



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL**

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

**“REACTIVACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA CRUCITA  
MEDIANTE LA APLICACIÓN INDICADORES DE GESTIÓN  
AMBIENTAL Y SU INFLUENCIA EN LOS ESTÁNDARES DE  
CALIDAD DE LOS HOTELES DE LA ZONA”**

**Elaborado por:**

María José Muñoz Briones

**Director/a del Proyecto de Titulación:**

Dra. Melva Lozano Véliz

**Guayaquil, Diciembre del 2012.**

## DEDICATORIA

Siempre estamos tomando decisiones, y las personas que nos rodean son las que nos empujan hacia delante para ser mejores cada día. Dios ha sido la mano que me ha levantado y ayudado siempre a ser una persona luchadora, dispuesta a vencer obstáculos y por supuesto a aprender cada día. Ha puesto en mi vida a personas maravillosas las cuales amo y admiro, han sido los que me han guiado y formado; mis padres. Son un ejemplo para mí, porque me han enseñado a ser fuerte y siempre dar lo mejor sin esperar nada a cambio, porque la mejor satisfacción es saber que uno obra bien y que existe un Dios que lo ve todo y honrará en el momento justo todas nuestras acciones. Gracias por creer en mí y esforzarse por darme lo mejor, son los mejores padres del mundo. Otra parte fundamental y grande son mi esposo e hija que son el otro motor de mi vida, por ser esa fuerza que me mueve a avanzar mucho más y procurar ser mejor, y alcanzar mis metas . A toda mi familia; somos un equipo, gracias a sus palabras de ánimo estoy terminando un período de mi vida, son los mejores.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a los profesores que han compartido sus conocimientos y experiencias, han logrado su objetivo, ser parte de nuestro crecimiento profesional y muchos de ustedes también de nuestros valores, nos enseñaron a amar lo que estudiamos y emplearemos el resto de nuestra vida. A mi tutora que estaba ahí siempre dispuesta a ayudarme la miss Melva Lozano y a todos mi profesores del seminario muchas gracias por tenerme paciencia.

María José de Vera.

## **ABSTRACT**

The project that is written bellow, has as a main purpose the reactivation of the touristic place “Parroquia Crucita” through the capacitation and the application of Environmental management indicators, due to their influence in the Hotel’s area in the zone. Therefore, the project focuses in macro and micro setting, that include the current political, economic, social and last but not least technological situation. All these aspects have an important and remarkable influence in the tourism industry. More over, the actual hospitalities centres of the zone, are giving to natural resources mainly renewable and non-renewable water, power, noise and solid waste and liquid. In addition, owners of these centres are aware that they do have limited knowledge about efficient management of these; by which a 100% state their availability for training and implement these indicators in order to improve service and increase their income and quality of the crucitense population life.

In fact, the marketing-analysis has been done, taking into account all the establishments that cater to tourists, settled the strengths, weaknesses, opportunities and threats. As a result, we are able to begin building the project, base on solid information. Defining strategic objectives for the fulfilment of our main purpose, which is to train and raise awareness among hoteliers, employees and community about the importance of meeting quality standards.

## Indicé

INTRODUCCIÓN .....	10
1. TÍTULO DEL PROYECTO .....	11
2. DATOS DE CONTEXTO .....	12
3. DIAGNÓSTICO.....	15
a. De los actores involucrados.....	16
b. De la Problemática a intervenir .....	16
c. Del mercado.....	18
d. Estudio Técnico.....	42
4. JUSTIFICACIÓN .....	44
5. FUNDAMENTACIÓN Y/O ENFOQUE TEÓRICO – METODOLÓGICO DEL PROYECTO .....	46
5.1 Indicadores de gestión de calidad turística .....	46
5.1.1 <i>Importancia del uso de indicadores en la industria turística</i> .....	47
5.2 Las buenas prácticas ambientales en turismo (BPA).....	48
5.3 Turismo y medio ambiente .....	50
a. Participantes directos .....	53
b. Participantes indirectos .....	53
7. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	54
b. Objetivos específicos.....	54
8. INDICADORES DE RESULTADOS O METAS.....	55
a. Del objetivo general .....	55
9. ANÁLISIS DE IMPACTOS (PEST).....	57
9.1 Análisis político .....	57
9.2 Análisis económico.....	58
9.3 Análisis social.....	58
9.4 Análisis tecnológico.....	59
10. PLAN DE ACCIÓN .....	60
a. Método de acción profesional .....	60
b. Actividades de cada objetivo .....	61
11. CRONOGRAMA DEL PROYECTO .....	62
12. MATRIZ DE MARCO LÓGICO .....	63
13. Presupuesto y financiamiento del proyecto.....	66

13.1 Inversión Inicial .....	66
13.2 Balance Inicial.....	68
13.3 Presupuesto de Capacitación .....	68
14. SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO .....	70
a. Sistema de Gestión .....	70
b. Sistema de Monitoreo .....	71
14. CONCLUSION .....	76
15. REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS.....	77
16. ANEXOS .....	81
ANEXO 1 .....	81
ANEXO 2 .....	81
ANEXO 3 .....	82
ANEXO 4 .....	83
ANEXO 5 .....	85

## Índice de Tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1: Ingreso de Turistas a Ecuador (Anual).....	18
Tabla 2: Entrada de Extranjeros por Grupos de Edades.....	19
Tabla 3: Catastro de Servicios Turísticos Provincia Manabí, Cantón Portoviejo, Parroquia Crucita I-TUR.....	19
Tabla 4: Listado de Hoteles de la Parroquia Crucita.....	23

## Índice de Cuadros

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1: Análisis FODA.....	22



## Índice de Gráficos

		<b>Pág.</b>
Gráfico 1:	Frecuencia de Hospedaje.....	25
Gráfico 2:	Tiempo de Hospedaje.....	26
Gráfico 3:	Motivo de Viaje.....	27
Gráfico 4:	Listado de Hoteles de la Parroquia Crucita.....	28
Gráfico 5:	Medios Informativos De Los Establecimientos.....	28
Gráfico 6:	Opinión Sobre El Estado De Limpieza De Las Habitaciones.....	29
Gráfico 7:	Opinión De Turistas Sobre La Calidad De Comida Local...	30
Gráfico 8:	Opinión De Los Turistas Sobre Servicios Recibidos.....	30
Gráfico 9:	Percepción De Los Turistas Sobre El Ruido.....	31
Gráfico 10:	Percepción De Los Turistas Sobre La Seguridad Mostrada Por Los Hoteles.....	32
Gráfico 11:	Relación Calidad – Precio.....	32
Gráfico 12:	Opinión de los Turistas sobre Sistemas de prevención De Incendios.....	33
Gráfico 13:	Opinión de los Turistas Sobre Recomendación de Hoteles.....	34
Gráfico 14:	Valorización que dan Los Turistas sobre Nivel de Protección Medioambiental .....	35
Gráfico 15:	Valoración sobre Limpieza en los Hoteles .....	36
Gráfico 16:	Conocimientos de Indicadores de Gestión Ambiental – Turística.....	37
Gráfico 17:	Implementaría Indicadores de Gestión Ambiental – Turística en su Hotel.....	38
Gráfico 18:	Considera Beneficiosa esta actividad.....	38
Gráfico 19:	Ofrece Beneficiosa esta actividad.....	39
Gráfico 20:	El Turismo aumenta los Precios de los Artículos de Consumo.....	40
Gráfico 21:	Obtiene Servicios La Comunidad.....	41
Gráfico 22:	Aumenta la Tasa de delincuencia con los Turistas.....	42

# INTRODUCCIÓN

El proyecto que a continuación se redacta tiene como objetivo principal la reactivación turística de la Parroquia Crucita mediante la capacitación y aplicación de Indicadores de Gestión Ambiental y su influencia en los estándares de calidad de los Hoteles de la Zona. Se enfocó el macro y micro entorno, que incluye la realidad política, económica, social, tecnológica. lo que influye sobre la industria del turismo. Por otra parte, respecto al uso actual que los centros de alojamiento, están dando a los recursos naturales renovables y no renovables principalmente agua, energía eléctrica, ruido y manejo de desechos sólidos y líquidos, los propietarios de estos centros expresaron estar consientes de que disponen de escasos conocimientos relativos a un manejo eficiente de los mismos por lo cual en un 100% manifiestan su disponibilidad para capacitarse e implementar este tipo de indicadores con la finalidad de mejorar el servicio e incrementar sus ingresos así como la calidad de vida de la población crucitense.

En el estudio de mercado se realizó tomando en cuenta todos los establecimientos que atienden al turista, se estableció las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas lo que nos dará la base de cómo se va a iniciar este proyecto definiendo los objetivos estratégicos para el cumplimiento de nuestro objetivo principal que es el de capacitar y hacer concientizar a los hoteleros, empleados y comunidad sobre la importancia de cumplir estándares de calidad.

# **1. TÍTULO DEL PROYECTO**

Proyecto de “Reactivación Turística de la Parroquia Crucita mediante aplicación Indicadores de Gestión Ambiental y su influencia en los estándares de calidad de los Hoteles de la Zona”

## 2. DATOS DE CONTEXTO

Crucita, está ubicada en la provincia de Manabí, a 30 minutos de Portoviejo y 30 minutos de Manta. Esta hermosa playa es uno de los destinos turísticos preferidos del Ecuador, gracias a su agradable clima durante todos los días del año.

Crucita constituye un escenario natural propio para la realización de importantes y exitosos eventos, que constantemente atraen hasta sus playas a miles y miles de turistas nacionales y extranjeros, que la visitan para disfrutar de las bondades de su mar y sus hermosos paisajes.

En los alrededores de la Playa de Crucita se puede encontrar varios hoteles, restaurantes, cafeterías y discotecas en las que se puede disfrutar de momentos agradables junto amigos y familiares.

La Parroquia de Crucita además de ser un lugar rico en sus diferentes categorías de atractivos, es además un lugar que brinda tranquilidad, relajación y sobre todo permite disfrutar de atractivos que no se encuentran contaminados lo que permite que estos sean más aprovechados, lógicamente para que esto se mantenga en estas condiciones es importante destacar que se requiere de la colaboración, de la población, gobierno y comunidades para explotar estos recursos de manera sustentable.

Esta región posee un clima tropical o ecuatorial, cuya temperatura media anual que varía entre 22 y 26 °C. Se caracteriza por las constantes precipitaciones en forma desigual en los distintos lugares y durante todo el año; los principales meses de lluvia se sitúan entre diciembre y mediados de mayo, período considerado como de invierno.

Esta desigualdad en la precipitación pluvial obedece al efecto de las corrientes marinas de Humboldt y El Niño.

La Costa recibe el influjo de masas de aire húmedo ecuatorial en invierno, y de masas subtropicales, cálidas y secas, procedentes del Pacífico, en verano. No es de gran importancia la acción de la contra corriente ecuatorial del Oeste, cuyas aguas cálidas contribuyen de todas maneras a incrementar las lluvias en la parte norte. Por el contrario, son mayores los efectos de la corriente de Humboldt, cuyas aguas frías abandonan la línea de la costa a la altura de Manabí, para dirigirse hacia las islas Galápagos. Las temperaturas medias oscilan alrededor de los 28 °C (invierno) y los 25 °C (verano). Ayuda a mitigar el calor del verano un viento del suroeste, frío y seco, al que suele designarse como "viento de Chanduy", procedente del mar.

La costa ecuatoriana se caracteriza por tener dos grandes zonas climáticas de las cuales Manabí pertenece a la Zona Cálida Fresca Seca.

Entre los organismos que competen al desarrollo de Crucita están:

- Ilustre Municipalidad de Cantón Portoviejo, que se encarga de la planificación, ordenamiento, regulación y abastecimiento de la mayoría de servicios básicos a través de EMTUR, organismo encargado del control y ejecución de la actividad turística.
- Junta Parroquial, encargada de regular y gestionar los intereses de desarrollo y crecimiento de la comunidad de Crucita.
- Ministerio de Turismo, encargado de la planificación, promoción turística en el ámbito nacional e internacional, de la ejecución de proyectos turísticos y de la aprobación de nuevos establecimientos dedicados a la actividad turística.

Crucita es famosa por la práctica del parapente, alas delta y kite surf ya que esta considera como una de los mejores sitios del mundo por sus características idóneas para los citados deportes.

Esto ha permitido que en los últimos 25 años el valor de las propiedades físicas adquiriera un incremento sustancial de sus plusvalías, dando lugar a que

paulatinamente el foráneo compre las mejores tierras frente al mar en su interior, arrinconando a lugares secundarios y marginales a la población menos pudiente. Y este fenómeno avanza de manera incontenible, al punto que en unos años más los comuneros locales perderán el control sobre los terrenos frente al mar, especialmente.

En la cabecera parroquial el 90% de las tierras frente al mar ya tienen dueño que es proveniente de fuera de la provincia. En Los Arenales, Los Ranchos y Las Gilces de manera acentuada está pasando a la mano de los foráneos. Es que sin tener opción para insertarse en algún proyecto turístico, por falta de apoyo, los comuneros se ven tentados a vender sus terrenos.

Más de medio millón de turistas visitan Crucita al año, pero el 95% lo hace en el día. Es decir que los turistas no pernoctan en el lugar, debido a la cercanía de las ciudades manabitas. El 5% es abastecido por los más de 20 hoteles que se encuentran especialmente en la cabecera parroquial donde generalmente gastan sus divisas, no así en el área rural, en donde no ha sido explotado todavía sus potencialidades. El turismo es el tercer renglón de importancia económica después de la agricultura y la pesca.

En los últimos tiempos, uno de los rubros y fuentes de empleos más significativos en nuestro país y el mundo es el turismo. Ecuador, gracias a su diversidad y las gestiones pertinentes ha motivado y facilitado mover las inversiones hacia esta industria que, principalmente es generada por viajeros y turistas que buscan además de momentos de ocio y esparcimiento, ampliar sus conocimientos sobre cultura, convivir con la naturaleza y compartir con su gente.

Este proyecto está dirigido a la ciudadanía en general de Crucita que interactúa con el turista nacional o internacional que visita sus playas o alrededores, especialmente a los que brindan el servicio de hospedaje quienes ofrecen alojamiento y alimentación, el fin es mejorar el buen uso de recursos renovables y no renovables lo que de alguna manera aportará con la reactivación del turismo en esta parroquia.

### 3. DIAGNÓSTICO

Portoviejo es la Capital de los Manabitas, se la conoce como la Ciudad de los “*Reales Tamarindos*”, cuenta con una diversidad de lugares turísticos, exquisita y reconocida comida típica, diversidad de establecimientos turísticos como hoteles, agencias de viajes, salas de banquetes y recepciones, restaurantes, cafetería, fuentes de soda, bares, discotecas, centro de recreación, etc. los cuales permiten satisfacer necesidades de ocio y recreación de todas las clases sociales, puesto que estos establecimientos ofrecen distracción, recreación y relajación.

Portoviejo está considerado como una ciudad de tránsito y comercio, donde llegan visitantes y turistas de todas partes del país por motivos de negocios, comercio y la vez disfrute.

A 27km de la Capital Manabita está la parroquia Crucita, conocida turísticamente como “La Bella”, es un hermoso balneario que cuenta con 13 Km de Playa; se encuentra en la costa del Pacífico, a tan sólo 30 minutos de Portoviejo y está considerada una de las más bellas playas de Ecuador. Las actividades productivas se sustentan en la pesca artesanal, la agricultura y el turismo, para lo cual se dispone de una aceptable planta de establecimientos que ofrecen servicios de alojamientos, comidas, bebidas y diversión, etc. Este punto de la geografía manabita y portovejense es famoso por tratarse de un lugar ideal para practicar el parapente y el alas delta, por lo que deportistas y aficionados de todo el mundo viajan hasta aquí, con la intención de aprovechar las excelentes condiciones para practicar estos deportes.

Tanto en Portoviejo como en la Parroquia Crucita, las actividades turísticas no cumplen con estándares de calidad relacionadas con el uso adecuado de sus recursos debido a muchos factores, entre los que destacan: desinterés de parte del sector hotelero por capacitarse, desconocimiento por parte de los propietarios de los hoteles sobre métodos de producción limpia, por lo cual los establecimientos que se dedican a la actividad de alojamiento realizan un manejo inadecuado de los recursos que utilizan, lo que conlleva consecuencias como: agotamientos de

estos recursos, incremento de gastos operativos, turistas insatisfechos con el servicio; impidiendo ubicar a estos centros de atención hotelera en niveles de óptima calidad.

## **a. De los actores involucrados**

### **- Beneficiarios directos:**

Propietarios de los establecimientos de alojamiento

- Clientes Internos
- Clientes Externos

### **- Beneficiarios indirectos:**

- Comunidad

## **b. De la Problemática a intervenir**

Este proyecto se crea por la necesidad de concienciar y capacitar a los hoteleros en la población en general sobre la importancia de mantener una buena imagen mejorando la presentación y servicios de locales, bares, y hoteles mediante el uso y aplicación de indicadores de gestión ambiental – turística desarrollados específicos de acuerdo a la necesidad ya que en la actualidad esta parroquia carece absolutamente de estos estándares de calidad.

La elaboración, capacitación y aplicación de estos instrumentos se considera parte fundamental de la planificación y gestión general de los destinos y elemento integrante de las actividades de promoción de un desarrollo sostenible del sector turístico en todos los niveles.

Esto se debe a la ausencia de programas de capacitación, control y seguimiento, que permitan el buen uso de los indicadores de Gestión Ambiental y Turística para crear en las personas un espíritu conservador y competitivo en el



mercado motivo por el cual se considera implementar normas de calidad tales como la ISO 14001.

Las Normas de calidad de empresas turísticas ISO 14001 es una familia de normas relacionadas con la gestión ambiental que existe para ayudar a las organizaciones a) reducir al mínimo la forma de sus operaciones (procesos, etc.) afectan negativamente el medio ambiente (es decir, causar cambios perjudiciales en el aire, el agua o la tierra), (b) cumplir con las leyes aplicables, reglamentos y otros requisitos orientados al medio ambiente, y (c) mejorar continuamente en el anterior.

El objetivo principal de la serie ISO 14000 de las normas es "promover la más eficaz y eficiente gestión ambiental en las organizaciones y proporcionar herramientas útiles y utilizables - los que son rentables, basado en el sistema, flexible y reflejar las mejores organizaciones y la mejor organización prácticas disponibles para recopilar, interpretar y comunicar información de relevancia ambiental".

ISO 14001, al igual que con otras normas ISO 14000, es de carácter voluntario (IISD 2010), con su principal objetivo ayudar a las empresas en la mejora continua de su desempeño ambiental, respetando la legislación aplicable. Las organizaciones son responsables de establecer sus propios objetivos y medidas de desempeño, con la norma que sirve para contribuir al cumplimiento de objetivos y metas y el posterior seguimiento y la medición de estos (IISD 2010). Esto significa que dos organizaciones que cuentan con medidas totalmente diferentes y los estándares de desempeño ambiental, pueden ambas cumplir con requisitos de ISO 14001 (Instalaciones Consejo Federal de Informe 1999).

Esta propuesta investigativa, se convierte en el punto de inicio de un proceso de mejora de los aspectos medio ambientales de los hoteles de la Parroquia Crucita. De aplicarse estas capacitaciones a, los empresarios hoteleros, empleados y comunidad estarían implementando mecanismos de producción limpia lo que facultaría y justificaría el optar por este tipo de certificación, con lo cual la

empresa ofertaría y promocionaría su negocio con mayor garantía medio ambiental y mejoraría así la afluencia de turistas a este hermoso balneario.

### c. Del mercado

En la actualidad es necesario implementar estas capacitaciones ya que el Ministerio de turismo y el Municipio de Portoviejo realizan muy pocos seminarios de capacitación estas capacitaciones estarán dirigidas a hoteleros, empleados y a la población en general ya que gracias a la acertada política de promoción que se realizado los últimos anos en el país el ingreso de turistas se ah visto incrementado.

**TABLA 1**  
**INGRESO DE TURISTAS A ECUADOR (ANUAL)**

MES	2007	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	9,81
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06
MAY	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11
JUL	101.088	109.250	102.571	110.545	117.997	6,74
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219	98.987	3,96
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776	80.083	11,57
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701	88.338	5,54
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253	92.566	13,92
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359	113.292	17,57
<b>TOTAL</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>	<b>1.140.978</b>	<b>8,97</b>

Fuente: Ministerio de Turismo, (2011)

La tabla # 1 muestra en incremento de turista en los últimos 5 años a Ecuador. En ella se puede notar que los meses de mayor incremento en la recepción de turistas son enero, para después hacer un descenso hasta junio, julio y agosto donde vuelve haber un importante incremento. Para diciembre la tendencia vuelve a subir debido a las vacaciones y celebraciones de fin de año.

**TABLA 2**  
**ENTRADA DE EXTRANJEROS POR GRUPOS DE EDAD**

AÑOS	GRUPOS DE EDAD							SIN ESPECIFIC.	TOTAL
	MENORES DE 10 AÑOS	DE 10 A 19 AÑOS	DE 20 A 29 AÑOS	DE 30 A 39 AÑOS	DE 40 A 49 AÑOS	DE 50 A 59 AÑOS	DE 60 AÑOS Y MÁS		
2004	42.623	53.835	179.417	189.889	159.710	111.358	82.090	5	818.927
2005	48.290	58.043	181.790	192.083	168.165	121.905	89.486	126	859.888
2006	53.998	62.502	169.698	178.029	158.635	122.482	95.164	47	840.555
2007	58.212	72.531	183.145	195.673	176.457	139.107	112.321	41	937.487
2008	58.331	75.852	197.641	209.108	188.135	150.281	125.948	1	1.005.297

**Fuente:** Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales- INECINEC 2004-2008

La tabla 2, como las edades de los grupos más importantes de visitantes a Ecuador va desde los 20 a los 40 años, los que por necesidad tendrán alojarse en gran variedad de hoteles esperando siempre estar confortables y bien atendidos.

**TABLA 3**  
**CATASTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS PROVINCIA MANABÍ,**  
**CANTÓN PORTOVIEJO, PARROQUIA CRUCITA I-TUR**

NO	Nº REG	REG	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCION	CATEGORIA
			<i>Hostal</i>			
1	13-1060	1301530142	BARANDHUA	MARIA MORENA GRANJA LUZURIAGA	MALECON Y AV. DEL DEPORTISTA	PRIMERA
2	13-1172	1301530143	REY DAVID	DAVID MIELES MIELES	MALECON NORTE	SEGUNDA
3	13-959	1301530144	ROSITA	MARGARITA ZAMBRANO SALTOS	MALECON Y BAJADA DEL PARQUE	TERCERA
			<i>Hostal Residencia</i>			
4	13-1300	1301530145	La CAIDA DEL SOL	BYRON GOMEZ BENAVIDEZ	MALECON DE <b>CRUCITA</b>	SEGUNDA
5	13-1300	1301530146	SOL ALONDRA	IGNACIO ARGUELLO VALDIVIESO	JOSE CASTRO Y MALECON	SEGUNDA
6	13-461	1301530147	EI MARQUEZ	PEDRO PABLO CHINGA AGUIRRE	CALLE PORTOVIEJO Y MALECON	TERCERA
			<i>Hosteria</i>			
7	13-1262	1301530148	QUITO	JUAN TUMIPAMBA RONQUILLO	SAN JOSE Y CALLE PRINCIPAL	SEGUNDA
8	13-891	1301530149	Z.U.C.A.S.A	MIREYA DE MUÑOZ	MALECON Y CALLE DE LA IGLESIA	SEGUNDA
9	13-778	1301530150	BALBOA	JONNY ERAZO ARGUELLO	BALBOA Y MALECON	TERCERA
10	13-849	1301530151	LAS CABANITAS	ALFREDO LOPEZ CAICEDO	MALECON Y CALLE DEL CASTILLO	TERCERA
			<i>Hotel Residencia</i>			
11	13-394	1301530152	HIPOCAMPO	MARIA M. MENDOZA ROMERO	MALECON Y BAJADA DEL PARQUE	TERCERA
			<i>Hostal</i>			
12	13-675	1301500012	CALIFORNIA	YADIRA CEVALLOS CEVALLOS	AV. OLIMPICA Y PAJAN	SEGUNDA <sup>42</sup>
13	13-500	1301500013	COLON	KETTY J. MENDOZA PALLARES	COLON 212 Y OLMEDO	TERCERA
			<i>Hostal Residencia</i>			

14	13-642	1301500014	EL GATO	MAXIMO C. HIDALGO BENAVIDES	PEDRO GUAL Y MORALES	SEGUNDA
15	13-575	1301500015	CONQUISTADOR	GINE DE ARLES LLAGUNO CHICA	18 DE OCTUBRE Y 10 DE AGOSTO	TERCERA
16	13-899	1301500016	ECUADOR	MANUEL E. ALCIVAR RODRIGUEZ	29 DE JUNIO Y VICENTE MACIAS	TERCERA
17	13-283	1301500017	GREGORIO	JOSE FRANKLIN SANCHEZ MORA	AV. UNIVERSITARIA Y RAMOS I.	TERCERA
18	13-1330	1301500018	MADRID	ALBA ARTEAGA INTRIAGO	GARCIA MORENO Y PEDRO GUAL	TERCERA
19	13-942	1301500019	EL MARQUEZ N° 2	ANGELA V. MONTERO CUENCA	VICENTE MACIAS Y 5 DE JUNIO	TERCERA
20	13-1484	1301500020	MARY LOOR	ADOLFO VALENTIN LOOR SALTOS	TEODORO WOLD Y VENEZUELA	TERCERA <sup>43</sup>
21	13-798	1301500021	MENDOZA	HOMERO J. MENDOZA CEVALLOS	VICENTE MACIAS Y 29 DE JUNIO	TERCERA
22	13-feb	1301500022	PARIS *	CARLOS E. ORDOÑEZ TROYA	SUCRE Y OLMEDO	TERCERA
23	13-1431	1301500023	PORTOVIEJO PLAZA	MARCOS V. SANCHEZ CADENA	MORALES Y PEDRO GUAL	TERCERA
24	13-905	1301500024	QUITO MANABI	REMBERTO OSWALDO NAVIA LOOR	QUITO Y AV. MANABI	TERCERA
25	13-1376	1301500025	SAN JOSE	MAURO RENET PALMA CHANCAY	PEDRO GUAL Y OLMEDO	TERCERA
26	13-1341	1301500026	VICTORIA	MARIA VICTORIA CADENA CASTRO	9 DE OCTUBRE Y MORALES	TERCERA
			<i>Hosteria</i>			
27	13-1000	1301500027	CASA BLANCA	ANA LUCIA VELEZ ORTIZ	VIA CRUCITA KM. 2 1/2	PRIMERA
28	13-1256	1301500028	QUINTA SAN JUAN	JUAN JOSE NAVARRETE MERA	VIA PICOAZA KM. 1 1/2	SEGUNDA
			<i>Hotel</i>			
29	13-424	1301500029	EJECUTIVO	ARIOSTO ANDRADE CASTRO	18 DE OCTUBRE Y 10 DE AGOSTO	PRIMERA
			<i>CABRERA</i>			
30	13-365	1301500030	INTERNACIONAL	RAUL CABRERA SUAREZ	GARCIA MORENO 102 Y P. GUAL	SEGUNDA
			<i>Hotel Residencia</i>			
31	13-779	1301500031	NEW YORK	ABDON Q. GARCIA JARAMILLO	FRANCISCO P. MOREIRA Y OLMEDO	PRIMERA
32	13-1469	1301500032	MAXIMO	JOSE A. HIDALGO CASTILLO	AMERICA Y 5 DE JUNIO	SEGUNDA
33	13-1424	1301500033	SAN MARCOS	CESAR A. ALARCON ZAMBRANO	OLMEDO Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA
34	13-1430	1301500034	PACHECO	MARIA VICTORIA CADENA	9 DE OCTUBRE 506 Y MORALES	TERCERA

### 2.7.2.2 Alimentación

**TABLA 8: CATASTRO DE SITIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS DE LA PARROQUIA CRUCITA**

COMIDAS Y BEBIDAS	NO	Nº REG	REG	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCION	CATEGORIA
				<i>Fuente de Soda</i>			
	35	13-1048	1301530153	MIAMI *	ENRIQUE MENODZA CEDEÑO	MALECON	TERCERA
				<i>Restaurante</i>			
	36	13-779	1301530154	EL TOMATE	AIDEE RODRIGUEZ MOLINA	VIA PORTOVIEJO-CRUCITA	TERCERA
	37	13-1213	1301530155	ALAS DELTA # 2	LIMBER ZAMBRANO ZAMBRANO	MALECON Y CALLEJON S/N	TERCERA
	38	13-462	1301530156	ALAS DELTA	MERCEDES ZAMBRANO GARCIA	MALECON	TERCERA
	39	13-999	1301530157	MONSERRATE # 2	JOSE VERA ALCIVAR	MALECON Y CALLE MANABI	TERCERA
	40	13-520	1301530158	LAS CHOZAS	RAMON UBILLUS ORTIZ	KM. 7 1/2 VIA A CRUCITA	TERCERA
	41	13-1056	1301530159	TUNGURAHUA	MARIA CEDEÑO PINARGOTE	MALECON Y JUAN BENIGNO VELEZ	TERCERA <sup>44</sup>
	42	13-1552	1301530160	THE MIRAGE	IVONNE TATIANA MEDINA HERRERA	MALECON	TERCERA
	43	13-998	1301530161	PUERTO RICO	JAIME DELGADO VILLAMAR	MALECON Y CALLE S/N	TERCERA
	44	13-1485	1301530162	PIZZA ADRIANA	ADRIANA MALDONADO RAMIREZ	MALECON	TERCERA

45	13-1209	1301530163	ALEXANDRA	ESPERANZA MACIAS CEDEÑO	MALECON	CUARTA
46	13-278	1301530164	CAMBA HUASI *	VIOLETA MENDIETA CHICA	MALECON Y CALLE PORTOVIEJO	CUARTA
47	13-1212	1301530165	EL DELFIN	YULY ERAZO	MALECON	CUARTA
48	13-1206	1301530166	EL GORDITO	MARIA DEL ROCIO TOALA MOREIRA	MALECON Y 24 DE JUNIO	CUARTA
49	13-1053	1301530167	EL PESCADOR	LUIS ALCIVAR VELIZ	MALECON Y CALLE DEL DEPORTISTA	CUARTA
50	13-1208	1301530168	EL RINCON DE LA FRUTA	HILDA CANO SANTOS	MALECON	CUARTA
51	13-1227	1301530169	FRIMAR	TEOBALDO DELGADO DEMERA	BAJADA DE LA IGLESIA Y MALECON	CUARTA
52	13-1205	1301530170	GARCIA	LUIS GARCIA COBENA	MALECON	CUARTA
53	13-994	1301530171	JESSENIA	LUIS DE LA CRUZ PONCE	KM. 8 1/2 VIA <b>CRUCITA</b>	CUARTA
54	13-1207	1301530172	LAS GAVIOTAS	JONNY ESPINOZA ZAMBRANO	MALECON Y 24 DE JUNIO	CUARTA
55	13-1263	1301530173	LA GRAN COCINA	MONSERRATE ARGANDOÑA MOREIRA	MALECON Y 24 DE JUNIO	CUARTA
56	13-1283	1301530174	LA PEÑA DE FREDDY	ISABEL MONTENEGRO	MALECON	CUARTA
57	13-851	1301530175	MAR Y CIELO	TERESA MORA CEVALLOS	JUAN BENIGNO VELA Y MALECON	CUARTA
58	13-327	1301530176	MI VECINO	ESTUARDO VERA PALMA	MALECON Y BAJADA DE LA IGLESIA	CUARTA
59	13-688	1301530177	MONSERRAT	MARIA ZAMORA CEDENO	KM. 8 1/2 VIA <b>CRUCITA-SOSOTE</b>	CUARTA
60	13-1211	1301530178	PACIFICO	BERTHA CASTRO MURILLO	MALECON Y CALLE PORTOVIEJO	CUARTA
61	13-1216	1301530179	PALMITA	PAULA REYNA ZAMBRANO	MALECON Y BAJADA DE LA IGLESIA	CUARTA
62	13-1261	1301530180	PLAYA DORADA	RUTH BRAVO GARCIA	MALECON	CUARTA
63	13-1217	1301530181	REALES TAMARINDOS	MARIA VEGA CEDEÑO	MALECON Y CALLE PORTOVIEJO	CUARTA
64	13-1223	1301530182	RECUERDOS	MARIANA DELGADO ZAMBRANO	MALECON	CUARTA
65	13-1210	1301530183	YOLITA	PUBLIO LOPEZ MEDRANDA	MALECON Y CALLEDE LA GALLERA	CUARTA
66	13-1215	1301530184	ZULLY	RAMONA BRIONES LOOR	MALECON Y CALLE PORTOVIEJO	CUARTA <sup>45</sup>

Fuente: [www.manabi.gov.ec](http://www.manabi.gov.ec)

La tabla 3, nos muestra el registro catastral de establecimientos a quienes podemos ofertar nuestro servicio y quienes están en contacto permanente con el turista nacional e internacional que visita la Parroquia Crucita.

c.1. Análisis F.O.D.A.

**CUADRO 1**  
**ANÁLISIS F.O.D.A.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Personal responsable y comprometido con la implementación de indicadores.</li> <li>▪ Proyecto rentable que no requiere gran inversión.</li> <li>▪ Servicio innovador y original a un precio asequible.</li> <li>▪ Oportunidad de realizar actividades en todo el sector turístico.</li> <li>▪ Servicio destinado a la población en general, creando conciencia.</li> <li>▪ Ser pioneros en proponer este tipo de negocio.</li> <li>▪ Nicho de mercado sin explotar.</li> <li>▪ Se cuenta con la infraestructura básica para iniciar el negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta capacitación en gestión de calidad.</li> <li>▪ Falta de recursos económicos</li> <li>▪ Poco conocimiento en implementación de indicadores de gestión turísticos.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posibilidad de expandir el negocio a otras parroquias, cantones y provincias.</li> <li>▪ Colaboración por parte del Municipio de Portoviejo.</li> <li>▪ Políticas de expansión turística.</li> <li>▪ Apoyo a microempresarios en el sector turístico por parte de la empresa privada y pública.</li> <li>▪ Empresarios hoteleros con necesidad de mejorar servicios.</li> <li>▪ Existen diversos medios para publicitar.</li> <li>▪ Mercado mal atendido.</li> <li>▪ Amplio mercado para promocionar nuestro servicio.</li> <li>▪ Sector privado y público tendiente a trabajar con normas de calidad.</li> <li>▪ Se cuenta con el apoyo de autoridades locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fenómenos Naturales</li> <li>▪ Incremento de la delincuencia y por ende la creciente inseguridad.</li> <li>▪ Situación política y social del Ecuador.</li> <li>▪ Falta conciencia por parte de la población residente en la ciudad sobre la atención al turista.</li> </ul>

**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

## *c.2 Análisis de las encuestas y entrevistas*

Nuestras capacitaciones están dirigidas a todo negocio y personas que de alguna manera interactúen con el turista nacional e internacional tales como: locales, bares, restaurantes y hoteles, enfocándonos específicamente a los establecimientos hoteles que brindan servicio de hospedaje y alimentación a quienes se les proporcionará capacitación para la aplicación de indicadores de Gestión Ambiental y su influencia en los estándares de calidad.

Tomando en cuenta datos de la encuesta aplicada en la Parroquia Crucita que se encuentran registrados con sus categorías, cuyos propietarios serían nuestros potenciales clientes.

**TABLA 4**  
**LISTADO DE HOTELES DE LA PARROQUIA CRUCITA.**

<b>HOTEL</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Hotel Venecia	Sr. Pedro Carrera	Tercera	Crucita
Hostal Casa Grande	Sra. Mireya Briones de Muñoz	Segunda	Crucita
Hotel Ocean Blue	Sra. Gina Alcívar Salazar	Segunda	Crucita
Hostal Rosita	Sra. Margarita Zambrano Saltos	Tercera	Crucita
Hostal Tío Sam	Sra. Maritza Cedeño Vélez	Cuarta	Crucita
Hostal Vista Hermosa	Sr. Luis Cedeño Cedeño Crucita y Erazo Arguello Cedeño	Cuarta	Crucita
Hotel Hipocampo	Sra. María Mendoza de Carbo	Cuarta	Crucita
Hostal Marlyn	Sr. Oscar Mendoza	Cuarta	Crucita
Hostal Cruzita	Sra. Gina Patricia Barcia Alcívar	Tercera	Crucita
Hostal Washington	Sra. Flor Azucena Brito Cedeño	Segunda	Crucita
Cabañas de Balboa	Sr. Jhonny Erazo Arguello	Cuarta	Crucita

**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Para la aplicación y análisis de la encuesta en primer lugar se estableció el mercado meta que son los locales, bares, restaurantes y hoteles que se funcionan en la Parroquia Crucita y en segundo lugar la cantidad de turistas que según datos facilitados por los propietarios de los establecimientos turísticos la Presidenta de la asociación de hoteleros de Crucita la Sra. Mireya Briones Fernández son los beneficiarios de este servicio lo que suman 1200 turistas.

**Tamaño de Muestra:**

**Formula:**

$$N = \frac{Z^2 * U * p * q}{E^2}$$

$$E^2 (U-1) + Z^2 * p * q$$

N= Tamaño de muestra

$$Z = 95\% = 1.96$$

U= Universo ( 1200 )

P= probabilidad de éxito ( 0.5 )

Q= probabilidad de fracaso ( 0.5 )

E= error ( 5%)

$$N = \frac{3.8416 * 1200 * 50\% * 50\%}{25}$$

$$(1200 - 1) + 3.8416 * 50\% * 50\%$$

$$N = \frac{1,152.48}{7,852.72}$$

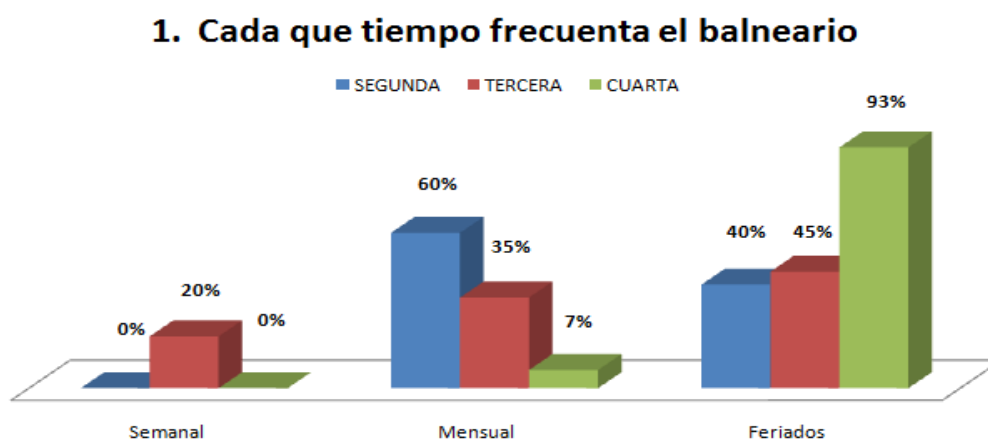
$$7,852.72$$

**N= 50 encuestas a turistas**



Se consultó a los turistas en que temporada frecuentan los hoteles de la parroquia, evidenciándose que los hoteles de categoría inferior Categoría 3 reciben huéspedes principalmente en épocas de feriados, mientras que los hoteles de categoría 2, reciben turistas de manera porcentualmente equilibrada con frecuencia semanal, mensual y en feriados, destacándose que semanal y mensualmente el hospedaje de turistas se da por motivos de negocios. En lo que respecta a la categoría 1, el mayor porcentaje de turistas llega a éstos hoteles de manera mensual por motivos de negocios (60%), y un 40% en época de feriados.

**GRAFICO 1**  
**FRECUENCIA DE HOSPEDAJE**

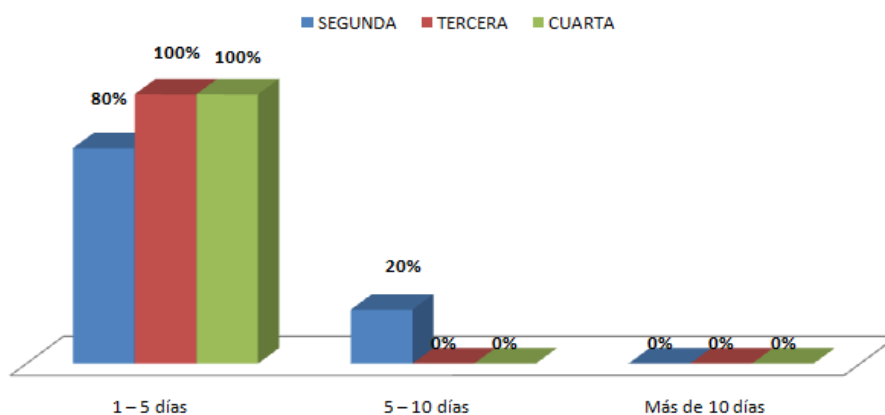


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

En lo que respecta al tiempo de hospedaje de los turistas en los establecimientos de alojamiento, solo los hoteles de categoría 1 evidencian que los turistas se hospedan en un 80% en un rango de 1 a 5 días y en un 20 % en un rango de 5 – 10 días. Los resultados para hoteles de segunda y tercera categoría evidencian que los turistas se hospedan en ellos en un rango de 1 – 5 días únicamente.

## GRAFICO 2 TIEMPO DE HOSPEDAJE

### 2. Qué tiempo se quedara en Crucita?

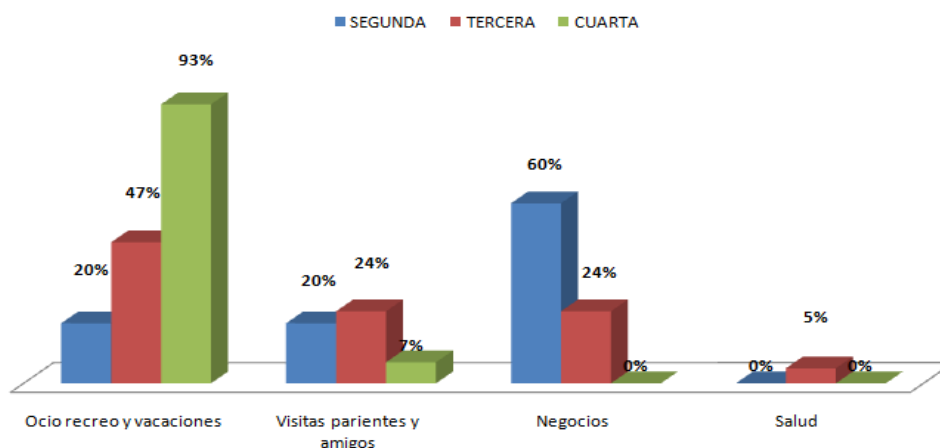


Elaborado por: María José Muñoz Briones

La pernoctación de los turistas en los establecimientos de alojamiento obedece a varios motivos, en la primera categoría se evidencia que en 60% los turistas se hospedan por motivos profesionales y de negocios, mientras que por ocio y recreación en un 20% así como un porcentaje igual por motivos de visitas a familiares y amigos. En la segunda categoría evaluada, los resultados indican que el 47% llegan a este tipo de hoteles por ocio y recreación sobre todo en épocas de feriados y vacaciones, y en un 24% por motivos de visitar parientes y amigos y con igual porcentaje por motivos de negocios profesionales, en esta categoría un 5% de turistas manifestó hospedarse en estos hoteles por motivos de que reciben tratamiento de salud. Finalmente este análisis refleja que los hoteles de tercera categoría son visitados principalmente por motivos de ocio y recreación en un 93% y un 7% por visitar a parientes y amigos.

### GRAFICO 3 TIEMPO DE HOSPEDAJE

#### 3. Cuál es el motivo de su viaje?

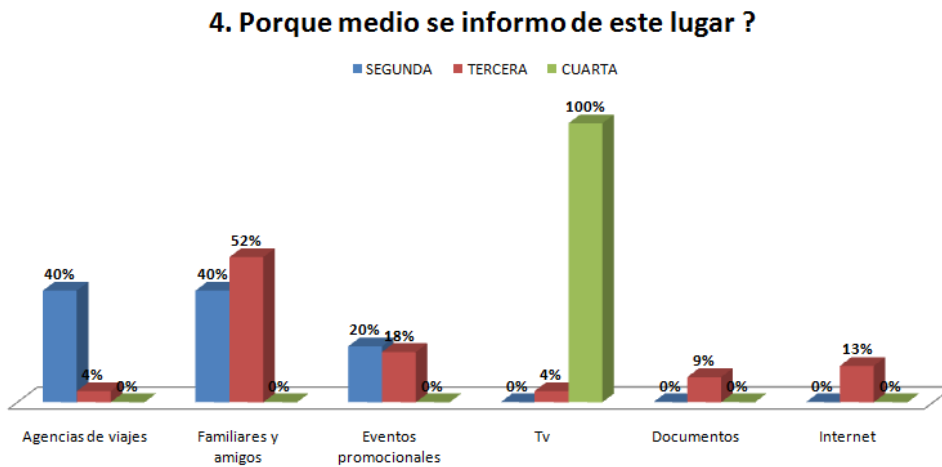


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Otra de las preguntas planteadas fue saber a través de que medios los turistas se informan sobre la oferta hotelera visitada. Los turistas alojados en hoteles de primer categoría mencionan en un 40% que se informaron del hotel donde se hospedaron por medio de agencias de viajes, de igual manera otro 40% se comunico mediante familiares y amigos, otro medio informante fueron los eventos promocionales en un 20% como ferias, revistas entre otros. Los turistas alojados en hoteles de segunda categoría, expresaron en un 52%, que han sido informados por medio de familiares y amigos, en un 18% a través de eventos promocionales, por medios del internet en un 13%, en documentos como revistas, hojas informativas, entre otras en un 9% y en menor porcentaje (4%), por medio de agencias de viajes y de igual forma en un 4% por medio de la televisión, mientras que en la tercera categoría, los turistas expresaron en un 100%, que se han informado de estos establecimientos por medio de la televisión.

En conclusión los resultados expresa, que en gran porcentaje se conoce estos hoteles por medio de programas de televisión y personas que ya han visitado los establecimientos de la Parroquia y los recomiendan.

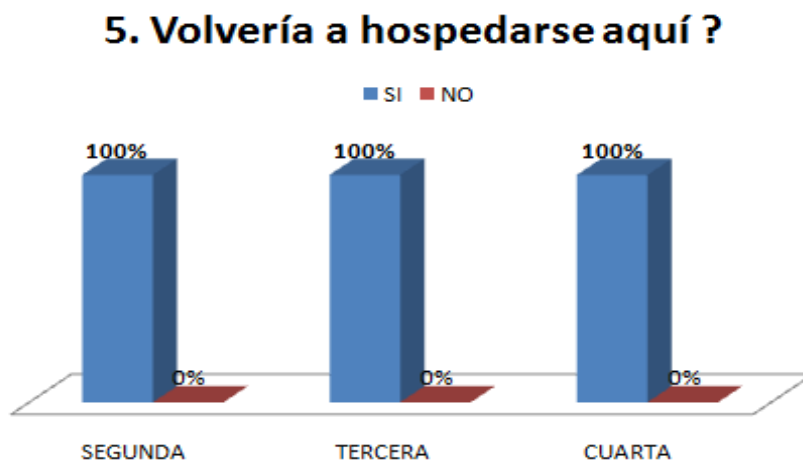
**GRAFICO 4**  
**MEDIOS INFORMATIVOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS**



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Otra de las preguntas planteadas fue conocer si los turistas que se hospedaron en los establecimientos hoteleros, volverían a hospedarse en dichos hoteles, en su totalidad para las tres categorías hoteleras, expresaron que si desean volver a visitar los hoteles y el lugar, esto muestra que los turistas se fueron satisfechos de la atención y los servicios obtenidos.

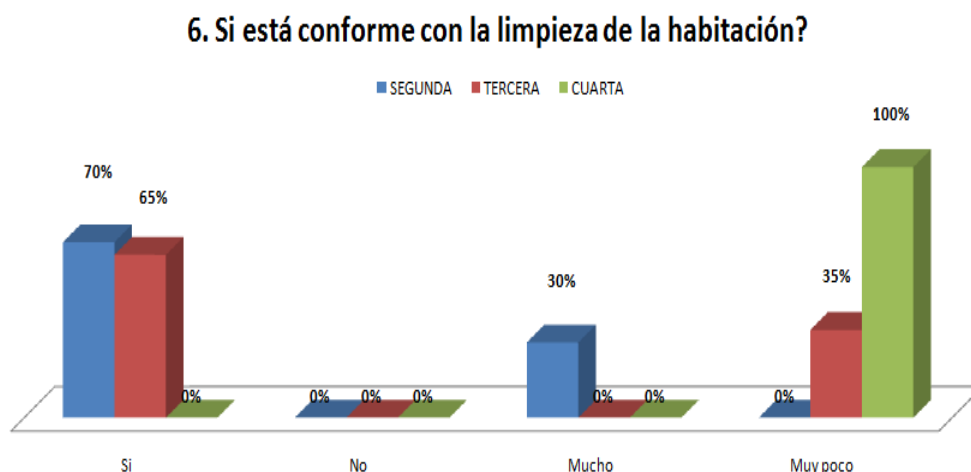
**GRAFICO 5**  
**VOLVERÍA A HOSPEDARSE AQUÍ**



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Respecto al estado de limpieza de las habitaciones en los establecimientos hoteleros, en la primera categoría, el 70% de los turistas expresó si encontrar limpias las habitaciones, mientras que un 30% las notó muy limpias. En los hoteles de segunda categoría, el 65% de los turistas si encontró limpias las habitaciones, mientras que un 35% las encontró muy poco limpias, no encontrándose satisfechos con la limpieza del lugar. En la tercera categoría el 100% de los turistas, encontraron falta de limpieza de las habitaciones.

**GRAFICO 6**  
**OPINIÓN SOBRE EL ESTADO DE LIMPIEZA DE LAS HABITACIONES**

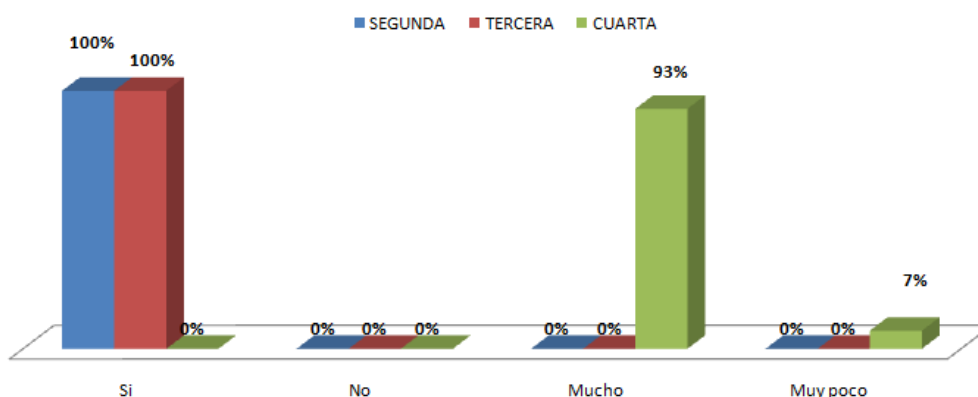


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

En cuanto a la calidad de esta comida para los turistas que se hospedaron en los hoteles de primera y segunda categoría, la comida que se sirve en la Parroquia es de calidad, mientras que para los turistas que se registraron en hoteles de tercera categoría, en un 93% les parece que la comida es muy buena y en un porcentaje menor en un 7% que se ofrece muy poca calidad de comida local.

**GRAFICO 7**  
**OPINIÓN DE TURISTAS SOBRE LA CALIDAD DE COMIDA LOCAL**

**7. Que tal fue la calidad de la comida?**

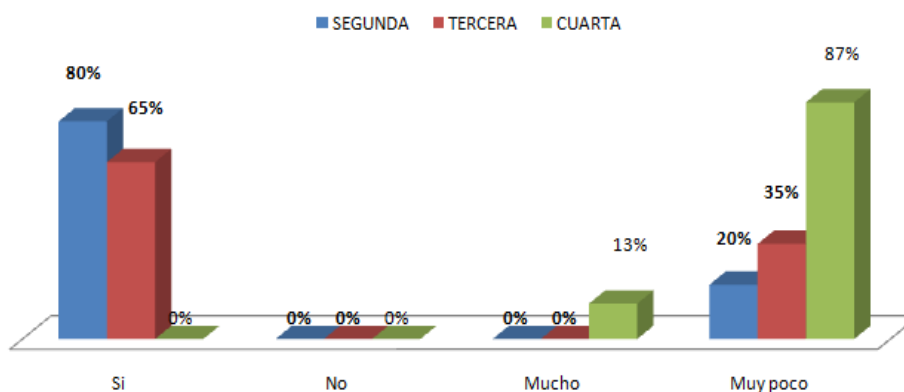


Elaborado por: María José Muñoz Briones

Respecto a los servicios ofertados los turistas encuestados en los hoteles de primera categoría, sustentan en un 80% que los hoteles ofrecen servicios de calidad, mientras que un 20% se van muy insatisfechos, mientras que los turistas que visitaron los hoteles de tercera categoría, el 13% de turistas expresó contar con un servicio de calidad, mientras que el 87% tuvo muy poca calidad en el servicio que recibió.

**GRAFICO 8**  
**OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE SERVICIOS RECIBIDOS**

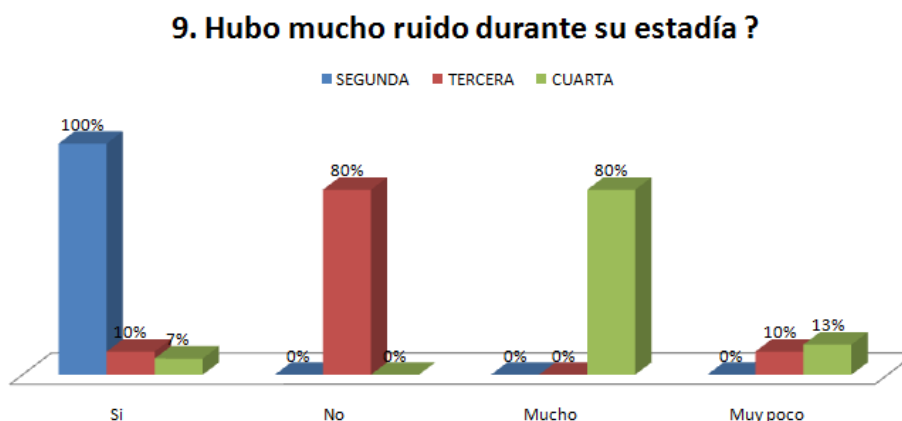
**8. Tuvo un buen servicio?**



Elaborado por: María José Muñoz Briones

Respecto a las molestias suscitadas a los turistas por generación de ruido en los hoteles, los turistas que se registraron en los hoteles de primera categoría si les molestó el ruido en un 100%, ya que ellos querían descansar y no podían hacerlo. En la segunda categoría, al 80% no escucharon nada de ruido, en un 10% si le molesto este factor y el otro 10% le molesto muy poco el ruido durante su estadía. En la tercera categoría el ruido molesto mucho en un 80%, un 13% muy poco y el 7% si le molestó el ruido en esta categoría.

**GRAFICO 9**  
**PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE EL RUIDO**

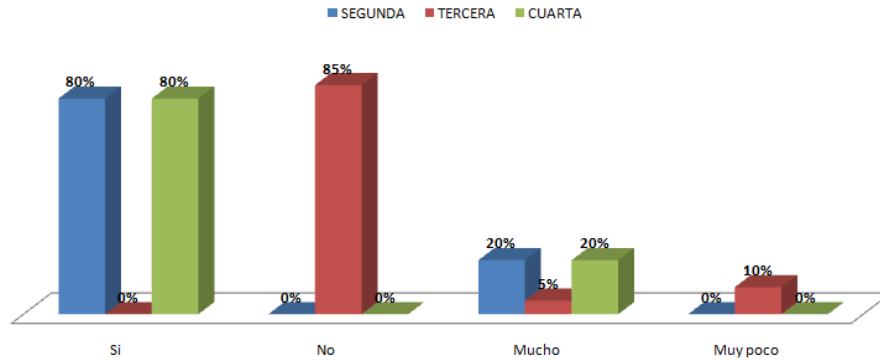


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Otra interrogante planteada a los turistas, trató sobre la seguridad del hotel; en los hoteles de primera y tercera categoría, el 80% de turistas opinó que se sintió seguro, y un 20% muy seguro y protegido, mientras que los turistas que se hospedaron en hoteles de segunda categoría, el 85% de turistas, expresó no sentirse seguro, un 10% muy poco seguro y un 5% mucho más protegidos en el hotel.

**GRAFICO 10**  
**PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE LA SEGURIDAD**  
**MOSTRADA POR LOS HOTELES**

**10. Fue buena la seguridad del establecimiento ?**

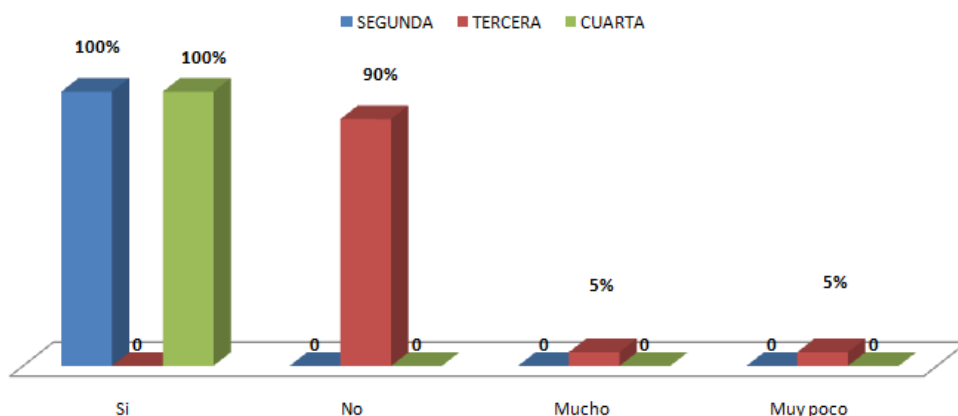


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Referente a la relación calidad – precio, para los turistas hospedados en centros de primera y tercera categoría la relación calidad - precio fue muy buena, a lo contrario de los turistas hospedados en centros de segunda categoría, donde el 90% opinó que la relación calidad – precio no es bueno, un 5% que si es muy buena, y otro 5% expresó muy poco estar de acuerdo con este indicador.

**GRAFICO 11**  
**RELACIÓN CALIDAD – PRECIO**

**11. Le Parece bien la tarifa del establecimiento?**

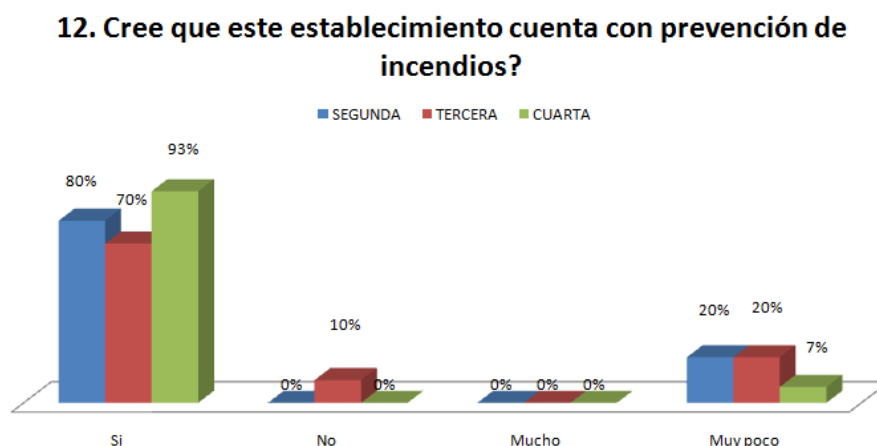


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones



Sobre la prevención de incendios en los hoteles, los Turistas que se registraron en hoteles de primera categoría, respondieron en un 80% que si cuentan con un buen sistema de prevención de incendios, mientras que el 20% opinó que muy poco se cuenta con este detalle. En la segunda categoría encuestada, el 70% de los turistas opinó que éstos alojamientos si cuentan con servicio de prevención de incendios, con un 20% muy poco, y un 10% notó que no existen estos sistemas de prevención. Mientras en la tercera categoría, el 93%, notó que si existen estos mecanismos de prevención de incendios mientras que el 7% que muy poco. Es decir que estos hoteles si cuentan con sistemas de prevención de incendios.

**GRAFICO 12**  
**OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE SISTEMAS DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS**

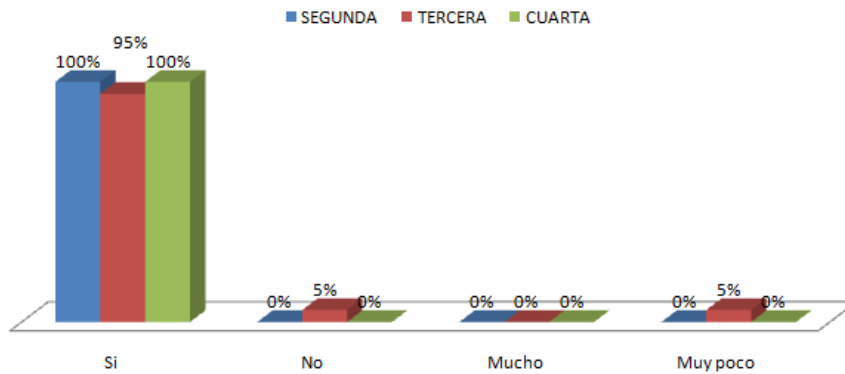


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Por otro lado, el 100% de turistas hospedados en hoteles de primera y tercera categoría, si recomendaría estos centros alojamientos a sus amigos. El 95% de turistas de la segunda categoría si recomendaría estos alojamientos, el 5% los recomendaría muy poco y otro 5% no los recomendaría. En general, la mayoría de turistas que ha visitado los hoteles recomendaría a sus amigos para que se hospeden en ellos.

**GRAFICO 13**  
**OPINIÓN DE LOS TURISTAS SOBRE RECOMENDACIÓN DE HOTELES**

**13. Recomendaría este hotel ?**



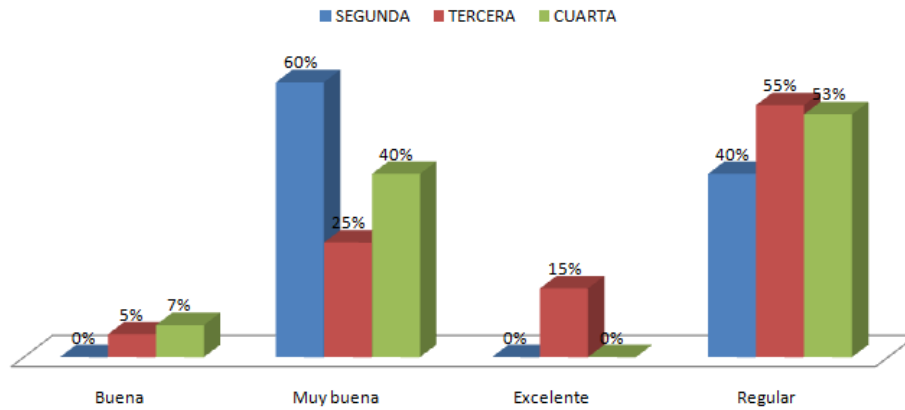
**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

En otro tema, los turistas que han visitado los hoteles de primera categoría, consideran que la protección medioambiental que se da en los mismos en un 80% es regular, un 20% opinó que es muy buena, para los turistas que se hospedaron en los hoteles de segunda categoría, en un 55% opinaron que los hoteles tienen un buen nivel de protección, un 25% expresaron que este parámetro es muy bueno, un 15% piensa que tienen una excelente protección medioambiental y un 5% que es regular. Para los de tercera categoría, los turistas piensan en un 53%, que la protección ambiental es buena, el 40% muy buena y un 7% regular. Es decir que los hoteles de primera, segunda y tercera categoría tienen un buen nivel de protección medioambiental en sus instalaciones según el criterio de los turistas.

## GRAFICO 14

### VALORIZACIÓN QUE DAN LOS TURISTAS SOBRE NIVEL DE PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL

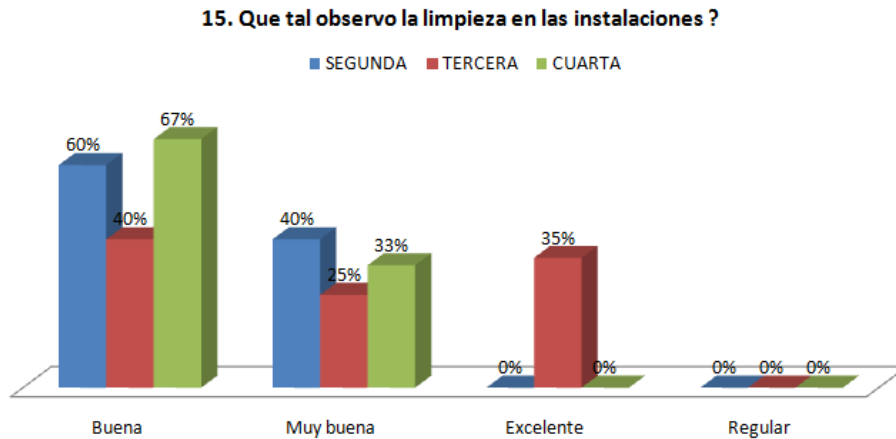
**14. Que tal considera la protección medio ambiental en el lugar?**



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Respecto a la limpieza de las instalaciones de los hoteles, los turistas que han sido entrevistados en centros de primera categoría, consideran que la limpieza que se da en los hoteles es un 60% buena y 40% muy buena; los turistas que se hospedaron en los hoteles de segunda categoría opinan que un 40% la limpieza es buena, un 25% que muy buena, y 35% que es excelente; para los turistas hospedados en centros de tercera categoría, opinaron en un 67% que la limpieza es buena y el 33% muy buena. Es decir que los hoteles de primera, segunda y tercera categoría tienen un buen nivel de protección medioambiental ya que existe una limpieza muy buena dentro del hotel.

## GRAFICO 15 VALORACIÓN SOBRE LIMPIEZA EN LOS HOTELES



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Por lo antes expuesto respecto al uso actual que los centros de alojamiento, están dando a los recursos naturales renovables y no renovables principalmente agua, energía eléctrica, ruido y manejo de desechos sólidos y líquidos, los propietarios de estos centros expresaron estar consientes de que disponen de escasos conocimientos relativos a un manejo eficiente de los mismos por lo cual en un 100% manifiestan su disponibilidad para implementar este tipo de indicadores.

De acuerdo al uso de agua, energía eléctrica, ruido y manejo de desechos sólidos y líquidos, los propietarios de los centros de alojamiento expresan que a pesar de utilizar estos recursos creen que con la debida asistencia técnica pueden optimizar el manejo de los mismos para contribuir con el cuidado ambiental y con ello disminuir sus costos de operación.

La percepción de los turistas que fueron encuestados evidencian que el manejo que los centros de alojamiento están dando a los residuos sólidos no es adecuado en los hoteles de segunda y tercera categoría expresando que se evidencian un trato no adecuado a los mismos; esto se contrapone con el resultado evidenciado en los hoteles de primera categoría donde no existe este tipo de problemática.

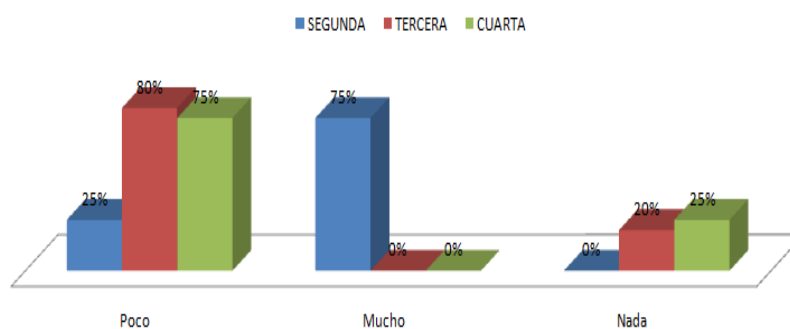
Los factores agua, energía eléctrica y ruido así como el cuidado de las áreas naturales y las limpiezas de los servicios higiénicos según la encuesta realizada a los turistas se manifiesta de manera óptima.

Obviamente el turismo que se desarrolla en este tipo de centros de alojamientos desconoce sobre estándares de calidad para regular y optimizar el uso de estos recursos naturales por lo que esta investigación plantea varios indicadores de gestión ambiental turística que permitirán mejorar la oferta, contribuir con el cuidado ambiental mediante el uso sustentable de estos recursos así como proyectar una imagen turística sostenible.

En lo que respecta al conocimiento que tienen los propietarios acerca de los indicadores de gestión ambiental – turística, los resultados demuestran que en la categoría 1, en un 75%, se tiene conocimientos en este tema; en la categoría 2, un 80% de los encuestados expresó tener poco conocimiento en este tema, y, un 20% manifestó no saber nada al respecto; lo propio sucede en los resultados que evidenciaron los propietarios de hoteles de la categoría 3.

### GRAFICO 16 CONOCIMIENTOS DE INDICADORES DE GESTIÓN AMBIENTAL - TURÍSTICA

1. Qué conocimientos de indicadores de gestión ambiental – turística tiene usted?

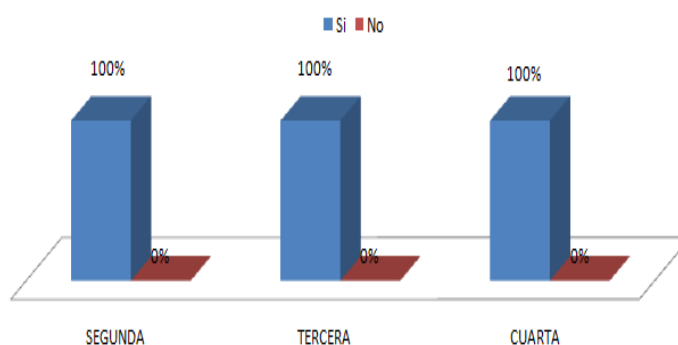


Elaborado por: María José Muñoz Briones

Cuando se les preguntó a los propietarios, si implementarían indicadores de gestión ambiental – turística que regularizaran el uso de los recursos tales como el agua y la energía eléctrica en sus establecimientos de alojamiento, los resultados fueron equitativos tanto en la categoría 1, categoría 2 y en la categoría 3, presto que un 100% respondieron a que si estarían de acuerdo.

**GRAFICO 18**  
**IMPLEMENTARIA INDICADORES DE GESTIÓN AMBIENTAL – TURISTICA**  
**EN SU HOTEL**

**2. Implementaría indicadores de gestión ambiental – turística en su hotel.**

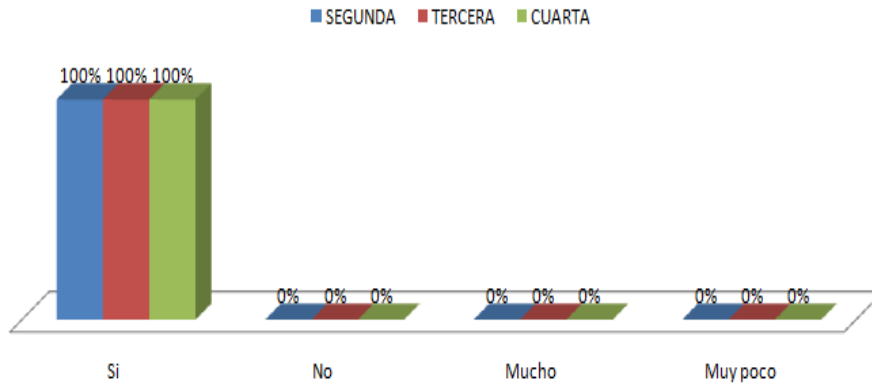


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Adicionalmente, todos expresaron en un 100% que esta actividad si es beneficiosa para su zona.

**GRAFICO 19**  
**CONSIDERA BENEFICIOSA ESTA ACTIVIDAD**

**3. Considera Beneficiosa esta actividad?**

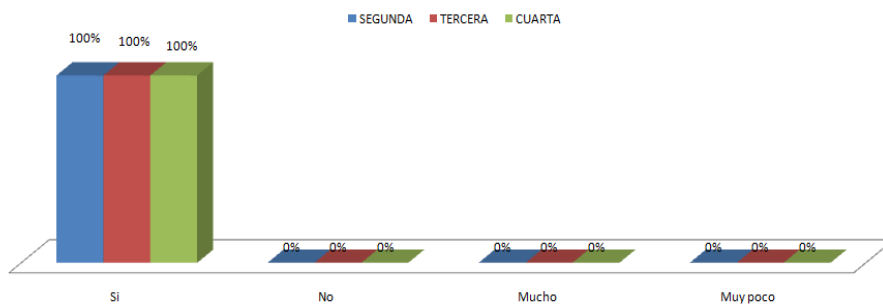


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Para conocer si las actividades turísticas generan fuentes de trabajo a los residentes locales, pudimos observar que todos los empleados son habitantes de la parroquia.

**GRAFICO 20**  
**OFRECE BENEFICIOSA ESTA ACTIVIDAD**

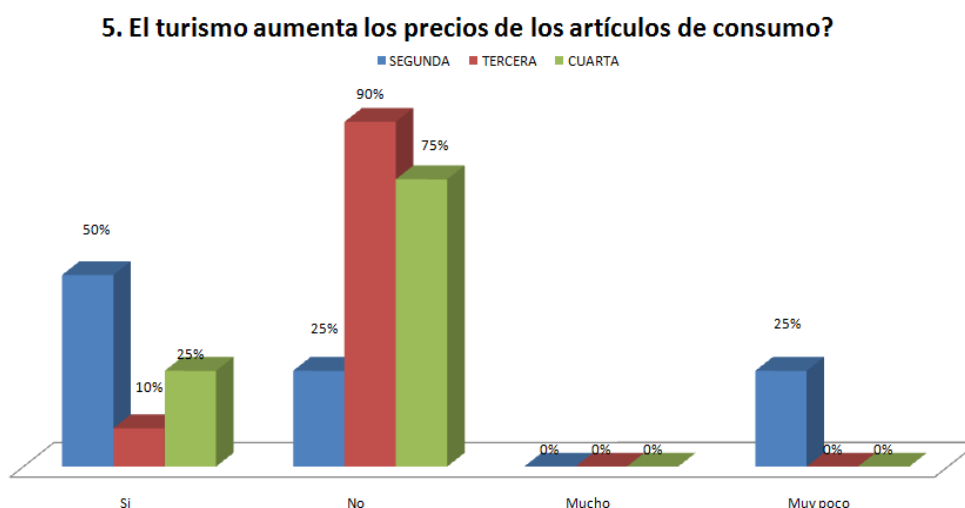
**4. Ofrece empleo a la gente de la comunidad?**



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

Los resultados de la pregunta sobre si el turismo aumenta los precios de los artículos de consumo, los propietarios de hoteles de categoría 1, respondieron en un 25% que no suben los precios, mientras que en un 50% de manera equitativa consideran que si suben y que muy poco suben estos precios; en la categoría 2, en un 90%, opinaron que no suben los precios y en menor porcentaje dijeron que si (10%); en la categoría 3, de igual forma la mayoría (75%), respondió que no suben los precios de los artículos con el turismo, mientras que en un 25% expresaron que si suben estos precios.

**GRAFICO 21**  
**EL TURISMO AUMENTA LOS PRECIOS DE LOS ARTÍCULOS DE CONSUMO**



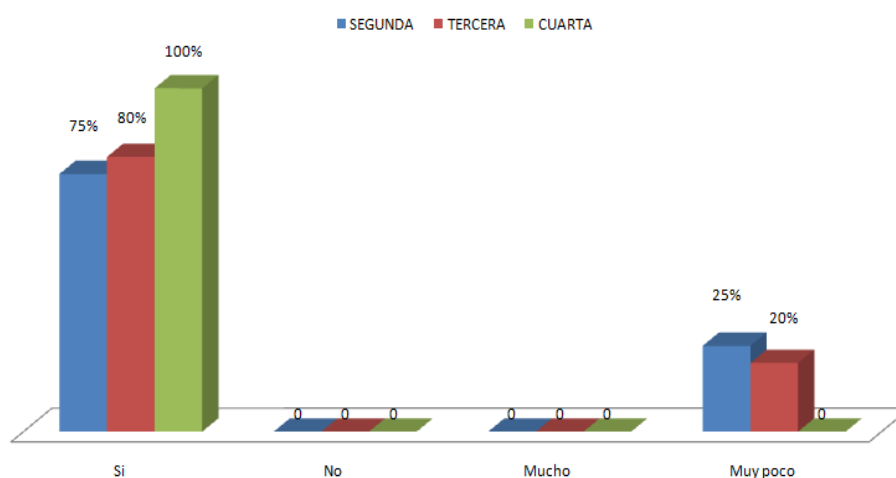
**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

La respuesta que dieron los propietarios hoteleros cuando se les preguntó sobre si contribuyen a que la comunidad obtenga servicios, la opinión fue en la categoría 1, con un 75% que si se obtienen servicios, y un 25% que muy poco; en la categoría 2, de igual manera la mayoría dijo que si contribuye a que la comunidad obtenga servicios y un menor porcentaje que muy poco; mientras que la categoría 3, una totalidad del 100% respondió que si obtienen servicios.



## GRAFICO 22 OBTIENE SERVICIOS LA COMUNIDAD

### 6. Obtiene servicios la comunidad ?

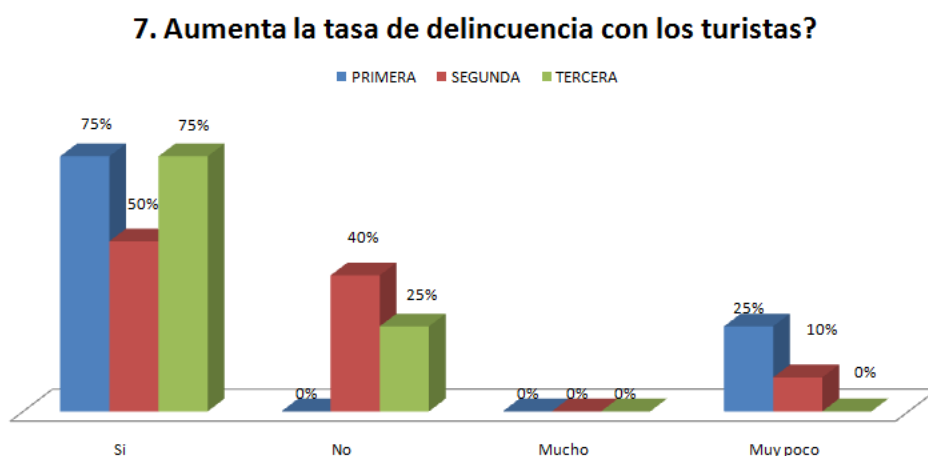


**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

En lo que respecta al aumento de la tasa de delincuencia los propietarios respondieron que en la categoría 1, la mayoría muestra que no aumenta y en menor porcentaje considera que muy poco; en la categoría 2, por el contrario el mayor porcentaje demostró que si aumenta la tasa de delincuencia con un 50%, con un 40% que no y con 10% que muy poco, por otro lado la categoría 3, manifestó con un 75% que sí y con 25% que no aumenta la tasa de delincuencia con el turismo.

## GRAFICO 23

### AUMENTA LA TASA DE DELICUENCIA CON LOS TURISTAS



**Elaborado por:** María José Muñoz Briones

#### **d. Estudio Técnico**

Las capacitaciones se llevaran a cabo en la Parroquia de Crucita en la Hostería Casa Grande de propiedad de la Sra. Mireya Briones de Muñoz madre de quien está presentando este proyecto, quien es Concejal de Cantón Portoviejo y además se encuentra asociada a la Cámara de Comercio de Portoviejo, también fue presidenta de la Asociación de Hoteleros de Crucita su experiencia en el mercado local nos permitirá abrirnos campo con mayor facilidad.

Además la zona donde se encuentra la Hostería Casa Grande es estratégica, en pleno malecón de Crucita lo que facilitará que el cliente tenga fácil acceso a nuestro local y además se podrá publicitar sin incurrir en mayores gastos.

Para determinar nuestro objetivo se realizaron entrevistas a funcionarios de instituciones públicas, quienes aportaron con ideas para identificar a nuestro cliente y las mejoras que se deben dar a cada uno de ellos.

Nuestro mercado objetivo son los establecimientos que brindan servicio de hospedaje y alimentación de la Parroquia Crucita. Se brindará capacitación en cuanto a la implementación de indicadores de calidad, su implementación y seguimiento a propietarios y empleados.

## 4. JUSTIFICACIÓN

Los destinos turísticos, con los varios productos turísticos que los componen, para que sean sostenibles, deben necesariamente buscar definir indicadores que les permitan gestionar su sostenibilidad de forma eficaz y considerar la precaución en la toma de decisiones como un aspecto muy relevante para el desarrollo adecuado del destino. La planificación estratégica y la gestión de la sostenibilidad del desarrollo turístico deben ser consideradas como elementos necesarios para garantizar la perspectiva de largo plazo del destino. La calidad de los productos turísticos es esencial en la conformación de la imagen de los mismos, y cada vez más adquieren un papel preponderante frente a las acciones comunicativas, puesto que la referida calidad es el instrumento más adecuado para fidelidad a los clientes satisfechos. La satisfacción de los turistas con relación a un producto turístico está directamente relacionada a la calidad del mismo. Dado que los turistas son cada vez más experimentados y exigentes, estos esperan una relación calidad-precio cada vez más satisfactoria (Gándara, 2000).

Dentro de la actividad turística, la hotelería se constituyen uno de los elementos claves, la sostenibilidad de los hoteles de cualquier destino se convierten en un aspecto fundamental. Para tal sostenibilidad de los destinos, la calidad de las empresas hoteleras es un importante instrumento. Por tal motivo, este proyecto está orientado a los establecimientos hoteleros con la implementación de programas de producción más limpia como una estrategia para lograr una gestión empresarial más eficiente y sostenible.

El proyecto promueve un proceso de mejora continua a través de la implementación de buenas prácticas ambientales en empresas de hospedaje de nuestra parroquia.

En el caso de los hoteles que reciben diariamente turistas que hacen uso de todos los servicios con que cuenta cada uno de estos sitios, es importante que se implementen programas de control y manejo del buen uso de recursos renovables

y no renovables, por lo que es necesario diseñar indicadores de gestión ambiental y turística que permitan concienciar a cada uno de los empresarios hoteleros y por ende a su personal interno y externo, mediante mecanismos que regularicen el uso racional de cada uno de estos recursos como son el agua, la luz, así como los materiales que utilizan diariamente cada consumidor, no solo turistas sino también el personal que labora en cada hotel.

El que las empresas hoteleras, acojan esta propuesta investigativa, permitirá ofertar de mejor manera los establecimientos de hospedaje, lo que sin duda, beneficiara a la empresa hotelera, y por tanto la imagen turística de la Parroquia Crucita, la cual se vería incrementada.

La Parroquia de Crucita es uno de esos lugares realmente especiales y maravillosos que existe en nuestro país, es un lugar realmente rico en recursos naturales y culturales, pero que es muy poco conocido, y a pesar de estar dentro de una de las provincias más grandes e importantes del Ecuador, no ha sido explotada de manera acertada.

La calidad del turismo depende de la satisfacción de los clientes. Tal y como se ha demostrado en estudios realizados en los E.E.U.U (Pérez Fernández, 1995; Zeithaml et *al.*, 1993; Merli, 1995), si los clientes reciben un buen servicio de su agrado es muy probable que repitan su elección, lo cual significa nuevas oportunidades de negocio. Además, si su opinión es favorable recomendaran a otros clientes potenciales.

## **5. FUNDAMENTACIÓN Y/O ENFOQUE TEÓRICO – METODOLÓGICO DEL PROYECTO**

Para la realización de este proyecto se realizó una investigación exploratoria e investigativa, donde 50 turistas fueron encuestados y se realizó también entrevistas a los propietarios de los establecimientos hoteleros de la parroquia, así como a funcionarios públicos, para luego proceder a su respectiva tabulación y presentación de resultados.

Para poder Identificar los Indicadores planteados, se buscó información secundaria de hoteles nacionales e internacionales que utilizan indicadores de gestión de calidad ambiental y turística. Los medios que se utilizaron fueron fuentes de internet, archivos de hoteles de otros países esto con la finalidad de escoger y seleccionar este tipo de indicadores y adecuarlos a la realidad de la Parroquia Crucita.

### **Técnicas**

En la investigación utilizamos las siguientes técnicas.

- Observación.
- Entrevistas.
- Encuesta

De acuerdo a los resultados y a lo que se pudo observar en la Parroquia Crucita se pudo observar la necesidad de aplicar:

### **5.1 Indicadores de gestión de calidad turística**

Los indicadores son medidas de la existencia de dificultades o de la gravedad de las ya conocidas, indicios o situaciones o problemas por venir, medidas de riesgo y de la necesidad potencial de acción, y medios para identificar y evaluar los resultados de nuestras acciones. Los indicadores son conjuntos de información

formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo (GPM, 2008).

El Plan Estratégico Provincial de Turismo Sostenible de Manabí, expresa que los indicadores de gestión de calidad turística, pueden medir:

- Cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos.
- Cambios en los factores externos que afectan al turismo y las repercusiones del turismo.

Para la elaboración de indicadores sobre la sostenibilidad, es igualmente útil la información cuantitativa como la cualitativa. Normalmente, los indicadores se eligen de entre una serie de conjunto de datos o fuentes de información posible por su importancia para los principales problemas a los que deben hacer frente los gestores turísticos. La utilización de esos indicadores puede culminar en la adopción de medidas que anticipen y prevengan situaciones indeseables o no sostenibles en los destinos (GPM, 2008).

### ***5.1.1 Importancia del uso de indicadores en la industria turística.***

La elaboración y utilización de estos instrumentos se considera parte fundamental de la planificación y gestión general de los destinos y elemento integrante de las actividades de promoción de un desarrollo sostenible del sector turístico en todos los niveles. El estímulo para el sector turístico proviene de la percepción de que muchos destinos han estado en peligro, como consecuencia de la insuficiencia atención prestada a las repercusiones del turismo y a la sostenibilidad a largo plazo de los destinos (GPM, 2008).

El Plan Estratégico Provincial de Turismo Sostenible de Manabí, expresa que en cualquier destino, los mejores indicadores son los que responden a los riesgos y preocupaciones fundamentales respecto de la sostenibilidad del turismo, y facilitan información que puede ayudar a circunscribir problemas y evaluar respuestas. Los indicadores responderán normalmente a asuntos relativos a los recursos naturales y al medio ambiente de un destino, a inquietudes respecto de la

sostenibilidad económica, a problemas sobre los activos culturales y los valores sociales, más ampliamente a cuestiones de organización y gestión, tanto en el sector turístico como en el conjunto del destino.

En este mismo documento se resumen algunas ventajas de contar con buenos indicadores entre los cuales se citan:

- Mejora la adopción de decisiones – disminución de los riesgos o costos.
- Detección de los problemas emergentes – posibilidad de prevención.
- Identificación de las repercusiones – posibilidad de adoptar medidas correctivas en caso de necesidad.
- Evaluación de los resultados de la aplicación de planes y la realización de actividades de gestión – evaluación de los progresos realizados en el camino hacia un desarrollo sostenible del turismo.
- Reducción del riesgo de la comisión de errores en la planificación – determinación de los límites y las oportunidades.
- Mayor responsabilización – el suministro de información fidedigna al público y otras partes interesadas del sector fomenta la responsabilización y su prudente utilización en la adopción de decisiones.
- Una vigilancia constante puede permitir una mejora continua – incorporación de soluciones a la gestión.

## **5.2 Las buenas prácticas ambientales en turismo (BPA)**

Cuando se habla particularmente de las actividades desarrolladas por empresas turísticas, el fin principal de las BPA no será diferente al de cualquier otra empresa. Siempre se busca minimizar los impactos que se puedan ocasionar al medio, mejorando la calidad de vida de los empleados, los clientes y la población local. En particular, las BPA buscarán potenciar actividades recreativas que respeten la naturalidad del medio en el que se desarrollan o que minimicen la creación de residuos o emisiones negativas. El mayor aporte del turismo y la recreación a la conservación de los recursos naturales tiene que ver con su capacidad de modificar actitudes y comportamientos negativos de las personas que realizan estas actividades (Encabo, *et al* 2009).



El primer paso para establecer un sistema de BPA será plantear la política medioambiental de la empresa, diseñando un plan que estipule las metas de ahorro de agua, energía, disminución de residuos y objetivos relacionados con el aporte al conocimiento de temas ambientales de la sociedad. Al plantear claramente la política de buenas prácticas y hacerla extensiva a los empleados y clientes, se está marcando un norte a seguir y una clara diferenciación con la competencia (Andrés & Torres, 2010).

Gran parte del éxito que pueda tener un establecimiento “*sostenible*”, tanto a nivel comercial como a la hora de proteger el medio ambiente, depende de la concienciación de los clientes y su aporte a las buenas prácticas. Para que los turistas y recreacionistas colaboren con la conservación, se debe enseñarles la importancia de hacerlo y comunicarles cómo lograrlo.

Por ello es importante informar las prácticas ambientales del establecimiento a través de cartelera u otros medios (tratando de no generar más residuos). Un buen programa de información ayudará a explicar a los usuarios el porqué de las decisiones y acciones que tiene la empresa y a solicitar su colaboración. Por ejemplo, en las habitaciones de los hoteles se puede colocar información con instrucciones sobre cómo ahorrar agua y energía, dando a los turistas la posibilidad de colaborar. Ayudar a la conservación del entorno, permite mejorar la imagen de la empresa y presentar publicidad medioambiental verdadera.

La explicitación de la política ambiental de la empresa es un modo de formalizar su compromiso con la sustentabilidad ambiental y social de la población que la sostiene. El hotel, el restaurante o la agencia podrán asociarse con el municipio local o con otras entidades en campañas de concienciación de la población local y de los turistas, mostrando la importancia de los recursos y procesos naturales y generando actitudes positivas hacia ellos. La interpretación es un medio adecuado para tal fin (Andrés & Torres, 2010).

### 5.3 Turismo y medio ambiente

La mayoría de los destinos turísticos en la actualidad dependen de un ambiente limpio, medio ambiente protegido y una cultura específica, en cualquier tipo de desarrollo resulta esencial mantener el sentido histórico, cultural y de identidad de la población local en la que este se produce, esto que logra de la siguiente manera:

- El Turismo sustentable asegura una distribución mas justa de los costos y beneficios.
- El turismo genera empleo tanto en el sector del turismo como en otros sectores.
- El turismo estimula industrias domesticas tales como hoteles, restaurantes, transportes, servicios de guías.
- El turismo genera intercambio con el exterior e inyecta capital y dinero nuevo en la economía local.
- El turismo sustentable realiza la toma de decisiones incluyendo a todos los segmentos de la sociedad, y contando con la población local, para que tanto la industria turística como los de mas utilizadores de los recursos puedan coexistir.

El turismo es una actividad íntimamente relacionada con el medio ambiente. Lo que se vende a los clientes es un conjunto de servicios que no se limita sólo al alojamiento, restauración y/o transporte, entre otros (Carrillo & Peña, 2011).

Martín Mateo, R. (1991) entiende el medio ambiente como “...*aquellos factores naturales que poseen una titularidad común y características, como son el agua, aire, vehículos básicos de transmisión, soporte y factores esenciales para la existencia del hombre sobre la tierra.*”

Carrillo & Peña (2011) expresan que el medio ambiente es el sustento básico de la vida en el planeta. En este sentido el “...*medio natural desarrolla diversas*

*funciones que pueden considerarse económicas, ya que inciden directa o indirectamente, en las actividades económicas de los hombres.”* Las funciones a las que se refieren estos autores son básicamente de tres tipos:

- a) Proporcionar recursos.
- b) Asimilar residuos.
- c) Prestar servicios ambientales.

Teniendo en cuenta estos criterios se puede inferir, que el medio ambiente es el conjunto de elementos que se encuentra en constante interacción con los organismos vivos, donde el hombre acciona directa o indirectamente sobre él, transformándolo y utilizándolo para la satisfacción de sus necesidades, por lo que desde el punto de vista organizacional se puede derivar el término como el entorno en el que se encuentra enclavada y desenvuelve una organización y del cual no deben estar excluidos los factores naturales, sociales, políticos en una estrecha interacción (Carrillo & Peña, 2011).

Es lógico pensar entonces, que toda la actividad humana, ya sea como individuos aislados o como grupos organizados (empresa, organizaciones, etc.) va a influir directamente sobre el medio ambiente.

El producto turístico incorpora como parte inseparable y esencial de sí mismo todo el conjunto de parámetros naturales como el clima, paisaje, playas, por lo que el turismo no puede prosperar sin una adecuada calidad del medio ambiente. La degradación ambiental que produce la industria turística (contaminación, saturación de la infraestructura, destrucción del paisaje), se torna contra la propia actividad que la genera, pues forma parte inseparable del propio producto. Este hecho constituye un elemento diferenciador de gran importancia con relación a industrias muy contaminantes que consumen recursos naturales en forma de entradas y generan salidas indeseables contaminando el entorno (Carrillo & Peña, 2011).

Estos mismos autores sostienen que la industria puede continuar su funcionamiento en un ambiente contaminado, mientras el turismo no, pues la degradación ambiental que ésta genera hace peligrar su propia continuidad. En

otras palabras no basta la calidad del producto o servicio en sentido estricto, hay que añadir la calidad ambiental para conseguir la satisfacción del cliente y su realización.

Un resumen de los efectos de una actividad turística no amigable o compatible con el medio ambiente es la contaminación por aguas residuales que es uno de los efectos del turismo masivo, en este mismo tema, la inexistencia de sistemas de depuración tiene profundas implicaciones para el ecosistema y para la propia salud de los turistas.

Esta polución genera pérdida de la biodiversidad, incremento de la turbiedad del agua, peligros sanitarios, entre otras. La producción de desechos sólidos es otro de los problemas relevantes producidos por el turismo. La generación de basuras, riesgos de incendios, molestias a la fauna, son impactos derivados por la actividad humana, por tanto se hace necesario desarrollar una amplia cultura ambiental tanto en los turistas como en los ofertadores de servicios turísticos.

En definitiva, la política turística mas sustentable, desde el punto de vista profesional del sector, es aquella compatible con los objetivos ordinarios de la empresa: el logro de la rentabilidad a largo plazo, es decir la competitividad (Fayos, 1993). De esta forma se demuestra que la competitividad turística de una nación o destino turístico es el sostenimiento de la actividad en el tiempo, la capacidad de obtener mayores beneficios que los competidores y mantenerlos ante circunstancias cambiantes.

## **6. GRUPO OBJETIVO AL QUE SE DIRIGE EL PROYECTO**

Este proyecto está dirigido a los establecimientos que de alguna manera interactúan con los turistas nacionales e internaciones que visitan la Parroquia Crucita. Hoteles de todas las categorías, con propietarios que comprenda entre las edades de 25 a 55 años, sin distinción de sexo, con nivel cultural medio y alto que busque mejorar el servicio.

### **a. Participantes directos**

Los participantes directos son los establecimientos que prestan el servicio de hospedaje y alimentación a los turistas nacionales e internacionales que visitan la Parroquia Crucita los establecimientos que prestan servicios de alimentación, diversión o entretenimiento que están ubicados en la Parroquia Crucita y que de igual manera tienen contacto con el turista nacional e internacional.

### **b. Participantes indirectos**

La comunidad que al implementar estas mediadas de servicios y ambientales mejorara su economía y calidad de vida.

## **7. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **a. Objetivo General**

Promover la aplicación de Indicadores de gestión ambiental - turística para mejorar los estándares de calidad de los hoteles de la Parroquia Crucita.

### **b. Objetivos específicos**

- Diagnosticar el uso actual de los recursos naturales renovables y no renovables en los hoteles de la Parroquia.
- Identificar indicadores de Gestión de calidad turística y ambiental.
- Establecer estrategias de manejo de los recursos naturales a través de la aplicación de medidas ambientales que garanticen emplear mecanismos de producción limpia en establecimientos de alojamiento.
- Ser una empresa pionera en proporcionar este servicio en la Parroquia Crucita.
- Incrementar plazas de empleo.

## 8. INDICADORES DE RESULTADOS O METAS

### a. Del objetivo general

- Valoración de los turistas sobre el nivel de protección medioambiental del hotel
- Existencia de capacitaciones en temas ambientales y turísticos.
- Número de Incentivos que el hotel ha recibido anualmente por parte de los órganos de control afines.
- Número de multas por infracción ambiental al año.
- Existe un área organizada para el control ambiental en el hotel
- Existe un documento que contiene la Política Ambiental y los mecanismos para su aplicación y difusión en el hotel.
- Valoración de los turistas sobre el cuidado y limpieza del entorno del hotel.
- Existen puntos de recolección selectiva de residuos sólidos. Volumen de desechos sólidos generados en el hotel.
- Valoración de los turistas sobre los olores percibidos en el hotel y en el destino turístico.
- Existencia de sistema de tratamiento de aguas residuales dentro del hotel.
- Volumen de descarga a la red de alcantarillado público.
- Existencia de Separadores de grasa y aceites en el hotel y registro de mantenimiento.
- Control de humos y olores en los centros de hospedaje.
- Valoración de los turistas sobre la congestión de tráfico en el destino turístico adyacente al hotel.
- Valoración de los turistas sobre el ruido en el hotel y en el destino turístico.
- Áreas del hotel con sistemas de ahorro energético.
- Metros totales de áreas verdes dentro del hotel.
- Valoración de los turistas sobre la iluminación del hotel.
- Valoración de los turistas sobre la integración del hotel con su entorno.
- El hotel aplica las normas señalética pública y de publicidad
- Valoración de los turistas sobre la calidad de agua potable en el hotel.

- Áreas de hotel con sistemas de ahorro de agua potable.
- De los objetivos específicos.
- Turistas satisfechos anualmente con la protección ambiental en el hotel.
- Total de turistas registrados al año en el hotel.
- Programa de capacitación anual del hotel.
- Incentivo a empresas hoteleras..
- Infracciones ambientales anuales.
- Número total de empleados en el hotel.
- Carteles con la política ambiental
- Cuidado y limpieza del entorno del hotel.
- Volumen de desechos sólidos generados en el hotel.
- Volumen de desechos sólidos entregados a empresas recicladoras autorizadas.
- Sistema de tratamiento de aguas residuales.
- Operacionalidad de la red de alcantarillado.
- Separadores de grasas y aceites.
- Control de humos y olores.
- valoración de turistas sobre la congestión de tráfico.
- metros totales de áreas verdes.
- integración del hotel con su entorno.
- Hormas de señalética pública y de publicidad.
- Sistemas de ahorro de agua.



## 9. ANÁLISIS DE IMPACTOS (PEST).

### 9.1 Análisis político

A pesar de la inestabilidad económica y política que el Ecuador ha tenido en el transcurso de su historia, al día de hoy, el país cuenta con un Gobierno sólido dirigido por el Presidente Rafael Correa que, junto al Ministerio de Turismo trabajan en función de la reactivación de esta industria, como por ejemplo el programa “Negocios Turísticos Productivos” el cual busca fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos a través de:

- Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos.
- Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos.
- Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública.

Los beneficiarios del programa son emprendedores turísticos en operación o potenciales empresarios turísticos. El programa contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional. Ministerio de Turismo (2012)

El desarrollo del turismo en Ecuador se caracteriza por la existencia de destinos consolidados e incluso algunos de ellos saturados por su explotación no regulada, a pesar de los intentos de planificación realizados, como es el caso de Galápagos, Quito, Cuenca y la Amazonia. La dinámica de la descentralización ha dado lugar al surgimiento de nuevos destinos que se habían mantenido al margen del desarrollo nacional del turismo, a pesar de contener cualidades de atractividad y de contar con las infraestructuras suficientes para potenciar sus recursos naturales y culturales. De igual manera se observa que existen otras zonas de interés turístico que no se han logrado consolidar como destinos, como

las áreas protegidas y algunas poblaciones dispersas en el territorio nacional o que se encuentran cercanas a sitios de interés turístico o de patrimonio cultural, pues no se han visto beneficiadas por el turismo, ya que no se han constituido como proveedores de bienes y servicios. Durante los últimos veinte años se ha registrado el surgimiento de operaciones de ecoturismo y turismo comunitario, en áreas geográficas dispersas, que han renovado la oferta de productos con diferenciación de los destinos tradicionales

## **9.2 Análisis económico**

El turismo en Ecuador el año pasado creció un 9 por ciento, cifra que lo convierte en una de las principales industrias. Fue así, que en el año 2010 Ecuador recibió 1,15 millones de visitantes extranjeros los cuales, junto a los turistas locales, estimularon un consumo que superó los 4.000 millones de dólares, lo que representa el 6,5 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB), según el Ministro de Turismo Freddy Ehlers en una entrevista a Europa Press en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR).

Por lo antes mencionado, es importante que la industria hotelera implemente indicadores de calidad en el servicio que ofrece al turista, con la finalidad de que el turista se sienta satisfecho y eso redunde en el incremento de ingresos.

Según Freddy Ehlers, Ministro de Turismo del Ecuador (2011), " Ecuador ha tomado la decisión de hacer del turismo la actividad fundamental de la economía nacional, cuyo desarrollo se sustente en el buen vivir de los ecuatorianos y de quienes nos visiten. Llegar al Ecuador es un encuentro con la vida, donde en un pequeño territorio se concentra una gran cantidad de flora, fauna, cultura, volcanes, etnias vivas, la calidez de su gente y su exquisita gastronomía".( elciudadano.gob.ec, S.F )

## **9.3 Análisis social**

El término social implica sociedad, en este sentido al hablar del turismo y su repercusión en la sociedad, se debe tomar en cuenta que esta industria no solo

afecta positivamente en la economía de las ciudades o comunidades visitadas, sino que además, la interacción entre unos y otros influye en las costumbres, tradiciones y modelos locales que se pueden llegar a ser afectados considerablemente.

Es así que la sociedad de la Parroquia Crucita se ha visto influenciada de manera positiva y negativamente, ya que busca imitar patrones de conducta observados en los visitantes. Se puede tomar como ejemplos el interés por estudiar y prepararse para estar a la altura de los conocimientos de los turistas, así como también, asumir comportamientos propios de los visitantes que buscan la diversión y la juerga, lo cual influye negativamente en la juventud.

## **9.4 Análisis tecnológico**

La tecnología en Ecuador en estos últimos años se ha visto incrementada gracias al Gobierno Central influyendo positivamente en todos los aspectos de la sociedad. En este sentido, internet, las telecomunicaciones, etc. Ha ayudado a incrementar la comunicación e interacción entre individuos y empresas fortaleciendo en todos los aspectos los negocios y las relaciones humanas.

Hoy en día todo se mueve a través de la tecnología; los avances tecnológicos nos ayudan a facilitarnos mucho los procesos de elaboración, los hacen con mayor rapidez y eficacia que con la mano de obra, y abaratando así el costo de producción, es decir la productividad y competitividad de las empresas. En la ciencia, en la comunicación, factores geográficos, industrias, petróleo, cultivos, etc.; la tecnología ha tenido un gran alcance, y nos ha demostrado que sin esta actualmente no podemos progresar.

## **10. PLAN DE ACCIÓN**

### **a. Método de acción profesional**

La buena administración del proyecto requiere planeación, programación y coordinación cuidadosa de todas las actividades de manera que se interrelacionen entre sí para ofrecer el mejor servicio , por lo que es necesaria la elaboración del cronograma de actividades para la implementación y seguimiento del proyecto.

El método que se utilizará para la implementación del negocio será el PERT (técnica de evaluación y revisión de programas) que nos ayudará en la planeación y el control del proyecto y además determinar la probabilidad de cumplir con fechas establecidas. También nos permitirá identificar aquellas actividades que se conviertan en cuellos de botella y por ende requieren de mayor atención y esfuerzo para no tener retrasos.

## b. Actividades de cada objetivo

ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Contactar con los propietarios de los hoteles escogidos	Llamadas telefónicas, reunión con los involucrados	# propietarios	fotos
Trabajo de campo	Realizar encuestas	# encuestas	matrices llenas
Tabular información	Representación de la información en cuadros y gráficos	#	resultados
Buscar información secundaria de hoteles que utilicen indicadores de gestión ambiental- turística	Internet, archivos de hoteles de otros países	#	fuentes
Escoger los indicadores adecuados para utilizar en los hoteles de muestra	Analizar, comparar y ponerlos en practica	#	cartillas, fotos
Solicitar colaboración al Mintur, Gobierno Provincial de Manabí, Municipio Portoviejo y Junta Parroquial de Crucita	Oficios dirigidos a los Directores de cada institución , contacto directo	# Directores	recepción de oficios
Elaboración de programas de capacitación	Planificación de las temáticas a dictarse, banner del programa de capacitación	# programa	presentación del programa, diapositivas, material de apoyo
Convocatoria a los diferentes establecimientos turísticos	Contacto directo, oficios	# propietarios	recepción de oficios
Presentación del programa y trabajo realizado en los hoteles que se utilizaron de muestra mediante un taller de información	Proyección del trabajo realizado	# programa	lista de asistencia, fotos, video

## 11. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Actividades	2013								2014			
	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
<b>Aplicación de lista de chequeos a los turistas</b>												
Diseño estandarizado de listas de chequeo a turistas	X											
Reproducción e impresión de la lista de chequeos a los turistas	X											
Aplicación y tabulación de la lista de chequeos de los turistas	X											
<b>Aplicación de la lista de chequeo a los hoteles</b>												
Diseño de la lista de chequeo para el control ambiental turístico de los hoteles		X										
Reproducción e impresión de la lista de chequeos para el control ambiental turístico de los hoteles		X										
Aplicación y tabulación de la lista de chequeos para el control ambiental turístico de los hoteles		X							X			
<b>Capacitación en Temas Ambientales</b>												
Manejo de componentes físicos			X									
Manejo de desechos sólidos				X								
Manual de eventos de contingencias					X							
Manual de procedimientos y salud ocupacional						X						
<b>Capacitación en temas turísticos</b>												
Administrador de empresas de alojamiento							X					
Administrador de restaurante							X					
Hospitalidad								X				
Seguridad alimentaria para personal operativo								X				
Recepcionista polivalente										X		
Mesero polivalente										X		
Cocinero polivalente										X		
Camarera de pisos											X	

## 12. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Descripción Narrativa	Indicadores Verificables	Fuentes de verificación	Supuestos Básicos importantes
Objetivos Final: Promover la aplicación de Indicadores de gestión ambiental - turística para mejorar los estándares de calidad de los hoteles de la parroquia de Crucita.	Al finalizar el primer año la población en general y el turista conocerá sobre el nivel de protección medioambiental del hotel, sobre la existencia de capacitaciones en temas ambientales y turísticos, sobre el número de incentivos que el hotel ha recibido anualmente por parte de los órganos de control afines lo que hará concienciar sobre lo importante de mantener este tipo de programas.	Informes	Marco Legal
Objetivos del proyecto: Diagnosticar el uso actual de los recursos naturales renovables y no	Durante la puesta en ejecución del proyecto la población, el turista y el personal de los hoteles podrá visualizar	Informes Registros de asistencia Planificaciones	Respaldo de Gobierno local, cantonal y parroquial

<p>renovables en los hoteles de la Parroquia Crucita.</p> <p>Identificar indicadores de Gestión de calidad turística y ambiental.</p> <p>Establecer estrategias de manejo de los recursos naturales a través de la aplicación de medidas ambientales que garanticen emplear mecanismos de producción limpia en establecimientos de alojamiento</p>	<p>cambios importantes en el manejo de los recursos naturales.</p>	<p>Datos de prensa escrita o tv</p>	
<p>Resultados esperados:</p> <p>Turistas bien atendidos y satisfechos.</p> <p>Ciudadanos concientizados.</p> <p>Técnicas ejecutadas.</p> <p>Personal capacitado.</p> <p>Incremento sustancial del turismo.</p>		<p>Matrices llenas</p> <p>Fotos</p> <p>Informes</p> <p>Planificaciones</p> <p>Registro de asistencia a los cursos</p>	<p>Participación de capacitadores del Ministerio de Turismo y del Ambiente</p>



<p>Actividades principales:</p> <p>Diseñar una ficha de monitoreo</p> <p>Realizar ficha de monitoreo que permita a las autoridades locales hacer seguimiento de los indicadores de gestión ambiental turística en los hoteles.</p> <p>Diseñar un programa de capacitación que incluya tanto al propietario como al personal del establecimiento de alojamiento</p> <p>Implementar programas de capacitación para el buen uso de los indicadores en los establecimientos de alojamiento de la Parroquia Crucita.</p>		<p>Informes</p> <p>Facturas</p> <p>Estados Financieros</p>	<p>Lograr aceptación de la localidad y del los propietarios de establecimientos.</p>
---	--	--	--

## 13. Presupuesto y financiamiento del proyecto

### 13.1 Inversión Inicial

<b>CAJA Y SUELDOS</b>			
Caja	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Sueldos	1	\$ 1,162.81	\$ 1,162.81
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,162.81</b>
<b>MUEBLES</b>			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Total
Escritorio	1	\$ 150	\$ 150.00
Sillas	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Archivadores	2	\$ 65.00	\$ 130.00
Vitrinas	2	\$ 150.00	\$ 300.00
Mesa pequeña	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Muebles para recepción	3	\$ 70.00	\$ 210.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 860.00</b>
<b>EQUIPOS</b>			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Total
Infocus	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Computadoras	1	\$ 550	\$ 550
reguladores de voltaje	1	\$ 100	\$ 100
Impresora Multifunción	1	\$ 120	\$ 120
Aire acondicionado	1	\$ 600	\$ 600
Teléfono	1	\$ 25	\$ 25
Copiadora	1	\$ 1,100	\$ 1,100
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,195</b>
<b>ENSERES DE OFICINA</b>			
Descripción	Cantidad	Valor U.	Total
Maceteros	2	\$ 18.00	\$ 36.00
Tachos Plásticos de Basura	2	\$ 8.00	\$ 16.00

Papelera	1	\$ 12.00	\$ 12.00
Guillotina	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Perforadoras	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Grapadoras	2	\$ 25.00	\$ 50.00
Troqueladora de papel	1	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL			\$ 464.00
TOTAL			\$ 7,681.81

<b>INVERSION DIFERIDA</b>			
<b>GASTOS DE PRE-OPERACION</b>			
<b>CANT</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
1	Asesoramiento Legal para la Constitucion	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Trámites de Constitución	\$ 150.00	\$ 150.00
1	Adecuación de oficina	\$ 300.00	\$ 300.00
<b>TOTAL GASTOS DE PRE-OPERACION</b>			<b>\$ 650.00</b>

<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$ 8,331.81</b>
------------------------	--------------------

### 13.2 Balance Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
<i>ACTIVOS CORRIENTES</i>		<i>PASIVO</i>	
Caja y Sueldos	\$ 3,162.81	Préstamo	\$ 6,248.86
<i>ACTIVOS FIJOS</i>		TOTAL PASIVOS	\$ 6,248.86
Muebles	\$ 860.00		
Equipos	\$ 3,195.00	<b>PATRIMONIO</b>	
activos no depreciables	\$ 464.00	Capital	\$ 2,082.95
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 2,082.95
<i>ACTIVOS DIFERIDOS</i>			
Gastos de constitución	\$ 650.00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 8,331.81	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 8,331.81

### 13.3 Presupuesto de Capacitación

PROFESIONALES	VALOR	VECES	SUBTOTAL
Administradora	\$ 475.54	12	\$ 5,706.47
Capacitador 1	\$ 343.64	12	\$ 4,123.62
Capacitador 2	\$ 343.64	12	\$ 4,123.62
<b>TOTAL GASTOS PROFESIONALES</b>			<b>\$ 13,953.71</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR	VECES	SUBTOTAL
Agua, Luz, Teléfono, Internet	\$ 35.00	12	\$ 420.00
Publicidad (Trípticos, afiches)	\$ 310.90	1	\$ 310.90
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 730.90</b>

<b>GASTOS DE SUMINISTROS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VECES</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Resmas papel bond a4	\$ 500.00	3	\$ 1,500.00
Cartuchos para impresora	\$ 50.00	3	\$ 150.00
Toner para fotocopidora	\$ 120.00	3	\$ 360.00
Carpetas A4	\$ 100.00	3	\$ 300.00
Cajas de grapas	\$ 30.00	3	\$ 90.00
Cajas de clips	\$ 30.00	3	\$ 90.00
Cajas de clips mariposa	\$ 60.00	3	\$ 180.00
Plumas	\$ 25.00	3	\$ 75.00
Borradores	\$ 1.00	3	\$ 3.00
Laminas de plástico	\$ 90.00	3	\$ 270.00
Laminas de plástico color negro	\$ 100.00	3	\$ 300.00
Lápices	\$ 15.00	3	\$ 45.00
<b>TOTAL GASTOS DE SUMINISTROS</b>			<b>\$ 3,363.00</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>			<b>\$ 18,047.61</b>
<b>INGRESOS POR CAPACITACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>VECES</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Asesoramiento	\$ 150.00	60	\$ 9,000.00
Programa Prevención y control de la contaminación 40 horas	\$ 200.00	24	\$ 4,800.00
Programa Manejo de desechos sólidos 40 horas	\$ 200.00	24	\$ 4,800.00
Programa Contingencias y emergencias ambientales 40 horas	\$ 200.00	24	\$ 4,800.00
Programa Salud y seguridad industrial 40 horas	\$ 250.00	24	\$ 6,000.00
Programa MINTUR / Competencias laborales 483 horas	\$ 400.00	24	\$ 9,600.00
<b>TOTAL INGRESOS POR CAPACITACIÓN</b>			<b>\$ 39,000.00</b>
<b>TOTAL INGRESOS - GASTOS</b>			<b>\$ 20,952.39</b>
<b>MENOS INVERSION INICIAL</b>			<b>\$ 8,331.81</b>
<b>GANANCIA ESPERADA</b>			<b>\$ 12,620.58</b>

## **14. SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO**

### **a. Sistema de Gestión**

El proyecto estará conformado por un equipo de trabajo altamente capacitado cuya misión primordial será brindar un excelente capacitación, velar por la satisfacción de sus requerimientos y expectativas, para lo cual, garantizamos impulsar una cultura de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora continua y seguridad.

De acuerdo a ello, establecemos los siguientes objetivos:

- Capacitarnos permanentemente.
- Conocer el nivel de satisfacción y las necesidades de nuestros clientes.
- Evaluar la eficacia de nuestros procesos de trabajo.
- Involucrarnos en la mejora continua y el trabajo en equipo.
- Asumir que la satisfacción de nuestros clientes nos concierne a todos los que somos parte de la empresa.
- Coherencia absoluta ante los clientes internos y externos, entre lo que se ofrece y practica.

## b. Sistema de Monitoreo

<b>Cuadro de actividades</b>		
<b>Objetivos</b>	<b>Estrategias de ejecución</b>	<b>Responsables de aplicación</b>
<p>Objetivo 1:</p> <p>Aplicar un checklist en las habitaciones para que los turistas evalúen la calidad del servicio.</p>	<p>Diseñar un modelo de checklist</p>	<p>Empresarios hoteleros Ministerio de Turismo – Coordinación zonal 4 GAP Portoviejo</p>
<p>Objetivo 2:</p> <p>Realizar ficha de monitoreo que permita a las autoridades locales hacer seguimiento de los indicadores de gestión ambiental turística en los hoteles.</p>	<p>Diseñar una ficha de monitoreo</p>	<p>Empresarios hoteleros Ministerio de Turismo – Coordinación zonal 4 GAP Portoviejo</p>
<p>Objetivo 3:</p> <p>Implementar programas de capacitación para el buen uso de los indicadores en los establecimientos de alojamiento de Parroquia Crucita.</p>	<p>Diseñar un programa de capacitación que incluya tanto al propietario como al personal del establecimiento de alojamiento</p>	<p>Empresarios hoteleros Ministerio de Turismo – Coordinación zonal 4 GAP Portoviejo</p>

CATEGORÍA	INDICADORES	CUMPLE	NO CUMPLE	NO APLICA	OBSERVACIONES
<b>SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO</b>	<p>Valoración de los turistas sobre el nivel de protección medioambiental del hotel</p> <p>Existencia de capacitaciones en temas ambientales y turísticos.</p> <p>Número de Incentivos que el hotel ha recibido anualmente por parte de los órganos de control afines.</p> <p>Número de multas por infracción ambiental al año.</p> <p>Existe un área organizada para el control ambiental en el hotel.</p> <p>Existe un documento que contiene la Política Ambiental y los mecanismos para su aplicación y difusión en el hotel.</p> <p>Valoración de los turistas sobre el cuidado y limpieza del entorno del hotel.</p>				



<p><b>RECOLECCIÓN Y CONTROL DE RESIDUOS SÓLIDOS</b></p>	<p>Existen puntos de recolección selectiva de residuos sólidos.</p> <p>Volumen de desechos sólidos generados en el hotel</p> <p>Valoración de los turistas sobre los olores percibidos en el hotel y en el destino turístico.</p>				
<p><b>AGUAS RESIDUALES</b></p>	<p>Existencia de sistema de tratamiento de aguas residuales dentro del hotel.</p> <p>Volumen de descarga a la red de alcantarillado público.</p> <p>Existencia de Separadores de grasa y aceites en el hotel y registro de mantenimiento.</p>				
<p><b>CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA</b></p>	<p>Control de humos y olores en los centros de hospedaje .</p> <p>Valoración de los turistas sobre la congestión de tráfico en el destino turístico adyacente al hotel .</p>				
<p><b>CONTROL DE CONTAMINACIÓN ACÚSTICA</b></p>	<p>Valoración de los turistas sobre el ruido en el hotel y en el destino turístico.</p>				
	<p>Áreas del hotel con sistemas de ahorro</p>				

<p><b>CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN ARQUITECTÓNICA Y LÚMINICA</b></p>	<p>energético.</p> <p>Metros totales de áreas verdes dentro del hotel.</p> <p>Valoración de los turistas sobre la iluminación del hotel.</p> <p>Valoración de los turistas sobre la integración del hotel con su entorno.</p> <p>El hotel aplica las normas señalética pública y de publicidad.</p>				
<p><b>CONSUMO Y CALIDAD DEL AG UA</b></p>	<p>Valoración de los turistas sobre la calidad de agua potable en el hotel.</p> <p>áreas de hotel con sistemas de ahorro de agua potable.</p>				

**Fuente:** Ing. Tania Chevez.

La evaluación de esta propuesta estará programada para desarrollarla por cada actividad planteada, es así que la aplicación de la lista de chequeo a los turistas será realizada al momento del hospedaje de los visitantes en los hoteles, para lo cual se propone colocar la ficha diseñada en cada habitación antes de que esta sea ocupada, de modo que una vez en su momento de descanso el huésped pueda documentar lo que se le pide observar en la ficha. Se colocará una ficha por habitación, sea esta simple, doble o familiar, es decir, se desea conocer la observación de todos quienes se hospedaron en cada habitación.

## **14. CONCLUSION**

Este proyecto es muy factible ya que en la actualidad se ha incrementado la afluencia de turistas al balneario Crucita y con la aplicación de estas capacitaciones e implementación de indicadores de gestión ambiental mejorara el nivel de turismo asi como la calidad de vida de sus habitantes.

Finalmente, se sugiere que esta propuesta de ser acogida, se aplique como un instrumento técnico de desarrollo turístico local, y que estos procesos de capacitación permitan documentar un currículo académico a cada empresa hotelera para que a su vez esta pueda ser beneficiada o no por otros programas de desarrollo sean estos de promoción y publicidad, financieros, de certificación de calidad, entre los principales.

## 15. REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

Medina Ricardo. (2009). Ministerio de Turismo del Ecuador. *Programa nacional de Capacitación Turística*. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/12/programa-nacional-de-capacitacion-turistica.pdf>

Ministerio del Ambiente. (s.f). *El sistema de indicadores ambientales y sociales, una herramienta para la planificación en el ambiente*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/el-sistema-de-indicadores-ambientales-y-sociales-una-herramienta-para-la-planificacion-en-el-ambiente/>

Quiroga, R. (2009). Santiago de Chile. *Guía metodológica para desarrollar indicadores ambientales y de desarrollo sostenible en países de América latina y el Caribe*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/37231/lcl3021e.pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2003). *Indicadores Ambientales*. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.pnuma.org/forodeministros/14-panama/pan11nfe-IndicadoresAmbientales.pdf>

Murgueytio J. (2008). *Diseño de plan de marketing turístico de la parroquia Crucita, provincia de Manabí, cantón Portoviejo, para su posicionamiento dentro del turismo de aventura, ecológico y sol y playa*. [Documento en PDF]. Recuperado de: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8572/1/34134\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8572/1/34134_1.pdf)

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f). *Bases estratégicas del Turismo en el Ecuador*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-173.html>

- Andrés, J. & Torres, M. (2010). *Las buenas prácticas ambientales en turismo*. Universidad Nacional de Camahue, Buenos Aires, Argentina. [Libro Electrónico]. Recuperado de: [http://www.fatu-uncoma.com.ar/publicaciones/anuario/vol\\_6/art4\\_Andres&Torre.pdf](http://www.fatu-uncoma.com.ar/publicaciones/anuario/vol_6/art4_Andres&Torre.pdf)
- Carrillo, S. & Peña, F. (2011). *Programa para buenas prácticas ambientales para organizaciones turísticas cubanas*. Vol. 4, N° 10. Centro de Estudio de Didáctica Universitaria. Universidad de Las Tunas, Cuba. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/crpp.pdf>
- Consejo Provincial de Manabí. (2008). *Plan estratégico provincial de turismo sostenible de Manabí*. [Lectura en línea]. Recuperado en: <http://www.manabi.gob.ec/ley-de-transparencia>
- MARTIN, M. *Tratado de Derecho Ambiental*, Trivium, Madrid, España 1991 y *Manual de Derecho Ambiental* Trivium Madrid, España 1998 p119.
- Gándara, J.M. 2000. *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles – la calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad*. Universidad Federal de Paraná, Brasil.
- Sancho, A., García, G. & Roso E. (2005). *¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos*. Universidad de Valencia, España. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.uv.es/~sancho/indicadores%20en%20los%20destinos.pdf>
- Molina, J., Claver, E., Pereira, J. & Tarí, J. (2008). *Gestión de la calidad y medioambiental y rendimiento empresarial: un análisis de los hoteles españoles*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 18, núm. 2 (2009), pp. 63-78. Universidad de Alicante. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdesca>

rga%2Farticulo%2F2879526.pdf&ei=k0egUIn9JpLa8ASenICoDw&usg=AFQjCNGeHTNH-wYObA5BIE4ZE\_R8u-HI2Q

World Tourism Organization.(2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: OMT. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.iittm.org/doc/Indicators-of-Sustainable-Development-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-by-UNWTO.pdf>

Pnuma. (2003). *Programa de las Naciones Unidas. Indicadores Ambientales*. [DocumentoPDF].Recuperadode:<http://www.pnuma.org/forodeministros/14-panama/pan11nfe-IndicadoresAmbientales.pdf>

Méndez L. (2009). *Normas ISO 14000 Como instrumentos de gestión ambiental empresarial*. [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.uv.mx/gestion/proyectos/documents/LorenaMendezOrtiz.pdf>

Integra.com. (s.f) *Marketing y desarrollo de producto turístico*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.integra-tourism.com/index.php/es/productos/marketing-y-desarrollo-de-producto-turistico?gclid=CMn3rtybyLMCFQ4EnQodDCIASg>

Ecuadorworld.com ( s.f) *Variedades de Clima* [ Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.ecuaworld.com.ec/clima\\_ecuador.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/clima_ecuador.htm)

Quiroga R. ( 2009). *Guía Metodológica para desarrollar indicadores ambientales de desarrollo sostenible en países de America Latina y el Caribe*. [ Documento en PDF]. Naciones Unidas, Chile. Recuperado:<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/1/37231/lc13021e.pdf>

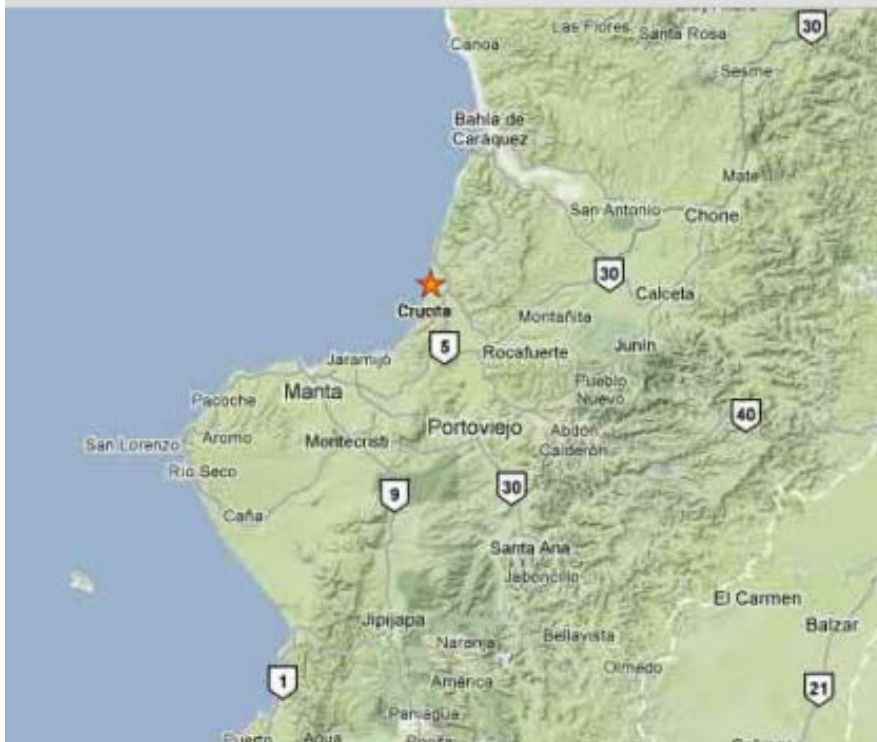
Perez, J. A., (1994 ). *Gestión de la Calidad Empresarial. Calidad en los Servicios y Atención al Cliente*. ESIC Editorial , Madrid.

Fayos, E., (1993). *El turismo como Sector Industrial: la Nueva Política de Competitividad, Economía Industrial*, Julio- Agosto.



# 16. ANEXOS

## ANEXO 1



## ANEXO 2



ANEXO 3



## ANEXO 4



### ENCUESTA TURISTAS

**Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

**Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

Como egresada de la carrera Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, me encuentro realizando la presente encuesta para la elaboración de mi tesis profesional, cuyo objetivo es llevar a cabo un Plan de Reactivación Sustentable del Turismo en la Parroquia de Crucita.

Su colaboración será de mucha importancia, por lo cual le agradezco de antemano su apoyo contestando las preguntas con la mayor veracidad posible.

Categoría del Hotel:

1. Cada qué tiempo frecuenta este balneario?

2. Qué tiempo se quedara en Crucita?

3. Cuál es el motivo de su viaje?

a. Ocio y vacaciones

b. Visita parientes y amigos

c. Negocios

d. Salud

4. Porque medio se informo de este lugar?
5. Volvería a hospedarse aquí?
6. Si esta conforme con la limpieza de la habitación?
7. Que tal fue la calidad de la comida?
8. Que tal estuvo el servicio?
9. Hubo mucho ruido durante su estadía?
10. Fue buena la seguridad en el establecimiento?
11. Le parece bien la tarifa que tiene el establecimiento?
12. Cree que el establecimiento cuenta con una buena prevención de incendios?
13. Recomendaria este hotel?
14. Que tal considera que esta la protección del medio ambiente en el lugar?
15. Que tal observo la limpieza de las instalaciones?

## ANEXO 5



### ENCUESTA A HOTELEROS

**Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

**Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

Como egresada de la carrera Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, me encuentro realizando la presente encuesta para la elaboración de mi tesis profesional, cuyo objetivo es llevar a cabo un Plan de Reactivación Sustentable del Turismo en la Parroquia de Crucita.

Su colaboración será de mucha importancia, por lo cual le agradezco de antemano su apoyo contestando las preguntas con la mayor veracidad posible.

Categoría:

1. Que conocimientos de indicadores de gestión turística tiene usted?
2. Implementaría indicadores de gestión ambiental en su hotel?
3. Considera Beneficiosa esta actividad?
4. O frece empleo a la gente de la comunidad?
5. El turismo aumenta los precios de los artículos de consumo?
6. Obtiene servicios de la comunidad?
7. Aumenta la tasa delincencial con los turistas?