de los productos turísticos</i> | 39 |
| Gráfico 4.2. <i>Clasificación de los productos turísticos</i> | 40 |
| Gráfico 4.3 : <i>Clasificación de los productos turísticos</i> | 41 |
| Gráfico: 4.4. <i>Clasificación de los productos turísticos</i> | 42 |
| Gráfico 5: <i>Hospitalidad y Hospedaje</i> | 43 |
| Gráfico: 5.1. <i>Distinción de elementos al considerar un viaje</i> | 44 |
| Gráfico: 5.2. <i>Distinción de elementos al considerar un viaje</i> | 45 |
| Gráfico: 5.3. <i>Distinción de elementos al considerar un viaje</i> | 46 |
| Gráfico: 5.4. <i>Distinción de elementos al considerar un viaje</i> | 47 |
| Gráfico: 6. <i>Preferencia de tipo de alojamiento</i> | 48 |
| Gráfico: 7. <i>Servicios acorde a lo esperado</i> | 49 |
| Gráfico: 8. <i>Toma de riesgos</i> | 50 |
| Gráfico: 9. <i>Flexibilidad</i> | 51 |
| Gráfico: 10. <i>Satisfacción del cliente</i> | 52 |
| Gráfico: 11. <i>Crecimiento de tamaño</i> | 53 |
| Gráfico: 12. <i>Crecimiento empresarial</i> | 54 |
| Gráfico: 13. <i>Crecimiento Económico</i> | 55 |
| Gráfico: 14. <i>Ventaja Competitiva</i> | 56 |
| Gráfico: 15. <i>Riesgos del Ecuador</i> | 57 |
| Gráfico: 16. <i>Riesgos del Tungurahua</i> | 58 |

| | |
|--|----|
| Gráfico: 17. <i>Volcán Tungurahua</i> | 59 |
| Gráfico: 18. <i>Evento eruptivo</i> | 60 |
| Gráfico 19: <i>Análisis multidimensional</i> | 61 |

INDICE DE ANEXOS

| | |
|--------------|----|
| ANEXOS. | 70 |
|--------------|----|

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio denominado “Factores de éxito para la creación de hosterías en zonas de riesgo volcánico” establece un análisis sistemático de las ventajas, desventajas, factores físicos y otras implicaciones que se generan al implementar un negocio de turismo dentro de las zonas riesgo especialmente de tipo volcánico como es el caso del Cantón Baños de Agua Santa en la Provincia de Tungurahua.

Es por esta razón que mediante ello se pretende determinar aquellos puntos que implique éxito potencial tomando en cuenta la normativa legal y las consideraciones de seguridad en gestión de riesgos; para lograr este objetivo se ha recurrido a fuentes bibliográficas donde el análisis de varios autores determinan los procedimientos y conclusiones en trabajos similares realizados en otras partes del mundo en los cuales se analiza de manera consiente las implicaciones y la relación entre el riesgo potencial con la generación de establecimientos turísticos en dichas zonas.

En el desarrollo de la investigación se utilizó un paradigma social crítico ya que es necesario analizar el tema de forma explícita y con reflexión crítica, para ello se aplicó una encuesta a los turistas registrados en establecimientos de alojamiento y que acuden a la ciudad de Baños de Agua Santa, con el fin de establecer el enfoque cuantitativo donde se abarca, agrupa y ordena la información recolectada según las variables a investigar las mismas se analizan para determinar la viabilidad y la factibilidad del proyecto.

Dentro de la encuesta aplicada se puede verificar que los encuestados encuentran un atractivo al seleccionar una hostería ubicada en lugares de riesgo de los cuales un porcentaje elevado consideran que el riesgo, en general, es un atractivo tal vez por encontrarse con la cercanía de la fuerza de la naturaleza, lo ven como atractivo que a pesar de crear miedo crea una sensación que vale la pena estar presente en el sector, finalmente, dentro de las conclusiones se puede establecer que el riesgo volcánico es un atractivo en sí para el turista que busca aventura y experiencias únicas en su vida.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, CREACIÓN DE EMPRESAS, HOSTERÍAS, RIESGO VOLCÁNICO.

ABSTRACT

The present study called 'Success factors for the creation of hostels in volcanic risk zones' establishes a systematic analysis of the advantages, disadvantages, physical factors and other implications that are generated when implementing a tourism business within the risk areas especially of Volcanic type as is the case of the Canton Baños de Agua Santa in Tungurahua Ecuador, through which it is intended to determine those points that implies potential success taking into account legal regulations and safety considerations in risk management.

To achieve this objective, bibliographic sources have been used where the analysis of several authors determine the procedures and conclusions in similar studies carried out in other countries of the world in which the implications and the relation between the potential risk with the generation of tourist establishments in those areas.

In the development of the research, a critical social paradigm was used since it is necessary to analyze the subject explicitly and with critical self-reflection, for which a survey was applied to the tourists who come to the city of Baños de Agua Santa, in order to To establish the quantitative approach where the information collected is grouped and ordered according to the variables to be investigated, which, after the data are processed statistically, an analysis is carried out to determine the feasibility and feasibility of the project.

Within the applied survey it can be verified that the respondents find an attractive when selecting a hostel located in places of risk of which a high percentage consider that the risk in general is an attraction perhaps because it is close to the force of nature , See it as attractive that despite creating fear creates a feeling that is worth being present in the sector, finally within the conclusions can be established that the volcanic risk is an attraction in itself for the tourist seeking adventure and unique experiences in their life.

Keywords: INVESTIGATION, BUSINESS CREATION, HOSTEL, VOLCANIC RISK.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El establecer un negocio de turismo dentro de zonas de riesgo especialmente de tipo volcánico implica un estudio detallado de aquellos factores que se consideran ventajas y desventajas, desde las consideraciones físicas; es decir, de tipo geográfico del sector escogido hasta la misma legislación y políticas de seguridad o gestión de riesgos manejadas en los países, estos estudios son los que posteriormente pueden o no otorgar los permisos de funcionamiento o dejar el proyecto insubsistente.

Según Arteaga M. (2008), los factores de éxito son aquellos indicadores que se analizan antes de realizar la creación de un producto o servicio y determinan el éxito o fracaso para las mismas, estos son considerados con éxito cuando se enfocan en ideas innovadoras e inciden en la motivación, competencias e identificación de oportunidades de negocios, coincide con Suarez J. (2007) en que también se exponen a tomar riesgos, para esto se plantea la toma de decisiones y el compromiso conjuntamente con buena comunicación para explorar el entorno que queremos estudiar dependientes al sector específico en que se quiere ingresar.

Para Vega L. (2012), los riesgos volcánicos conocidos como los niveles de peligrosidad, amenaza o vulnerabilidad se refieren a aquella probabilidad de que un elemento presente niveles de algo nocivo o dañino en fenómenos físicos y naturales que pueden llegar a afectar a la sociedad como al ecosistema, estos riesgos se miden para conocer el nivel de amenaza que se puede presentar en caso de que ocurra una erupción volcánica para lo cual, se debe tomar las medidas necesarias para reducir prever y controlar los efectos que puede ocasionar un fenómeno como estos y que afectan directamente a la población, bienes, servicios y ambiente.

Según Vázquez (2009) El riesgo que se puede presentar al ocurrir uno de estos eventos de erupciones volcánicas generan incertidumbre de las personas que viven cerca de un volcán y que se enfrentan ante esta amenaza adaptándose a esta condición diaria sea física o psicológicamente llamándolas estrategias de afrontamiento ya que son capaces de enfrentar un evento estresante; es decir, buscan solucionar su forma de vida ante una situación de emergencia con capacitaciones,

información y métodos para mejorar y controlar el estrés logrando así enfrentar con éxito estos acontecimientos si se diera una alerta de erupción.

Para Gregg (1964) los problemas que existen con los riesgos que pueden presentar los volcanes vienen acompañados de la escasa información y comunicación sobre las medidas de prevención y alerta dentro de los sectores cercanos a un coloso, al presentarse una actividad volcánica esto provocaría alteración en las personas o podrían conducir a incrementar el riesgo de víctimas, bienes económicos y pérdidas materiales, bajo este criterio Llerena C. (1995), expresa que esto puede ser ocasionado por erupciones de lava, lahares, nubes incandescentes y nubes de ceniza, éstas llegan a producir pérdidas de cultivos estropear suministros de agua, es por ello que puede ser inquietante y peligroso para el espectador cercano.

Según Gutierrez S. (1984) existen varios tipos de establecimientos destinados a observar las actividades volcánicas como una forma de turismo, estos aparecen en el último tercio del siglo XIX, concretamente 1876 en la Guía de Madrid, y en la nueva guía especial de Madrid del mismo año, estos establecimientos responden, en un primer momento, a la iniciativa de extranjeros, principalmente franceses e italianos y se instalan en una serie de edificaciones modernas, construidas con esta finalidad.

Para Gómez y Barboza M. (2014), la hotelería es un servicio destinado para personas que buscan descanso, confort y una variedad de servicios y por lo cual se recibe un pago justo por dicha actividad, las empresas que se enfocan en desarrollar este tipo de actividades conocen que se debe tomar en cuenta algunos factores como su ubicación, capacidad física, formas de administración entre otras, para conocer la factibilidad de este tipo de empresa se conoce que este tipo de servicios aparecieron con la oferta de hospedaje para personas que se encuentran de paso por una localidad y que se llevan dando por siglos.

Santamaría A. (2011), determina que, los riesgos que se pueden encontrar al momento de iniciar una empresa turística en este caso la creación de una hostería en sectores de riesgo volcánico podrían verse afectados por la no aceptación de los turistas debido al miedo que provoca acercarse a sectores cercanos a actividades volcánicas.

El sector hotelero podría estar expuesto a pérdidas financieras, la inversión, mala aceptación del servicio, consumo insatisfecho, mala adaptación y la posible desregularización del servicio, para afrontar esto se debe tener en cuenta que en el sector hotelero se debe conocer los factores que determinan un atractivo turístico y que abarca el tipo de servicio a ofrecer como tamaño, transporte, volumen y calidad del servicio. (Rodríguez, 2002).

Dentro de este proceso una empresa de servicios mantiene la responsabilidad directa del cuidado de las personas que hacen uso de este tipo de servicios lo que conlleva prestar la información concreta en caso de que ocurra una alerta de riesgo volcánico cerca del sector donde se ubica la empresa.

Bajo este criterio se considera que muchas empresas de servicios fijan sus expectativas en realizar tipos de emprendimientos en zonas de riesgo volcánico, no es nada aislado que consideren al volcán Tungurahua como un atractivo turístico natural, de igual manera las hosterías aprovechando este fenómeno quieren instalar negocios en los alrededores, considerando que Baños de Agua Santa se ha convertido en una de las ciudades más conocidas del Ecuador y del mundo por su llamativa naturaleza y sin número de actividades.

El factor que primordialmente es tomado en cuenta especialmente en las empresas de servicios turísticos son los de recurso humano ya que constituye uno de los activos más valiosos dentro de una empresa de ellos depende la existencia de las mismas, de igual manera las empresas usan sus esfuerzos en explorar y enfocar su diversificación como una estrategia corporativa y de crecimiento una de estas se enfoca en la creación de empresas familiares (Ollé, Planellas, Torres, Urriolagpitia, y Sorribas, 2009) ¿Cuáles son los factores de éxito para hosterías en zona de riesgo volcánico?

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Figura 01: *Árbol de problemas*
Elaborado por: (Sánchez, 2017)

Los factores de éxito para la creación de hosterías en zonas de riesgo volcánico no se han definido concretamente ya que existen varios factores que afectan esta realidad, por ello se ha realizado el correspondiente árbol de problemas que nos ayuda a aclarar cuáles son las causas y efectos de los mismos como la escasa capacitación y medidas de prevención que reflejan unas sub-causas, esto en conjunto con el alto riesgo en inversiones por parte de los empresarios y la insuficiente integración estado y comunidad, el incumplimiento de las expectativas del cliente como también la pérdida de ingresos para las empresas de servicios del sector generan inseguridad en las personas que visitan la ciudad, de igual manera se puede presentar la resistencia a trabajar en zonas de riesgo por el deficiente conocimiento de riesgos y la baja preparación en servicios hoteleros, esto produce una disminución del desempeño laboral, la disminución de clientes y bajos niveles de rendimiento, otra de las causas que se presenta es el deficiente apoyo de las entidades públicas debido al proceso burocrático y las políticas de control a las empresas turísticas, esto nos conduce a la disminución de turistas a nivel general y sobre todo en las empresas que prestan otro tipo de servicios por la pérdida de confianza y seguridad en la ciudad o sectores cercanos al volcán.

MARCO TEÓRICO

HOSPITALIDAD Y TURISMO

Turismo de Ecuador

Según el INEC (2012), las cifras en el Ecuador de ingresos económicos por turismo para el 2015 fue un estimado de 1.691,2 millones esto representa un crecimiento del 13% anual, destacados por la llegada de extranjeros los mismos que visitan el país y que provienen de Colombia 23,64%, Estados Unidos 16,66% y Perú 11,25% entre otros. El promedio de gasto de los turistas extranjeros se estima alrededor de \$1,200, en aproximadamente 10 días, esto significa un saldo positivo en la balanza turística en \$650 millones a diferencia del 2007 que mantenía un déficit de \$106,7 millones y el turismo interno mueve 1.7 millones de dólares diarios (Ministerio de Turismo, 2015).

Turismo de Baños de Agua Santa

Según el análisis de la Revista Banios.com (2014, pág.12.), “Baños fue fundada el 16 de diciembre de 1944 por los Dominicanos, constituye uno de los cerros turísticos más atractivos e importantes del país, la temperatura va desde los 12 a 20° C, en la cima del Tungurahua, desde sus nieves y sus faldas provienen las famosas aguas, que según los concurrentes posee poderes curativos y mantienen a la gente joven y sana.”

Vega, W. (2001, pág.12). En su artículo denominado “Los encantos de Baños de Agua Santa. Baños de Agua Santa. expresa que: “Considerada como la puerta del Dorado y la estrella del Ecuador, en cuyas puntas se encuentra varios sitios de interés posibles de visitar en pocas horas, para regresar al centro de la estrella y disfrutar de una amplia infraestructura hotelera que Baños ofrece.”

“Baños por su ubicación geográfica es considerado un centro generador de energía, un lugar mágico que ha servido de inspiración a músicos y poetas, en donde la tranquilidad de sus habitantes hacen posible conocerlo en cómodas y frescas caminatas.” (pág. 12).

Del mismo modo Vega, W. (2001, pág. 04.) determina que: “La fertilidad de sus suelos y la variedad de clima hacen que la producción de flores y frutas sea diversa,

lo que unido a su desarrollo cultural y al incesante tesón de sus habitantes hacen de un Baños Tungurahua un imperio de riqueza nacional y de bellezas de sus paisajes y aguas medicinales donde el turismo visita todo el año”.

“Una ciudad que combina religiosidad, salud, naturaleza y diversión, visitar Baños de Agua Santa o también llamado Baños de Ambato por ser el más concurrido balneario de aguas termales del país. Ubicado en la parte oriental de la provincia de Tungurahua, a 43 kilómetros de Ambato, esta estrella del Ecuador ofrece un amplio abanico de atracciones tanto a turistas nacionales como extranjeros. Tanto así que la actividad volcánica del Tungurahua se ha convertido en otro de sus atractivos, las personas que desean ponerse en manos de la milagrosa Virgen del Rosario de Agua Santa, desde las primeras horas de la mañana especialmente los fines de semana visitan la basílica de estilo semigótico moderno.”

Baños conocida como “La puerta del Dorado” recibe aproximadamente 401.556 turistas tanto nacionales como extranjeros (Mancero, 2015) según el diario el comercio en el año 2014 de acuerdo a la guía oficial de turismo ingresan anualmente 140000 turistas del cual el 14.79% corresponde a la provincia de Tungurahua y el portal de ministerio de turismo afirma el ingreso de 1,55 viajeros en dicho año incrementando en un 14% al año 2013 (Yepez, 2015)

Volcán Tungurahua

Según, Vega, W. (2001, pág.04.) “El avance científico y tecnológico contemporáneo exige al hombre condiciones especiales para desenvolverse en la sociedad el ritmo de las modernas furias del volcán Tungurahua truenos, cenizas, deslaves. Las personas nativas de Baños siempre estarán junto al vecino volcán y no lo abandonarán.”

Historia del proceso eruptivo

Para Vieira, R. (1999). En su estudio denominado “Erupciones del Tungurahua” determina que: Las erupciones del volcán Tungurahua según sus historiadores dan inicio desde el año 1.534 con la primera erupción del volcán, aun cuando los historiadores no están de acuerdo en este punto dice -Teodoro Wolf – Juan de Velasco asegura que esta erupción fue proveniente del volcán Cotopaxi, las erupciones de este coloso continuaron por erupciones que causaron grandes pérdidas en los años 1537, 1553, 1698 hasta el año 1999 estas erupciones han sido

determinantes en la conformación topográfica de Baños. Debido a tanta precipitación pluvial y a la magna volcánica el cauce de los riachuelos varió; grandes peñascos se desgajaron y la belleza cedió paso ante el avance rutilante de la fuerza cósmica.

Del mismo modo Viera R. afirma que: “A fines de junio 2003, Discovery Channel TV internacional anunció por reiteradas ocasiones un programa siniestro sobre Baños de Agua Santa: el volcán erupcionará y destruirá un pueblo, no respetaron el proceso histórico de 14 erupciones anteriores. El daño por el desenfocado programa fue manifiesto, el turismo, sustento de la ciudad fue afectado totalmente en especial por los connacionales.”. Lo que implica que los medios de comunicación influyen en gran magnitud sobre las decisiones de los turistas al momento de elegir los lugares de destino.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Establecer la relación entre el riesgo potencial y la generación de establecimientos turísticos en dichas zonas.

Objetivos específicos

- Analizar los factores de éxito para la creación de hosterías en zonas de riesgo volcánico
- Fundamentar teóricamente el contenido de la investigación en base a los estudios de tipo administrativo y estratégico sobre los factores de éxito de los establecimientos turísticos.
- Diagnosticar las potencialidades en las zonas de riesgo volcánico.

Hipótesis

- El proceso eruptivo del volcán está relacionado con la generación de hosterías y hospedajes en zonas de riesgo.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

HOSPITALIDAD Y TURISMO

Turismo

Es esencial conocer que significa el turismo, la visión de esto es que las personas buscan un momento de ocio en escenarios naturales, disfrutar de la realización de actividades, y vivir experiencias inolvidables como también relacionarse conociendo nuevas culturas, historias y religiones, esto según (Hernández, 2008).

Por otra parte, el turismo en la actualidad a presentado algunos cambios, los clientes son más exigentes y los consumidores cada vez están más informados, con esto buscan mayor autenticidad del producto que les permita vivir tiempo de ocio en espacios naturales, limpios y bien conservados disfrutar de diferentes actividades viviendo experiencias inolvidables (Machado Chaviano, 2008).

Según Olmos L. (2011) “El turismo refiriéndose a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

La importancia se encuentra en que un destino turístico es un sistema abierto con una oferta competitiva para atraer cliente según la función que desempeñen sus recursos como infraestructura, alojamiento y oferta complementaria como restaurantes, centros, parques temáticos, cultura e historia. Esto de acuerdo al estudio de Rodríguez & Espino (2017).

Desde la perspectiva del emprendimiento de negocios, el turismo se ha vuelto en la actualidad una de las principales fuentes de trabajo que poseen los países y que genera ingresos para los mismos satisfaciendo la necesidad de los clientes que buscan un momento de relajación descanso u ocio en escenarios naturales.

Tipos de turismo

Desde el punto de vista de lo que se conoce como turismo en términos generales y dado que este sector que en la actualidad ha sido uno de los más caracterizados por su aporte en la economía se deriva en los siguientes tipos de turismo.

- **Turismo Tradicional:** de interés general o convencional; turismo cultural, de negocios, deportivo, de aventura, religioso, científico, gastronómico, estudiantil de congresos, familiar y amigos etc.
- **Turismo en áreas rurales:** agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, de aventura, deportivos y otros que han tomado mayor importancia sobre todo en países en vías de desarrollo contribuyendo con el crecimiento de espacios naturales y rurales (Savendra, Durán, & Durandal, 2004).

Para Castro, R. (2007). En su estudio denominado “Elementos del turismo” los tipos de turismo se pueden clasificar desde el punto de vista del turista según la finalidad prioritaria de realizar un viaje turístico; es decir, los tipos de turismo son tan numerosos como las motivaciones que las originan y los clasifica de la siguiente manera:

- **Turismo cultural.** Conjunto de ideas, técnicas, costumbres y prácticas artísticas que conGráficon el estado del desarrollo material y social de un pueblo, de un grupo étnico o de la humanidad.
- **Turismo deportivo.** Aquellos que viajan con la modalidad de participar en eventos deportivos internacionales, practicar alguna actividad deportiva como recreo, pasatiempo, placer, diversión y ejercicio físico.
- **Turismo de placer.** Una modalidad muy heterogénea puesto que dentro de la misma existen multitud de intereses que generan los desplazamientos turísticos pero cuya motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace.
- **Turismo de salud.** Es un tipo de turismo que practican las personas que viajan a un destino caracterizado, por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento.
- **Turismo de congresos y convenciones.** Esta modalidad consiste en los viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversa índole, donde se combinan las sesiones de trabajo con los recorridos turísticos que se programen o con las actividades o tours que se ofrecen.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), define los tipos de turismo distinguiéndolos en los siguientes tipos (Olmos L. 2011):

- **Turismo interno o Doméstico**

El de los viajes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

- **Turismo Receptor**

El de los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

- **Turismo Emisor**

El de los visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia.

Productos Turísticos

Para Abad (2003) el sector de turismo abarca un sin número de actividades, bienes y servicios que se ofrecen en este tipo de sector abarcando todo un conjunto de organizaciones clasificándolas como el transporte, alojamiento, atracciones naturales, servicios de apoyo del sector privado o público de esta manera el producto turístico es aquel producto que ofrecerán estas organizaciones.

Según Sancho (2008) Es importante destacar que los productos turísticos o también conocido como la oferta turística está definida como “un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”

Antes de ser conocido como un producto turístico se lo identificaba por ser un paquete turístico es decir el tipo de oferta que se encuentra en los sectores turísticos o de esta línea por lo tanto un producto turístico es un conjunto de prestación de elementos tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas entre otros beneficios que atraen a un grupo determinado de consumidores (Marín, 2012) siendo así un recurso susceptible y estructurado para ser puesto en valor turísticamente, tomando siempre en cuenta la oferta el tejido empresarial y la accesibilidad por parte del público Sevilla (2008).

Hospitalidad y hospedaje

Coelho (2013) expresa que en cuanto a la palabra hospitalidad que proviene del latín “hospitalis Jupiter” y que indica servicios de hospedaje y alimentación de igual manera se la puede reconocer como hospitium con lo que se denomina a las personas que se instalan temporalmente para conseguir alimento y descanso durante sus viajes por lo tanto poseen el mismo significado de dar o recibir un buen acogimiento

Desde la perspectiva de hospitalidad o conocida en la antigua Roma como “hospitium” que tiene un aspecto público o privado de ciertos viajeros sean familias grupos o sujetos individuales que solicitan o requieren alojamiento temporal de personas de otras comunidades, hasta llegar a la época actual después de pasar las guerras llegando a una lógica mercantil y tomando a la hospitalidad como un sinónimo de turismo de acuerdo a lo que expresa Filgeiras (2011).

Hostería y hospedaje rústico

Hostería o conocida también como hostelería a aquellas empresas que prestan un bien o servicio y se dedican a proporcionar habitaciones o residencias que pueden venir acompañadas o no de servicios adicionales o complementarios.

“Son alojamientos turísticos los albergues, campamentos, bungalows, apartamentos o establecimientos similares destinados a proporcionar habitaciones o residencia a personas en épocas, zonas o similares turísticos. No alterara la naturaleza del alojamiento en que la actividad se realice de modo temporal o permanente”. (Balanzá, 2003)

La parte fundamental al momento de tener una empresa dedicada a la hotelería, hostería u hostelería debe tomar en cuenta que el cliente se lo debe acoger no en el simple hecho de alojamiento sino a la hospitalidad y atención dentro del grupo social al que el turista acude y que representa su destino independientemente de las actividades a realizar dentro o fuera como servicios internos o adicionales que preste la misma operadora turística o establecimiento (F.J Blancos, 2005).

Establecimientos de alojamiento

Dentro de la historia de donde nacen los establecimiento de alojamiento hospedaje o hospitalidad comprendemos que años atrás involucrando a la religión fue conocida como un acto de deber sagrado de acoger al extranjero como un enviado de los dioses, en la antigüedad griega ya existía tanto la hospitalidad pública como privada el no recibir un huésped extranjero significaba maldición es decir el huésped era considerado como un bien para la casa (Martínez, 2006) estos establecimientos pueden ofrecer o no servicios acompañados como pueden ser comidas, bebidas basándose en la clasificación o calificación que identifique el tipo de establecimiento en base a sus características (Sánchez, 2016).

Los establecimientos de alojamiento son considerados después del turista como la razón de ser del turismo ya que debe adaptarse a las necesidades que el turista está buscando en el lugar de descanso y estadía durante el tiempo de permanencia, este debe disponer de los servicios básicos y complementarios indispensables, además los establecimientos hoteleros son el instrumento del servicio turístico capaces de satisfacer las necesidades requeridas al momento de hacer un viaje (González B. 2011).

“Los establecimientos de alojamiento turístico son aquellos considerados como unidades integrales de negocio destinadas al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, conforme a los requisitos de clasificación y categorización dispuestos en el presente reglamento” (Ministerio de turismo, 2015).

Un establecimiento de alojamiento o más conocido comúnmente como establecimiento de hospitalidad se refiere a la prestación de un servicio a cambio de una paga que se realizará por el mismo, el hecho de recibir, acoger a personas o turistas que requieren dicha necesidad de alojarse de forma no permanentemente en instalaciones que ofrecen servicios de hospedaje que pueden venir acompañadas con o sin servicios adicionales.

Hosterías

“Establecimientos de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.” (Ministerio de turismo, 2015)

Las hosterías conocidas generalmente como establecimientos de alojamiento y sus servicios adicionales como recreación, alimentación entre otras son las mismas que prestan sus servicios sean de manera conjunta o separada con la misma finalidad de satisfacer la atención del cliente.

Emprendimientos turísticos

Al hablar de emprendimientos turísticos se refiere a: aquellas actividades y servicios que se pueden ofrecer como alimentación alojamiento, y la práctica de actividades de ecoturismo como caminatas, cabalgatas entre otras, zonas de descanso y distracción (Cebrián, 2001). El crecimiento de emprendimientos turísticos es un factor importante para la generación de empleo e ingresos (Demajorovic Jacques, 2011) ya que incentivan tanto el desarrollo local y el desarrollo sustentable esto promueve el crecimiento turístico y con grandes expectativas de los beneficios a obtener (Troncoso, 2008).

Los emprendimientos turísticos presentan una estructura que va dirigida específicamente a un producto turístico tomando en cuenta que entre estos productos sus elementos fundamentales van acompañadas de actividades durante viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual (Ruiz, 2007) siempre enfocados en la naturaleza como días de campo, caminatas, observación de flora y fauna entre otras, de esta forma los emprendedores que están dispuestos a ingresar en este sector lo ven como una diversificación productiva.

Emprendimiento turístico se basa en la creación de empresas o negocios fructificando el potencial de convivir en sectores naturales y áreas geográficas

concentradas en un destino, que llaman la atención y atracción de las personas con deseos de salir de su lugar de residencia.

Factores de éxito

Los factores de éxito son aquellos indicadores que se analizan antes de realizar la creación de un producto o servicio y determinan el éxito o fracaso para las mismas, estos son considerados con éxito cuando se enfocan en ideas innovadoras e inciden en la motivación, competencias e identificación de oportunidades de negocios (Arteaga M, 2008), pero también se exponen a tomar riesgos, para esto se plantea la toma de decisiones y el compromiso conjuntamente con buena comunicación para explorar el entorno que queremos estudiar dependientes al sector específico en que se quiere ingresar (Suárez, 2007).

De este modo los factores y las partes fundamentales del proceso de planificación de un negocio de turismo pronostican el hecho de que una empresa sea prospera antes de implementarla, las personas que aceptan crear un tipo de empresa deben enfocarse en la intuición, la toma de riesgos, creatividad y flexibilidad de cambio que influyen mucho en el éxito de los negocios (Franco y Urbano, 2010)

Al referirse a los factores de éxito se pueden encontrar un sin número de los mismos que pueden ser utilizados como una habilidad en negocios de estos se pueden identificar la innovación administrativa, el impacto de financiamiento, tecnología en administración, diferenciación e información que pueden ser aplicadas (Páz, 2007) para que una empresa alcance el éxito deseado dependiendo del tipo de capacidad que quiera abarcar se debe conseguir una posición competitiva, mantenerla y aumentar su posición en el mercado (Rubio y Aragón, 2002).

Para conocer la clave para tener éxito se realiza un análisis del macroentorno como del microentorno permitiendo así calzar muchos puntos que identifiquen la fundamentación de la empresa determinando un grado de atractivo del sector el cual se desea incorporar por otro lado es crucial identificar los factores para la supervivencia y el éxito dependiendo del sector analizado (Castro y Rufino, 2015)

Intuición

Las nociones de la palabra intuición es creer viendo; es decir, al momento de observar algo o como se dan los objetos y se revelan con estructura propia no se

abstraen ni se analizan; se miran simplemente y se describen todo esto es lo que refleja la mente más conocido como acto de conciencia por lo cual uno percibe o reaccione a algo y se adelanta a un acontecimiento (Olivares, 2005).

La intuición está relacionada con sentimientos y atajos heurísticos que van de la mano de análisis y pensamiento, pero la misma no tiene una definición científica de su porvenir lo contrario a la razón es por esto que la intuición sigue siendo una noción (Julian N. Marewski, 2015) no son ni explícitas ni evidentes, sino que se basan en conocimientos y experiencias personales (Roghanizad y Neufeld, 2015).

Por lo tanto, va dirigido al conocimiento a través de los sentidos que ponen en contacto con la esencia y con la conciencia fortaleciendo así el uso de la razón (Rosa, 2013) con esta fusión de intuición, conocimiento y razón se puede medir como un recurso estratégico y significativo orientado al desarrollo sustentable (Peluffo y Catalán, 2002).

Toma de riesgos

En cuanto a la toma de riesgos se entiende que cada problema conlleva a una reflexión y a mejorar una situación, el sentido de responsabilidad se convierte en parte activa haciendo de la prevención un valor prioritario (Nova, 2009), al crear un nuevo emprendimiento empresa o innovarla se corre con un sin número de riesgos empezando por los cambios continuos que se dan en el entorno o sector al que se desee ingresar que pueden variar desde un sistema financiero, solvencia de operación o puede ser por su estructura para esto se toma en cuenta un análisis para determinar la situación actual con indicativos de variables de riesgo, por riesgo se entiende en este punto por la probabilidad de que una empresa no puede enfrentar alguna situación y para esto se analiza tres tipos de riesgos que pueden definirse por el sector al que va a pertenecer la empresa y pueden ser por riesgos operativos, financieros, comportamiento de la rentabilidad o riesgos del entorno o riesgo país (Celaya y López, 2004)

Creatividad

“En la sociedad actual es evidente el marcado interés por la creatividad. Se considera, que la creatividad es de gran importancia no solo para el bienestar individual, sino para la supervivencia social” (Rendón, 2003, pág. 29)

Es importante destacar que la creatividad juega un papel significativo en toda línea de aplicación de cambio o innovación, con un funcionamiento óptimo con la solución de problemas de todo tipo, con avances científicos y tecnológicos, con los cambios sociales entre otros no obstante la creatividad es considerada como una de las características más importantes del ser humano (Vecina, 2006) tener una actitud creativa es el resultado de una mentalidad con visiones y una combinación de flexibilidad, originalidad y sensibilidad orientada hacia nuevas ideas y pensamientos diferentes y productivos (Hernández R. , 2011).

El enfoque de la creatividad es producir respuestas inesperadas utilizando métodos cambiarios como crear o innovar cosas ambiguas a originales, novedosas no tradicionales marcando la diferencia de las que ya existen (Carranza, 2010) de esta forma se logra desarrollar también las habilidades creativas personales (Péter, 2012)

Adaptabilidad

Se puede medir y visualizar dependiendo el éxito de un negocio como la satisfacción del cliente, ingresos, crecimiento en términos de tamaño, económico o expansión de la empresa (Franco y Urbano, 2010) , la flexibilidad se ha tomado como una estrategia de producción dentro del sector empresarial ya que es una propiedad complementaria donde las empresas deben encontrar su equilibrio entre ser productivos y flexibles al mismo tiempo es decir este término se define como un sistema que debe adaptarse con éxito a las condiciones cambiantes de un entorno (Manyoma, 2011).

En cuanto a la adaptabilidad y flexibilidad de las empresas al transcurrir los tiempos no es más que aceptar cambios futuros en sistemas de producción, gustos o modificaciones, pasando de sistemas rígidos a sistemas más flexibles que el propio entorno propone para crear productos diferenciados, dichos cambios serán necesariamente ajustados de manera continua (Ibarra y Gonzáles, 2009).

De otra forma la flexibilidad organizacional se mira como una ventaja competitiva para sobrevivir en el sector empresarial siendo que estas deben adaptarse o anticiparse a cambios continuos sea positivos de mejora o actuar eficazmente a cambios que puedan afectarlos por lo cual se asocia con la innovación y con el éxito competitivo (Ballina, 2015).

“El concepto de flexibilidad empresarial comprende a la capacidad de adaptación al cambio, lo cual es muy importante en un mundo globalizado en el que nos encontramos, se debe resaltar que por organización se comprende un sistema de combinación capital, trabajo es; decir, tanto empleador y los trabajadores buscan un fin determinado” (Ballina, 2015, pág. 05).

Satisfacción del cliente

Como la denominación nos indica una de las partes fundamentales en todo negocio o servicio es lograr que los clientes encuentren satisfacción en el producto o servicio solicitado, ya que precisamente se basa en el comportamiento del consumidor y la calidad, no obstante, los consumidores son cada vez más exigentes, curiosos y discriminantes con las características de calidad como: confiabilidad, durabilidad, facilidad de mantenimiento, uso, precios, entre otros. Por todo esto las empresas deben mantener un alto cuidado de dichos aspectos para mantener al usuario conforme por la extensa competencia en el mercado (Romero y Romero, 2006).

Para esto la importancia de tener una empresa es lograr convertir la satisfacción del cliente en un objetivo explícito, que mantenga su esfuerzo en lograr mayores beneficios considerando la percepción de un producto o servicio según las expectativas de los consumidores conociendo si los mismos alcanzaron un nivel de satisfacción y adquiriendo de manera positiva su requerimiento, como también esto no siempre se puede mantener según la crítica de otros consumidores que se quejan o no se ajustan a sus deseos creando así los clientes insatisfechos (Gupta y Stewart, 1996).

Satisfacción del cliente en destino turístico

“La satisfacción de los turistas es un indicador fuerte de sus intenciones de volver a visitar y recomendar el destino a las otras personas. Los estudios investigan la influencia del destino turístico, en la satisfacción del cliente con sus atributos y en su propensión de lealtad” (Pérez, Martínez, Noda, y Guzmán, 2017, pág. 07).

Crecimiento de tamaño

El crecimiento de tamaño quiere expresar la magnitud de crecimiento como un proceso intangible que depende de elementos tangibles como es la acumulación de

capital físico y humano haciendo de esta una acción de aumento en sus dimensiones, reflejando cambios que son evidentemente notorios en el crecimiento de aceptación de un producto o servicio (Aguilera y Puerto, 2012) este crecimiento influye directamente con el proceso innovador de las empresas; es decir, mientras mayor sea su tamaño mayor será su comportamiento innovador (Esparza y Reyes, 2014).

Por otra parte no existe un concepto generalizado del crecimiento empresarial en lo que respecta a la ciencia organizacional; es decir, lo que se considera es que las empresas ven a un crecimiento empresarial como un deseo y todo depende del manejo adecuado que le den a los recursos, no todas las empresas se visualizan con el crecimiento de tamaño pero esto se puede dar por un buen manejo de planificación estratégica tomado como un acto creativo o proceso social disciplinado a fin de que las organización logre aumentos constantes en sus ventas (Castro, 2010).

“El crecimiento es un proceso que se genera de adentro hacia afuera; las adecuadas disposiciones de los recursos internos permiten que la organización logre un posicionamiento externo que le permita crecer” (Aguilera y Puerto, 2012, pág. 03).

Crecimiento económico

Es importante destacar que un crecimiento económico va de la mano con el crecimiento de la empresa al contar con el crecimiento empresarial se puede observar un crecimiento económico que se forma a partir de un sentido estricto de diversificación actuando conjuntamente con un crecimiento estratégico que son los crecimientos estables y reales, los crecimientos estructurales internos y externos convirtiendo esto en una estrategia para las empresas y su actividad primordial; por otra parte un crecimiento económico es una consecuencia o resultado de una actividad económica es por esto que al reflejar un crecimiento de tamaño empresarial se refleja una diferencia de su estado anterior y se determina si su estado es rentable o no influyendo positiva o negativamente sobre el crecimiento económico (Hernández F. , 2001) .

Un crecimiento económico se da por una serie de razones positivas ligadas conjuntamente con el estado económico de un país, tanto para la sociedad como para el nivel empresarial se convierte en un deseo elevar su calidad de vida aumentando la

producción tanto de bienes como de servicios e incrementar sus ingresos (Martínez J. , 1992).

“El crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado, ocupándose principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico” (Gonzales, 2017).

La expansión

Uno de los propósitos que toma en consideración el sector empresarial es lograr expandir su tipo de negocio para esto la expansión busca objetivos a largo plazo tomando en cuenta sus riesgos o consideraciones para gestionar el crecimiento de sus empresas, para esto según (Castro y Rufino, 2015) si todo fuese bien o incluso mejor de lo que se espera se pueden plantear decisiones como:

- **El crecimiento geográfico**, regional, nacional o internacional, tanto mediante la apertura de establecimientos propios como a través de otros mecanismos tales como: las franquicias.
- **La integración vertical de actividades**, es decir, realizar actividades y/o productos que al principio estaban subcontratados o recibía de otros proveedores.
- **La diversificación de las actividades o productos**, ofertando nuevos productos o introduciéndose en nuevos sectores o segmentos relacionados o no.

Ventaja competitiva

Una de las capacidades de una empresa es lograr llegar a tener una ventaja competitiva, según Michael Porter es el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, la competencia está en el centro de éxito o fracaso de las empresas es por esto que contribuye al desempeño, innovación o implementación formando así una estrategia competitiva que busca posiciones favorables según el sector de su empresa permitiendo sobrevivir y crecer en su entorno (Quintero, 2003) mejorar su

cadena de valor, crea valor a sus productos o servicios demostrando al consumidor entregar un producto único y con un desempeño superior al de la competencia que incluso puede mejorar sus ingresos cobrando a un precio superior al de sus competidores (Fuente y Muñoz, 2003)

Es importante destacar que las empresas son capaces de producir bienes con menores costos y generar beneficios superiores que sus competidores es decir una ventaja competitiva es lo que una empresa logra resaltar sobre sus competidores en un mercado determinado, generalmente puede ser cualquier elemento que distinga de forma favorable a un producto o servicio desde el punto de vista de sus clientes o usuarios finales (Ceceña, 2013) .

ESQUEMA DE ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA



Figura 02: Esquema de análisis de la ventaja competitiva

Autor: Ceceña G. (2013)

Fuente: Ventajas competitivas de las empresas cárnicas en Sinaloa, Revista EAN, 4-15

Posicionamiento de mercado

En términos generales el posicionamiento de mercado se define cuando las empresas principiantes buscan ubicar su producto o servicio en un sector en específico, para

esto los consumidores se convierten en los observadores y encargados de ubicar un producto según las características que lo definen, de este modo se evalúan aquellos atributos que para ellos tiene mayor relevancia y se convierten en señales de valor acompañados de elementos intangibles como la marca o imagen que ayudan a mejorar la posición de un producto o servicio a la vista del consumidor (Peñate, 2009).

Una definición de posicionamiento es que representa el proceso de desarrollo y comunicación de la identidad única de una organización (Cottle, 1990) como promueve aquellas diferencias o atributos que son de un valor casualmente más importante para el consumidor o cliente objetivo dicha diferenciación responde al diseño de un conjunto de relaciones entre la óptica del cliente que distingue la oferta del empresario o negocio con la oferta de la competencia fijándose en los mecanismos mentales cognitivos de percepción y que compara el consumidor con los productos de una misma línea o sector y que lleva al cliente a su elección de compra Castro y Rufino (2015).

Algunos de los errores principales que se suele cometer en este tipo de decisión según Castro y Rufino (2015) son los siguientes:

- **Infraposicionamiento.** Los consumidores tienen una vaga idea de la marca, sin asociarla a nada.
- **Sobreposicionamiento.** El cliente tiene una imagen demasiado estrecha de la marca, lo cual impide que la conozca correctamente.
- **Posicionamiento confuso.** Se produce un cambio continuo de posicionamiento o se buscan demasiadas asociaciones, generando así una confusión entre los clientes.
- **Posicionamiento dudoso.** El cliente no se fía de la imagen que se comunica.

Riesgos del Ecuador

Ecuador está expuesto a un sin número de riesgos y amenazas que se están presentando por deslaves, volcanes en erupción, sismos, inundaciones, marejadas, tsunamis, sequias e incendios forestales según la ministra titular de la Secretaria de Gestión de Riesgos Susana Dueñas de la Torre presenta un mensaje alentador de

saber convivir y adoptar un estilo de vida en armonía con los riesgos de desastres. (Secretaría de Gestión de Riesgos, 2016)

Según la Secretaría de Gestión de riesgos (2017) lo que prevalece en la actualidad en el país es lo siguiente:

- **Época lluviosa:** Se presentan diversos escenarios correspondientes a épocas lluviosas en el país fuertes precipitaciones acompañadas de tormentas eléctricas en las regiones litoral y amazónica; el incremento en el nivel de ríos en varias zonas del país y la presencia de nubosidad de mal tiempo con lluvias dispersas en zonas puntuales de la región interandina.
- **Inundaciones:** Debido a las fuertes lluvias presentadas en los últimos días de lo que lleva de este año han afectado principalmente a la amazonia por el incremento del caudal de los ríos como son: Río Napo, Río Anzu, Río Misahualli, Río Salome, Río Arajuno desbordados.
- **Sismos:** El Ecuador inicia una etapa de sismos desde el 16 de abril de 2016 con un terremoto de 7.8 Mw con repentinas réplicas en gran parte del territorio ecuatoriano con epicentros localizados entre los cantones de Quinindé, Muisne, y Pedernales.
- **Incendios Forestales:** Las alteraciones climáticas como bajas precipitaciones, sistemas de altas presiones, incidencias de vientos; así como las malas prácticas del manejo de la tierra, la negligencia o la quema intencionada de la vegetación entre otros factores conllevan las causas principales de los incendios forestales que conllevan a un impacto ambiental muy considerable en el Ecuador por los últimos años.
- **Volcanes:** Actualmente en el país se presenta actividad eruptiva del volcán Tungurahua y Cotopaxi por el momento se encuentran en una etapa pasiva y dada la presente disminución de la actividad del volcán Cotopaxi la Secretaría de Gestión de riesgos cambio su tipo de alerta de amarilla a blanca, pero esto no implica el acceso a todas las áreas del parque Nacional.

Riesgo volcánico

Un riesgo volcánico específico o amenaza corresponde a las categorías que son representadas por un volcán individual por una base de parámetros que evalúan el peligro (Lara, 2009), esta expresión del riesgo constituye varios procesos de enfoques sistémicos y ambientales con esto se puede dar que en la sociedad en los sectores públicos o sectores económicos les ocurra algo nocivo o dañino (Vega L., 2013) es por esto que los niveles de amenaza y vulnerabilidad en caso de una erupción, es sumamente difícil mantener una percepción equilibrada de un riesgo es decir que dándose el caso de estado de emergencia la responsabilidad recae sobre las autoridades locales (Blunda, 2010).

“Las actividades volcánicas inducen a identificar a los riesgos a los que están expuestas las personas, las diversas percepciones que pueden darse en los mismos así como la prevaleciente vulnerabilidad de los grupos humanos ante situaciones de amenaza” (Luján, 2005, pág. 61).

Dichos riesgos que produce un volcán acompañado de varios eventos creados por la actividad que presenta el mismo que llega a provocar daños en personas o bienes expuestos (Aceves, Quesada, Blanco y Pozo 2006) para esto es de suma importancia conocer los niveles de peligrosidad volcánica y en lo posible tratar de minimizar las pérdidas potenciales; es decir, a la población. (Carracedo et al., 2004).

Los riesgos volcánicos son aquellas situaciones de alerta o peligro ante una posible magnitud de daño sea hacia personas o comunidades por una posible catástrofe natural siendo esta una amenaza para la población, al convivir con un volcán activo se debe tomar en cuenta que están expuestos a los detrimentos que puede provocar la erupción de un coloso y las medidas de prevención para evitar y minimizar pérdidas humanas y materiales.

- **El Tungurahua**

“El volcán Tungurahua se localiza sobre la Cordillera Oriental, en el borde sur o la honda brecha que rompió el río Pastaza, al seguir una falla transversal de la cordillera, cerca de Baños, ciudad que ha servido de fácil acceso a las regiones orientales desde épocas muy remotas. Es uno de los volcanes más activos del

Ecuador, aunque actualmente pasa por una época de intermitencia. Su máxima cumbre se levanta a 5.016 msnm.

En el siglo pasado sus erupciones asolaron las comarcas aledañas y llenaron de ceniza volcánica y corrientes de lava los campos y las cuencas de los ríos. El cono del volcán parece haberse superpuesto sobre la roca cristalina de la Cordillera Oriental zona de falla geológica que cruza el valle del río Pastaza, entre Lligua y Baños facilita la formación de la chimenea del volcán.

Una extensa corriente de lava rellenó en tiempos prehistóricos el fondo del valle del Pastaza, e irrumpió al lado septentrional del Tungurahua por la reventazón del Pondo, al pie del cono, y acumuló allí el terraplén volcánico donde hoy se asienta la población de Baños. Luego se derramó río abajo por el valle, hasta terminar cerca de río Verde, afluente izquierdo del Pastaza, a unos veinte kilómetros del sitio donde se origina.”

Se habla de la gran actividad del volcán, Carlos María de la Condamine cita como la más antigua erupción conocida, la del año 1964. Producto de la gran actividad interna del volcán, en sus bases se encuentran numerosas fuentes de aguas termo sulfurosas, las cuales, han dado nombre y fama a la mencionada población de Baños” (Vega, 2001 , pág. 431).

En torno al Tungurahua, el volcán actual, los mismos estudiosos dicen esto: “la actividad eruptiva del volcán actual ha reconstruido el cono del 50 % de su talla anterior al colapso, mediante la extrusión de 3 km³ de productos volcánicos. Dos períodos de construcción son reconocidos en la historia del Tungurahua” (Vega, 2001 , pág. 85).

Desde aproximadamente 2.300 a AP hasta 1.400 a AP; se produjeron altas tasas de extrusión de lavas y de generación de flujos piroplásticos. Durante este período, la composición del magma no evolucionó significativamente, permaneciendo esencialmente como andesitas básicas.

Durante los últimos 1.300 años, los episodios eruptivos se repitieron en general una vez por siglo, y generalmente se iniciaron con caídas de lapilli y actividad piroplástica de composición heterogénea (andesítica y dacítica) y terminaron con flujos de lavas o tapones de lava en el cráter, los cuales tienen una composición más

básica. El patrón cíclico es observado en las tres más grandes erupciones volumétricas, el Tungurahua tiene una tasa de crecimiento estimada para los últimos 2.300 años de alrededor $1.5 \cdot 10^6 \text{ m}^3/\text{año}$ ” (Vega, 2001 , pág. 85).

Relación de Erupciones

Según (Vega, 2001 , pág. 84) durante los últimos 3.000 años el volcán Tungurahua ha tenido alrededor de 70 erupciones. Entre las más recientes están:

1641: caída de lapilli de pómez blanca microvesicular.

1773: caída de lavas y piroclastos andesíticos

1886: caída de lapilli de pómez blanca a gris clara, microvesicular; flujos lávicos y piroclásticos andesíticos.

1916: caída de lavas y piroclastos andesíticos.

1999: al 26 de octubre el Instituto geofísico anunció que el Tungurahua presentaba un tipo de erupción estramboliana, con explosiones moderadas y pequeños flujos de rocas incandescentes.

“Las erupciones pasadas se caracterizaron por la formación de derrames de lava que a veces represaron el cauce de los ríos, flujos piroclásticos que arrasaron los flancos del cono; lahares que viajaron por los ríos al Oriente, así como avalanchas, añaden igualmente caídas de lapilli y cenizas andesíticas han acompañado casi todas las erupciones pasadas; los depósitos correspondientes están concentrados predominantemente al Oeste del cono, en especial sobre sus propios flancos. Capas delgadas de escoria se ven ocasionalmente hasta la zona de Huambaló, Quero y Riobamba” (Vega, 2001 , pág. 84).

3. METODOLOGÍA

Paradigma de investigación

Para el desarrollo de la investigación se utilizará un paradigma social crítico considerándolo como una ideología de forma explícita y autorreflexión crítica buscando la transformación de estructuras sociales dando respuestas a problemas que generan las mismas y que parten de una acción y reflexión de los integrantes de una comunidad, este tipo de paradigma nace de una racionalidad instrumentada y técnica preconizada por un paradigma positivista fundamentalmente para incluir los valores e intereses de la sociedad logrando un compromiso de transformación. (Alvarado y García, 2008).

Como otro aspecto, este tipo de investigación tiene como uno de sus principios el proceso de cambio y transformación de la sociedad y su traducción en el campo llevando a este a tomar conciencia y conocimiento crítico por parte de los individuos involucrados (Gallardo y Camacho, 2008).

“Este tipo de paradigma adopta la idea de que la teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni sólo interpretativa; sus contribuciones se originan de los estudios comunitarios y de la investigación participante, tiene como objetivo promover las transformaciones sociales, dando respuestas a problemas específicos presentes en el seno de las comunidades, pero con la participación de sus miembros” (Alvarado y García, 2008, pág. 04).

Este tipo de investigación se utilizará por ser un tema de opinión social y su participación es parte fundamental del proyecto para obtener respuestas verdaderas de acuerdo al entorno de estudio.

La comprobación de la factibilidad de la investigación se la realiza mediante el estudio técnico y detallado de los factores de éxito mediante análisis estadístico con el software SPSS y el método de alfa de cronbach (tabla 02)

Enfoque de investigación

Al conocer el objeto de estudio se puede establecer el tipo de investigación a utilizar, uno de estos es el enfoque cuantitativo que destaca el abarcan, agrupan y ordenar la información recolectada según las variables a investigar las mismas que presentan datos procesados y no ponen a prueba un conocimiento, quedando en una etapa de

clasificación y tabulación, exponiéndolos en cuadros estadísticos orientada principalmente en los estudios que exponen clasificando datos, y descripciones de la realidad social (Mejía, 2000).

La recopilación de datos es un equivalente a medir, pero en una investigación no todos los objetos de estudio son posiblemente medibles para esto se acude a referentes empíricos es decir el foco de atención es una respuesta observable, una medición adecuada que recolecta la información y registra datos representándolos en variables que el investigador tiene en mente (Gómez, 2006).

Tipo de investigación

La investigación descriptiva nos define el cómo, cuándo y dónde del sujeto de estudio es decir la información obtenida en un estudio descriptivo explica claramente los objetos, conceptos, cuentas sobre una investigación sobre todo cuando sus objetivos se encuentran describir, calcular o pronosticar tomando como un buen estudio descriptivo mucho conocimiento a priori apoyándose en una o más hipótesis dirigiendo así a una dirección específica (Namakforoosh, 2005) trabaja sobre realidades de hecho teniendo como característica principal una interpretación correcta esta puede venir acompañada de varios tipos de estudios como encuestas, casos exploratorios, de desarrollo o de correlación (Grajales, 2000).

Modalidad de Investigación

Modalidad Bibliográfica

Crowther (1993) determina que la investigación bibliográfica juega un papel importante por ser un elemento usual de evaluación dentro de estrategias de información o el sistema objeto de estudio su meta es informar y encontrar respuestas a una posible problemática así se asegura que la actividad de investigación es una respuesta adecuada para llenar vacíos o deficiencias de información; es decir, pasa a ser el soporte del trabajo y determinar la calidad del proyecto, bajo este concepto se puede considerar que en el caso del presente proyecto las fuentes bibliográficas son de gran importancia ya que se debe recurrir de manera obligatoria con el fin de obtener datos precisos sobre la actividad turística en el Cantón baños de Agua Santa y establecer la factibilidad del proyecto así como verificar si existen estudios anteriores con esta temática.

Modalidad de Campo

Para García (2006) una investigación de campo es aquella que está diseñada para palpar realmente un caso de estudio viendo directamente la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variable alguna, de igual forma se puede decir que se emplean datos secundarios provenientes de fuentes bibliográficas con la finalidad de partir por esto el marco teórico, sus datos son esenciales para el logro de los objetivos y la solución de problemas, este tipo de investigación se puede realizar por nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. La investigación de campo en el caso del tema de investigación planteado se la aplicará de manera obligatoria ya que se debe recurrir al sector para determinar de manera visual las bondades o riesgos que pueden ser estudiadas posteriormente de manera teórica.

Investigación Transversal

Según (Muggenburg y Perez, 2007, pág. 03) “Los estudios transversales son aquellos en los que se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito se centra en describir variables y analizar su comportamiento en un momento dado (es como tomar una fotografía de algo q sucede)”, este tipo de investigación se aplicará en el estudio planteado el momento que se realiza las encuestas para lograr obtener datos estadísticos necesarios dentro de la investigación.

Población y muestra

Población

Según Rodríguez (2005), se entiende por población a un conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos que son las que desea estudiar, una vez que se conocen el número de individuos que la componen se habla de población finita, cuando no se conoce su número se habla de población infinita es de mucha importancia conocer su diferenciación cuando se estudia una parte y no toda su población pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabajará variara en función de estos dos tipos.

La población de estudio son los 193 establecimientos de alojamiento a donde acuden los turistas que entran a la ciudad de Baños de Agua Santa.

Muestra

Para Icart y Pulpón, (2006) una muestra se da cuando no es posible medir a cada uno de los individuos de una población por ser demasiado grande es por esto que se toma una muestra representativa de la misma, generalizando un muestreo estadístico es el procedimiento de selección de individuos procedentes de un objetivo que asegure a todo individuo componente de dicha población, una probabilidad conocida, de ser seleccionado se toma para ser sometida a estudio lo que coincide con el criterio de Rodríguez, (2005); es decir, la muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán es un subconjunto de la población.

De este modo una vez calculada la muestra se determina la investigación con 129 personas

Cálculo de la muestra.

El tamaño de la muestra fue calculado mediante la fórmula más extendida para estudios de una sola población y variables cuantitativas continuas

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)E^2 + z^2pq}$$

De donde,

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo (número de posibles encuestados)

Z = Valor constante que depende de los niveles de confianza. En el caso del presente estudio se tomó el más usual en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

E= Error muestral de 1-5%

Con los siguientes datos:

$$N = 193$$

$$z = 1.96$$

$$pq = 0.50$$

$$Error = 0.05$$

Obteniendo como población a ser encuestada,

$$n = 129$$

Recolección de información

Encuesta

La encuesta está diseñada para recolectar datos y es tomada como una estrategia sea oral o escrita cuyo propósito es obtener información puede ser por un grupo o muestra de individuos o la opinión sobre un tema en específico, dicha información tiene una validez solo para el período en el que fue recolectada ya que sus características u opiniones pueden variar con el tiempo (García, 2006).

Bajo este criterio la encuesta se ha diseñado de tal modo que el encuestado pueda responder con una marca de manera directa para que pueda emitir su criterio basado en los parámetros que se quiere analizar de manera estadística, considerando los siguientes aspectos:

Tabla 01: *Matriz variable-elemento*

| VARIABLE | ELEMENTO |
|--------------------------|--|
| <i>Turismo</i> | Tipos de turismo Productos turísticos |
| <i>Hospitalidad</i> | Hospitalidad y hospedaje Hostería y hospedaje rústico Establecimientos de Alojamiento |
| <i>Factores de éxito</i> | Intuición Toma de riesgos Creatividad Flexibilidad |
| <i>Riesgos</i> | Riesgos a nivel general en el Ecuador Riesgo volcánico Volcán Tungurahua en proceso eruptivo |

Elaborado por: Sánchez, 2017

En la matriz se ha considerado las variables a ser estudiadas y son las que corresponden al objetivo planteado ya que, con el análisis del Turismo, Hospitalidad, Factores de éxito y los riesgos junto con todos los elementos que se contienen en cada variable se logrará establecer el diseño concreto de la encuesta a ser aplicada.

Validación

El instrumento es validado luego de aplicar la encuesta piloto a 30 personas, donde se aplica Alfa de Cronbach, obteniendo 0,677, lo cual indica que el instrumento posee consistencia interna y es válido para la recolección de información.

Tabla 02: Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0,677 | 23 |

Elaborado por: Sánchez, 2017

Proceso de recolección de información

La Encuesta

Será aplicada mediante un cuestionario en la que los encuestados responden por escrito a preguntas planteadas. El cuestionario sirve de enlace de la realidad estudiada sobre las variables motivo de investigación.

Validez y Confiabilidad

La validez estará determinada a través del análisis e interpretación de resultados considerando que una vez aplicada y tabulado los datos puedan llegar a tener coherencia entre los resultados obtenidos y el problema detectado.

Confiabilidad

La medición será confiable si al aplicar la encuesta a otra población y muestra por investigadores diferentes proporcionan resultados iguales o parecidos.

Procesamiento de la información

Se la realizará considerando los siguientes parámetros:

- Revisión crítica de la información recogida haciendo limpieza de información defectuosa contradictoria no pertinente.
- Repetición de la recolección si se considera que la información se encuentra defectuosa o ha sido generada de modo equivocado.

- Tabulación cuando según cada hipótesis o variable utilizando métodos estadísticos.
- Interpretación y análisis por pregunta.
- Estudio estadístico de los datos para presentación de los resultados.

4. RESULTADOS

Luego de realizar la tabulación de datos de la encuesta de manera estadística se obtienen los siguientes resultados:

1. Descanso de su vida cotidiana

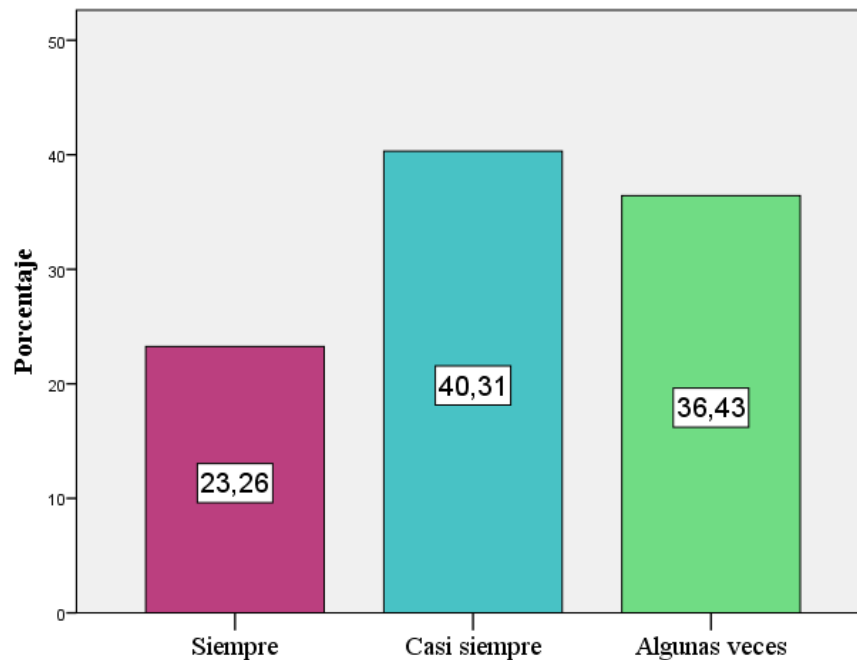


Gráfico 01: Descanso habitual

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Del total de la población encuestada que son 129, se determina que un 23% de ellas siempre toma un descanso, el 40% de las personas expresa que casi siempre y el 36% algunas veces suelen tomarse un tiempo de ocio y relajación, lo que implica que nos enfrentamos a una población relativamente baja que son potenciales turistas, de ellos no se sabe qué tipo, actividades, deportes, ocio o turismo prefieren. Como lo indica (Machado Chaviano, 2008) buscando distracción y atracción de espacios naturales y actividades turísticas donde encuentren confortabilidad y oportunidad de compartir y vivir experiencias turísticas.

2. Lugar para un momento de recreación:

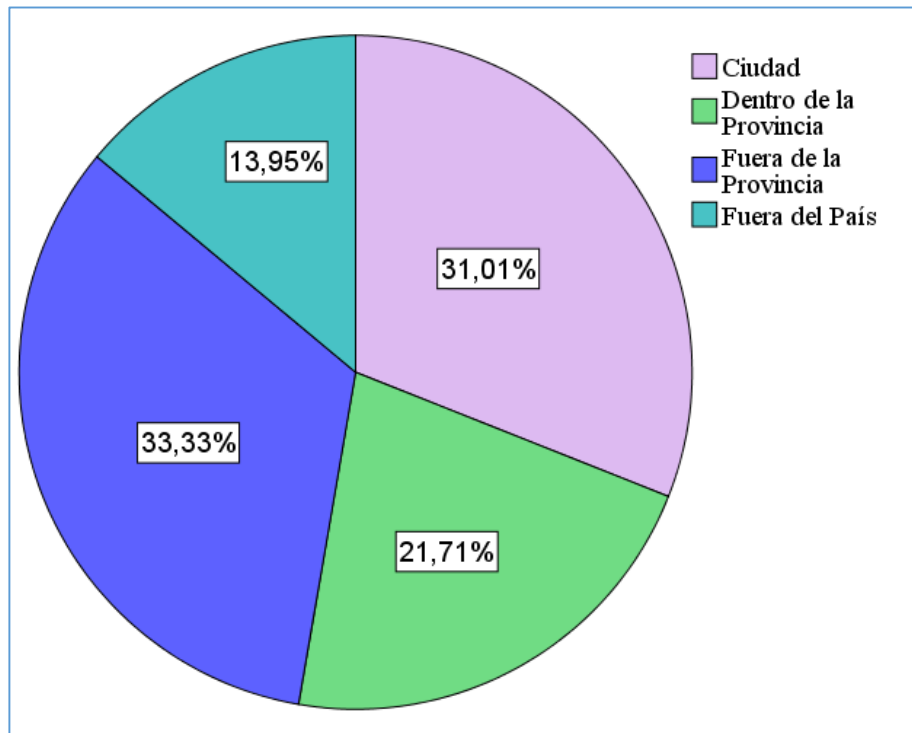


Gráfico 02: *Preferencias del lugar*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

De los 129 encuestados, se determina que el 33% le gusta tener momentos de recreación fuera de la provincia y el 31% se quedan dentro de la ciudad, el 27.71% le gusta quedarse dentro de la provincia y solo un 13.95% le gustaría fuera del país, esto indica que la mayor parte de personas buscan actividades turísticas fuera y dentro de su zona geográfica o lugares con interés fuera de la provincia, son pocos los que prefieren destinos internacionales de acuerdo a lo indicado (Olmos, 2011) la ciudad debe prepararse para generar actividades turísticas para los mismos habitantes de la ciudad.

3. Tipo de turismo que va a realizar

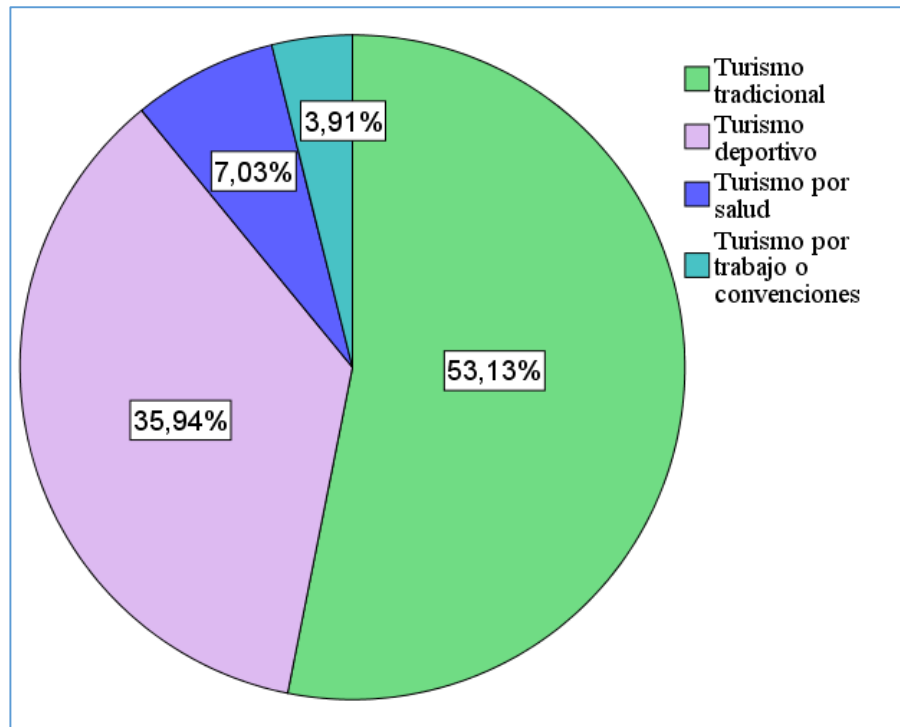


Gráfico 03: *Tipos de turismo*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

A la pregunta relacionada al tipo de turismo del total de encuestados se aprecia que los turistas en un 53% realizan turismo tradicional y el 36% turismo deportivo quizá por las actividades de turismo o deporte extremo que se realiza en la ciudad de Baños, un porcentaje muy bajo realiza turismo de trabajo o de salud, esto implica que la ciudad debe estar preparada para las personas que buscan estos dos tipos de turismo en especial, que son de carácter general o convencional. (Savedra, Durán, y Durandal, 2004) Así como la ciudad de igual manera debe estar preparada para las personas que practican alguna actividad deportiva como recreo, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico (Castro R. Q., 2007)

4. Servicios turísticos que utiliza habitualmente en una salida turística

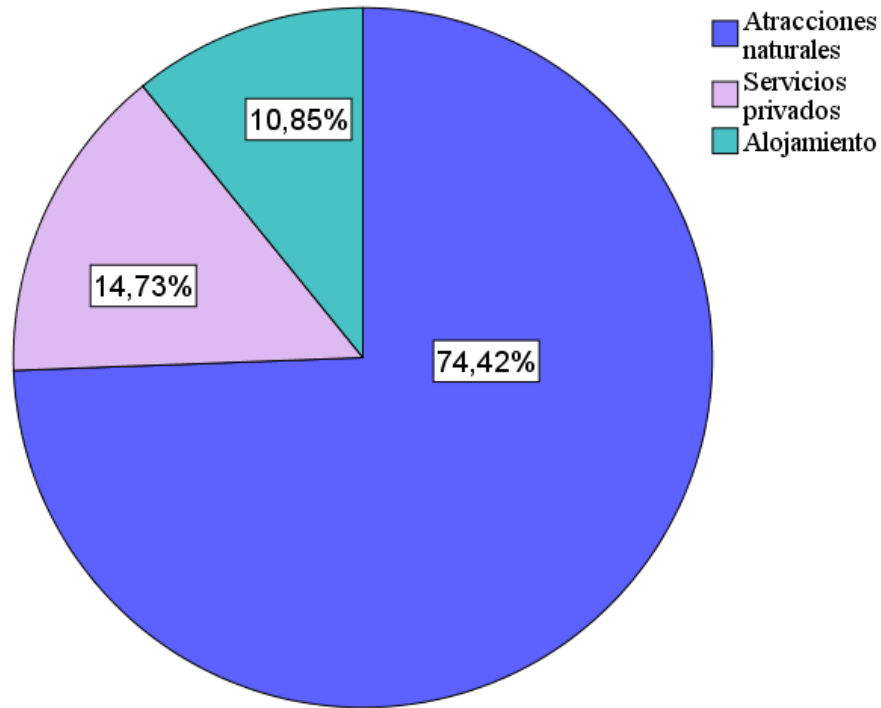


Gráfico 04: *Productos Turísticos*

Fuente: Encuesta realizada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

En lo referente a los servicios turísticos que se utiliza, del total de la población encuestada, se obtiene un porcentaje de 74% visitantes que disfrutan de las actividades que incluyen atracciones naturales tal cual se muestran como atractivo de la ciudad mientras que un 15% suelen contratar servicios privados de turismo, de ellos un 10.85% contrata servicios de alojamiento que significa un porcentaje muy bajo de este servicio, lo que indica que de los productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico son para su disfrute y consumo (Sancho, 2008).

5. Satisfacción con el tipo de servicio que se ofrece en el sector turístico como: Transporte

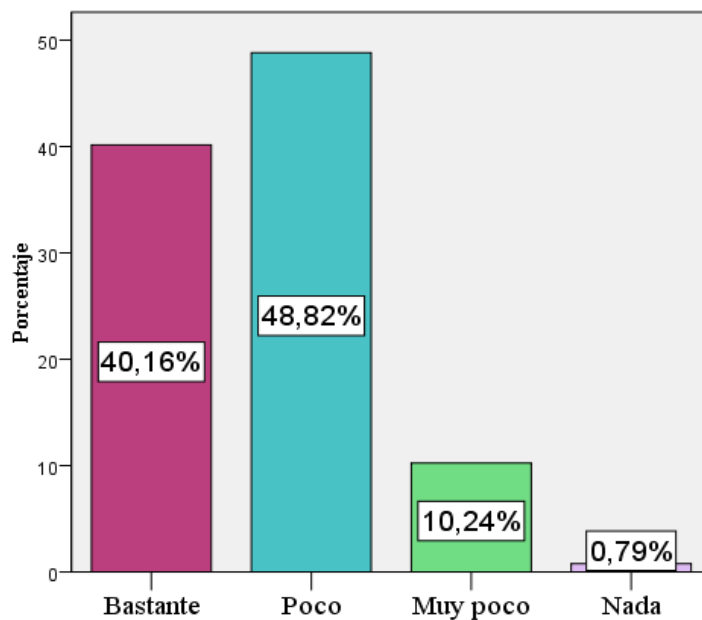


Gráfico 4.1. Clasificación de los productos turísticos

Fuente: Encuesta realizada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

En lo referente al grado de satisfacción con el transporte el 40% de viajeros se encuentra bastante satisfecho con la atención de transporte, el 48% se encuentra poco satisfecho, el 10% está poco satisfecho con el transporte y un porcentaje inferior al 1% expresa estar nada satisfecho, esto quiere expresar que un alto número de encuestados considera que existe un buen trato y servicio en los medios de transporte de turistas, sin embargo consideran que se debe seguir mejorando este servicio, con actividades de recreación y diversión reflejando que este tipo de productos que ofrecen las organizaciones (Abad, 2003) deben mantener su estándar de calidad y atención y reducir el porcentaje de cliente insatisfecho indicando que las personas buscan servicios o productos de eficacia.

5.2 Satisfacción con el tipo de servicio que se ofrece en el sector turístico como: Alojamiento

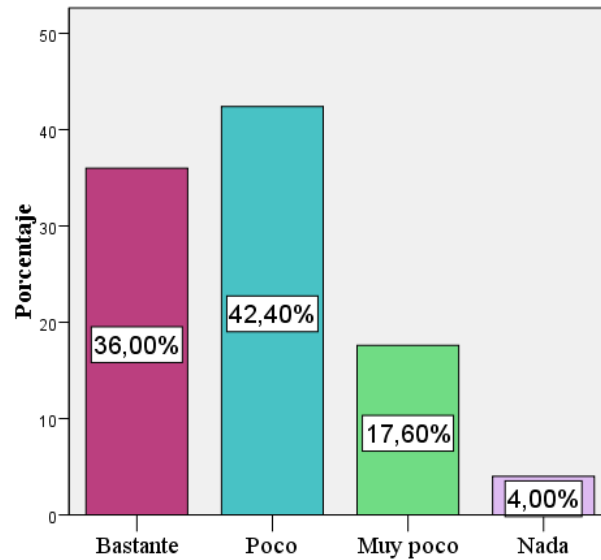


Gráfico 4.2. Clasificación de los productos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Del total de encuestados en lo referente al alojamiento, un 42.40% expresa encontrarse poco satisfecho con el servicio, un 36% está bastante satisfecho, un 17% define estar muy poco satisfecho y 4 bajo porcentaje del 4% está nada satisfecho con los servicios de alojamiento que se ofertan dentro de la ciudad de Baños, lo que implica que se debe trabajar en mejorar los niveles de satisfacción tomando estrategias en el área del hospedaje. Muchos hoteles y hosterías a nivel mundial realizan encuestas a sus clientes posteriores a su alojamiento para conocer sus criterios y expectativas futuras.

5.3 Satisfacción con el tipo de servicio que se ofrece en el sector turístico como: Alimentación

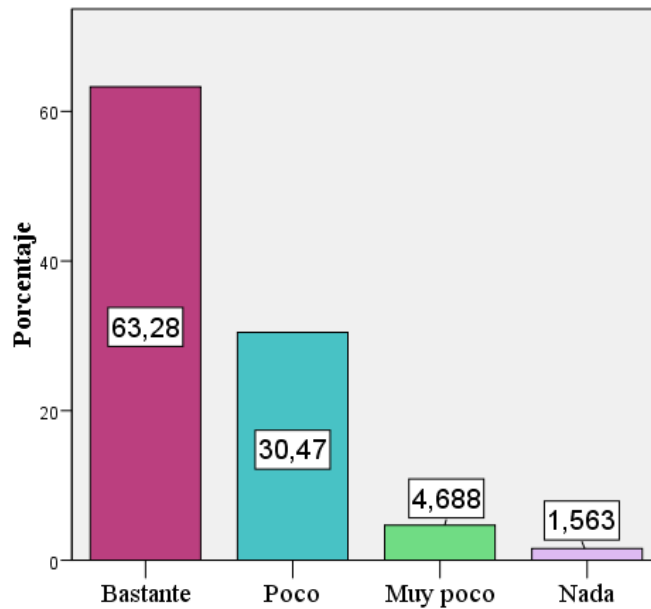


Gráfico 4.3 : Clasificación de los productos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Al analizar el servicio de alimentación se puede notar un nivel elevado de satisfacción relativo al 63.28% de la población total de encuestados, el 30.47% se encuentra poco satisfecho con la alimentación, el 4.6% está muy poco satisfecho y bajo porcentaje del 1.56% está nada satisfecho, lo que determina que en el ámbito gastronómico locales, restaurantes y sitios de comida que son aceptados. Existe actualmente gran competencia en el sector alimenticio por lo que las hosterías deben mejorar este servicio y de ser posible con comida tradicional como atractivo principal.

5.4 Satisfacción con el tipo de servicio que se ofrece en el sector turístico como: Diversión

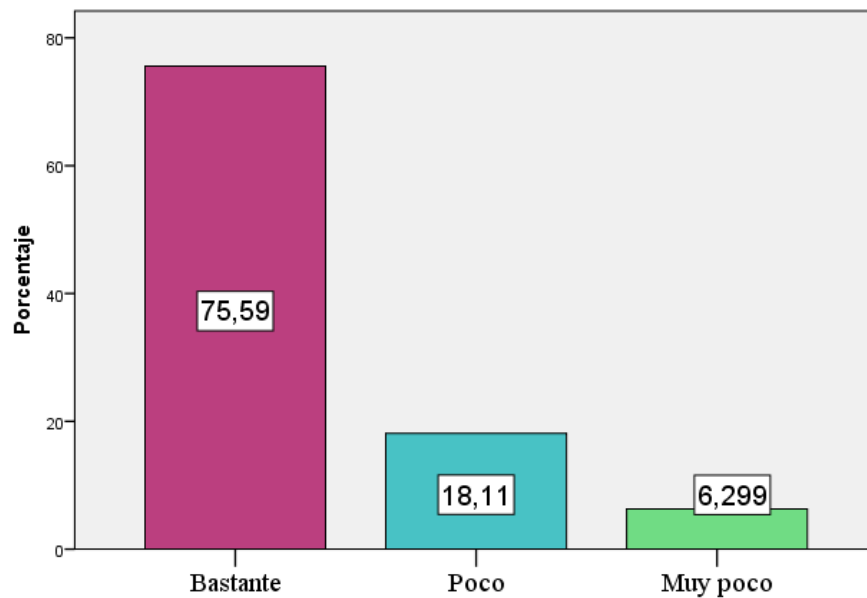


Gráfico: 4.4. Clasificación de los productos turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

En el servicio denominado diversión o distracción, existe un porcentaje alto de aceptación del 75.59% del total de encuestados, esto quiere decir que Baños ofrece buenos locales de diversión para todos los gustos, el 18.11% considera poca satisfacción en los servicios y un 6.99% expresa estar nada satisfecho, las causas de este nivel de poco o nada satisfactorio no se ha determinado porque no se detalla el tipo de local u oferta en este campo. Debido a la gran competencia en el sector de Baños de Agua Santa el sector debe ofertar gran variedad de atractivos de diversión para evitar la monotonía.

6. Lo que observa usted antes de requerir un servicio de hospitalidad y hospedaje

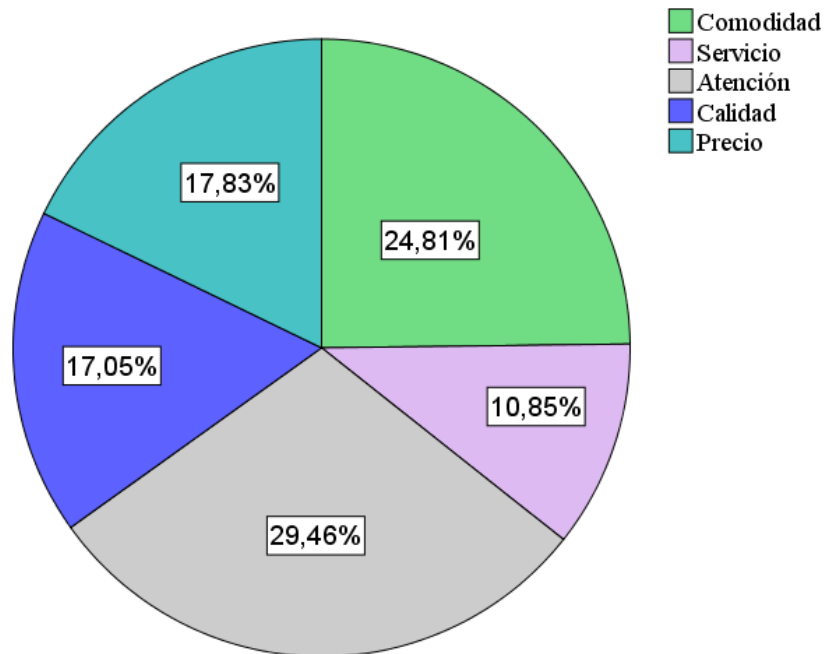


Gráfico 5: *Hospitalidad y Hospedaje*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Del total de los 129 encuestados el 29% considera que en el caso de la hospitalidad y hospedaje los servicios son más satisfactorios el 25% se inclina más por la comodidad un 18% se inclina a preferir el precio, un 17% prefiere un servicio de calidad y el 11% observa el servicio en general antes de dar una opinión, lo que implica que el turista requiere un servicio de alojamiento de calidad a nivel general no solo en ciertos puntos, antes de requerir un servicio de alojamiento, es decir la hospitalidad y calidez que reciben (Coelho, 2013), al momento de adquirir el servicio siempre prefieren la calidad del producto esto indica que las personas buscan estar cómodas, las empresas hoteleras deben prepararse para que la hospitalidad o acogimiento sea grata para el usuario.

7.1 Seguridad

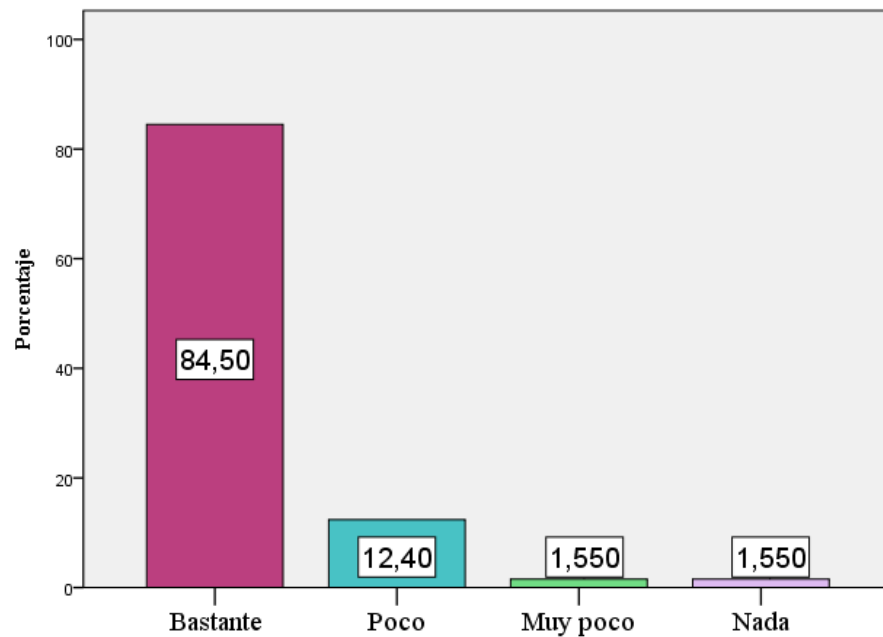


Gráfico: 5.1. *Distinción de elementos al considerar un viaje*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

En el factor seguridad, de los 129 encuestados, el 85% de personas resaltan con mayor interés la seguridad, el 12% toma poca atención en este servicio, el 1.55 expresa dar poca o nada de importancia, talvez porque considera que al estar dentro de una zona turística como es la ciudad de Baños se encuentran bastante seguros y no requieren mayor atención en este concepto, lo que hace notar que la ciudad es un destino seguro. Frigo E.(2008) expresa que llamamos Seguridad turística a la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes a un destino turístico, de los prestadores de servicios y de los mismos miembros de la comunidad receptora.

7.2 Infraestructura

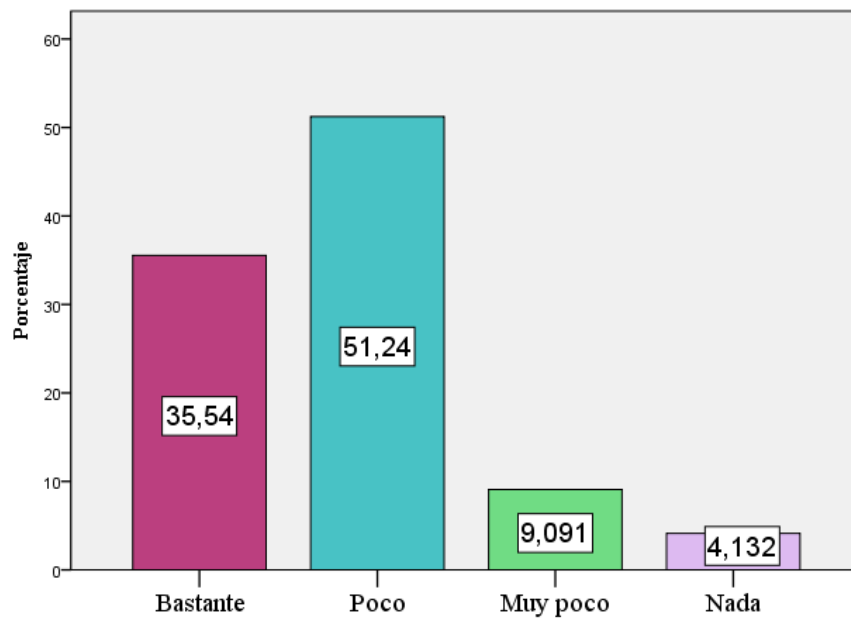


Gráfico: 5.2. *Distinción de elementos al considerar un viaje*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Al referirse a la infraestructura como servicio turístico, un 36% define estar bastante satisfecho con ella, el 51% está poco satisfecho. Un 9% muy poco satisfecho con la infraestructura y un nada despreciable porcentaje del 4% está nada satisfecho lo que implica que se debe sugerir mejoras en este campo, de esto sería responsables los gerentes, administradores de los sitios turísticos a nivel general mediante sugerencias de la Cámara de Turismo. Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región. Como son el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales (Goeldener y Ritchie, 2011, p. 329).

7.3 Ubicación

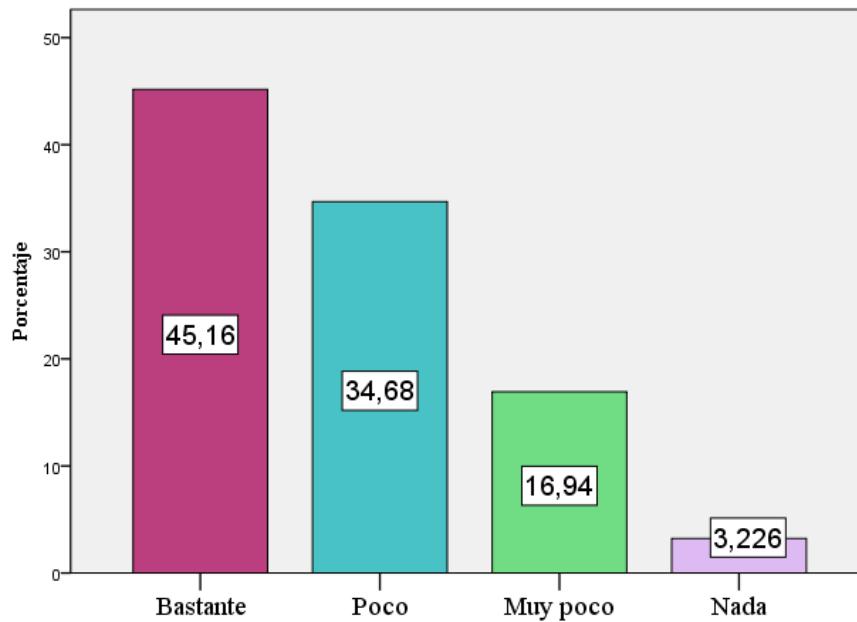


Gráfico: 5.3. *Distinción de elementos al considerar un viaje*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Cuando se habla de la ubicación de los sitios de turismo existen criterios bastante satisfactorios del lugar a donde viaja esto es la ciudad de Baños por tanto un 45.16% está bastante satisfecho con el destino, el 34.68% está poco satisfecho, el 16.94 está muy poco satisfecho de la ubicación y un 3.22 está nada satisfecho, porque no conoce de manera general la ubicación y bondades turísticas del sector o por simple criterio. La ubicación clave de la ciudad determina que los turistas se vean seducidos a buscar experiencias turísticas de varios tipos.

7.4 Accesibilidad

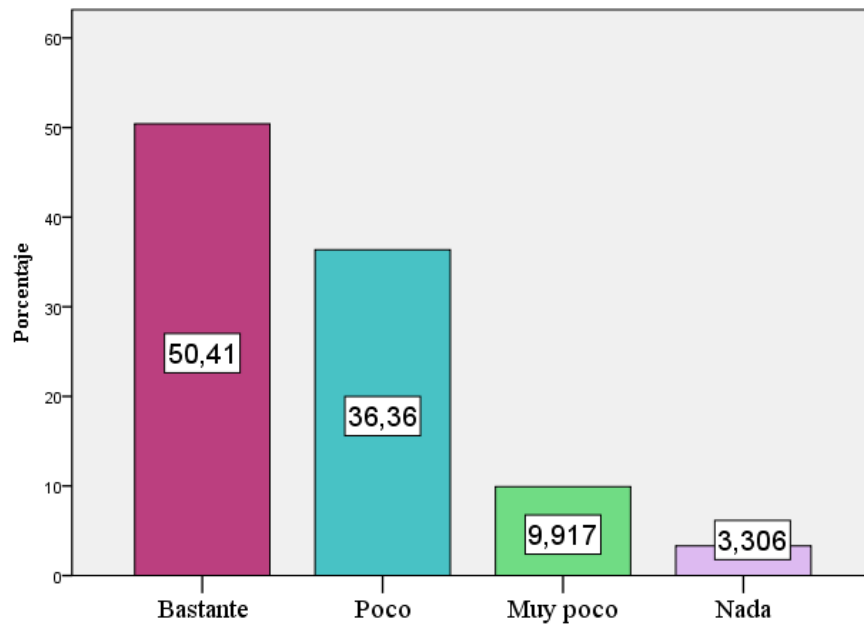


Gráfico: 5.4. *Distinción de elementos al considerar un viaje*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Al referirse a la accesibilidad del total de encuestados, 50% expresa estar bastante satisfecho con ello, el 36% está poco satisfecho, el 10% se encuentra muy poco satisfecho y el 3% está nada satisfecho, a pesar de representar un porcentaje muy bajo de insatisfacción implica que no existe un buen nivel de personas satisfechas con la accesibilidad de cualquier tipo. El Turismo Accesible o Turismo para Todos no se limitan a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.

8. Tipo de establecimientos de alojamiento son de su preferencia

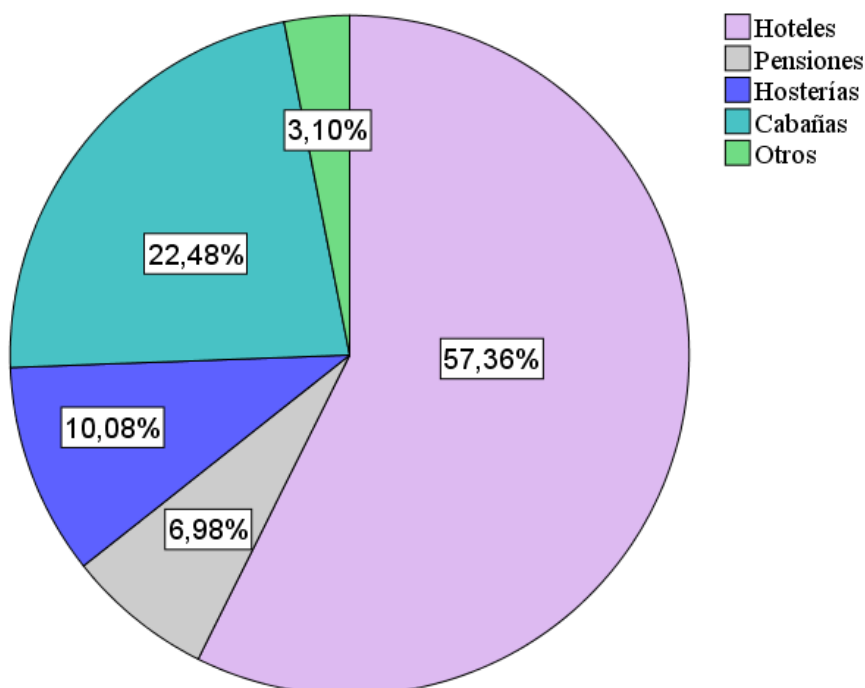


Gráfico: 6. *Preferencia de tipo de alojamiento*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Del total de encuestados un 57% de visitantes prefieren como alojamiento un hotel seguidos por un 22%, ante un 10% que prefiere hostería, porcentajes bajos que buscan pensiones u otro tipo de alojamientos debido tal vez a gustos, costos u otros factores desconocidos, que no se pregunta de manera puntual en esta pregunta, por lo cual los establecimientos de alojamiento de la ciudad deben estar preparados para brindar el mejor servicio en estadía al turista. Los establecimientos de alojamiento turístico son aquellos considerados como unidades integras de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios (Ministerio de turismo, 2015) para lo cual los establecimientos de alojamiento de la ciudad deben estar preparados para brindar el mejor servicio en estadía al turista.

9. Servicios son acordes a lo esperado

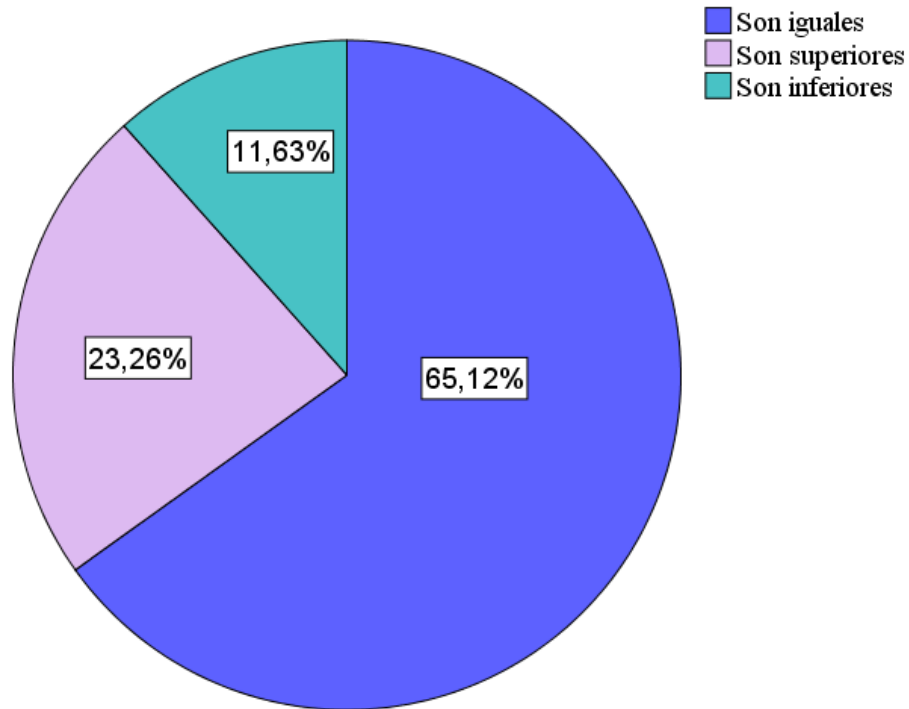


Gráfico: 7. *Servicios acorde a lo esperado*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

De acuerdo a la tabulación de datos, el 65% de personas concuerdan que los servicios de hospedaje según su reconocimiento son iguales ya que cumple la misma función mientras que el 23% reconocen que el nivel de acogimiento confortabilidad y servicio son superiores al de un alojamiento normal, cumplen la misma función pero se distinguen por mayor formalidad, esto demuestra que las personas se encuentran conformes y a gusto con los establecimiento de alojamiento normales y los que prefieren servicios más elevados buscan su nivel de comodidad y gusto por un precio superior.

10. Conocimiento de los riesgos que se corre en un establecimiento de alojamiento antes de adquirir el servicio

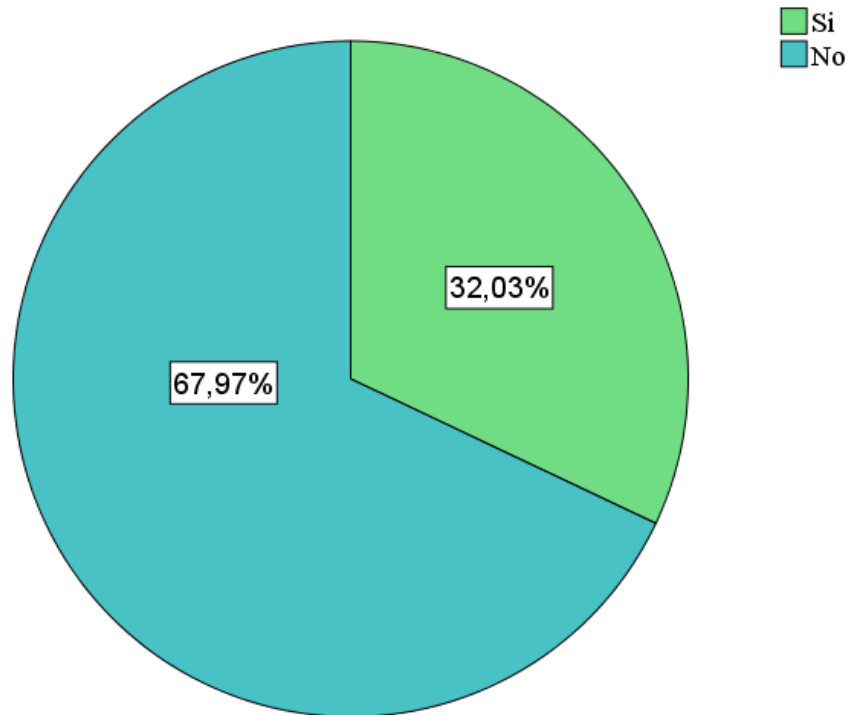


Gráfico: 8. Toma de riesgos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Del total de encuestados, el 68% asegura no conocer el tipo de riesgos que pueden ocurrir dentro de un establecimiento de alojamiento mientras que un 32% afirma que conoce el tipo de riesgos que se pueden presentar y sin embargo están dispuestos a correrlos cuando toman un servicio turístico de cualquier tipo, si bien no es un porcentaje elevado, pero expresa un buen nivel de satisfacción o minimización de riesgos. El tipo de riesgos que se pueden presentar indicando que cada problema conlleva a una reflexión y a mejorar una situación (Rendón, 2003), las personas necesitan señales o rotulación donde los ciudadanos visualicen que deben hacer en caso se presente una emergencia haciendo de la prevención un valor prioritario.

11. Percepción de lazos afectivos dentro de las hosterías

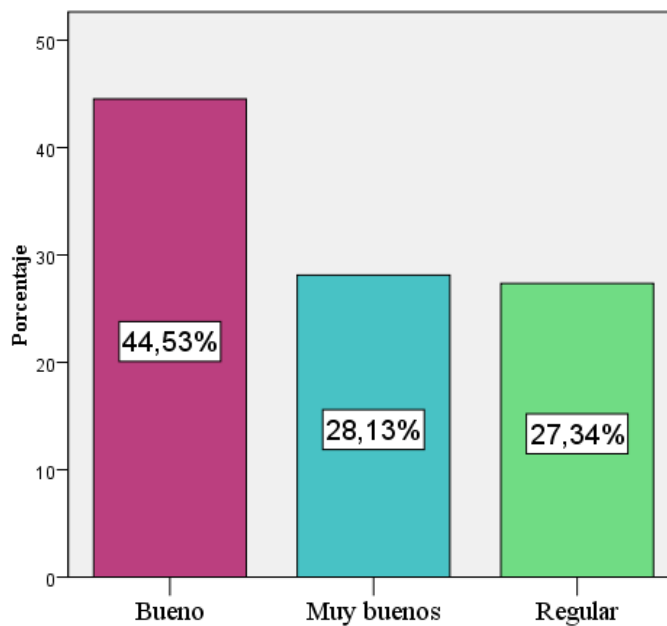


Gráfico: 9. *Flexibilidad*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

De las personas encuestadas que son 129, el 45% considera que al momento de adquirir el servicio si se muestra flexibilidad con el cliente calificándola como buena la afectividad y la confraternidad y atención mientras que el 28% define que ha recibido muy buenos niveles afectivos, el 27% considera que es regular la afectividad que se recibe al contratar el servicio, de la flexibilidad depende la satisfacción del cliente, esto demuestra de se debe perfeccionar la atención para no dejar inconformes a los usuarios (Manyoma, 2011), las empresas de la ciudad deben acoplarse a cambios y mejoras.

12. Influencia del trato y atención por parte de los trabajadores en la satisfacción como cliente

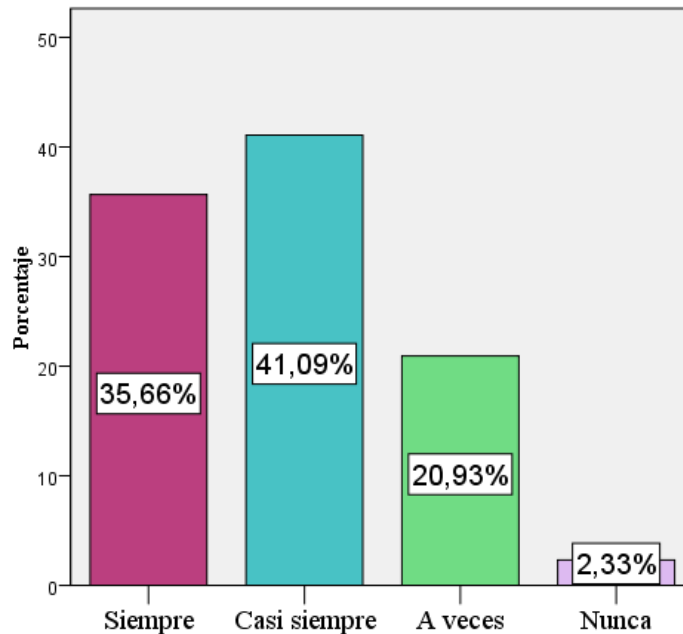


Gráfico: 10. *Satisfacción del cliente*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

De los 129 encuestados, el 36% considera que el trato y atención influye en la satisfacción al cliente, 41% concierne que casi siempre la atención al cliente se demuestra por la atención que se recibe por parte del personal, un 21% define que a veces el trato influye y un 2% expresa que nunca influye el trato y atención en los niveles de satisfacción. Por tanto, se observa que la satisfacción indica una de las partes fundamentales en todo negocio o servicio y su objetivo es lograr que los clientes encuentren satisfacción en el producto o servicio solicitado, de este modo se observa que la satisfacción indica una de las partes fundamentales en todo negocio o servicio y su objetivo es lograr que los clientes encuentren satisfacción en el producto o servicio solicitado (Aguilera y Puerto, 2012).

13. Capacidad de una hostería de su preferencia

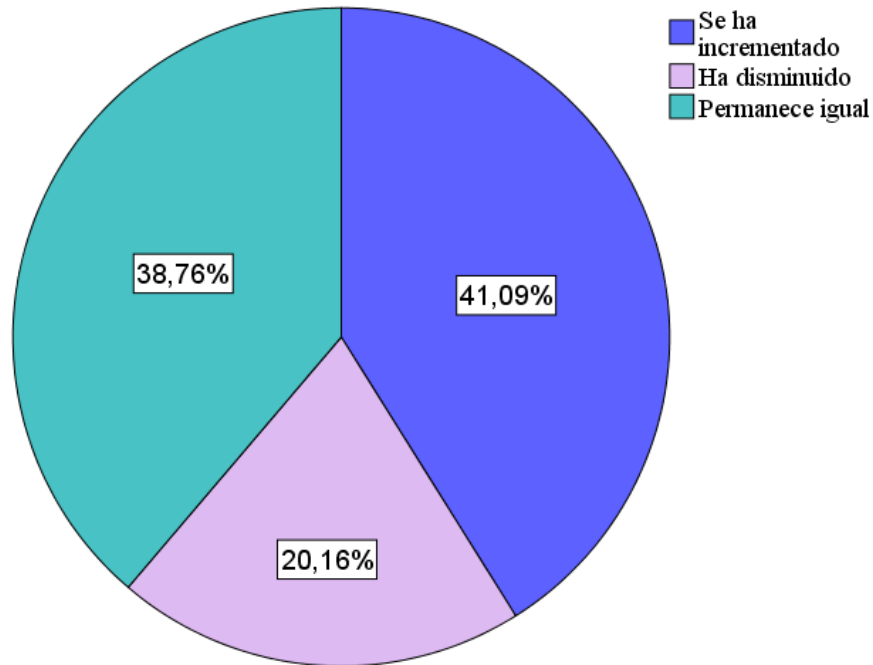


Gráfico: 11. *Crecimiento de tamaño*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

En lo referente a la capacidad de la hostería de preferencia el 41% expresa que se han notado incrementos y el 39% consideran que permanece en iguales condiciones, al referirse a establecimientos de alojamiento en los que suelen hospedarse con frecuencia, el 20% de los encuestados considera que incluso la capacidad ha disminuido, sin embargo la mayoría han logrado notar ciertos cambios que favorecen la comodidad del visitante e indica que el crecimiento influye en la capacidad de la hostería para ofertar un buen servicio y comodidad.

14. Percepción respecto a la hostería

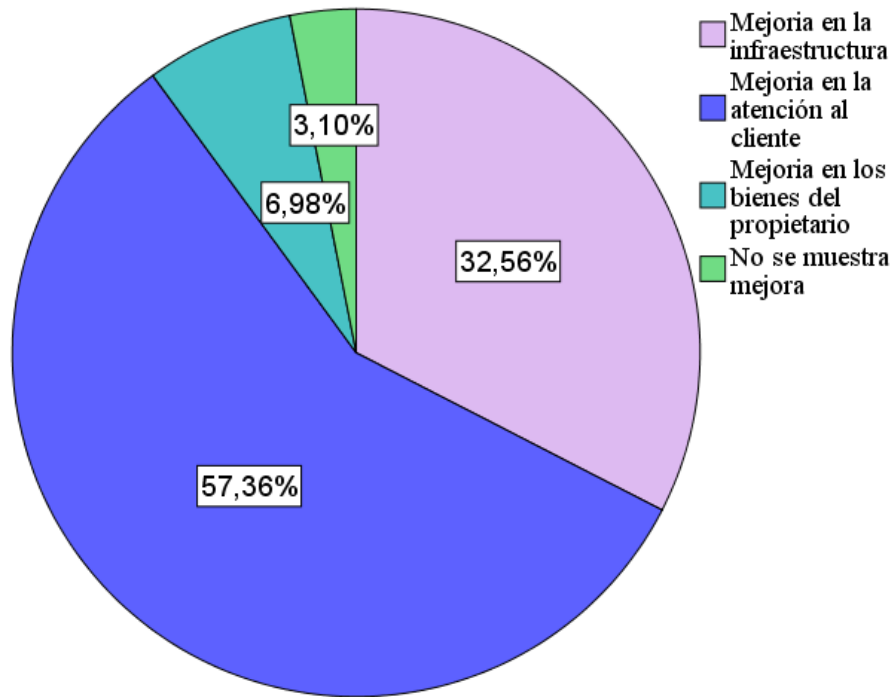


Gráfico: 12. Crecimiento empresarial

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Al analizar las encuestas de la población total que se aplicó, el 57.36% ha observado mejoría en atención al cliente y un 32.56% mejoría en infraestructura revelando que los establecimientos han mejorado su calidad de servicio logrando atraer al turista , porcentajes bajos definen mejoras en los bienes del propietario o tal vez no han notado mejoría, los niveles de satisfacción pueden ser tal vez por la comodidad que se brinda a nivel general o por mejorar el nivel de clientes que acuden, en infraestructura se revela que los establecimientos han mejorado su calidad logrando atraer al turista por la comodidad que se brinda en la ciudad, estos cambios dan señales de una mejora continua como un acto creativo a fin de que las empresas del cantón logren aumentos constantes en sus ventas (Castro, 2010)

15. Precios de los productos y servicios de la hostería

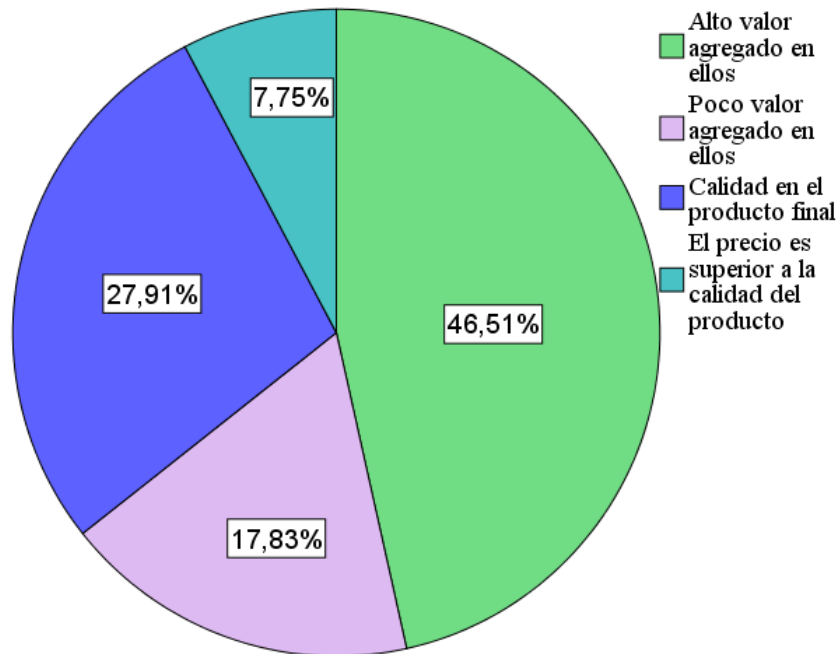


Gráfico: 13. *Crecimiento Económico*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Al referirse a precios y servicios el 46.51% de los encuestados considera que se encuentra un alto valor agregado y el 27.91% ha notado cambios en la calidad del producto final demostrando que los ingresos de las empresas prestadoras de servicio de alojamiento del cantón han mejorado gracias a la entrega de un servicio de calidad, un 17.83% ha notado poco valor agregado y el 7.75% considera que el precio es superior que el servicio que ofrecen, se ha notado cambios en la calidad del producto final demostrando que los ingresos de las empresas prestadoras de servicio de alojamiento del cantón han mejorado gracias a la entrega de un servicio de calidad indicando que su crecimiento económico se debe al ritmo al que se incrementan sus ventas obteniendo resultado de una buena actividad económica (Hernández F. , 2001)

16. Servicios recibidos

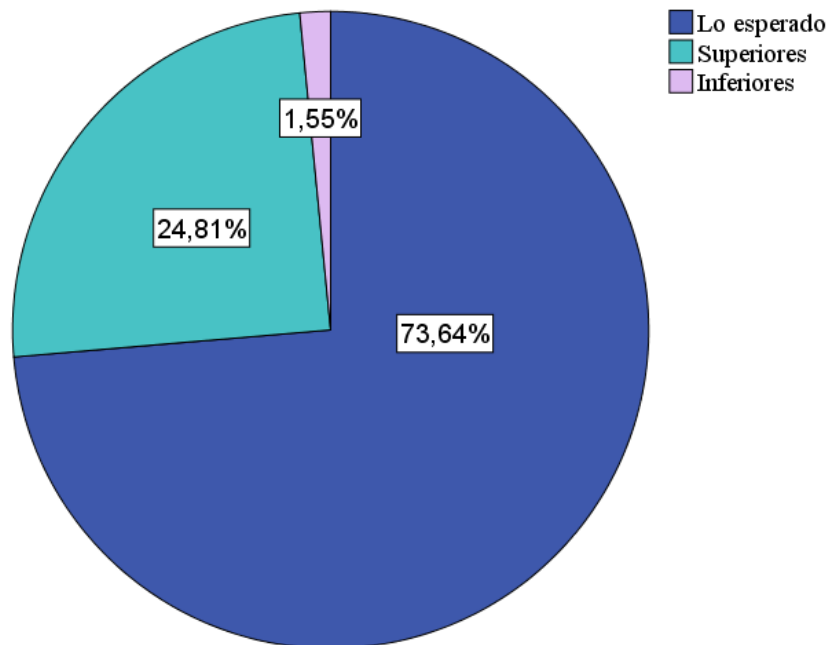


Gráfico: 14. *Ventaja Competitiva*
Fuente: Encuesta aplicada a turistas
Autor: Sánchez, 2017

Del total de encuestados el 74% afirma que el servicio que recibieron fue el esperado, el 25% expresa que el servicio recibido fue superior a lo esperado y un 2% define que existe servicios inferiores a lo que ellos esperaban, de este modo se puede notar que existen altos niveles de satisfacción cuando el turista solicita buen trato y calidad en su estadía en el sector escogido, se ha expresado que existe mayor confortabilidad y consideran que fueron servicios de excelente calidad y superiores a los usuales, indicando que las empresas de la ciudad demuestran sus mejoras para asegurar sus clientes, contribuyendo con desempeño, innovación e implementación formando así una estrategia competitiva que las mantenga en el mercado (Quintero, 2003)

17. Atractivo al seleccionar una hostería ubicada en lugares de riesgo

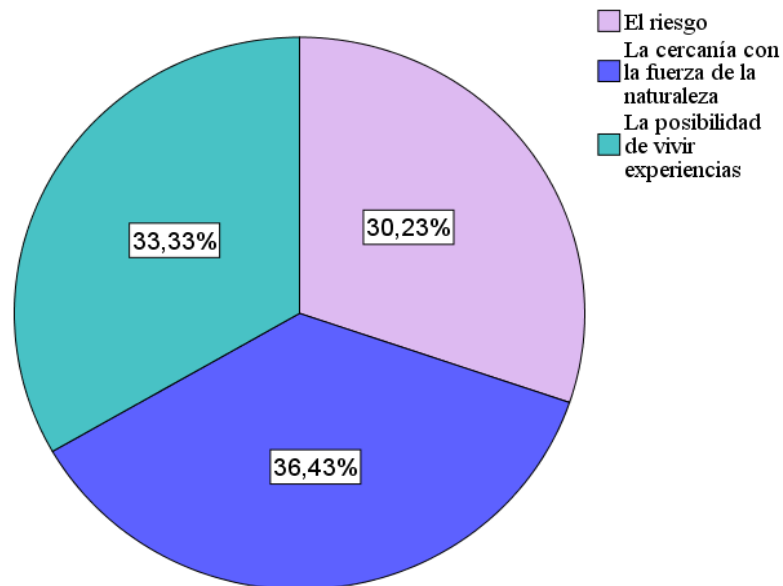


Gráfico: 15. *Riesgos del Ecuador*
Fuente: Encuesta aplicada a turistas
Autor: Sánchez, 2017

Del total encuestado, el 36% consideran que el riesgo en general es un atractivo tal vez por encontrarse con la cercanía de la fuerza de la naturaleza, es un atractivo que a pesar de crear miedo genera una sensación que vale la pena estar presente mientras que el 33% están de acuerdo en la posibilidad de vivir experiencias nuevas sin importar los riesgos naturales que se presenten, en este caso la oportunidad de estar presente en una erupción volcánica del Tungurahua, las operadoras de turismo asumen la responsabilidad de poner en zonas seguras y a buen recaudo a los viajeros.

18. Conocimiento del riesgo de la actividad eruptiva del volcán Tungurahua

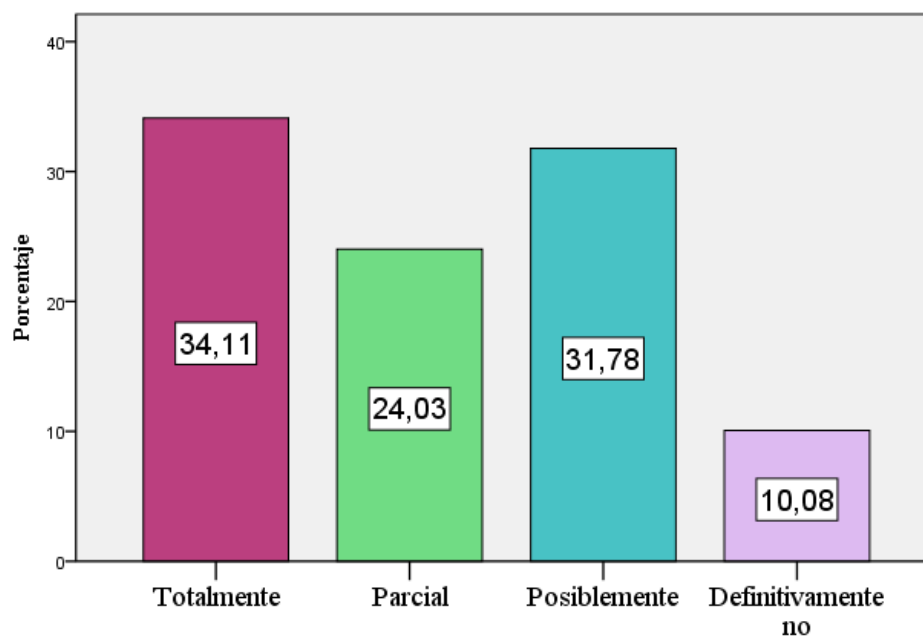


Gráfico: 16. *Riesgos del Tungurahua*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Un 34% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo en visitar la ciudad aun sabiendo que se encuentra en zona de riesgo volcánico tomándolo al mismo como un atractivo natural y un 31% que posiblemente viajen a la ciudad para disfrutar de sus bellezas naturales, esto indica que la ciudad a pesar de encontrarse en esta zona recibe visitantes tanto nacionales o extranjeros considerando los niveles de amenaza y vulnerabilidad en caso de una erupción, esto indica que la ciudad a pesar de encontrarse en esta zona recibe visitantes tanto nacionales o extranjeros considerando los niveles de amenaza y vulnerabilidad en caso de una erupción (Lara L.2009).

19. Atención y ayuda necesaria por parte de las autoridades de la ciudad en casos de riesgos de erupción volcánica

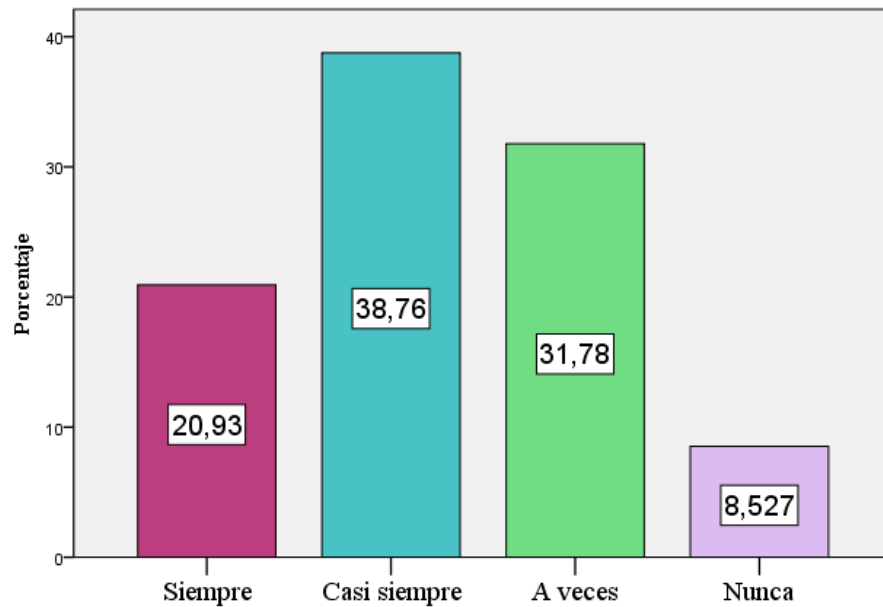


Gráfico: 17. *Volcán Tungurahua*
Fuente: Encuesta aplicada a turistas
Autor: Sánchez, 2017

De los 129 encuestados el 38% de visitantes respondió que casi siempre al presentarse un proceso eruptivo reciben ayuda y atención por parte de las autoridades manteniendo su seguridad y un 31% concuerda que a veces se les indica que deben hacer en caso de presentarse este tipo de riesgo lo que indica que la ciudad debe apoyar y colaborar para informar y mantener la calma del turista para que no corran riesgos de otro tipo, el 21% expresa que siempre y un 9% nunca ha recibido ayuda.

20. Capacitación en normas de conducta ante el evento eruptivo

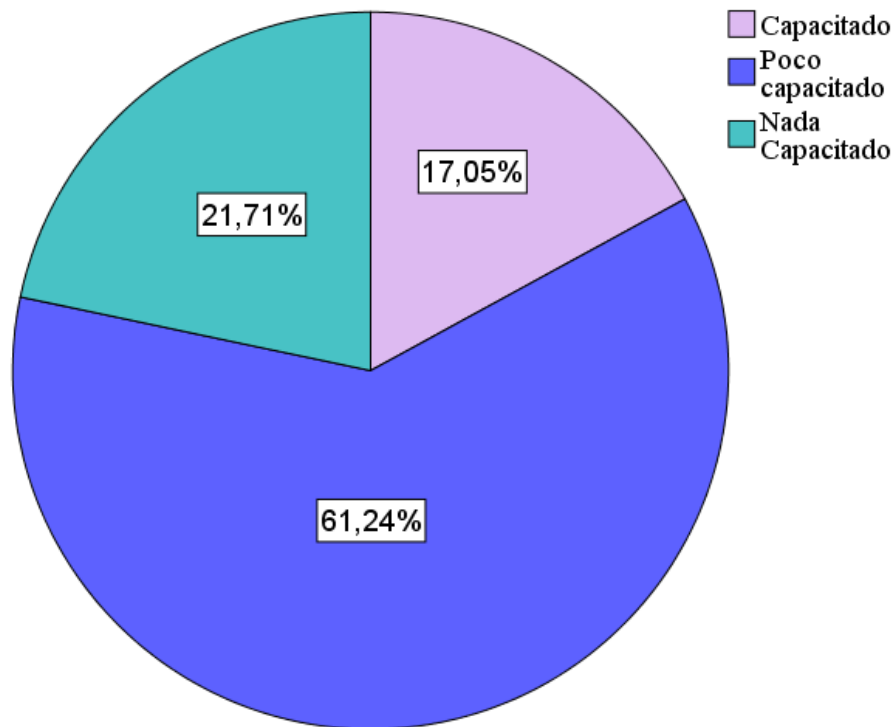


Gráfico: 18. *Evento eruptivo*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

De la tabulación de datos, el 61% considera que se encuentra poco capacitado sobre las normas de conducta o reacción en caso de presentarse este tipo de riesgo natural y un 22% dice que nunca ha recibido capacitaciones o instrucciones en caso de alerta de erupción, el 17% indica estar capacitado, esto indica que las autoridades y ciudadanos del mismo cantón deben generar más acciones referentes a la capacitación ciudadana en la prevención y manejo de riesgos naturales y como deben reaccionar y actuar los visitantes ante este suceso.

Relación entre las variables

Para determinar la relación entre las variables se utiliza el coeficiente de correlación de Spearman considerando que las variables estudiadas son ordinales y nominales; de lo cual se observa que existe correlación entre los riesgos volcánicos con el tipo de turismo y establecimientos de alojamiento que se crean en los diferentes lugares de riesgo existente en el país.

Así mismo se observa que el proceso eruptivo del volcán se relaciona con las hosterías y hospedajes cerca del mismo debido a que son atracción para los turistas que llegan a los lugares cercanos a los volcanes.

Tabla 03: *Correlaciones*

| Correlaciones | | | |
|---|------------------|--------------------------|-----------|
| <i>Factores de éxito</i> | Tipos de turismo | Hospitalidad y hospedaje | Hosterías |
| Aceptación de los riesgos en el Ecuador | -,177* | .012 | -,349** |
| Adaptabilidad a la actividad volcánica | -.127 | .138 | -.004 |
| Adaptabilidad del proceso eruptivo del volcán | -.058 | ,178* | .105 |

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).
La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: Sánchez, 2017

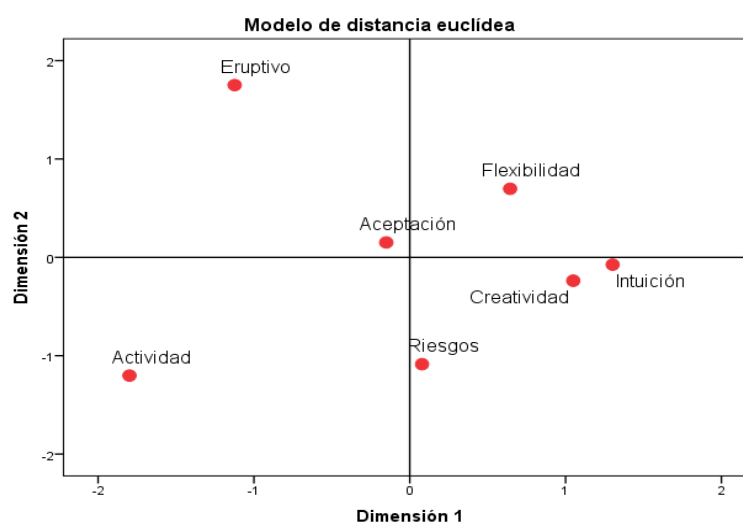


Gráfico 19: *Análisis multidimensional*

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Autor: Sánchez, 2017

Se aplica análisis multidimensional de proximidades a través de distancias euclidianas donde se observa $\text{Stress} = 0.10408$ y $\text{RSQ} = 0.93509$ lo cual hace un modelo válido de la relación entre las variables, donde se observa que los elementos del riesgo volcánico más valorado es el proceso eruptivo, mientras que la actividad volcánica del Ecuador y riesgos naturales en general del país no son considerados como importantes para el desarrollo de hosterías. Además, la flexibilidad y toma de riesgos (aceptación) son los factores de éxito de mayor importancia, siendo la creatividad e intuición elementos que generan reconocimiento sin embargo son secundarios ante los otros factores de éxito.

5. CONCLUSIONES

Mediante la realización del presente estudio se puede determinar las siguientes conclusiones:

- Si consideramos que la generación de emprendimientos a nivel de turismo apoya el desarrollo del sector, se debe tomar en cuenta el análisis de los criterios de varios autores y proyectos realizados en otros sectores a nivel internacional y nacional ya que con ello se ha logrado fundamentar teóricamente los factores de éxito de los establecimientos turísticos, estos indicadores han proporcionado la información para comprobar si es viable o no la creación de hosterías entre ellos toma de riesgos, creatividad, flexibilidad, intuición, adaptabilidad, satisfacción del cliente que ayudaran a lograr notorios cambios más rápido .
- Se pudo diagnosticar las potencialidades en las zonas de riesgo volcánico, de ello se pudo establecer, los riesgos de encontrarse con la cercanía del volcán Tungurahua en las etapas de proceso eruptivo son más que un atractivo turístico natural que incentivan y promueven el crecimiento turístico obteniendo múltiples beneficios que mencionan esto debido a la ubicación geográfica, manejo de recursos, para hacer que el turista viva la experiencia de riesgo con seguridad.
- Se ha podido determinar los factores de éxito y riesgos potenciales para hosterías en zonas de riesgo volcánico y de ello se ha considerado que el factor de éxito de las hosterías es la adaptabilidad para los cambios y aceptación del riesgo lo que genera interés a nivel mundial; es decir, se pudo

determinar la relación entre el riesgo potencial y la generación de establecimientos turísticos en dichas zonas, siempre y cuando las empresas brinden la debida seguridad.

- Finalmente se puede concluir que el riesgo natural propio del país es un atractivo para generar diversos tipos de turismo para la atención y alojamiento del turista en dichos sectores, la relación entre el proceso eruptivo y la generación de hosterías en zonas riesgo volcánico depende mucho de la normativa nacional en lo que se refiere a gestión de riesgos, el estudio técnico determina si es factible o no la emisión de los permisos de construcción de infraestructura, dependiendo del nivel de alarma en las épocas de activación del volcán por ello se debe tomar en cuenta aquellos sectores de evacuación de lahares directamente desde el volcán, en cuyo caso el permiso de construcción, accesos o trabajos de cualquier tipo es nulo.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Implementar un estudio técnico amparado en normativas nacionales e internacionales para la creación de empresas turísticas en zonas de riesgo con ello se podrá analizar los factores de éxito y verificar si la propuesta es o no factible.
- Siempre es necesario diagnosticar las potencialidades en las zonas de riesgo volcánico, esto se lo realiza con ayuda técnica en el sitio, no se debe ejecutar una obra sin el apoyo de profesionales en el campo de la ingeniería civil, arquitectura, seguridad civil, entre otros.
- Para determinar la verdadera factibilidad del emprendimiento turístico es necesario realizar un vínculo entre instituciones del estado encargados de la gestión de riesgos y la empresa que genera el emprendimiento.

Bibliografía

- Abad, P. (2003). El turismo Rural en Galicia. *Revista Galega de Economía*, 2-26.
- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamientos y Gestión* , 2-27.
- Alicia Rubio, A. A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. *Cuadernos de Gestión Vol.2*, 2-15.
- Alvarado, L., & García, M. (2008). Características más relevantes del paradigma social-crítico . *Revista Universitaria de Investigación* , 1-17.
- Balanzá, I. M. (2003). *Organización y Control de Alojamiento* . España: Thomson ediciones.
- Ballina, F. (2015). Ventajas competitivas de la Flexibilidad Numérica en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Distrito Federal. *Problemas del Desarrollo*, 4-25.
- Berta González, C. M. (2011). Procedimiento para elaborar el plan de negocio en el área de alojamiento en pequeños hoteles . *Teoría y Praxis* , 20.
- Blunda, Y. (2010). PERCEPCIÓN DEL RIESGO VOLCÁNICO Y CONOCIMIENTO. *Revista Geológica de América Central*.
- Carlos, C. J., Hervé, G., Martine, P., Stéphane, S., Eduardo, R. B., Raphael, P., . . . Álex, H. M. (2004). Analisis del Riesgo Volcánico asociado al flujo de lavas en Tenerife (Islas Canarias) : escenarios previsibles para una nueva erupción en la misma. *Consejo Superior de Investigaciones Científicas (España)*, 63-93.
- Carranza, R. (2010). Creatividad Democrática. *Revista del Centro de Investigación Universidad La Salle*, 3.
- Castro, A. A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: Algunas reflexiones entorno a su relación . *Pensamiento y Gestión* , 2-23.
- Castro, I., & Rufino, J. (2015). *Creación de empresas para emprendedores*. Madrid: Pirámide.
- Castro, R. Q. (2007). *Elementos del turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Cebrián, A. (2001). Turismo Cultural y Desarrollo Sostenible. *Universidad de Murcia* .
- Ceceña, G. (2013). Ventajas competitivas de las empresas cárnicas en Sinaloa . *Revista EAN*, 4-15.
- Celaya, R., & López, M. E. (2004). Coo determinar su riesgo empresarial. *Escuela de Administración de Negocios* , 1-8.
- Coelho, E. (2013). La dádiva de la hospitalidad a través de la gastronomía . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21.

- Cottle, D. (1990). *El servicio centrado en e cliente* . España: Diaz de Santos .
- Cristaldo, A. (08 de 06 de 2016). *La República*. Obtenido de La República:
<http://www.larepublica.ec/blog/sociedad/2016/06/08/secretaria-de-riesgos-ecuador-es-un-pais-multiamenazas-en-desastres-naturales/#prettyPhoto>
- Crowther, W. (1993). *Manual de investigación- acción para la evaluación científica en el ambito administrativo* . Universidad Estatal a distancia.
- Demajorovic Jacques, A. A. (2011). Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el Mediterráneo español y en el Litoral Nordesteño (Brasil) y su impacto socio-ambiental. *Universidad de Alicante*, 25.
- Esteban Ruiz, D. S. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala.
- eumed.net*. (1998). Obtenido de eumet.net: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- F.J Blancos, E. B. (2005). *Estructura y Política Turística de Sevilla*. España.
- Factores de éxito competitivo; Un estudio empírico en la Pyme. (s.f.). *Universidad D*.
- Fernando Aceves Quesada, J. L. (2006). Determination of volcanic hazards applying Multicriteria Evaluation and SIG techniques in the Nevado de Toluca area, central Mexico. *Revista Mexicana de Ciencias Geológicas*.
- Filgeiras, J. M. (2011). Se puede enseñar la hospitalidad . *Estudios y perspectivas del turismo* , 18.
- Fuente, M. d., & Muñoz, C. (2003). Ventaja Competitiva ¿Actividades o Recursos? *Panorama Socioeconómico* , 6-14.
- Gallardo, P., & Camacho, J. (2008). *La investigación participativa y su aplicación en el campo social y educativo* . España: Deportiva S.L.
- García, P. (2006). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud*. Caracas : Universidad Central de Venezuela.
- Gomez, A., & María Barbosa, M. H. (2014). El caso brasileño de la red Pontes Hotéis & Resorts bajo el modelo de organización multidimensional reflexivo. *Universidade Federal de Pernambuco*, 18.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la Metodología de Investigación Científica*. Argentina; Cordova: Brujas.
- Gonzales, J. U. (2017). *Expansión* . Obtenido de Expansión :
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Grajales, T. (27 de 03 de 2000). *Tgrajales* . Obtenido de
<http://tgrajales.net/investipos.pdf>

- Gregg, D. (1964). Volcanic Risk from the Tongariro Volcanoes . *New Zealand Journal of Geology and Geophysics*, 3.
- Gupta, K., & Stewart, D. W. (1996). Customer satisfaction and customer behavior. *Marketing Letters*, 1-15.
- Gutiérrez, S. (1984). *La función Hotelera de Madrid*. España: Graficas URPE.
- Hernández, E. M. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El Periplo sustentable*, 2-13.
- Hernández, F. (2001). *La economía cooperativa como alternativa empresarial*. España: Universidad de Castilla la Mancha.
- Hernández, R. (2011). Creatividad y Actitud Creativa. *Revista del Centro de Investigación Universidad La Salle* , 6.
- Empleo para la hostelería y turismo, HT*. (s.f.). Obtenido de El portal de empleo para la hostelería y el turismo: <http://www.emia.es/cgi-bin/master.pl?accion=/infomerca/info2>
- Ibarra, M., & Gonzáles, L. (2009). La flexibilidad laboral como estrategia de competitividad y sus efectos sobre la economía, la empresa y el mercado de trabajo. *Contaduría y Administración* , 21.
- Icart, T., & Pulpón, C. F. (2006). *Elaboración y Presentación de un proyecto de investigación y una tesina* . España: Universitat de Barcelona.
- J. Suárez, L. A. (2007). Factores de éxito y fracaso en el comportamiento innovador de las empresas ganaderas Cubanas. *Pastos y Forrajes*, 2-15.
- José de la Páz Hernández, M. Y. (2007). Success factors of the handcraft business in Mexico. *Universidad ICESI Estudios Gerenciales*, 1-23.
- Julian N. Marewski, U. H. (2015). Modeling and Aiding Intuition: Introduction to the Commentary. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 4.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación* . Venezuela: ALFA.
- Largo, J. (07 de 07 de 2016). *Ministerio Coordinador de Seguridad; Ministerio de Ambiente* . Obtenido de Ministerio Coordinador de Seguridad: <http://www.seguridad.gob.ec/volcancotopaxi/>
- LLerena, C. (1995). Efectos de la erupción del volcán Subancaya Perú . *Boletín de Investigaciones Geográficas*, 15.
- Lourdes Olmos, R. G. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. España: Ediciones Nobel.
- Lara, R. C. (2009). Peligro y riesgo específico asociado al volcán chaitén: perspectiva. *Magallania*, 28-33.
- Luján, A. C. (2005). Reubicación y desarticulación de La Yerbabuena Entre el riesgo volcánico y la vulnerabilidad política. *Desacatos*, 61.

- Machado Chaviano, H. E. (2008). Del Turismo Contemplativo al Turismo Activo. *El Peripio Sustentable*, 13.
- Mancero, J. L. (2015). *Informe Estadístico 2015 de turistas que pechoctaron en la ciudad de Baños*. Baños: Dpto. Turismo.
- Manyoma, P. C. (2011). Medición de Flexibilidad en Manufactura . *Revista EIA* , 17.
- Marín, A. (17 de 04 de 2012). *Wiki- EOI*. Obtenido de Wiki- EOI:
http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo
- Martínez, J. (1992). *El crecimiento económico en un mundo desarrollado* . España: Akal.
- Martínez, O. (2006). Estudio Historico . En O. M. Martínez, *Los establecimientos de hospedaje* (págs. 1-37). Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Maturana, A. (2011). Evaluación de Riesgos y Gestión de Desastres: 10 preguntas para la década actual. *Universidad de Chile*, 11.
- Mejía, J. (2000). La Investigación Cuantitativa en la Sociedad Peruana. *Cinta de Moebio*, 3-13.
- Ministerio de Turismo. (2015). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>
- Ministerio de turismo. (24 de Marzo de 2015). *Reformas al reglamento de alojamiento*. Obtenido de Reglamento de Alojamiento turístico : 2015
- Monica Franco, D. U. (2010). El éxito de las pymes en Colombia. *Universidad ICESI*, 1-20.
- Muggenburg, M., & Perez, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa . *Enfermería Universitaria* , 1-5.
- Namakforoosh, M. N. (2005). *Métodología de la Investigación* . Mexico: Limusa.
- Nova, L. (2009). *Prevención de riesgos laborales para fontanería*. España: Fundación metal.
- Olivares, R. (2005). El concepto de intuición en Antonio Caso. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3-25.
- Ollé, M., Planellas, M., Torres, D., Urriolagpita, L., & Sorribas, M. (2009). Estudio sobre los factores de éxito de las grandes empresas de servicios de España. *ESADE*, 89-90.
- Peluffo, M., & Catalán, E. (2002). *Introducción a la Gestión del conocimiento y su aplicación al sector público*. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Peñate, D. (2009). Procedimiento para deterinar el posicionamiento en el mercado de la empresa de Proyectos de Arquitectura e Ingeniería de Matanzas . *Revista de Arquitectura e Ingeniería* , 2-13.

- Pérez, R., Martínez, R., Noda, M., & Guzmán, M. d. (2017). La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. Análisis del destino Holguín . *Ciencias Holguín* , 5-18.
- Péter, S. (2012). El clima creativo como medio para promover. *Electronic Journal of Research in Educational*, 25.
- Quintero, Á. (2003). El aprendizaje en la empresa - La nueva ventaja competitiva. *Educación y Educadores* , 4-14.
- Rendón, M. A. (2003). Creatividad y Emoción . *Revista Internacional de Creatividad Aplicada Total*, 29.
- Secretaría de Gestión de Riesgos. (2017) Obtenido de Secretaría de Gestión de Riesgos: <http://www.gestionderiesgos.gob.ec/informes-de-situacion-actual-por-eventos-adversos-ecuador/>
- Rodríguez, A. R. (2002). Análisis de las dimensiones del Paradigma OLI en la internacionalización del sector Hotelero Español. *Tribuna de Economía* , 21.
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación* . México : Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, M., & Espino, T. (2017). A methodology for a comparative analysis of the lodging offer of tourism destinations based on online customer reviews. *Destinación Marketing and Management* , 14.
- Roghanizad, M. M., & Neufeld, D. J. (2015). Intuition, risk, and the formation of online trust. *Computers in Human Behavior*, 10.
- Romero, G., & Romero, J. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo . *Revista d Ciencias Sociales* , 3-19.
- Rosa, R. d. (2013). *Uso Práctico de la Intuición* . Valencia España: Ediciones i.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2003). Metodología de la Investigación . *Mc-Graw Interamericana*, 18.
- Sánchez, I. S. (2016). *Procesos de Gestión de Departamentos del área de alojamiento*. España: Paraninfo.
- Sancho, A. (2008). *Introducción al turismo*. Organización mundial de comercio.
- Santamaria, Á. (2011). Matriz de Inteligencia Hotelera. *Revista científica Pensamientos y Gestión* .
- Savedra, E., Durán, E., & Durandal, C. (2004). *Promoción turística: Una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. Bolivia: EDOBOL.
- Sevilla, D. d. (s.f.). *PRODETUR*. Obtenido de PRODETUR: <http://www.prodetur.es/prodetur/www/turismo/productos-turisticos/#>

- Tremont Carolina, H. J. (2010). Calidad de servicio (personal en contacto y soporte físico) de los establecimientos de alojamiento del municipio Carirubana Estado Falcón. *Pasos*, 18.
- Troncoso, C. (2008). Turismo, Desarrollo y Participación Local. La Experiencia de Quebrada de Humahuaca Jujuy Argentina. *Aportes y Transferencias*, 2-22.
- Vázquez, E. L. (2009). Risk perception and coping strategies for risk from Popocatepetl Volcano, Mexico . *Geofísica Internacional, Universidad Autónoma de Morelos*, 15.
- Vecina, M. L. (2006). Creatividad. *Papeles del Psicologo* , 10.
- Vega L, D. F. (2012). Evaluación integral del riesgo volcánico del Cerro Machín, Colombia. *Investigaciones Geográficas, UNAM*, 1-13.
- Vega, W. (2001). *Los encantos de Baños de Agua Santa*. Baños de Agua Santa.
- Vieira, L. (2003). *Domadores del volcán*. Guayaqui: Biblioteca "León María Vieira".
- Vieira, R. (1999). *Erupciones del Tungurahua*. Baños : Biblioteca "León María Vieira".

ANEXOS.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



Objetivo:

Medir los factores que proporcionan éxito en las hosterías considerando que se encuentran en zonas de riesgo volcánico:

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada pregunta
- Marque con una “X” la respuesta de acuerdo a su criterio

Nota: La información que se obtendrá de las encuestas será con el fin de una investigación académica y sus datos no se harán públicos.

Preguntas:

1. **¿Se toma un momento de descanso de su vida cotidiana?**
Siempre
Casi siempre
Algunas veces
Nunca
2. **¿Cuándo suele hacer turismo le gusta tener un momento de recreación dentro de?**
Ciudad
Dentro de la Provincia
Fuera de la Provincia
Fuera del país
3. **¿En su viaje cuál es el tipo de turismo que va a realizar?**
Turismo tradicional
Turismo deportivo
Turismo por salud
Turismo por trabajo o convenciones
4. **¿Qué servicios turísticos utiliza habitualmente en una salida turística?**
Atracciones naturales
Servicios privados
Alojamiento
5. **¿Se encuentra satisfecho con el tipo de servicio que se ofrece en el sector turístico como:**

| | Bastante | Poco | Muy poco | Nada |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Transporte | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alojamiento | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alimentación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Diversión | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6. **¿Señale que observa usted antes de requerir un servicio de hospitalidad y hospedaje?**

- Comodidad
- Servicio
- Atención
- Calidad
- Precio

7. **¿En un Viaje que elementos considera?**

- | | Bastante | Poco | Muy poco | Nada |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Seguridad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Infraestructura | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ubicación | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Accesibilidad | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. **¿Qué tipo de establecimientos de alojamiento son de su preferencia?**

- Hoteles
- Pensiones
- Hosterías
- Cabañas
- Otros.....

9. **¿Al seleccionar un hospedaje por su nombre los servicios son acordes a lo esperado?**

- Son iguales
- Son superiores
- Son inferiores

10. **¿Sabe usted que riesgos corre un establecimiento de alojamiento antes de adquirir el servicio?**

- SI
- NO

¿Por qué?

11. **¿Al momento de adquirir lo que ofrecen las hosterías percibe usted lazos afectivos?**

- Buenos
- Muy buenos
- Regular
- Malos
- Muy Malos

12. **¿La habilidad en trato y atención por parte de los trabajadores ha influido en su satisfacción como cliente?**

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

13. **Con respecto a la capacidad de una hostería de su preferencia**

- Se ha incrementado
- Ha disminuido
- Permanece igual

14. **Al visitar una hostería se puede notar que hay**

- Mejoría en la infraestructura
- Mejoría en la atención del cliente
- Mejoría en los bienes del propietario
- No se muestra mejora
- Se muestra descuido de los bienes

15. Considera que los precios de los productos y servicios de la hostería reflejan

- Alto valor agregado en ellos
- Poco valor agregado en ellos
- Calidad en el producto final
- El precio es superior a la calidad del producto

16. Los servicios recibidos fueron

- Lo esperado
- Superiores
- Inferiores

17. Al seleccionar una hostería ubicada en lugares de riesgo, cual es el atractivo de la misma

- El riesgo
- La cercanía con la fuerza de la naturaleza
- La posibilidad de vivir experiencias

18. Conociendo el riesgo de la actividad eruptiva del volcán Tungurahua usted acudiría al lugar

- Totalmente
- Parcial
- Posiblemente
- Definitivamente no

19. ¿Durante los procesos eruptivos del volcán Tungurahua usted recibe la atención y ayuda necesaria por parte de las autoridades de la ciudad?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

20. ¿Se encuentra capacitado en normas de conducta ante el evento eruptivo?

- Capacitado
- Poco capacitado
- Nada Capacitado

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN