



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la
obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA INTERMEDIACIÓN INFORMAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE
LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y SU AFECTACIÓN EN EL
MERCADO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

AUTOR: Gladys Patricia Ortiz Caaspa

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

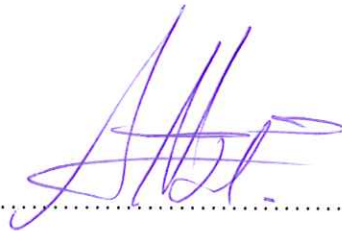
AMBATO – ECUADOR

Abril – Septiembre 2015

***APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN***

CERTIFICA:

Yo Diego Fernando Melo Fiallos C.C. 180301736-5 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA INTERMEDIACIÓN INFORMAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y SU AFECTACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” desarrollado por la egresada Ortiz Caaspa Gladys Patricia considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora por el H. Consejo Directivo.



Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

TUTOR

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la presente se manifiesta que el informe expuesto a continuación es el resultado de la investigación llevada a cabo por el autor, quien en base a los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas y comentarios vertidos en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Gladys Patricia Ortiz Caaspa

C.C. 172176312-4

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en líneas patrimoniales del presente trabajo final de Graduación o Titulación sobre el tema: “LA INTERMEDIACIÓN INFORMAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y SU AFECTACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



Gladys Patricia Ortiz Caaspa

C.C. 172176312-4

AUTORA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
Y DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del informe de trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA INTERMEDIACIÓN INFORMAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y SU AFECTACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** presentada por la Srta., Ortiz Caaspa Gladys Patricia estudiante del décimo semestre de la Carrera de Turismo y Hotelería, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos, técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

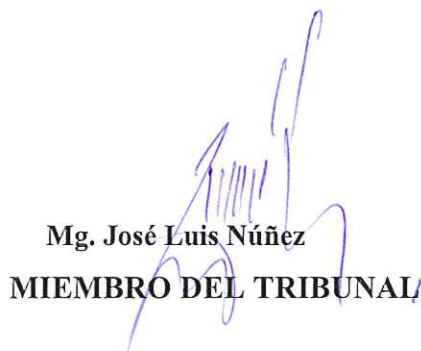
Ambato, 03 de diciembre de 2015

LA COMISIÓN



Mg. Carmen Vaca

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Mg. José Luis Núñez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A Dios, mi soporte espiritual y eterno guía.

*A mi razón de ser y vivir, mi querida hija
María José Guevara Ortiz, quien con su solo
existir se convierte en el aliciente para
alcanzar mis metas.*

*A mis padres María Mercedes y José Enrique
por su entrega absoluta y apoyo incondicional.*

Patricia Ortiz

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a Dios por la vida misma y con ella las diversas
oportunidades para ser y crecer.*

A mis padres por su infinito amor y paciencia.

A Rodrigo mi mejor amigo y cómplice.

*A mis maestros por compartir sus vastos conocimientos de
ciencia y de vida..*

*A los propietarios y representantes de los establecimientos
hoteleros del Cantón Baños de Agua Santa, por su apoyo y
recomendaciones; en especial a Hotel La Floresta, el lugar en
donde se inició mi vida laboral y me permitió visualizar la
problemática desde una nueva perspectiva.*

*A las autoridades del Cantón Baños de Agua Santa, por la
apertura y facilidades.*

A mis amigos y amigas, por su apoyo moral.

*A todas las personas que al escuchar mis ideas, aportaron con
sugerencias y críticas constructivas.*

*A todos y todas, muchas gracias por extenderme su mano para
salir adelante.*

Patricia Ortiz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

A: PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	II
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
INDICE DE GRÁFICOS.....	XII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIII

B: TEXTO INTRODUCCIÓN

Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis crítico.....	5
1.2.2.1. Árbol de problemas.....	5
1.2.3. Prognosis.....	6
1.2.4. Formulación del problema.....	6
1.2.5. Interrogantes de la investigación.....	6
1.2.6. Delimitación del problema.....	7
1.3. Justificación.....	8
1.4. Objetivos.....	9

1.4.1. Objetivo general	9
1.4.2. Objetivos específicos	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes investigativos	10
2.2. Fundamentación filosófica	12
2.3. Fundamentación legal	12
2.4. Categorías fundamentales	15
2.4.2. Subordinación de variables dependiente – independiente	16
2.4.3. Fundamentación teórica variable dependiente	17
2.4.4. Fundamentación teórica variable independiente	20
2.5. Hipótesis.....	23
2.6. Señalamiento de variables.....	23
CAPÍTULO III.....	24
METODOLOGÍA	24
3.1. Enfoque	24
3.2. Modalidad básica de la investigación	24
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	25
3.4. Población y muestra	25
3.5. Operacionalización de variables	27
3.6. Plan de recolección de la información	29
3.7. Plan de procesamiento de la información	29
CAPÍTULO IV	31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	31
4.1. Análisis de los resultados	31
4.2. Verificación de la hipótesis	41
4.2.1. Formulación de la hipótesis	41
4.2.2. Nivel de significancia.....	41

4.2.3. Elección de la prueba estadística.....	41
4.2.3.1. Datos observados	42
CAPÍTULO V.....	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
5.1. Conclusiones	46
5.2. Recomendaciones.....	47
C: PROPUESTA	
CAPÍTULO VI.....	48
PROPUESTA	48
Título: implementación de pantallas interactivas.....	48
6.1. Datos informativos	48
6.2. Antecedentes de la propuesta	49
6.3. Justificación.....	49
6.4. Objetivos	50
6.4.1. Objetivo general	50
6.4.2. Objetivo específicos	50
6.5. Análisis de factibilidad.....	51
6.6. Fundamentación teórica	52
6.7. Metodología – modelo operativo	54
6.7.1. Desarrollo de la propuesta.....	55
6.8. Administración.....	87
6.9. Previsión de la evaluación.....	87
D: REFERENCIAS	
Bibliografía	88
Anexos	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización variable independiente.	26
Cuadro 2: Operacionalización variable dependiente.....	27
Cuadro 3: Plan de recolección de información.	28
Cuadro 4: Frecuencia del uso de servicios de hospedaje en el Cantón Baños.	30
Cuadro 5: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales.....	31
Cuadro 6: Relación costo – servicio.	32
Cuadro 7: Método utilizado por intermediarios comerciales informales.....	33
Cuadro 8: Aprobación pantallas interactivas de información.	34
Cuadro 9: Precompra de servicios de hospedaje.....	35
Cuadro 10: Influencia en la decisión de compra.....	36
Cuadro 11: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales.....	37
Cuadro 12: Comisiones de intermediarios comerciales informales.	38
Cuadro 13: Aprobación de pantallas interactivas de información.	39
Cuadro 14: Frecuencias observadas.	41
Cuadro 15: Frecuencias esperadas.	42
Cuadro 16: Análisis de frecuencias.....	43
Cuadro 17: Factibilidad financiera.....	50
Cuadro 18: Modelo Operativo.	52
Cuadro 19: Evaluación de la propuesta.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas.....	5
Gráfico 2: Categorización Variable Independiente - Dependiente	14
Gráfico 3: Subordinación de variables Independiente – Dependiente.	15
Gráfico 4: Frecuencia del uso de servicios de hospedaje en el Cantón Baños.	30
Gráfico 5: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales	31
Gráfico 6: Relación costo – servicio.	32
Gráfico 7: Método utilizado por intermediarios comerciales informales.	33
Gráfico 8: Aprobación pantallas interactivas de información.....	34
Gráfico 9: Precompra de servicios de hospedaje.	35
Gráfico 10: Influencia en la decisión de compra.	36
Gráfico 11: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales.	37
Gráfico 12: Comisiones de intermediarios comerciales informales.	38
Gráfico 13: Aprobación de pantallas interactivas de información.....	39
Gráfico 14: Campana de Gauss	44

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE: TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA:

“LA INTERMEDIACIÓN INFORMAL EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO Y SU AFECTACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Gladys Patricia Ortiz Caaspa

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

Baños de Agua Santa es uno de los lugares a nivel nacional, en donde se concentran gran cantidad de servidores turísticos, de los cuales sobresale el campo hotelero. Por el crecimiento de la actividad turística, aparece un fenómeno en la comercialización: la intermediación informal de servicios, conocido comúnmente como “enganchadores”, ubicados en el terminal terrestre de la ciudad; la actividad consiste en ofrecer servicios de alojamiento con el objetivo de concretar la venta y de esta manera recibir una retribución económica (comisión).

La intermediación informal genera malestar en los servidores hoteleros ajenos a la actividad y también a varios turistas quienes se sienten acosados y molestos, dado que después de largas horas de viaje se encuentran con personas que están al acecho de su llegada para abordarlos con sus propuestas e invadir su tranquilidad. Sin embargo existe un considerable número de turistas que manifiestan que este servicio informal provee de información turística local.

Palabras clave: servidores hoteleros, actividad turística, intermediación informal.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se compone de seis capítulos, los mismos que se detallan a continuación:

CAPÍTULO I

El primer capítulo clarifica el medio en el que se presenta el problema, tanto a nivel nacional, como provincial y local. Identifica las causas y los efectos y señala las variables que componen el tema del trabajo de investigación.

CAPÍTULO II

El segundo capítulo señala los trabajos investigativos previos; el contexto legal que la respalda en todos sus niveles tomando como inicio la carta magna del Ecuador y finalizando con las ordenanzas del Cantón Baños de Agua Santa. Se incluye en esta sección la categorización de variables con su respectivo respaldo teórico.

CAPÍTULO III

Esta sección abarca el método con el que se va a llevar a cabo la investigación, y señala el universo a utilizar, que mediante la aplicación de una fórmula define la cantidad de personas a quienes es necesario encuestar.

CAPÍTULO IV

En el capítulo cuarto se expone mediante gráficos y cuadros los resultados de aplicación de encuestas por preguntas, posterior con los resultados se logra aceptar o rechazar la hipótesis planteada mediante recursos estadísticos.

CAPÍTULO V

Se constituye en el capítulo más corto del trabajo investigativo, pero no menos importante, porque abarca en resumen las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado posterior al análisis de resultados del capítulo previo. En lo posterior estos criterios se consideran la esencia misma de la investigación.

CAPÍTULO VI

El último capítulo es el aporte propositivo generado por la autora que pretende convertirse en la solución que erradique el problema, esta sección es de interés de los sectores involucrados y por ello es de vital importancia su socialización.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“La intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento y su afectación en el mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

El mercado turístico es un mercado joven en **Ecuador** y esta característica la convierte en la nueva apuesta del Gobierno Nacional. Los esfuerzos de las autoridades y empresas privadas se orientan a potenciar esta industria, para ello se cuenta con herramientas tales como: políticas (oferta de calidad, promoción especializada, fomento del turismo interno y articulación interinstitucional) y programas (PLANDETUR 2020 y PIMTE 2014).

Estas políticas y programas direccionan el turismo en cada una de las 24 provincias en las que se divide el territorio ecuatoriano, a continuación el detalle de una de las provincias que se destaca por su modelo de gestión y nivel productivo: la provincia de **Tungurahua**, la cual al encontrarse ubicada en el centro del país posee uno de los mercados más productivos a nivel nacional en cuanto a agricultura y comercio se refiere, además de la no menos importante industria turística; con 311 establecimientos turísticos de hospedaje constituyéndose a nivel nacional como la quinta provincia con mayor número de establecimientos de este tipo de acuerdo a datos presentados por de Ministerio de Turismo durante el año 2015.

Pese a la limitada extensión territorial que posee la provincia, la riqueza de recursos naturales es extensa en cada uno de sus nueve cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero y Tisaleo.

Existe un cantón en la provincia que se destaca en el campo turístico y es el Cantón **Baños de Agua Santa**, un pequeño pueblo situado sobre una meseta de basalto a orillas del Río Pastaza, cuyo principal atractivo desde la antigüedad son sus aguas termales provenientes del Volcán Tungurahua.

Hablar de turismo en el lugar, es hablar de su existencia misma, de la belleza por la que fueron atraídos los viajeros y comerciantes que se trasladaban desde el oriente de nuestro país hacia el occidente. En la actualidad, Baños cuenta con vías accesibles, señalética adecuada, una infraestructura hotelera extensa y diversos lugares que ofrecen servicios turísticos abrazados por su naturaleza.

Según datos obtenidos por el Ministerio de Turismo correspondientes al año 2015, Baños de Agua Santa encabeza la lista a nivel provincial de establecimientos de tercera categoría con 148 establecimientos. Y se constituye a nivel provincial como el cantón con mayor número de establecimientos de alojamiento, 179 en total.

1.2.2. Análisis Crítico

Árbol de problemas

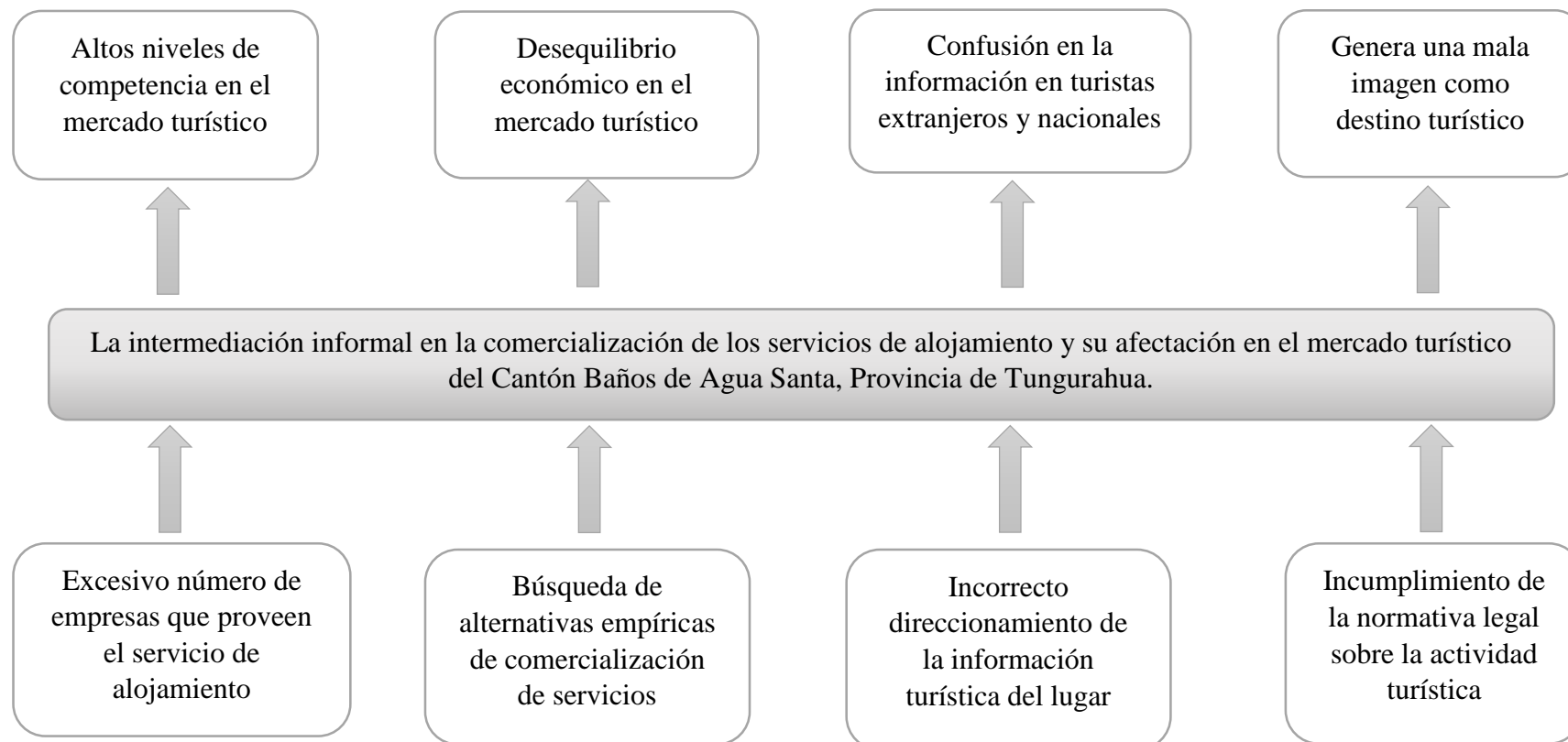


Gráfico 1: Árbol de problemas

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

La intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento en el Cantón Baños de Agua Santa se debe a las siguientes causas: el excesivo número de empresas que proveen el servicio de alojamiento, la búsqueda de alternativas de comercialización de los servicios, el incorrecto direccionamiento de la información turística del lugar y el incumplimiento de la normativa legal sobre la actividad turística.

Lo que genera los siguientes efectos: altos niveles de competencia en el mercado turístico, desequilibrio económico en el mercado turístico, confusión en la información en turistas extranjeros y nacionales y por último se genera una mala imagen como destino turístico.

1.2.3. Prognosis

De no llevarse a cabo el presente trabajo investigativo, no existirá un documento técnico que respalde a las autoridades para la toma de decisiones definitivas sobre la problemática planteada.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cómo afecta la intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento en el mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua?

1.2.5. Interrogantes de la investigación

¿Qué factores intervienen para que se lleve a cabo la intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento en el Cantón Baños, Provincia de Tungurahua?

¿Utilizan los servidores hoteleros del Cantón Baños de Agua Santa modelos de gestión para promover sus establecimientos?

¿Qué alternativa se presenta para solucionar la problemática planteada?

1.2.6. Delimitación del problema

Campo: Microeconomía

Área: Mercado turístico

Aspecto: Servicio de hospedaje

Delimitación espacial: Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

Delimitación temporal: Abril – Septiembre 2015

1.3. JUSTIFICACIÓN

La **importancia** del presente trabajo investigativo es determinar el grado de afectación de la intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento en el mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa.

El **interés** es público, privado y gubernamental. Público porque es un malestar para moradores y visitantes al momento de su arribo al terminal terrestre de la ciudad; privado, porque varios son los hoteles que se sienten perjudicados por esta actividad considerada como competencia desleal y gubernamental porque pese a la ordenanza existente, no se ha podido regular esta actividad informal.

La presente investigación más allá de **novedosa** se considera necesaria y emergente, principalmente porque el sector más afectado son los turistas que visitan la ciudad y son ellos quienes evalúan la calidad del servicio turístico; que al ser intangible engloba todos los niveles de satisfacción que el cliente experimenta desde el momento en el que decide organizar su viaje.

Varios han sido los sectores que han sentido el **impacto** de esta investigación, más aún quienes hacen uso frecuente de intermediarios informales y que al verse de cierta manera descubiertos no colaboran con ideas propositivas. Esto permite sugerir un cambio en la forma de pensar y corrobora la necesidad de un medio de promoción legal y equitativo a nivel cantonal.

El **beneficio** se lo puede identificar en todos los sectores que han sido afectados con esta actividad e incluso a quienes solían hacer uso de la misma, la igualdad de condiciones es un principio que a cualquier ser humano llena de satisfacción.

El respeto a los turistas, visitantes y transeúntes por el uso de su espacio es un objetivo **factible** que no solo depende de las autoridades sino de todas las personas que respetan la Ley con el propósito común de avanzar como comunidad y con su actividad económica principal: el turismo.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Determinar el grado de afectación de la intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento en el mercado turístico en el Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los factores que intervienen para que se lleve a cabo la intermediación informal.
- Resaltar los modelos de gestión utilizados por los servidores hoteleros en el Cantón Baños de Agua Santa.
- Plantear una propuesta, que se constituya en una alternativa de solución para la toma de decisiones posteriores por parte de las autoridades competentes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

No existe un estudio directo sobre la intermediación informal en la comercialización de servicios de hospedaje en el Cantón Baños de Agua Santa, por lo tanto se toma como referencia los siguientes trabajos investigativos, que de cierta manera guardan relación con la problemática planteada:

El trabajo de investigación realizado por Rodríguez Ana durante el año 2013 mantiene relación con el problema expuesto en este estudio, si se considera que varios de los establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje de tres estrellas han hecho uso de intermediarios informales.

La principal debilidad encontrada por Rodríguez (2013) para este sector hotelero es la capacitación, considerada vital en la búsqueda de una administración de empresas técnica y con mayor responsabilidad de crecimiento en base a la satisfacción del cliente.

La autora recomienda el apoyo continuo de las entidades públicas para lograr mejores niveles de calidad en el servicio, y para ello es importante tomar como punto de partida la categoría verdadera que tiene cada establecimiento para en lo posterior fijarse en los elementos a cambiar en pro de una mejora constante. En conclusión se debe manejar una trilogía de trabajo conjunto en donde: la empresa privada, la empresa pública y la sociedad direccionen sus esfuerzos hacia un mismo objetivo.

Otro trabajo investigativo importante es el llevado a cabo por Álvarez José (2013) sobre los centros de información turística en el Cantón Baños de Agua Santa en el cual se manifiesta la necesidad de información turística en el lugar, y se enfatiza el fortalecimiento de los mismos; en la actualidad no proveen a los turistas de información adecuada, este problema se produce por la escasa información que

poseen las personas acerca de la historia de la ciudad, las actividades que se realizan y demás detalles que propenden a clarificar y ampliar la visión de los turistas para organizar las actividades durante su estadía.

Es importante resaltar que para brindar una información eficaz y efectiva se requiere de documentos técnicos que respalden esta labor, no sólo para las personas que actualmente brindan este servicio sino también para quienes pretenden hacerlo sea en el medio público o privado. Para ello el autor sugiere guías de información natural y/o cultural, considerando la cantidad de información que la ciudad posee en cuanto a historia, recursos naturales y actividades turísticas se trata.

Otro punto relevante es la atención al turista, un aspecto vital en el desarrollo de la actividad y que se debe priorizar en todo momento, pues es el cliente la esencia misma de toda organización económica y de esta característica partió hace varios años el nuevo concepto de oferta, que se enfoca en satisfacer las necesidades existentes y no limitarse a producir bienes o prestar servicios en cantidad y no en calidad.

Si bien es cierto que la tecnología en la actualidad permite conocer varios lugares antes de visitarlos de forma física, también es cierto que ese medio de comunicación no es común en los ecuatorianos como herramienta informativa antes de viajar, si se toma en cuenta que gran parte de la población no organiza ni planifica sus viajes con varios meses e incluso años de anticipación como sucede en países extranjeros.

Un detalle también importante es que toda persona a pesar de contar con asesoría tecnológica de cualquier tipo, sufre cierta desorientación cuando llega a un destino nuevo, en el sentido de ubicación exacta y este es un factor que puede convertirlos en entes vulnerables de personas que no brindan la información verdadera.

En su investigación Caicedo Jheimy (2012) expone otra problemática importante existente en el Cantón Baños de Agua Santa: el desconocimiento de la Ley y en consecuencia su incumplimiento.

Para ello sugiere la intervención de los estamentos públicos para que realicen actividades que se enfoquen en la socialización de las diferentes reglamentaciones legales, aspecto positivo para alcanzar el bienestar de la comunidad en general.

De ésta manera se busca minimizar las actividades ilícitas o inadecuadas que obstaculicen el desarrollo de la actividad turística, principalmente las relacionadas con satisfacción al turista.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La fundamentación filosófica de esta investigación se encuentra bajo el paradigma crítico - propositivo que señala en primer lugar la problemática encontrada que afecta tanto a turistas como servidores turísticos del campo hotelero del Cantón Baños de Agua Santa, posterior se plantea una propuesta para la solución del problema a las autoridades competentes para de ser menester llevarla a cabo dentro de los parámetros previstos.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

De acuerdo a lo que se manifiesta en la **Constitución del Ecuador** en la Sección Tercera sobre Comunicación e Información: todas las personas tenemos derecho a una comunicación libre en los ámbitos de interacción social, así como una información veraz, oportuna y contextualizada. De acuerdo a esta afirmación todos quienes forman parte de una sociedad requieren de información sobre determinado aspecto, más aun en el sistema turístico en donde el contacto personal y la información son elementos fundamentales en el sistema.

En la Sección Novena que involucra a personas usuarias y consumidoras, en el Artículo 52, se integra la palabra “calidad” en la compra de bienes y servicios así como la “libertad” para adquirirlos.

La **Ley de Protección al Consumidor** delimita ciertos comportamientos en la compra y venta de servicios, de esta manera en el Capítulo II de los Derechos y Obligaciones de los Consumidores, en el artículo 4 se encuentran los derechos específicos entre ellos se puede mencionar: el derecho a un trato transparente y no

discriminatorio o abusivo de los proveedores de bienes y servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, peso y medida.

En el Capítulo III sobre la Regulación de la Publicidad y su Contenido en el artículo 6 respecto a la publicidad prohibida se manifiesta aquellas formas en donde se induce al error en la elección de un bien o un servicio mediante el engaño.

En la **Ley de Turismo** en el Capítulo II de las Actividades Turísticas y de quienes las ejercen se expresa que la actividad de intermediación será realizada por agencias de servicios turísticos y organizadores de eventos y convenciones.

En el Capítulo X sobre la Protección al Consumidor de Servicios Turísticos en el artículo 42 delega la competencia de este tema al Ministerio de Turismo y en el artículo 43 se prohíbe el discrimen a extranjeros o a cualquier grupo humano respecto a tarifas.

La responsabilidad de los propietarios de establecimientos hoteleros sobre daños leves o negligencia de empleados está tipificado en el artículo 44 de esta Ley; y los resarcimientos por anuncios de servicios falsos o inferiores a los existentes se los encuentra en el artículo posterior.

Por último cabe resaltar la existencia de una artículo en la Reforma a la Ordenanza que Reglamenta el uso del Espacio y Vía Pública en el Cantón Baños de Agua Santa en su Capítulo II Sección I de la Ocupación de la Vía Pública en el cual expresamente se prohíbe el anuncio de productos o servicios mediante intermediarios informales.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.4.1. Superordinación de variables

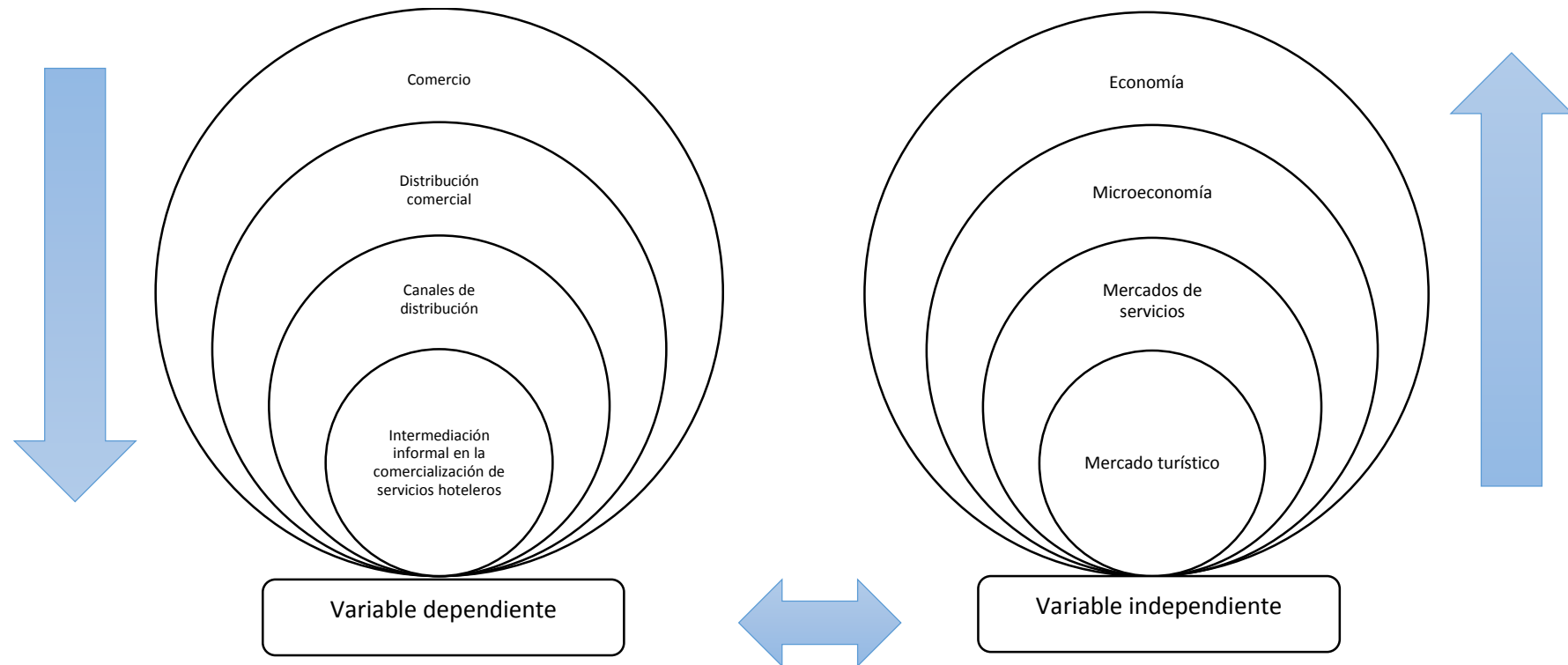


Gráfico 2: Categorización variable dependiente - independiente

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

2.4.2. Subordinación de variables dependiente – independiente

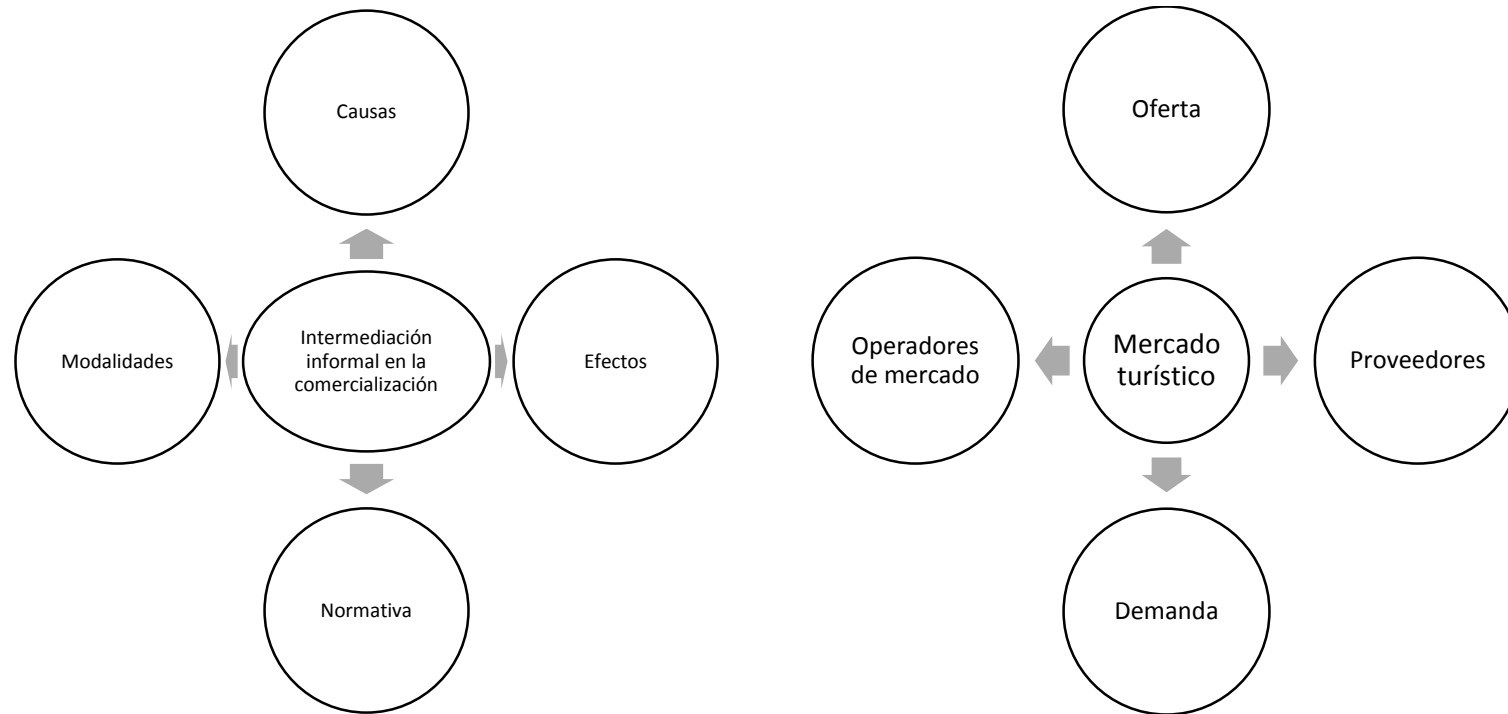


Gráfico 3: Subordinación de variables dependiente – independiente.

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

2.4.3. Fundamentación teórica variable dependiente

Comercio

Nepvreu-Nivelle (1968) señala que el comercio se remonta hasta la Antigüedad, en la misma que se podían observar formas bastante evolucionadas de organización con obligaciones claras y posterior a la segunda guerra mundial se conforma la Organización Mundial del Comercio la misma que a través de su página web señala que el comercio es un sistema que mantiene principios extensos y jurídicos sobre negociaciones en temas de agricultura, textiles, servicios bancarios, telecomunicaciones, contratación pública, normas industriales, etc.

De acuerdo al concepto del diccionario electrónico Definicion.de (s.f.); el comercio es una actividad que involucra a la sociedad y la economía. Las personas que están inmersas en el acto de comercio están en posibilidades de adquirir un bien para modificarlo y venderlo o simplemente venderlo nuevamente, lo importante de la actividad es que el intercambio de bienes o dinero se realiza por valores semejantes.

Distribución comercial

De acuerdo al criterio de Martínez & Maraver (2009), la distribución comercial abarca todas las actividades necesarias para reducir la brecha entre un producto ya fabricado o un servicio y la persona que lo necesita, con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos, siendo éste último el propósito final.

Juan Vigaray (2005) incluye en su concepto la palabra marketing y la distribución comercial como su principal herramienta para relacionar el producto y el consumo y enfatiza la necesidad de acercar el producto en la cantidad, el tiempo y el lugar que el cliente lo requiera.

Canales de distribución

Un canal de distribución comprende la vía o el medio por el cual el producto o servicio se acerca hacia el cliente, para ello es necesario varios pasos que componen el sistema comercial como lo sostienen Martínez & Maraver (2009).

En la misma línea encontramos a Díez de Castro (2005) quien señala que un canal de distribución es la trayectoria que debe seguir un bien o un servicio para que sea utilizado o consumido según sea el caso, de manera que se optimiza el tiempo como recurso y se acelera el proceso de producción, las empresas y/o personas involucradas en el proceso son conocidas como intermediarios.

Nepveu-Nivelle (1968) ubica a los mayoristas en el primer lugar dentro de los canales de distribución quienes son los encargados de fabricar el producto o prestar el servicio y posterior a los detallistas que realizan la venta directamente al consumidor.

Intermediación informal en la comercialización de servicios hoteleros

La intermediación informal es una herramienta que genera mayor accesibilidad del producto o servicio ofertado para aquellos clientes que desconocen o se abstienen de adquirirlo debido a su escasa información. Esta problemática se contrarresta si un agente le ofrece la información pertinente como lo recomiendan Martínez y Maraver (2009).

Es importante resaltar el aporte de Díez de Castro (2005) quien señala que la intermediación ha sido visualizada desde un punto negativo por la sociedad, pues la actividad redundaba en beneficio del consumidor; que a su vez se constituye en una ayuda. Como cualquier actividad económica lucrativa merece ser valorada con sus aspectos positivos y negativos.

Causas

De acuerdo al concepto de Díez de Castro (2005), una de las causas por la que muchas empresas hacen uso de intermediarios es la abundancia en la oferta y en ese momento se genera la necesidad de llegar al cliente de manera más rápida que la competencia.

La intermediación informal se motiva por las ventajas que sugiere Díez de Castro y otros (2003) en el sistema de comisiones, características como el estímulo en la cantidad de ventas concretadas, la facilidad empresarial en cálculo de retribuciones, la fijación del horario por parte del vendedor.

Efectos

La necesidad de llegar lo antes posible al cliente produce que los intermediarios sean vistos de forma negativa por la sociedad, lo ratifica Díez de Castro (2005); y señala también que existe la parte positiva puesto que todas las actividades realizadas son en beneficio de los clientes.

De acuerdo a Idelfonso (2012), la aplicación del sistema de comisiones muestra una empresa débil, debido a que sus ventas se reducen al incentivo que reciben los intermediarios, es decir la fuerza de ventas no puede ser medida por la empresa para lograr objetivos corporativos.

Normativa

Según lo manifiesta la Ley de Turismo Ecuatoriana en su Capítulo II de las Actividades Turísticas y de quienes las ejercen, se reconoce la intermediación a través de agencias de viajes y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

Modalidades

De acuerdo al Código de Comercio Francés citado por Díez de Castro y otros (2010) existen dos clases de intermediarios: intermediarios externos e intermediarios

internos, dentro de los intermediarios externos se menciona a los corredores quienes son intermediarios ocasionales y cuya misión consiste en acercar al comprador y al vendedor.

2.4.4. Fundamentación teórica variable independiente

Oferta

La oferta abarca aquellos bienes o servicios expuestos a la venta con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, cuyo precio varía de acuerdo a los costos de producción más la utilidad respectiva de acuerdo al concepto propuesto por Barrientos y Olivares (2009).

Proveedores

Según el diccionario ESPASA (1999) un proveedor es la persona o entidad encargada de proveer lo necesario a otra quien lo necesite.

Demanda

El concepto de Barrientos y Olivares (2009) se convierte en la descripción clara de las necesidades de las personas representadas de manera económica, considerando el lapso de tiempo en el que aparecen las mismas.

La demanda está constituida por todas aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio y que la empresa está en condiciones de satisfacer, es esta afirmación la que en la actualidad permite definir la misión de las organizaciones según lo expuesto por Baquero & Baquero (2006).

Operadores de mercado

Las personas que manejan de forma constante un mecanismo se convierten en operadores si este concepto del diccionario ESPASA (1999) se traslada al mercado en general, son todas las personas que realizan transacciones de compra y venta de forma habitual.

Mercado turístico

De acuerdo al concepto de Pindick & Rubinfeld (2009), para que exista un mercado se requiere de un sinnúmero de personas con necesidades insatisfechas y otras dispuestas solventar servicios que satisfagan las mismas, esto conlleva a que se concreten transacciones comerciales de compra y venta de servicios turísticos. Un concepto similar la propone Guría Di-Bella (2012) en el ámbito del turismo y manifiesta que los tipos de relación entre oferta y demanda son dos: el primero es el que cubre la necesidad existente y el segundo es el que teniendo los recursos necesarios genera dicha necesidad a través de una de las herramientas de comercialización más utilizados en la actualidad conocida como marketing.

En resumen, el mercado turístico es sistema que integra a compradores (demanda) y vendedores (oferta) delimitados por sus propias necesidades, las cuales determinan un precio y demás parámetros para llevar a cabo un acto transaccional.

Mercado de servicios

Para Cobra (2000) los servicios forman parte del hombre desde su nacimiento, las empresas de servicios deben estar acompañados por la evolución tecnológica y el nuevo perfil de los clientes, las características de este sector son la intangibilidad, la relación directa con los clientes, los servicios no son perecederos y la inseparabilidad, es decir el servicio depende del desempeño.

Desde el punto de vista económico González y otros (2004) señalan que el mercado de bienes y servicios propende la satisfacción existente a través la creación de un bien o la prestación de un servicio, este principio da como resultado un sinnúmero de análisis para garantizar el éxito de la misma. Casto Jany (2005) sugiere que los servicios se deben diseñar y ofrecer de acuerdo a las necesidades de los usuarios y utilizar al marketing como una herramienta para aumentar sus ventas.

Microeconomía

Dentro de una sociedad se establecen unidades de producción, vistas desde una perspectiva económica social, las mismas son objeto de estudio de la microeconomía criterio sostenido por Samuelson & Nordhaus (s.f.).

Pindick & Rubinfeld (2009) sostienen que la microeconomía abarca las decisiones de consumidores, trabajadores, inversores, propietarios de recursos y las empresas y la relación que mantiene cada una de estas unidades económicas.

Economía

La economía es una ciencia muy amplia que permite conocer aquellos métodos de administración capaces de optimizar recursos para producir bienes y servicios para su posterior distribución de acuerdo al concepto de González y otros (2004).

Otro concepto amplio lo manifiesta Castro Jany (2005) quien indica que la economía también respalda las relaciones de las personas expresados en términos económicos, para la elaboración de bienes o prestación de servicios que satisfagan las necesidades existentes, en la misma línea se encuentran Case & Fair (2008) quienes manifiestan que el estudio de la economía debe iniciarse analizando un día cualquiera en la vida tomando como referencia un producto cualquiera a consumir e imaginándose el proceso que le toma a ese bien hasta llegar a su destino final.

2.5. HIPÓTESIS

La intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento afectará negativamente al mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable independiente: Mercado turístico

Variable dependiente: Intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

El presente trabajo de investigación mantiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. Cualitativo porque busca determinar el número de personas que hacen uso de intermediarios informales como medio de compra o de comercialización y cuantitativo porque se investiga el impacto que ocasiona esta actividad de comercio informal en el mercado turístico del Cantón Baños, Provincia de Tungurahua.

En función de este estudio se busca la transformación positiva tanto del objeto como del sujeto de la investigación. La hipótesis planteada es lógica, será comprobada mediante la interpretación de los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas a visitantes y servidores turísticos.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

De campo: Se determina el lugar en donde se concentra la mayor cantidad de intermediarios informales en la comercialización de los servicios de alojamiento, en este caso el terminal terrestre del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

De intervención social: Servirá para investigar y recolectar la información necesaria para demostrar la realidad propia del lugar.

Bibliográfica-documental: Se requiere de un respaldo teórico que enmarque de mejor manera el estudio realizado, por ello la necesidad de apoyarse en fuentes escritas que mantengan relación directa con la investigación.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es descriptivo, porque se explica cómo se presenta el fenómeno a investigar, además se buscará la correlación entre variable dependiente e independiente.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

El universo de estudio está constituido por los sectores involucrados en la investigación, cuya información fue proporcionada por el Departamento de Turismo Sostenible del GAD de Baños de Agua Santa.

POBLACIÓN	NÚMERO
Proyección turistas año 2015 (con pernoctación)	200.000
Establecimientos hoteleros registrados año 2015	179
TOTAL UNIVERSO:	200.179

3.4.2. Muestra

Para el estudio se toma una muestra sobre el número de turistas proyectados para el año 2015 en el Cantón Baños de Agua Santa, la misma que se ha obtenido con la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

- N = Total de la población
- Z= nivel de confiabilidad (si la seguridad es del 95%) = 1.95
- P = probabilidad de ocurrencia (50%)

- Q = probabilidad de no ocurrencia (50%)
- E = error de muestreo (5%).

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,95)^2 (0,5)(0,5)(200.000)}{(1,95)^2(0,5)(0,5) + (200.000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,80)(50.000)}{(3,80)(0,25) + (12.800)(0,064)}$$

$$n = \frac{190.000}{(0,95) + (819,2)}$$

$$n = \frac{190.000}{820,15}$$

$$n = 231,66$$

$$n = 232 \text{ turistas}$$

En conclusión se establece la siguiente muestra para el estudio:

MUESTRA	NÚMERO
Proyección turistas año 2015 (con pernoctación)	232
Establecimientos hoteleros registrados año 2015	179
TOTAL UNIVERSO:	411

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente – Mercado turístico

Cuadro 1: Operacionalización variable independiente.

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
El mercado turístico es un sistema que integra a compradores (demanda) y vendedores (oferta) delimitados por sus propias necesidades, las cuales determinan un precio y demás parámetros de competitividad.	Oferta	Establecimientos hoteleros	¿Cuántas veces usted hace uso de servicios de hospedaje en la ciudad de Baños por mes?	Encuesta	Cuestionario
		Publicidad	¿Estaría usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?		
	Clientes	¿Considera importante que los clientes realicen una precompra de servicios hoteleros?			
	Demanda	Necesidades	¿Está usted de acuerdo con la relación costo-servicio ofrecido por los intermediarios comerciales informales de servicios hoteleros?		
Decisión de compra		¿Considera usted que influye la intermediación comercial informal en la decisión de compra de los clientes potenciales?			

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable dependiente – Intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento

Cuadro 2: Operacionalización variable dependiente

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
La intermediación informal es una herramienta de comercialización de servicios no legal; que busca disminuir la brecha entre el servicio hotelero y los clientes potenciales a cambio de comisiones.	Herramienta de comercialización	Frecuencia de uso	<p>¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios informales como herramienta de comercialización?</p> <p>¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios comerciales informales como medio de compra?</p>	Encuesta	Cuestionario
	Intermediarios informales	Capacitación	<p>¿Considera adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales, para ofrecer servicios de hospedaje?</p> <p>¿Estaría usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?</p>		
	Comisiones	Porcentajes	<p>¿Conoce usted cuál es el monto promedio de las comisiones recibidas por los intermediarios comerciales por venta?</p>		

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cuadro 3: Plan de recolección de información.

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Alcanzar los objetivos de la investigación para propender a la mejora de la situación actual.
¿De qué personas u objetos?	Turistas y servidores turísticos del Cantón Baños de Agua Santa.
¿Sobre qué aspecto?	Mercado Turístico
¿Quien? ¿Quienes?	Investigador
¿Cuándo?	Marzo 2015 – Agosto 2015
¿Dónde?	Cantón Baños de Agua Santa
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Entrevistas, encuestas y observación
¿Con que?	Cuestionarios estructurados
¿En qué situación?	Con sensibilidad, apertura, flexibilidad y respeto

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Con la aplicación de encuestas se tendrá la información deseada y se procederá de la siguiente manera:

Plan para el procesamiento de la información

- Revisión crítica de la información recogida, es decir; limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Tabulación de la información recogida.

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados.
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz.
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Pregunta 1: ¿Cuántas veces usted hace uso de servicios de hospedaje en la ciudad de Baños por mes?

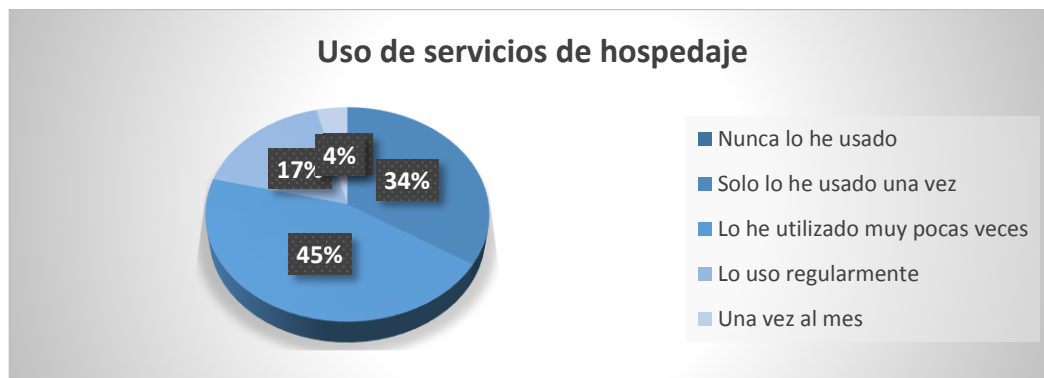
Cuadro 4: Frecuencia del uso de servicios de hospedaje en el Cantón Baños.

Frecuencia	Personas	%
Nunca lo he usado	0	0%
Solo lo he usado una vez	79	34%
Lo he utilizado muy pocas veces	104	45%
Lo uso regularmente	40	17%
Una vez al mes	9	4%
TOTAL:	232	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 4: Frecuencia del uso de servicios de hospedaje en el Cantón Baños.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: El 100% de la población está representado por 232 turistas, seleccionados estratégicamente, pues no todas las personas que arriban al terminal terrestre son turistas, y tampoco todos hacen uso de servicios de hospedaje. De esta manera se evidencia que la mayor parte de turistas que han utilizado pocas veces el servicio de alojamiento considerandos en un rango mayor a 2 estadías y menor a 5; y que precisamente son aquellas que en lo posterior brindarán la información necesaria en el desarrollo de las siguientes preguntas.

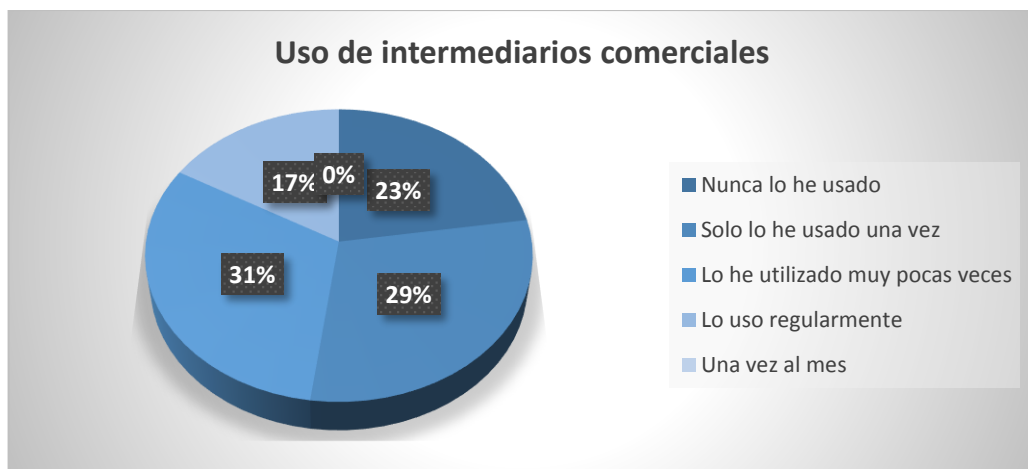
Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios comerciales informales (enganchadores), como medio de compra?

Cuadro 5: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales en el Cantón Baños.

Frecuencia	Personas	%
Nunca lo he usado	53	23%
Solo lo he usado una vez	67	29%
Lo he utilizado muy pocas veces	72	31%
Lo uso regularmente	40	17%
Una vez al mes	0	0%
TOTAL:	232	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 5: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales en el Cantón Baños.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: Respecto a los datos obtenidos es notoria la necesidad de información, y es por ello que el 77% del total de turistas encuestados han tenido contacto con este medio de compra. Es lógico además que aquellas personas que visitan de forma constante la ciudad no requieren de este tipo de servicio y se manifiesta con claridad con un porcentaje del 0%.

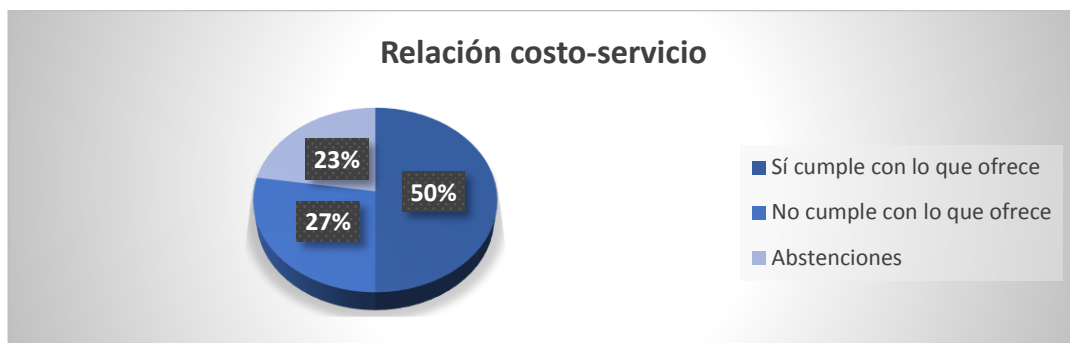
Pregunta 3: ¿Está usted de acuerdo con la relación costo-servicio ofrecido por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros?

Cuadro 6: Relación costo – servicio.

Frecuencia	Personas	%
Si cumple con lo que ofrece	116	50%
No cumple con lo que ofrece	63	27%
Abstenciones	53	23%
TOTAL:	232	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 6: Relación costo – servicio.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación:

A pesar de que la actividad informal ha sido estigmatizada, para muchos turistas es un apoyo de información total, este se considera el porqué del apoyo a la actividad y por ende, para que la misma se mantenga, los intermediarios comerciales en muchas ocasiones no incluyen en su oferta falsas promesas ni engaños, con ello aseguran un cliente asiduo y satisfecho.

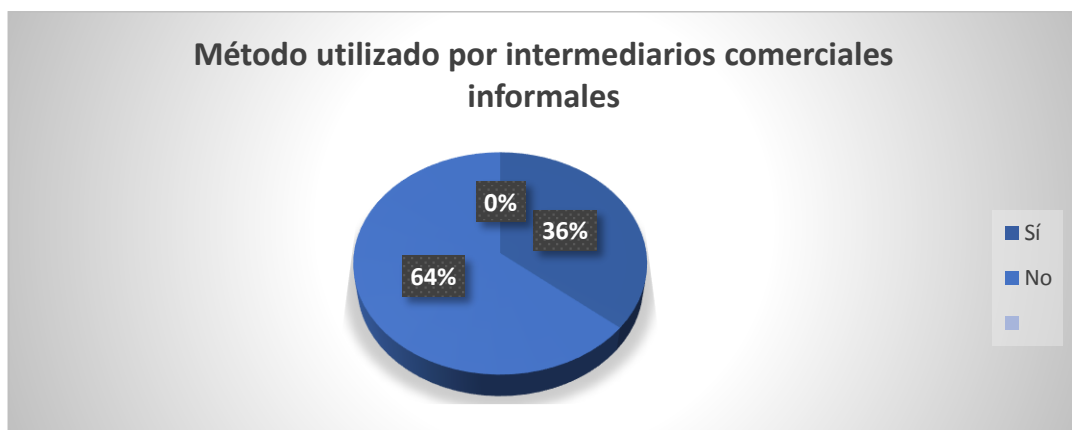
Pregunta 4: ¿Considera adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje?

Cuadro 7: Método utilizado por intermediarios comerciales informales.

Frecuencia	Personas	%
Sí	84	36%
No	148	64%
TOTAL:	232	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 7: Método utilizado por intermediarios comerciales informales.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación:

En este punto se permite visualizar claramente la molestia existente en los turistas a causa del trato que reciben al momento de su llegada al terminal terrestre de la ciudad de Baños por parte de los intermediarios informales comerciales, son pocas las personas que están de acuerdo con la forma en la que estas personas desarrollan dicha actividad.

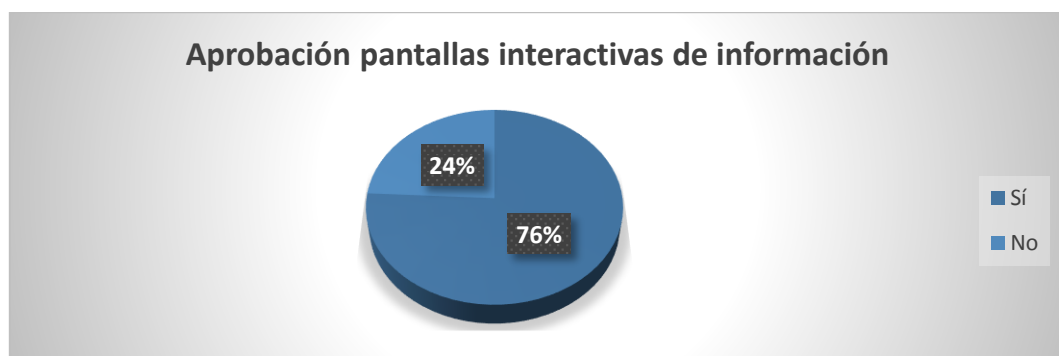
Pregunta 5: ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?

Cuadro 8: Aprobación pantallas interactivas de información.

Frecuencia	Personas	%
Sí	176	76%
No	56	24%
TOTAL:	232	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 8: Aprobación pantallas interactivas de información.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación:

El 76% del total de turistas encuestados están de acuerdo que se reemplace el trabajo de los intermediarios informales comerciales, con pantallas de información general sobre servicios hoteleros, mientras que el 24% restante no está de acuerdo con la propuesta planteada. A través de los resultados obtenidos se permite observar que la mayor parte de turistas encuestados están de acuerdo con la propuesta planteada, lo que ratifica el propósito de solución para la problemática expuesta con anterioridad.

Encuesta dirigida a servidores turísticos

Pregunta 1: ¿Considera importante que los clientes realicen una precompra de servicios hoteleros?

Cuadro 9: Precompra de servicios de hospedaje.

Frecuencia	Personas	%
Sí	118	67%
No	58	33%
TOTAL:	176	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 9: Precompra de servicios de hospedaje.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación:

De 176 servidores turísticos encuestados, 118 que representan el 67% de total manifiestan que es necesario realizar precompra de servicios de hospedaje, y el 33% considera que tal método no es necesario.

La mayor parte de servidores hoteleros manifiestan su acuerdo con la precompra de servicios (reservas) en este caso hoteleros, sobretodo en la temporada alta en la cual la infraestructura hotelera existente en el Cantón Baños no es suficiente para albergar a gran cantidad de turistas, además es importante considerar que una reserva se constituye en mayor seguridad y confort para un visitante.

Pregunta 2: ¿Considera usted que influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales?

Cuadro 10: Influencia en la decisión de compra

Frecuencia	Personas	%
Sí	123	70%
No	53	30%
TOTAL:	176	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 10: Influencia en la decisión de compra.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: El 70% del total de servidores turísticos encuestados concluye que los intermediarios comerciales informales influyen en la decisión de compra de los turistas, mientras que el 30% restante considera que la actividad no es de mayor influencia.

Se considera influyente la intermediación comercial informal debido a que las personas que prestan este servicio tienen contacto directo con los clientes potenciales y esta característica interviene directamente en la decisión de compra excepto en aquellos que conocen a donde llegar debido a una visita previa o una reserva.

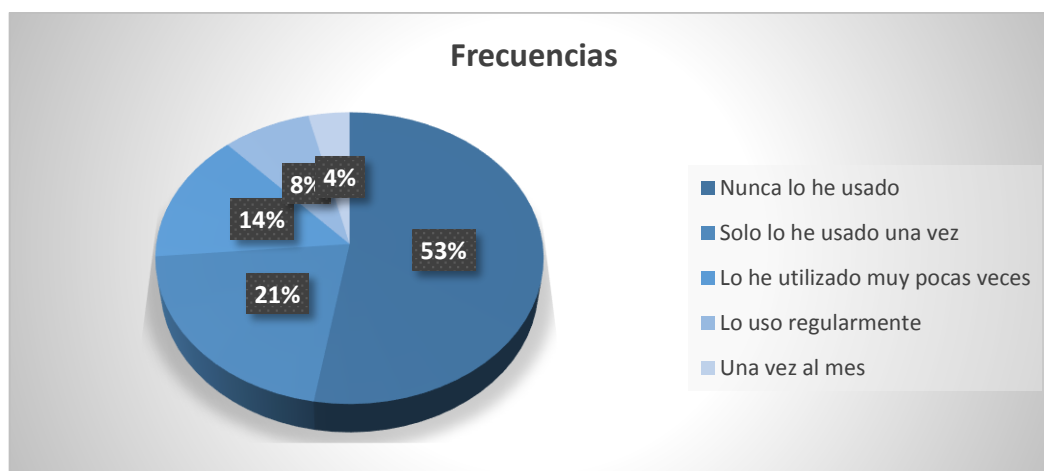
Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios informales (enganchadores) como herramienta de comercialización?

Cuadro 11: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales.

Frecuencia	Personas	%
Nunca lo he usado	93	53%
Solo lo he usado una vez	37	21%
Lo he utilizado muy pocas veces	25	14%
Lo uso regularmente	14	8%
Una vez al mes	7	4%
TOTAL:	176	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 11: Frecuencia del uso de intermediarios comerciales informales.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: El 53% de total de servidores turísticos encuestados indicó que nunca ha hecho uso de intermediarios comerciales informales, prefieren la promoción a través de medios de comunicación como internet, ferias, eventos, etc., el 21% señaló que solo ha usado una vez esta herramienta de comercialización, el 14% lo ha utilizado muy pocas veces, el 8% lo usa regularmente mientras el 4% lo utiliza una vez al mes.

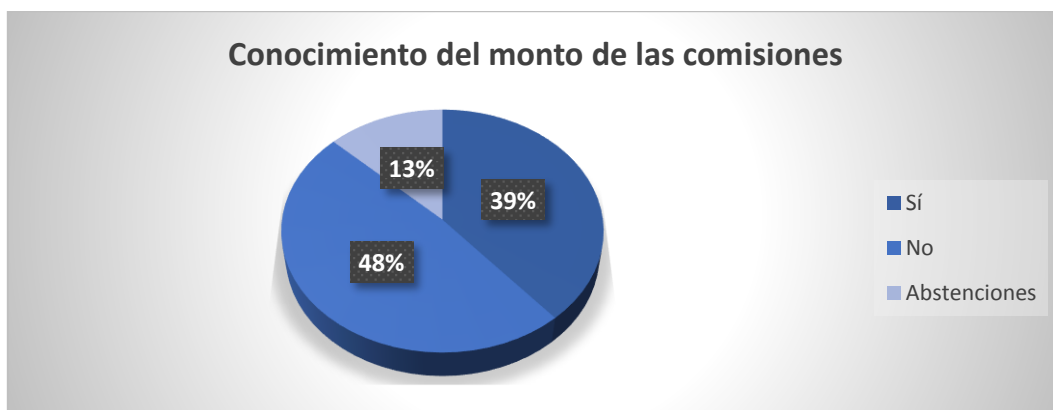
Pregunta 4: ¿Conoce usted cuál es el monto promedio de las comisiones recibidas por los intermediarios comerciales por venta?

Cuadro 12: Comisiones de intermediarios comerciales informales.

Frecuencia	Personas	%
Sí	84	48%
No	69	39%
Abstenciones	23	13%
TOTAL:	176	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 12: Comisiones de intermediarios comerciales informales.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: El 48% del total de los servidores turísticos encuestados manifiesta no conocer el monto que perciben los intermediarios comerciales informales por concretar una venta, el 39% acepta conocer los porcentajes y un 13% se abstiene de responder esta pregunta. Si se toma en cuenta el resultado que arrojó la pregunta anterior es lógico que un gran número de servidores turísticos desconozcan del valor económico de cada comisión debido a que no hacen uso de dicho servicio, el resultado de esta pregunta se constituyó en un soporte para verificar la información de la pregunta anterior.

Pregunta 5: ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?

Cuadro 13: Aprobación de pantallas interactivas de información.

Frecuencia	Personas	%
Sí	148	84%
No	28	16%
TOTAL:	176	100%

Fuente: Cantón Baños de Agua Santa
Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Gráfico 13: Aprobación de pantallas interactivas de información.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Análisis e interpretación: El 84% del total de servidores turísticos está de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios informales comerciales por pantallas informativas de información hotelera mientras el 16% no está de acuerdo con la propuesta. La aceptación de la propuesta es clara, con la misma se pretende la igualdad de condiciones en cuanto a oferta de servicios se refiere, los servidores turísticos que no muestran interés en la misma aducen que el target de mercado que manejan no hace uso frecuente del terminal terrestre de la ciudad, lugar en donde se ubicarían las pantallas de ser el caso.

4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Hipótesis: La intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento afecta negativamente al mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

Variable dependiente: Intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento.

Variable independiente: Mercado turístico

4.2.1. Formulación de la hipótesis

H₀ = La intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento no afecta al mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

H₁= La intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento afecta al mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

4.2.2. Nivel de significancia

El nivel de significación con el que se va a trabajar es el 5%.

4.2.3. Elección de la prueba estadística

Para verificar la hipótesis se escogió la herramienta de chi cuadrado.

$$X = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

fo = frecuencia observada

fe = frecuencia esperada

4.2.3.1. Datos observados

Cuadro 14: Frecuencias observadas.

Actores	Opción	Sí	No	Total
Turistas	P4 ¿Considera adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje?	84	148	232
	P5 ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?	176	56	232
Servidores turísticos	P2 ¿Considera usted que influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales?	123	53	176
	P5 ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?	148	28	176
Total:		531	285	816

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**

4.2.3.2. Grados de libertad

$$GI = (F-1) (C-1)$$

$$GI = (4-1) (2-1)$$

$$GI = (3) (1)$$

$$GI = 3$$

Dónde:

GI= Grados de libertad

F = Filas de la tabla

C = Columnas de la tabla

Grado de libertad = 3 y un Nivel de significancia = 0,05 = 5%

4.2.3.3. Valor de la tabla

Calculado el grado de libertad se establece una relación con el nivel de significancia y da un valor de: $\chi^2_t = 7,8147$

4.2.3.4. Datos esperados

Cuadro 15: Frecuencias esperadas.

Actores	Opción	Sí	No	Total
Turistas	P4 ¿Considera adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje?	132.75	71.25	204
	P5 ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?	132.75	71.25	204
Servidores turísticos	P2 ¿Considera usted que influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales?	132.75	71.25	204
	P5 ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?	132.75	71.25	204
Total:		531	285	816

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**

4.2.3.5. Análisis de frecuencias esperadas con observadas

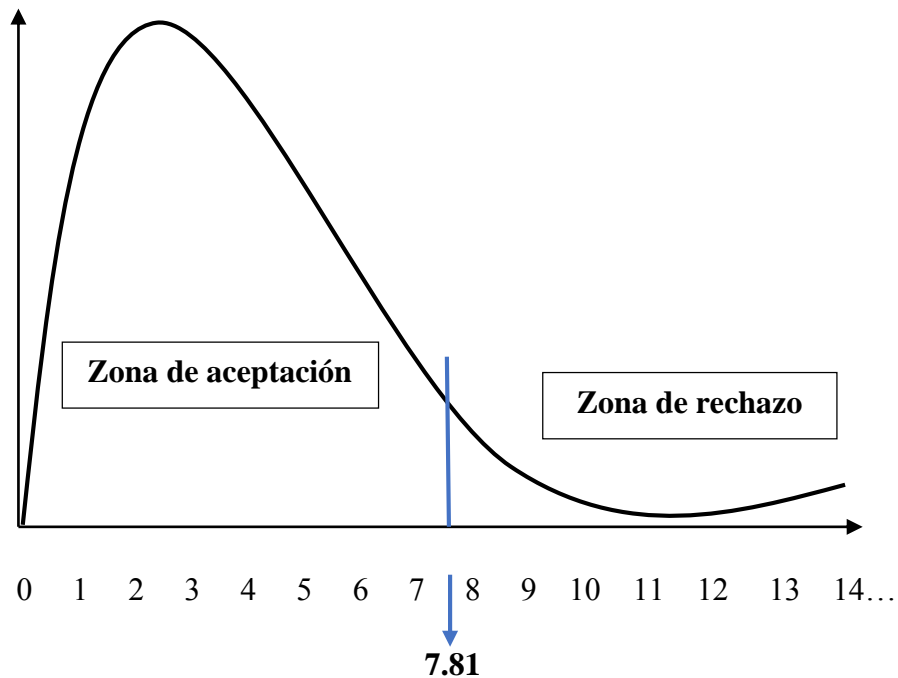
Cuadro 16: Análisis de frecuencias.

Actores	Afirmaciones	fo	fe	(fo-fe)	(fo-fe)²	$\frac{(fo - fe)^2}{fe}$
Turistas	Los turistas sí consideran adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje	84	132.75	-48.75	2,376.56	17.90
	Los turistas no consideran adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje	148	71.25	76.25	5,814.06	81.60
	Los turistas están de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad.	176	132.75	43.25	1,870.56	14.09
	Los turistas no están de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad.	56	71.25	-15.25	232.56	3.26
Servidores turísticos	Los servidores turísticos consideran que si influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales	123	132.75	-9.75	95.06	0.72
	Los servidores turísticos consideran que no influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales	53	71.25	-18.25	333.06	4.67
	Los servidores turísticos están de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad.	148	132.75	15.25	232.56	1.75
	Los servidores turísticos no están de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad.	28	71.25	-43.25	1,870.56	26.25
	TOTAL:					150.24

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**

4.2.3.6. Gráfico de la verificación de la hipótesis

Gráfico 14: Campana de Gauss



Conclusión:

De acuerdo a los datos expuestos el valor de $X^2_t = 7.81 < X^2_c = 150,24$; el resultado obtenido corrobora la aceptación de la hipótesis alternativa y rechaza a la hipótesis nula. De este modo se ratifica que la intermediación informal en la comercialización de servicios de alojamiento afecta negativamente al mercado turístico del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Posterior a la aplicación de encuestas se determinó que el grado de afectación es alto tanto para los servidores turísticos como para los turistas. El malestar en la oferta se enfatiza en la desigualdad de condiciones para publicitar su producto mientras que para la demanda se refiere a la situación de abrumo de información al arribo a la ciudad.
- De acuerdo al estudio realizado y en base a criterios emitidos por parte de propietarios y trabajadores de establecimientos hoteleros es importante resaltar que no todos los servidores turísticos contratan a intermediarios informales, son éstas personas quienes de manera intempestiva se acercan a los establecimientos turísticos con grupos de personas y se fijan su propia comisión.
- En el Cantón Baños de Agua Santa, el turismo se ha desarrollado de forma empírica; varios administradores y propietarios de establecimientos de hospedaje no utilizan nuevas herramientas de comercialización y mucho menos modelos de gestión.
- A nivel de Cantón no existe una verdadera concientización sobre calidad en el servicio por parte de los servidores hoteleros, lo que influencia en la imagen de la ciudad.
- Mediante las encuestas aplicadas se identificó la necesidad que tienen los turistas en cuanto a información local se refiere, de esta falencia nace una propuesta que involucra de manera igualitaria los servicios que ofrecen los 176 establecimientos hoteleros del Cantón Baños de Agua Santa.

5.2. RECOMENDACIONES

- Es importante socializar y dar cumplimiento a la ordenanza municipal vigente sobre utilización del espacio y la vía pública en el Cantón Baños de Agua Santa en donde la actividad (intermediación informal) expresamente está prohibida.
- Se recomienda fomentar el dialogo entre el sector público y el sector privado, para buscar soluciones en el beneficio de todos, que contribuyan al desarrollo de la principal actividad económica de la ciudad: el turismo.; un conversatorio sobre modelos de gestión aplicables en el campo hotelero local.
- Generar una conciencia sobre calidad en el servicio y todos los beneficios que conlleva aplicarla en las diferentes actividades.
- Para que exista una oferta real, se requiere de la recategorización de varios establecimientos de alojamiento; para de esta manera mostrar un panorama real a todos los turistas quienes hagan uso de la herramienta tecnológica propuesta.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TÍTULO: Presentación del bosquejo de un modelo de pantallas interactivas de información hotelera del Cantón Baños de Agua Santa, ubicadas en la oficina de información turística del Terminal Terrestre Jorge Viteri de la ciudad de Baños de Agua Santa.

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Institución ejecutora: Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio Cantón Baños de Agua Santa / Departamento de Turismo Sostenible

Beneficiario: Turistas nacionales y extranjeros y servidores hoteleros locales.

Teléfono: (03) 2740 458 / (03) 270 438

Ubicación: Oficina de información turística - Terminal Terrestre Jorge Viteri, Avenida Amazonas y Maldonado

Tiempo estimado para la ejecución: 3 meses

Inicio: Octubre 2015

Finalización: Diciembre 2015

Equipo técnico responsable: Dirección de Turismo Sostenible- GAD de la Municipalidad de Baños de Agua Santa.

Costo de la propuesta: \$340.00

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El diseño de la presente propuesta se establece como alternativa de solución al malestar ocasionado tanto a turistas como a servidores turísticos por la intermediación informal

Además se ha tomado en cuenta la necesidad de mayor información turística en el Terminal Terrestre Jorge Viteri de la ciudad de Baños de Agua Santa, así como la búsqueda de equidad en la promoción e impulsación de servicios hoteleros.

La responsabilidad de los aspectos antes mencionados recae en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baños de Agua Santa pues es la entidad encargada de incluir en su modelo de gestión aquellas ideas que propender al desarrollo como comunidad.

6.3. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de solución planteada mantiene una importancia de orden social, pues en ella se involucra la comunidad local en general.

La inclusión de la tecnología es importante debido a que optimiza tiempo y recursos sobretodo para aquellos visitantes que disfrutan de períodos cortos de tiempo para vacacionar.

El grado de interés por el presente documento es elevado, principalmente para aquellos establecimientos de servicios de hospedaje que se encuentran alejados del terminal terrestre de la ciudad y que han sentido la exclusión en cuanto a difusión de sus servicios se refiere.

De llevarse a cabo la idea propuesta, el Cantón Baños de Agua Santa podrá constituirse como un ícono a nivel nacional respecto a facilidades turísticas y convertirse en el pionero de una herramienta tecnológica que debería existir en cada una de las terminales terrestres a nivel nacional.

Existen diversas páginas en el Internet que permiten realizar reservas en diversos establecimientos hoteleros y esto suprime la intermediación informal, pero también es cierto que aquellos establecimientos que se promocionan a través de las mismas pagan comisiones por este servicio y que muchos hostales y residenciales del Cantón han manifestado que no les interesa trabajar con dicho medio.

El impacto será positivo tanto para servidores turísticos como para turistas, y es preciso aclarar que para quienes suelen hacer uso de intermediarios informales la idea no es de su agrado, pues retira de su uso este medio informal de comercialización que por tanto tiempo han utilizado, sin importar el perjuicio que causan a sus colegas e incluso a sus clientes potenciales.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo general

Presentar el bosquejo de un modelo de pantallas interactivas de información hotelera del Cantón Baños de Agua Santa, ubicadas en la oficina de información turística del Terminal Terrestre Jorge Viteri de la ciudad de Baños de Agua Santa.

6.4.2. Objetivo específicos

- Identificar las características informativas que los turistas necesitan conocer al momento de elegir un establecimiento de hospedaje.
- Recoger información de forma equitativa e igualitaria de los servicios hoteleros ofrecidos por los establecimientos inscritos en el Departamento de Turismo Sostenible del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baños de Agua Santa.
- Socializar la propuesta respecto al uso de la herramienta informática para determinar falencias y aciertos en el diseño de la misma.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Para llegar a un criterio de factibilidad de la presente propuesta es necesario tomar en cuenta dos parámetros importantes: factibilidad social y factibilidad financiera.

6.5.1. Factibilidad social

La factibilidad social sintetiza el bienestar que genera la inclusión de la propuesta de solución. La tranquilidad y seguridad que se provee a los turistas y la satisfacción de igualdad y justicia para los servidores turísticos, basado en principios de respeto y compromiso social.

6.5.2. Factibilidad financiera

Si se toma en cuenta varios elementos medibles, se puede llegar a una conclusión de factibilidad financiera, detallada a continuación:

Cuadro 17: Factibilidad financiera.

Rubros	Costo
Equipo de oficina	110.00
Materiales de oficina	50.00
Internet	60.00
Transporte	40.00
Alimentación	50.00
Alojamiento	0.00
Imprevistos	30.00
TOTAL:	\$340.00

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**

6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Pantallas interactivas de información

Con el avance de la tecnología se encuentra al alcance una gran variedad de medios para publicitar un producto/servicio, empresa o como es el caso un destino turístico.

Según la empresa Ditec Comunicaciones un medio práctico, útil y rápido son las pantallas de información turística que consiste en una pantalla táctil adicional a un software de información sobre un atril de soporte. Este medio permite que la persona interactúe en su búsqueda, por ello las características audiovisuales, además de ser un medio versátil con uso en interiores.

Puntos de información

De acuerdo a las fichas de producto de la empresa VisualPanel, los puntos de información se convierten en un recurso de vital importancia si se pretende brindar un servicio de calidad. Se considera una herramienta de promoción para el grupo que compone la demanda y una facilidad para la oferta (turistas).

Respecto a la demanda, un punto de información que provea en igualdad de condiciones los servicios que ofrece, busca la equidad en la promoción a nivel local, esta característica es justa y equitativa.

Para la demanda el observar de forma amplia la oferta turística de un lugar permitirá que su elección sea la que más se ajuste a sus necesidades y se minimice el grado de insatisfacción en el caso que lo elegido no sea de su agrado.

Un punto de información debe contener no solo información de forma sino también algo de fondo que llame en primer lugar la atención del turista y posterior cubra más allá de sus necesidades, es decir, no limitarse a información superflua sino añadir aquellas características que quizá pasan desapercibidas pero que para el turista que no está acostumbrado a ellas probablemente llame su atención.

La ubicación de un punto de información es estratégica y de ella depende su aprovechamiento o su olvido.

6.7. METODOLOGÍA – MODELO OPERATIVO

Cuadro 18: Modelo Operativo.

FASES	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
Socialización	1. Que las autoridades conozcan el contenido de la propuesta. 2. Recoger información relevante y complementaria de los sectores involucrados.	1. Presentación de la propuesta a las autoridades de la ciudad. 2. Establecer conversatorios con los sectores involucrados	1. Proyecto de solución escrito y digital. 2. Equipo de computo 3. Proyector 4. Fotocopias	1. Patricia Ortiz (mentora del proyecto de solución) 2. GAD Cantón Baños de Agua Santa a través del Departamento de Turismo Sostenible.	Diciembre 2015
Planificación	1. Establecer las responsabilidades para cada departamento o persona encargada.	1. Enlistar las actividades a realizar. 2. Identificar al personal idóneo para la ejecución de cada obra.	1. Proyecto de solución escrito. 2. Suministros de oficina. 3. Recurso humano	1. Delegado GAD Cantón Baños de Agua Santa a través del Departamento de Turismo Sostenible.	Por definir
Ejecución	1. Implementación de las pantallas interactivas de información en el terminal terrestre de la ciudad.	1. Adquisición de las pantallas interactivas 2. Instalación de las pantallas interactivas de información 3. Instalación de software 4. Campaña de socialización del recurso	1. Presupuesto económico. 2. Recurso humano capacitado. 3. Computador y proyector.	1. GAD Cantón Baños de Agua Santa a través del Departamento de Turismo Sostenible.	Por definir
Evaluación	1. Calificación constante (bimensual) sobre los objetivos planteados en la propuesta.	1. Revisión de las operaciones asignadas.	1. Suministros de oficina 2. Recurso Humano	1. Delegado GAD	Por definir

Elaborado por: Ortiz, Patricia (2015)

6.7.1. Desarrollo de la Propuesta

ÍNDICE DE CONTENIDOS

6.7.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	53
<i>ÍNDICE</i>	53
1. NOMBRE: “BAÑOS INTERACTIVO”	54
2. DESCRIPCIÓN.....	54
3. MISIÓN	54
4. VISIÓN	54
5. LOGOTIPO.....	55
6. MODELO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	56
7. DISEÑO DE LA PROPUESTA	57
7.1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	57
7.2. PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	65
8. FORMATO FINAL.....	83
8.1. CARACTERÍSTICAS:	83
8.2. OTROS COMPONENTES OPCIONALES:	83
9. LOGOTIPO.....	84

1. Nombre: “BAÑOS INTERACTIVO”



2. Descripción

Baños Interactivo es una herramienta informática que facilita la información requerida por turistas nacionales y extranjeros sobre establecimientos de alojamiento en la ciudad de Baños de Agua Santa de acuerdo a sus necesidades y presupuesto. La herramienta consiste en una pantalla táctil sobre un atril con una base de datos sólida sobre servicios y costos de los establecimientos hoteleros registrados en el Departamento de Turismo Sostenible del GAD del Municipio de Baños de Agua Santa, ubicada en la oficina de información turística del Terminal Terrestre de la ciudad.

3. Misión

Proveer de información oportuna y verás sobre la oferta hotelera local en igual de condiciones a todos los turistas que arriben al terminal terrestre Jorge Viteri del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

4. Visión

Posicionar al Cantón Baños de Agua Santa como un referente a nivel nacional sobre facilidades turísticas.

5. Logotipo

A continuación se expone el logotipo de la propuesta, en colores básicos blanco y negro similar a la oferta informática de punto de WiFi.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

6. Modelo de recolección de la información

Con el fin de crear una base de datos más sólida que el catastro local actual, se establece la siguiente ficha para recoger la información de los diferentes establecimientos de alojamiento en el Cantón Baños de Agua Santa:

Nombre del Establecimiento	XXXXXXXXXX					
Dirección						
Teléfonos						
Página web						
Correo electrónico						
Número de habitaciones						
Capacidad máxima						
Capacidad mínima:						
Tipos de habitaciones	Individual	Matrimonial	Doble	Triple	Cuádruple	Quíntuple
Tarifas						
Fotografías						
Logotipo establecimiento						
Servicios adicionales	Restaurante	Cafetería	Lavandería	Piscina	Spa	Bar
	Parqueadero	Área de fumadores	Caja de seguridad	Accesible personas con discapacidad	Permite mascotas	Áreas verdes
Promociones						
Slogan del establecimiento						

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

7. Diseño de la propuesta

7.1. Recopilación de información

Formato en idioma español

Nombre del Establecimiento						
Nombre del Establecimiento	HOTEL DESTINY					
Categoría	De lujo					
Dirección	Calles Oscar Efrén Reyes y Ambato					
Teléfonos	03 2741935 / 2741643					
Página web	http://www.destinyhotel.ec					
Correo electrónico	reserva@destinyhotel.ec					
Número de habitaciones	30					
Capacidad máxima	60					
Capacidad mínima:	79					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	TWIN	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$78.00	\$108.00	\$118.00	\$168.00	\$218.00	-
Fotografías						
Logotipo						
Servicios adicionales	Piscina	Cuarto de juegos	Cuarto de computadoras	Sala de lectura	Servicio de jacuzzi	Restaurante
	Bar - café	Terraza	Ascensor	Wi-fi	Parqueadero	Servicio de lavandería
Promociones						
Slogan del establecimiento	La pasión por el detalle junto a una atención personalizada y un profundo respeto por el medio ambiente conforman la filosofía de Destiny Hotel.					

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Nombre del Establecimiento	HOTEL SANGAY					
Categoría	Primera					
Dirección	Plaza Isidro Ayora *100					
Teléfonos	32 740490 - 2740902 - 0997509114					
Página web	http://www.sangayspahotel.com					
Correo electrónico	info@sangayspahotel.com					
Número de habitaciones	65					
Capacidad máxima	101					
Capacidad mínima:	120					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	TWIN	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$85.00 pp					
Fotografías						
Logotipo						
Servicios adicionales	Restaurante	Cafetería	Lavandería	Piscina	Spa	Bar
	Parqueadero	Área de fumadores	Caja de seguridad	Accesible personas con discapacidad	Permite mascotas	Áreas verdes
Promociones	Paquetes especiales por día					
Slogan del establecimiento	“Nuestros 70 años de experiencia ofreciendo un servicio de calidad a nuestros clientes, nos convierte en la mejor opción para hospedarse en uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador.”					

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**



Nombre del Establecimiento						
Categoría	HOTEL FLOR DE ORIENTE					
Categoría	Segunda					
Dirección	Maldonado y Ambato					
Teléfonos	(03) 2740 418 / (03) 2740 717					
Página web	http://www.hotelflordeoriente.com					
Correo electrónico	hotelflordeoriente@yahoo.es					
Número de habitaciones	30					
Capacidad máxima	47					
Capacidad mínima:	65					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	TWIN	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$20.00 pp					
Fotografías						
Logotipo establecimiento						
Servicios adicionales	Área de lectura	Cafetería	Parqueadero privado	Tienda de artesanías		
Promociones	Grupos de turistas superiores a 15 personas, acceden a condiciones especiales, dependiendo la temporada.					
Slogan del establecimiento	“Muy cerca de todo...”					

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Nombre del Establecimiento		HOTEL CASA BLANCA					
Categoría	Tercera						
Dirección	Oriente y Maldonado, esquina.						
Teléfonos	03 2740 092						
Página web	http://hotel-casa-blanca.com						
Correo electrónico							
Número de habitaciones	30						
Capacidad máxima	69						
Capacidad mínima:	82						
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	TWIN	TPL	CUA	QUI	
Tarifas	\$20pp						
Fotografías							
Logotipo establecimiento							
Servicios adicionales	Piscina	Cafetería	Spa	Wi-fi	Parqueadero	Sala de conferencias	
Promociones	Renta de habitaciones por mes desde \$199.00						
Slogan del establecimiento	“Tu casa en el centro de Baños”						

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)


Formato en Idioma Inglés

Property name		DESTINY HOTEL					
Category	Deluxe						
Address	Oscar Efrén Reyes Street y Ambato						
Phones	03 2741935 / 2741643						
Web site	http://www.destinyhotel.ec						
E-mail	reserva@destinyhotel.ec						
Total Rooms	30						
Maximum capacity	60						
Minimum capacity	79						
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple	
Rates	\$78.00	\$108.00	\$118.00	\$168.00	\$218.00	-	
Photographs							
Logo establishment							
Additional services	Swimming pool	Play room	Cyber - coffe	Reading room	Jacuzzi	Restaurant	
	Bar - coffe	Terrace	Elevator	Wi-fi	Garage	Laundry service	
Promotions							
Slogan	"Passion for detail with personal attention and a deep respect for the environment make the philosophy of Destiny Hotel"						

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Property name	SANGAY HOTEL					
Category	First					
Address	Plaza Isidro Ayora *100					
Phones	32 740490 - 2740902 - 0997509114					
Web site	http://www.sangayspahotel.com					
E-mail	info@sangayspahotel.com					
Total rooms	65					
Maximum capacity	101					
Minimun capacity	120					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$85.00 pp					
Photographs						
Logo establishment						
Additional services	Restaurant	Cafeteria	Laundry services	Swimming pool	Spa	Bar
	Garage	Smoking area	Security box	Accessibility for people with disabilities	Pets allowed	Green areas
Promotions	Special packages per day					
Slogan	“Our 70 years of experience providing quality service to our customers, we make it the best option to stay in one of the most important touris destinations of Ecuador”					

Elaborado por: **ORTIZ, Patricia (2015)**

Property name	FLOR DE ORIENTE HOTEL					
Category	Second					
Address	Maldonado & Ambato					
Phones	(03) 2740 418 / (03) 2740 717					
Web site	http://www.hotelflordeoriente.com					
E-mail	hotelflordeoriente@yahoo.es					
Total Rooms	30					
Maximum capacity	47					
Minimum capacity	65					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$20.00 pp	-	-	-	-	-
Photographs						
Logo establishment						
Additional services	Reading room	Cafeteria	Handicraft Shop		Garage	
Promotions	Group over 15 people Access to special conditions, depending on the season					
Slogan	"Very close to everything..."					

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Property name	CASA BLANCA HOTEL					
Category	Thrid					
Adress	Oriente & Maldonado					
Phones	03 2740 092					
Web site	http://hotel-casa-blanca.com					
E-mail						
Total Rooms	30					
Maximum capacity	69					
Minimum capacity	82					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Doble	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$20pp					
Photographs						
Logo establishment						
Additional services	Swimming pool	Cafeteria	Spa	Wi-fi	Garage	Conference hall
Promotions	Rooms rent per month from \$199.00					
Slogan	"Your house in the middle of Baños"					

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

7.2. Presentación de la información

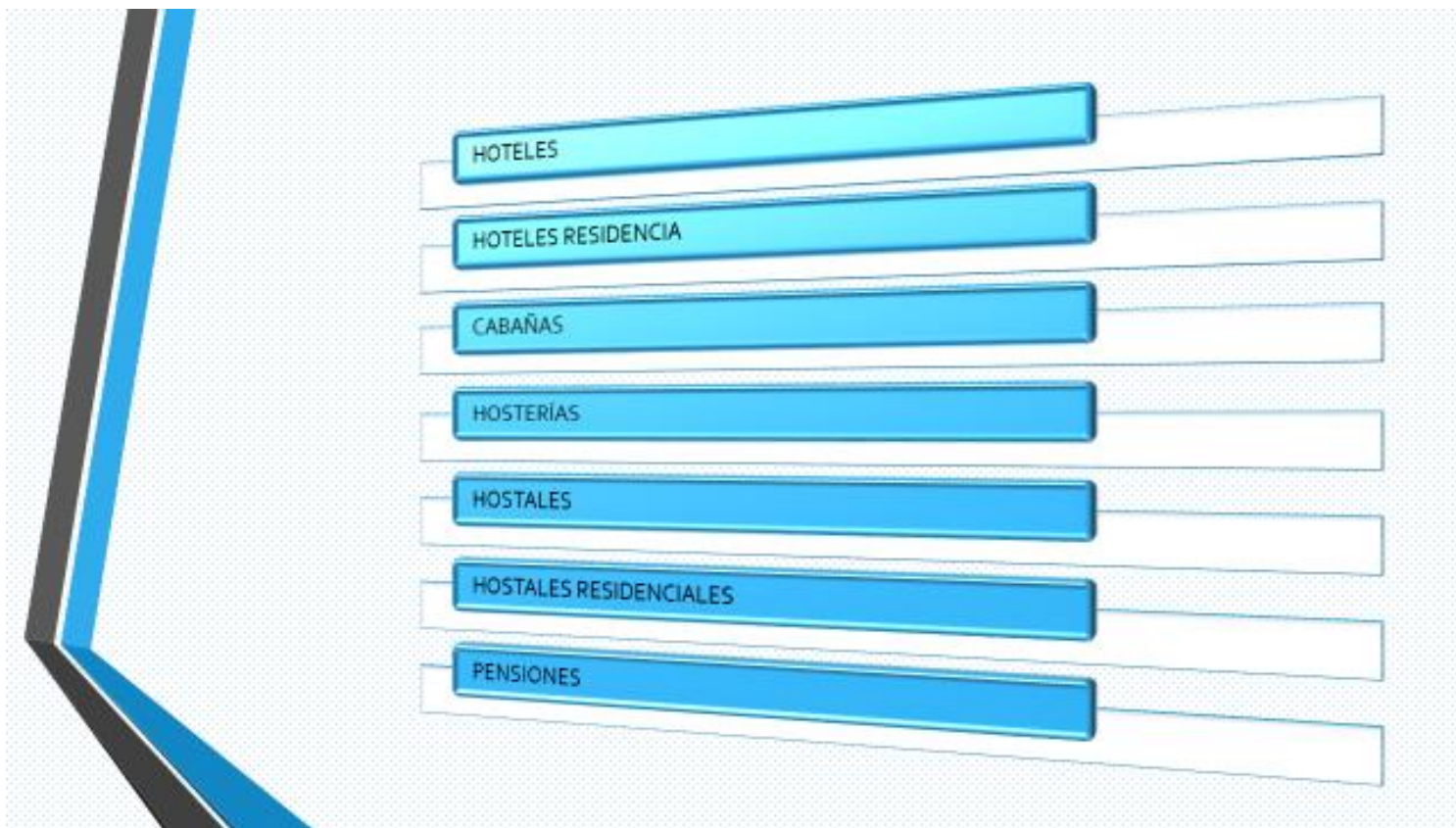
Formato en idioma español

Presentación



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Menú principal



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Opción Hoteles



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Primera opción - hoteles de lujo




Nombre del Establecimiento	HOTEL DESTINY					
Categoría	De lujo					
Dirección	Calle Oscar Efrén Reyes y Ambato					
Teléfonos	03 2741935 / 2741643					
Página web	http://www.destinyhotel.ec					
Correo electrónico	reserva@destinyhotel.ec					
Número de habitaciones	30					
Capacidad máxima	60					
Capacidad mínima:	79					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	DBL	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$78.00	\$108.00	\$118.00	\$168.00	\$218.00	-
Servicios adicionales	Piscina	Cuarto de juegos	Cuarto de computadores	Sala de lectura	Servicio de Jacuzzi	Restaurante
	Bar - café	Teoriza	Asesorer	Wi-Fi	Parqueadero	Servicio de lavandería
Promociones						
Slogan del establecimiento	La pasión por el detalle junto a una atención personalizada y un profundo respeto por el medio ambiente conforman la filosofía de Destiny Hotel.					



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Segunda opción – hoteles primera categoría

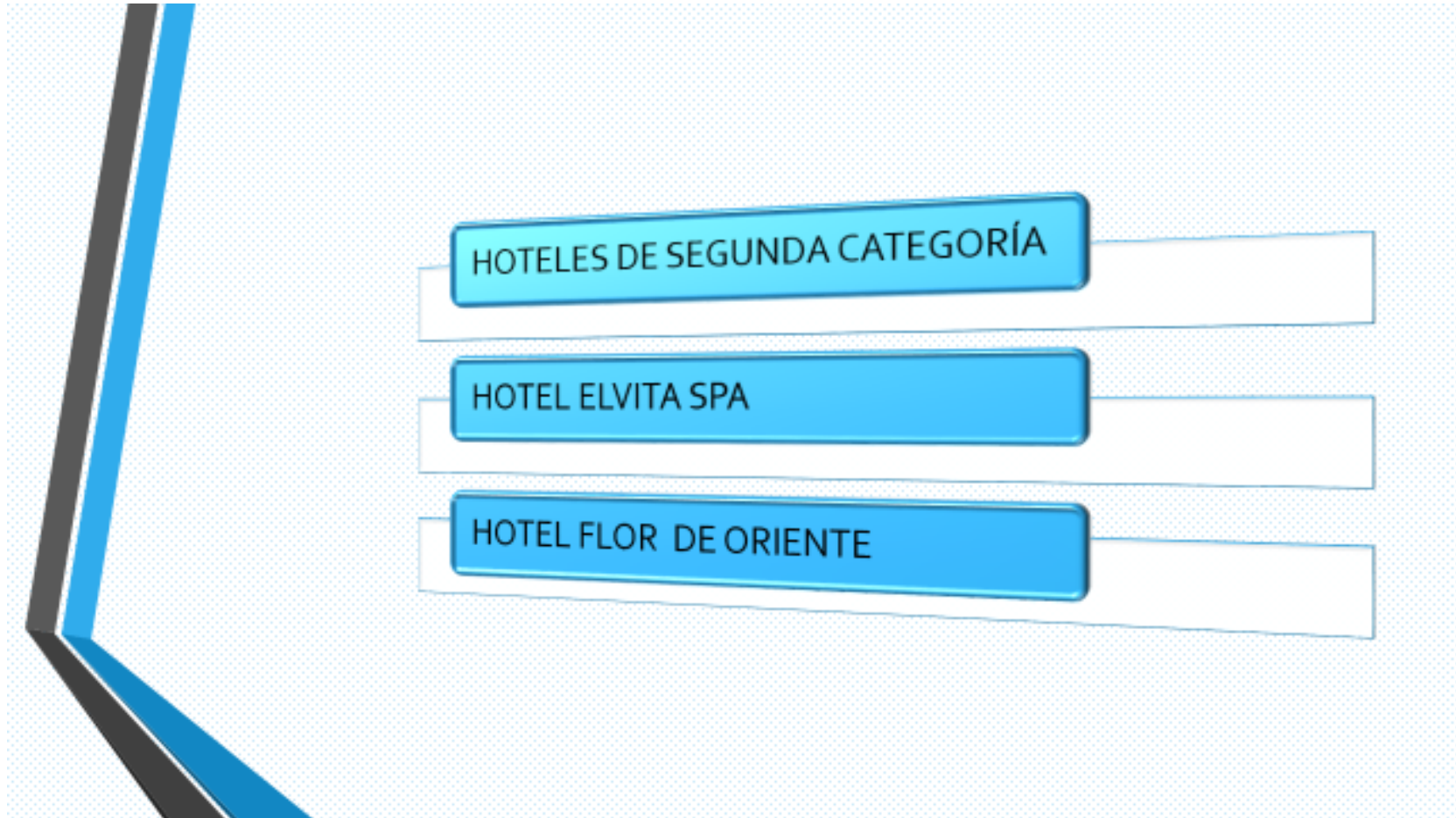


Nombre del Establecimiento	HOTEL SANGAY					
Categoría	Primera					
Dirección	Plaza Isidro Ayora * 100					
Teléfonos	32 740400 - 2740902 - 0997509114					
Página web	http://www.sangayspahotel.com					
Correo electrónico	info@sangayspahotel.com					
Número de habitaciones	65					
Capacidad máxima	101					
Capacidad mínima:	120					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	DBL	TPL	CUA	QU
Tarifas	85.00 pp					
Servicios adicionales	Restaurante	Cafetería	Lavandería	Piscina	Spa	Bar
Promociones	Paquetes especiales por día					
Slogan del establecimiento	"Nuestros 70 años de experiencia ofreciendo un servicio de calidad a nuestros clientes, nos convierte en la mejor opción para hospedarse en uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador."					




Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Menú hoteles segunda categoría



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Opción 2 - Hotel Flor de Oriente



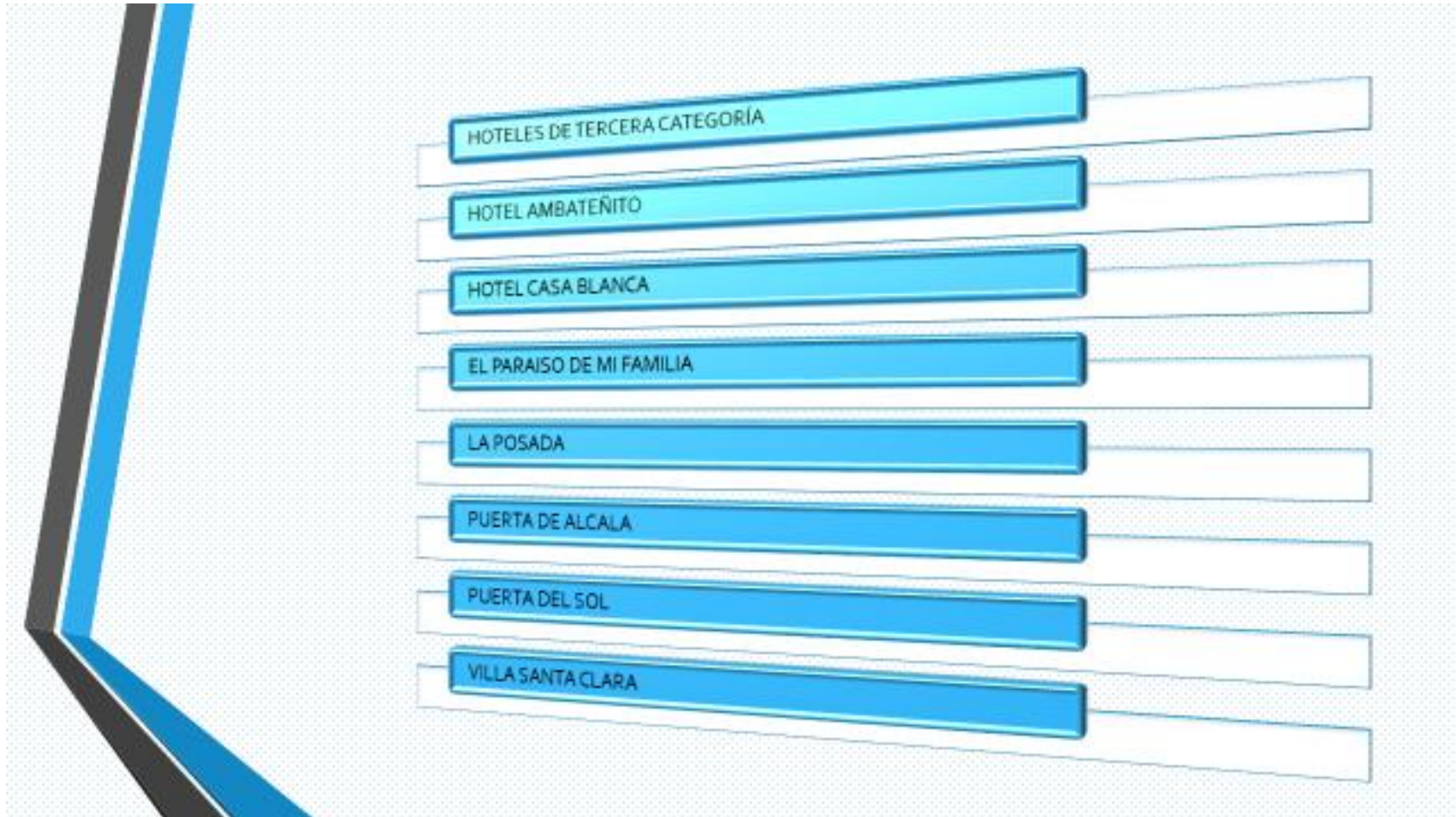


Nombre del Establecimiento	HOTEL FLOR DE ORIENTE					
Categoría	Segunda					
Dirección	Maldonado y Ambato					
Teléfonos	(03) 2740 418 / (03) 2740 717					
Página web	http://www.hotelflordeoriente.com					
Correo electrónico	hotelflordeoriente@yahoo.es					
Número de habitaciones	30					
Capacidad máxima	47					
Capacidad mínima:	65					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	DBL	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$20.00 pp					
Servicios adicionales	Área de lectura	Cafetería	Parques de peñón	Tienda de artesanías		
Promociones	Grupos de turistas superiores a 15 personas, acceden a condiciones especiales, dependiendo la temporada.					
Slogan del establecimiento	"Muy cerca de todo..."					






Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Menú hoteles tercera categoría





Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

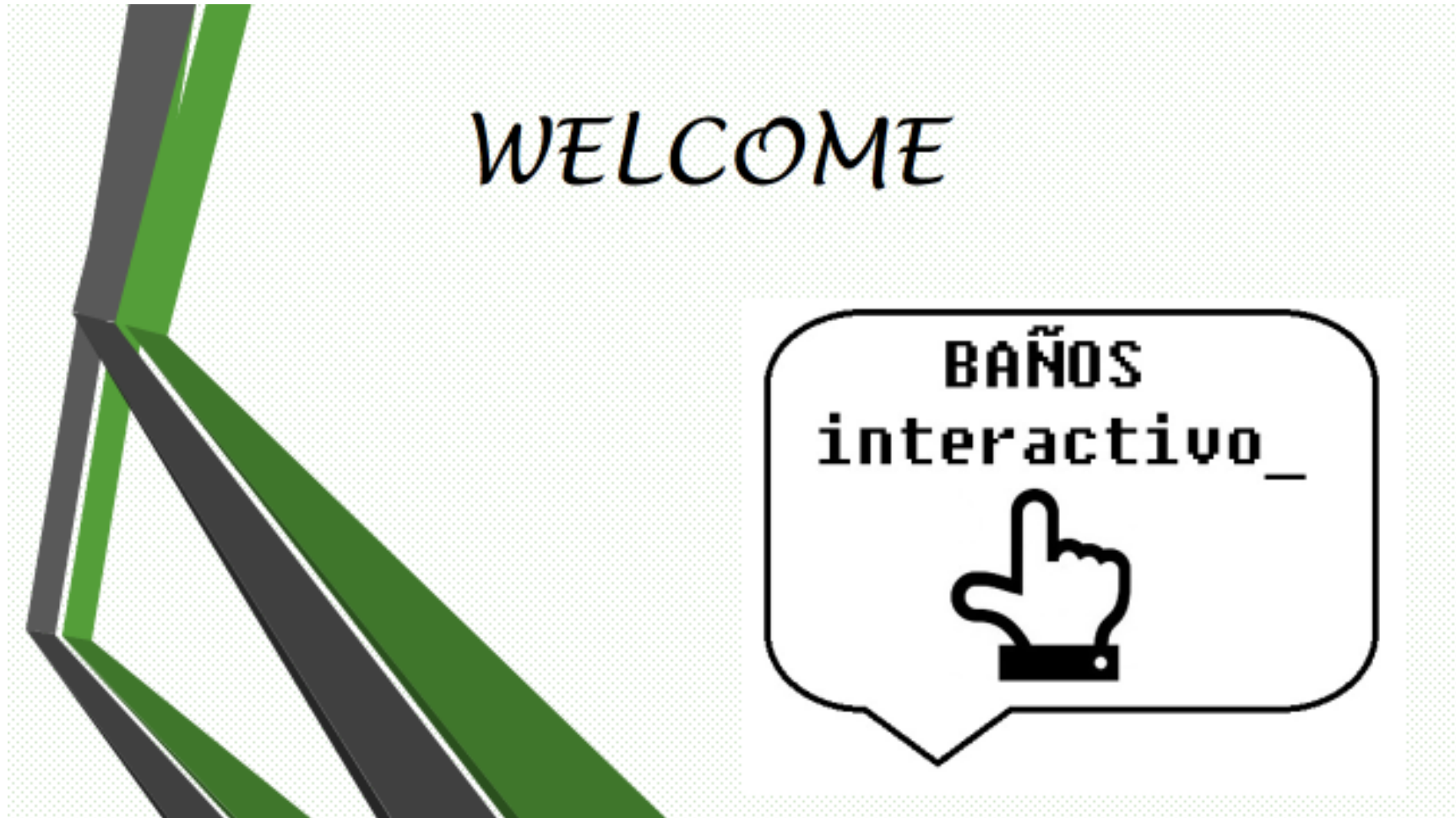
Opción 2 – Hotel Casa Blanca

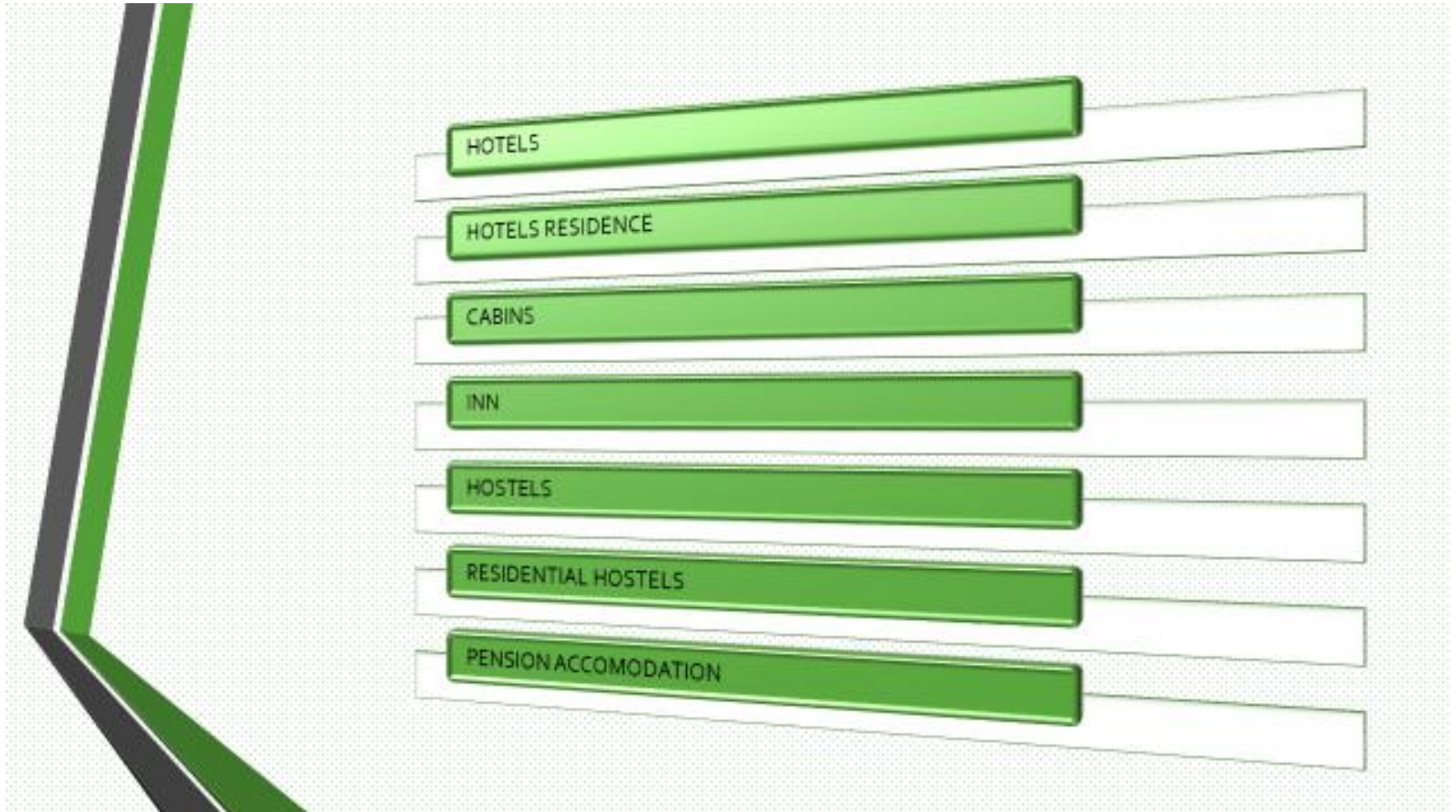
Nombre del Establecimiento	HOTEL CASA BLANCA					
Categoría	Tercera					
Dirección	Oriente y Maldonado, esquina					
Teléfonos	03 2740 092					
Página web	http://hotel-casa-blanca.com					
Correo electrónico						
Numero de habitaciones	30					
Capacidad máxima	69					
Capacidad mínima:	82					
Tipos de habitaciones	SPL	MAT	DBL	TPL	CUA	QUI
Tarifas	\$20pp					
Servicios adicionales	Picina	Cafetería	Spa	WiFi	Parquero	Sala de conferencias
Promociones	Renta de habitaciones por mes desde \$199.00					
Slogan del establecimiento	"Tu casa en el centro de Baños"					

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

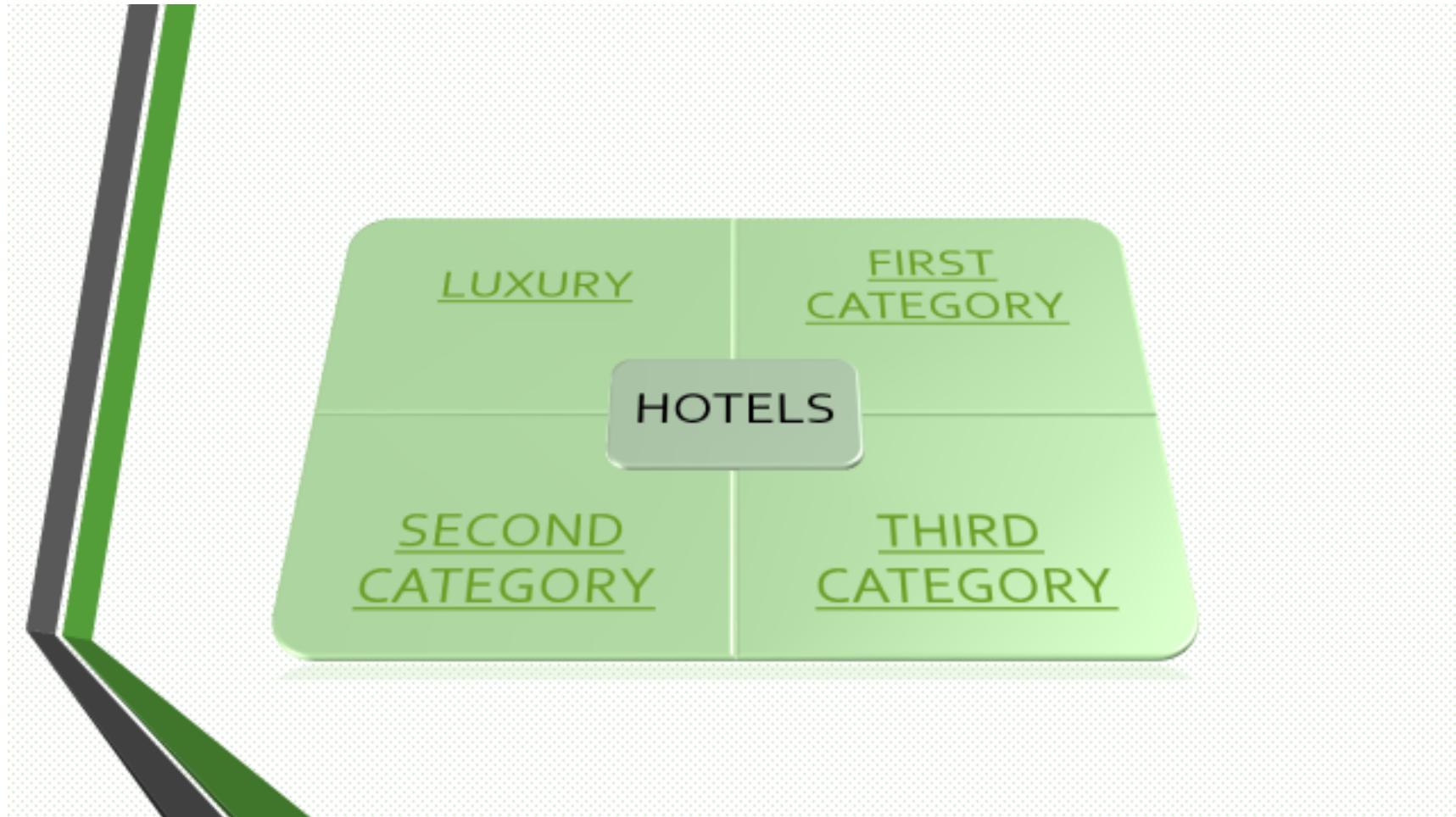


Main menu



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Choice Hotels



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

First option – luxury hotels




Property name	DESTINY HOTEL					
Category	Deluxe					
Address	Oscar Efrén Reyes Street y Ambato					
Phones	03 2741935 / 2741643					
Web site	http://www.destinyhotel.ec					
E-mail	reserva@destinyhotel.ec					
Total Rooms	30					
Maximum capacity	60					
Minimum capacity	79					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$78.00	\$108.00	\$118.00	\$168.00	\$218.00	-
Additional services	Swimming pool	Play room	Cyber - coffe	Reading room	Jacuzzi	Restaurant
	Bar - coffe	Terrace	Elevator	Wi-fi	Garage	Laundry service
Promotions						
Slogan	"Passion for detail with personal attention and a deep respect for the environment make the philosophy of Destiny Hotel"					



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Second option – Second category



Property name	SANGAY HOTEL					
Category	First					
Address	Plaza Isidro Ayora *100					
Phones	32 740490 - 2740902 - 0997809114					
Web site	http://www.sangayspahotel.com					
E-mail	info@sangayspahotel.com					
Total rooms	65					
Maximum capacity	101					
Minimum capacity	120					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$83.00 pp					
Additional services	Restaurant	Cafeteria	Laundry services	Swimming pool	Spa	Bar
	Garage	Smoking area	Security box	Accessibility for people with disabilities	Pets allowed	Green area
Promotions	Special packages per day					
Slogan	"Our 70 years of experience providing quality service to our customers, we make it the best option to stay in one of the most important tourist destinations of Ecuador"					




Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Second category menú hotels



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Option 2 - Flor de Oriente Hotel







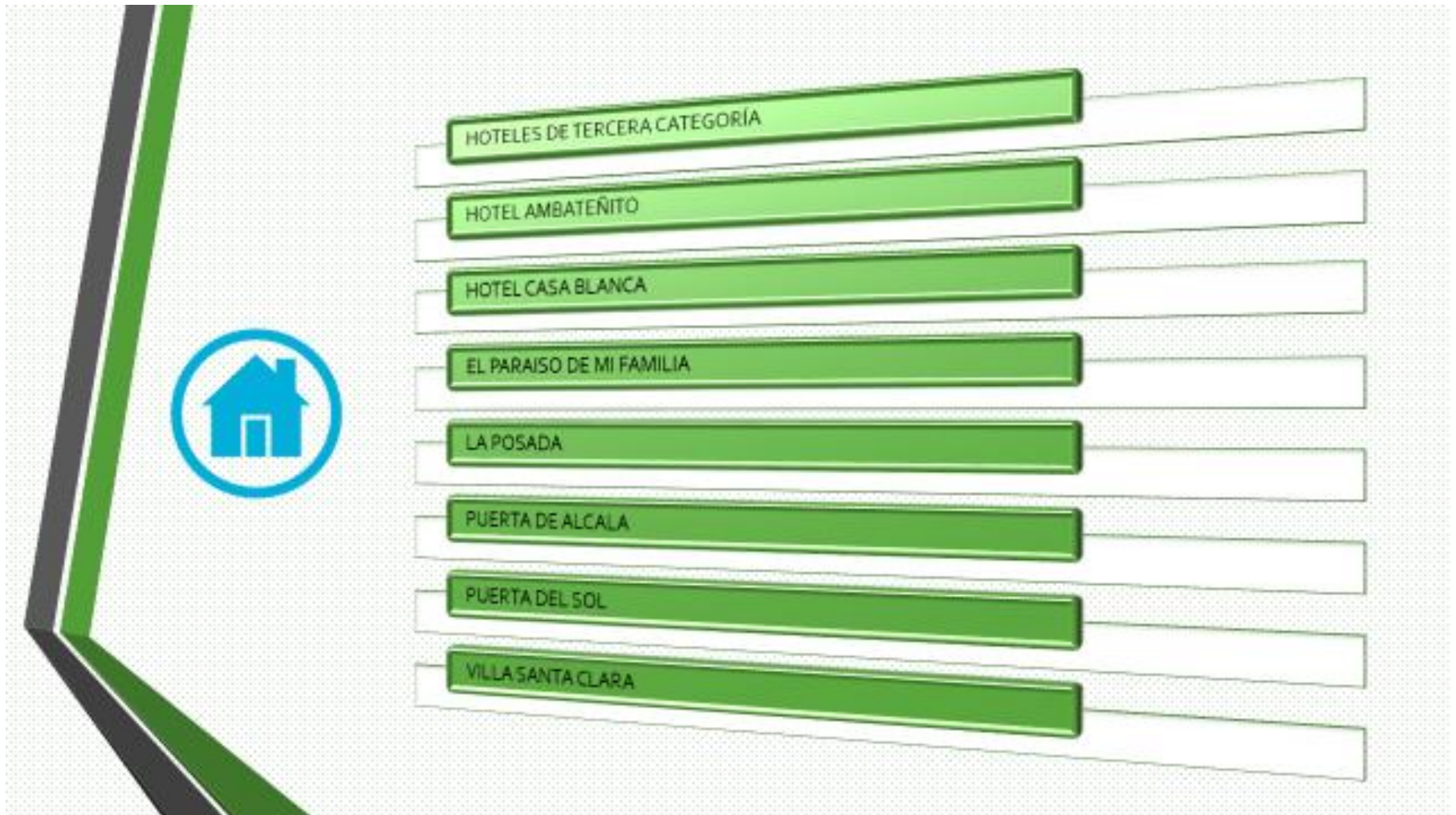
Property name	FLOR DE ORIENTE HOTEL					
Category	Second					
Address	Maldonado & Ambato					
Phones	(03) 2740 418 / (03) 2740 717					
Web site	http://www.hotelflordeoriente.com					
E-mail	hotelflordeoriente@yahoo.es					
Total Rooms	30					
Maximum capacity	47					
Minimum capacity	63					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Double	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$20.00 pp	-	-	-	-	-
Additional services	Reading room	Cafeteria	Handicraft Shop		Garage	
Promotions	Group over 15 people Access to special conditions, depending on the season					
Slogan	"Very close to everything..."					





Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Third category menu hotels





Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

Option 2 – Casa Blanca Hotel




Property name						
Property name	CASA BLANCA HOTEL					
Category	Third					
Address	Oriente & Maldonado					
Phones	03 2740 092					
Web site	http://hotel-casa-blanca.com					
E-mail						
Total Rooms	30					
Maximum capacity	69					
Minimum capacity	82					
Kind of rooms	Individual	Matrimonial	Doble	Triple	Quadruple	Quintuple
Rates	\$20pp					
Additional services	Swimming pool	Cafeteria	Spa	Wi-fi	Garage	Conference hall
Promotions	Rooms rent per month from \$199.00					
Slogan	"Your house in the middle of Baños"					

Elaborado por: ORTIZ , Patricia (2015)

8) Formato final

Las pantallas interactivas descansarán sobre atriles cuyas características se describen a continuación de acuerdo a la oferta de la revista de Touch Ecuador (2011).



8.1. Características:

- PC Regular o industrial
- Fuente de alimentación industrial.
- Pantalla TFT LCD de 15 ", 17", 19 " o superiores.
- Pantallas táctiles de 15 ", 17", 19 " o superiores.
- Bandeja para impresora térmica, 80mm ancho del papel, corte automático
- Altavoces
- Dimensión: Alto56XAncho56XProfundidad66cm

8.2. Otros componentes opcionales:

- Impresora láser A4
- Bluetooth
- Cámaras
- Sistemas de circuito cerrado de televisión

9. Logotipo

Con el fin de dar a conocer el punto informativo se procede al diseño de un logotipo que lo represente. Se toman los colores básicos blanco y negro de la misma forma que se encuentran representados los puntos Wi-Fi, de ésta manera el interés de las personas será direccionado al área tecnológica a simple vista.



Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

6.8. ADMINISTRACIÓN

La administración de la propuesta estaría a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baños de Agua Santa, a través del Departamento de Turismo Sostenible, con el fin de mostrar en igualdad de condiciones los diferentes lugares que ofrecen el servicio de alojamiento dentro de la ciudad y que se encuentran correctamente registrados.

Con la implementación de la propuesta en discusión, Baños de Agua Santa se convertiría en un referente a nivel nacional sobre facilidades turísticas y un modelo a seguir a nivel nacional.

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

De acuerdo al siguiente cuadro se establecen los parámetros a evaluar.

Cuadro 19: Evaluación de la propuesta.

Preguntas básicas	Explicación
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?	Funcionarios del GAD Cantón Baños de Agua Santa.
2. ¿Por qué evaluar?	Porque constituye en una herramienta importante en un adecuado modelo de gestión.
3. ¿Para qué evaluar?	Para verificar el avance del proyecto, así como su buen funcionamiento y mantenimiento adecuado.
4. ¿Qué evaluar?	El uso adecuado del producto adquirido y los recursos destinados al mantenimiento del mismo.
5. ¿Quién evalúa?	Patricia Ortiz, mentora del proyecto/ funcionarios municipales designados.
6. ¿Cuándo evaluar?	Evaluación bimensual
7. ¿Cómo evaluar?	De acuerdo a los parámetros que establecen los objetivos planteados.
8. ¿Con qué evaluar?	Con aplicación de encuestas a usuarios y servidores turísticos.

Elaborado por: ORTIZ, Patricia (2015)

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. (2013). *Evaluación de los centros de información turística del Cantón Baños de Agua Santa Provincia de Tungurahua y su incidencia en el turista local, nacional e internacional*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Barquero, J., & Baquero, M. (2006). *Marketing de Clientes*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.
- Barrientos y Olivares, J. A. (2009). *Diccionario internacional de economía, banca y finanzas*. México: Trillas.
- Caicedo, J. (2012). *El incumplimiento de la Ley de Turismo y su incidencia en el desarrollo empresarial del Cantón Baños de Agua Santa*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Case, K., & Fair, R. (2008). *Principios de Microeconomía*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Castro Jany, J. N. (2005). *Investigación integral de mercados*. Colombia: Nomos S.A.
- Cobra, M. (2000). *Marketing de los servicios*. Bogotá: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A.
- Copyright - Touch Ecuador 2011. (05 de 08 de 2015). *Touch Ecuador*. Obtenido de <http://www.touchecuador.com/touch-ecuador-pantallas-digitales/pantallas-tactiles-touch-ecuador-economica/pantallas-tactiles-touch-ecuador-economica-te8500/pantallas-tactiles-touch-ecuador-economica-te8500.html>
- Copyright © 2016 - All right reserved. DITEC COMUNICACIONES. (01 de 09 de 2015). *Ditec Comunicaciones*. Obtenido de <http://www.ditec.es/es/video-comunicaciones/carteleria-digital/>
- De Juan Vigaray, M. D. (2005). *Comercialización y Retailing, Distribución comercial aplicada*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Definicion.de, C. ©.-2. (s.f.). *Definicion.de*. Recuperado el 08 de 08 de 2015, de : Concepto de comercio - Definición, Significado y Qué es <http://definicion.de/comercio/#ixzz3iHLADyvE>
- Díez de Castro, E. (2005). *Distribución comercial*. Madrid: Mc Graw Hill/ Interamericana de España, S.A.
- Díez de Castro, E., Navarro, A., & Peral, B. (2003). *Dirección de la Fuerza de Ventas*. Madrid: Esic Editorial.

- González, M., Pérez, A., Castejón, R., Méndez, E., Martínez, J., Gómez, J., & Mochón, A. (2004). *Introducción a la economía*. Madrid: Pearson educación, S.A.
- Guría Di-Bella, M. (2012). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Idefonso, E. G. (2012). *Marketing de los servicios*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A.
- Küster, I., & Román, S. (2006). *Venta personal y dirección de ventas*. Madrid: Thomson Editores Spain Paraninfo S.A.
- Martínez, F., & Maraver, G. (2009). *Distribución comercial*. Madrid: Delta, Publicaciones universitarias.
- Nepvreu-Nivelle. (1968). *Análisis de los Canales de Distribución*. Barcelona: oikos-tau, s.a. - ediciones.
- Ordoñez, M. (2001). *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Organización Mundial del Comercio. (01 de 12 de 2015). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/who_we_are_s.htm
- Pindick, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía. Séptima edición*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Rodríguez, A. (2013). *La calidad de servicio que se oferta en los establecimientos hoteleros de tres estrellas, en la parroquia matriz del Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (s.f). *Microeconomía 19ed con aplicaciones a Latinoamérica*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Touch Ecuador, C. (2011). *Touch Ecuador*. Obtenido de <http://www.touchecuador.com/home.html>
- Turismo, M. d. (21 de 07 de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/distribucion-de-establecimientos-de-alojamiento-en-el-pais>
- VisualPanel © Copyright 2003 - 2016. (06 de 08 de 2015). *VisualPanel Tecnología Interactiva*. Obtenido de <http://www.visualpanel.net/punto-informacion.html>

ANEXOS



Anexo 1. Encuestas:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



OBJETIVO:

Determinar el grado de afectación de la intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento en el mercado turístico durante los últimos años en el Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

INSTRUCCIONES:

Seleccione con una (X) la respuesta que usted considera adecuada.

Para turistas

1.- ¿Cuántas veces usted hace uso de servicios de hospedaje en la ciudad de Baños por mes?

- Nunca lo he usado
- Sólo lo he usado una vez
- Lo he utilizado muy pocas veces
- Lo uso regularmente
- Una vez al mes

2.- ¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios comerciales informales (enganchadores), como medio de compra?

- Nunca lo he usado
- Sólo lo he usado una vez
- Lo he utilizado muy pocas veces
- Lo uso regularmente
- Una vez al mes

3.- ¿Está usted de acuerdo con la relación costo-servicio ofrecido por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros?

- Si cumple con lo que le ofrece
- No cumple con lo que le ofrece

4.- ¿Considera adecuado el método utilizado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores), para ofrecer servicios de hospedaje?

- Si
- No

5.- ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?

- Si
- No

Gracias por su valioso tiempo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



OBJETIVO:

Determinar el grado de afectación de la intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento en el mercado turístico durante los últimos años en el Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua.

INSTRUCCIONES:

Seleccione con una (X) la respuesta que usted considera adecuada.

Para servidores turísticos

1.- ¿Considera importante que los clientes realicen una precompra de servicios hoteleros?

- Si
- No

2.- ¿Considera usted que influye la intermediación comercial informal (enganchadores) en la decisión de compra de los clientes potenciales?

- Sí
- No

3.- ¿Con qué frecuencia ha hecho uso de intermediarios informales (enganchadores) como herramienta de comercialización?

- Nunca lo he usado
- Sólo lo he usado una vez
- Lo he utilizado muy pocas veces
- Lo uso regularmente pero menos de una vez al mes
- Una vez al mes

4.- ¿Conoce usted cuál es el monto promedio de las comisiones recibidas por los intermediarios comerciales por venta?

- Si
- No

5.- ¿Está usted de acuerdo que se reemplace el trabajo efectuado por los intermediarios comerciales informales (enganchadores) de servicios hoteleros con pantallas interactivas de información general sobre servicios turísticos, ubicadas en el Terminal Terrestre de la ciudad?

- Si
- No

Gracias por su valioso tiempo.

Anexo 2. Fotografías

ANDEN DE LLEGADA



ORTIZ, Patricia (2015)

ANDEN DE SALIDA



ORTIZ, Patricia (2015)

ANDEN DE SALIDA



ORTIZ, Patricia (2015)

CORREDORES INTERNOS TERMINAL TERRESTRE



ORTIZ, Patricia (2015)

VISTA LATERAL CALLE MALDONADO



ORTIZ, Patricia (2015)

PARTE INTERNA DEL TERMINAL TERRESTRE



ORTIZ, Patricia (2015)

PARTE INTERNA DEL TERMINAL TERRESTRE



ORTIZ, Patricia (2015)

ARRIBO DE TURISTAS



ORTIZ, Patricia (2015)

Anexo 3. Catastro de establecimientos de hospedaje GAD Baños de Agua Santa



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
Cantón Baños de Agua Santa

Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección	HA	CA	PL	TELÉFONO
	ALOJAMIENTOS								
	Hoteles								
1802502107	DESTINY	Lujo	Bonilla Arcos Jaime German	1891755380001	Oscar E. Reyes y Ambato	30	60	79	32741935
1802500811	AMBATEÑITO	Tercera	Mendoza Venegas Washington Marino	1707190409001	Ambato y Ricardo Carrillo	40	79	87	03 274 2289
1802500324	CASA BLANCA	Tercera	Guevara Luna Gladys Yolanda	1800955187001	Oriente y Pedro V. Maldonado	30	69	82	03 274 0092
1802501238	EL PARAISO DE MI FAMILIA	Tercera	TiteChangoluisa Lourdes Jubelina	1802206902001	Pastaza y Av. Amazonas	30	51	102	03 274 2804
1802501735	HOTEL ELVITA SPA	Segunda	Silva Caicedo Gem Eduardo	1802182855001	Vicente Rocafuerte y 16 de Diciembre	30	68	86	03 274 3516
1802500323	FLOR DE ORIENTE	Segunda	YepezAlban Carmen Graciela	1800321786001	Pedro V. Maldonado y Ambato	30	47	65	03 274 0418
1802501356	LA POSADA	Tercera	Mayorga Morán Beatriz del Carmen	1801437847001	12 de Noviembre y Ambato	30	44	67	03 274 1087
1802500827	PUERTA DE ALCALA	Tercera	NarvaezPerez Lidia Dolores	1600067373001	Av. Amazonas y Tomas Halflants	30	44	70	03 274 2017
1802501275	PUERTA DEL SOL	Tercera	Chamba Tivam Nelly Katherine	1803735511001	Ambato y Los Arrayanes	30	58	69	03 274 2265
1802500322	SANGAY	Primera	Alban Calero Martha Fabiola	1890056829001	Av. Montalvo (Plazoleta Isidro Ayora)	65	101	120	03 274 0490
1802500315	VILLA SANTA CLARA	Tercera	Salazar Andrade Rita Cecilia	1800548578001	12 de Noviembre y Velasco Ibarra	30	66	73	03 274 0349
	Hoteles Residencia								
1802502086	SARAHÍ	Segunda	Marin de la Cruz Washintong Alejandro	O917259939001	Eugenio Espejo y 16 de Diciembre	30	56	72	03 2743363
1802501871	HOSPEDAJE ANITA	Tercera	Reyes Sanchez Juana Ines	1800992271001	Vicente Rocafuerte y 16 de Diciembre	32	53	63	03 2740319
1802500325	EL BELEN	Segunda	Silva Luna Rosa María	1800302205001	Oscar Efrén Reyes y Ambato	23	39	48	03 274 1024

Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección				
	Cabañas								
1802500447	INTI LUNA	Segunda	Osorio Meza Martha	1800832497001	Av. El Salado	14	29	42	03 2741341
Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección				
	Hosterías								
1802500450	AGOYAN	Primera	Lopez Lopez Concepcion de Lourdes	1801834365001	Av. Amazonas - Sector Agoyan	38	79	89	03 2776111
	BASCÚN		VELASCO						
1802521344	EL ENCANTO DE ANITA	Tercera	Solis Solis Edmundo Amable	1723412233001	Río Negro - Las Estancias	8	15	28	03 2496052
1802501701	EL TRAPICHE DE BAÑOS	Primera	Dillon Fierro Martin Edmundo	O601737828001	Av. De las Amazonas Km 1	4	17	25	03 2740836
1802541027	FINCA CHAMANA PAMBA	Segunda	Dietrich Heinke Hoffmann	1710079730001	Sector Chamana	6	6	8	03 2776241
1802541422	JARDINES DE CHAMANA SPA	Primera	Guevara Proaño Rodrigo Vinicio	1801690148001	Via Principal a Chamana	22	38	46	03 2776170
1802541352	LA ESTANCIA DE DULCELINA	Primera	Silva Fiallos Graciano Antonio	500096730001	Sector Chamana				03 277 6008
1802501964	CASA DE CAMPO RESTAURANTE LAS ORQUIDEAS	Tercera	Peralvo Arias Ruperto Floresmilo	501043368001	Runtun - Setor Ventanas	7	14	18	03 274 3461
1802500305	LLANOVIENTOS	Tercera	Vieira Villafuerte León Rafael	1800300756001	Luis A.Martínez 11-62 y Sebastián Baño	14	44	44	03 274 0682
1802501604	LUNA RUNTÚN	Primera	OPERPALACE S.A	1891734057001	Km. Via a Runtún	28	54	79	03 274 0882
1802531668	MIRAMELINDO	Primera	Guevara Alvarado Ligia Patricia	1801755735001	Parroquia Río Verde/Km. 18 vía a Puyo	12	30	46	03 2493212
1802500320	MONTE SELVA	Primera	Medina Ocaña Rosita del Pilar	1801615178001	Tomas Halfants y Juan Montalvo	39	113	119	03 274 0244
1802532097	PP CAMPING	Tercera	Muir Susan Margaret	1753715133001	Parroquia Río Verde	4	10	12	03 249 3049
1802530502	RIO VERDE	Tercera	Paredes Lezano Sergio Joel	1300085220001	Parroquia Río Verde	6	23	25	03 249 3007
1802521314	RIVER VIEW HOSTERIA SPA	Segunda	Aguilar Barrera Aurelia Guadalupe	1804315255001	Río Negro - Las Estancias	7	14	21	03 2496094
1802501785	SAMARI SPA RESORT	Primera	SAMARY ASOCIADOS - Rivadeneira César	O691736075001	Av. Amazonas-Santa Ana	34	55	68	03 274 1855
1802521164	VRINDAVAN JARDIN ECOLOGICO	Tercera	Zaldumbide Vallejo Marco Vinicio	1717632580001	Parroquia Río Negro	8	14	15	nr
1802531664	PARADERO VIRGEN DE AGUA SANTA	Tercera	Razo Bermeo Hugo Wapson	1600324204001	Parroquia Río Verde - La Merced	6	16	32	03 249 3063

Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección				
	Hostales								
1802502043		Tercera	Chiliguano Moya Mirian Janeth	1716740236001	Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro	10	17	22	03 274 2175
1802501830	ABALORIO DE BAÑOS	Tercera	Guevara Recalde Martha Luzmila	1600246746001	Ambato y Motilones	16	42	48	03 274 3193
1802500577	ACAPULCO	Tercera	Villalba Naranjo Paul Estarlin	1600241028001	Vicente Rocafuerte y 16 de Diciembre	27	41	65	03 274 0839
1802500444	ALCAZAR	Tercera	Sarabia Cepeda Jose Alberto	1800320713001	Oscar Efren Reyes y Oriente	15	31	39	03 274 0436
1802502164	ALISAMAY INN	Segunda	Martha Yolanda Robalino	1600240863001	Eugenio Espejo y Juan Leon Mera	23	68	76	03 271 391
1802500613	AMAZONÍA Y SOL	Tercera	Espinoza Luna Carlos Alberto	1801082874001	12 de Noviembre y Oriente	11	35	36	03 274 0538
1802500275	ANAIS	Tercera	Silva Caicedo Ana Judith	1816560160001	Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo	26	65	78	03 274 1068
1802501977	GREAT HOSTELS BACKPACKERS	Tercera	Tettamanzi Enrique Martin	1753665841001	Ricardo Zurita - Barrio Los Pinos	13	43	52	03 274 1825
1802500964	BAJO EL VOLCAN	Tercera	Rovayo Verdesoto Carmen Fernanda	1704620440001	Eloy Alfaro y Juan Montalvo	5	4	5	03 274 0380
1802501074	BALCON DEL TUNGURAHUA	Tercera	Carla Najara Silva Mayorga	1803690641001	Pasaje Eguenia Mera (Via Laquingo)	shr	shr	shr	shr
1802500905	CANELA Y MIEL	Tercera	Velastegui Noboa Hugo Vicente	1801589480001	16 de Diciembre y Ambato	16	31	41	03 274 2594
1802501736	CAÑA LIMEÑA	Tercera	Arcos Quinto Sandra Marisol	1600455974001	Eugenio Espejo y 16 de Diciembre	15	37	42	03 274 1701
1802501742	CASA REAL	Tercera	Montenegro Ayora Veronica Jazmin	1706520275001	Juan Montalvo y Velasco Ibarra	15	34	39	03 274 0215
1802500276	CASTILLO	Tercera	Sanchez Merino Olga Rosa	1800324053001	Luis A.Martinez 255 y Rafael Vieira	16	26	34	03 274 0285
1802501556	CHARVIC	Tercera	Carrillo Andrade Daniel Miguel	1803719481001	Pedro V. Maldonado y Oriente	18	40	40	03 2742258
1802501398	CLUB EJECUTIVO HOSTAL	Segunda	Villalba Naranjo Paul Estarlin	1600241028001	12 de Noviembre y Av. Juan Montalvo	20	50	58	03 274 3343
1802500277	CORDILLERA DE LOS ANDES	Tercera	Yanez Magarisca Manuel	1800338236001	Luis A. Martinez y 16 de Diciembre	12	15	20	03 274 0439
1802502053	D'ANTHONY	Tercera	Vaca Gamboa Luis Antonio	1800807677001	Oriente 11-54 y Tomas Halfants	24	56	67	03 274 1153
1802502122	DINASTIA	Tercera	Acosta Pineda Vicente Rigoberto	1801577428001	Oriente 11-43 y Eloy Alfaro	15	35	38	03 274 0933
1802501996	DON DIEGO	Tercera	Pala Sepa Luis Alberto	601915648001	Av. Amazonas y Pedro V. Maldonado	22	61	71	03 274 0558
1802500367	DONDE IVAN	Segunda	Mazo Atiaja Maria Rebeca	1801731280001	Eloy Alfaro y Eugenio Espejo	14	32	39	03 274 1285
1802502042	DONDE MARCELO ME TOO	Tercera	Guevara Hidalgo Rosa María	1802656437001	Ambato y Napoleon Herrera	21	27	36	03 274 2846
1802501340	EL COLIBRI DE BAÑOS	Tercera	Chavez Barrionuevo Edgar Patricio	1801884303001	Tomas Hlaflants y Luis A. Martinez	18	50	57	03 274 2043
1802500563	EL JARDIN DE BAÑOS	Tercera	Flores Baldeón Luis Alfredo	O601879752001	16 de Diciembre y Ambato	14	35	37	03 2741243
1802500278	EL ORO	Tercera	Loayza Espinoza Luis Angel	700715055001	Ambato y Juan Leon Mera	13	38	41	03 274 0736

1802500815	EL PEREGRINO	Tercera	Reyes Silva Martha Cesilia	1801656479001	12 de Noviembre y Ambato	10	44	47	03 274 3141
1802501082	EL QUINDE	Tercera	Flores Jaya Mariana Natalia	601061666001	Av. Amazonas y Eloy Alfaro	11	35	38	03 2740074
1802501460	GALA INN	Tercera	Galarza Ponce Rosario Abigail	1801565738001	16 de Diciembre y Juan Montalvo	20	36	62	03 274 2870
1802500521	GRAN NAPOLEON	Tercera	Herrera Proaño Gloria Ines	1706991679001	Ambato y Eloy Alfaro	23	32	39	03 274 0497
1802501995	GRAN RIO	Tercera	Castillo Gonzalez Maria Mercedes	1103152615001	Tomas Halflants y Vicente Rocafuerte	24	39	53	03 274 3150
1802501382	HOSTAL SANTIAGO	Tercera	Jalon Ubilla Mirella Betsabe	1201277942001	16 de Diciembre y Eugenio Espejo	15	39	47	03 274 2535
1802500268	ISLA DE BAÑOS	Segunda	Albers Heidrich Christian Gunther	1711122885001	Tomas Halflants 131 y Av. Montalvo	22	20	22	03 274 0609
1802501253	ISRAEL	Tercera	Guano Ojeda Jorge Olivo	1801172170001	Av. Amazonas y Oscar Efren Reyes	16	26	34	03 274 0702
1802501215	JARDIN DE MARIANE	Tercera	Rios Bajaña Julio Javier	1600292658001	Av. Juan Montalvo y Tomas Halflants	15	23	34	03 274 1947
1802501252	JULIANDS	Tercera	Soria Rodriguez Diego Vicente	601959117001	Ambato y Hno. Enrique Mideros	12	23	27	03 274 1652
1802500685	LA CASA DE ADALUZ	Tercera	Rodriguez Vasconez Silvia Margarita	0913755211001	Luis A. Martínez junto a los tanques de agua	9	17	17	099 5352 781
1802501193	CASA VERDE ECO HOSTEL	Tercera	Stall Rebecca Jane	1724896533001	Camino Real - Barrio Santa Ana	11	25	27	098 6594 189
1802501097	LAS GRANADILLAS	Tercera	Morales Alfonso Eliecer	1802034353001	Comunidad de Illuchi	8	22	24	03 274 2868
1802502017	LAS ROCAS	Tercera	Silva Caicedo María Elena	1802355931001	Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo	14	39	42	03 274 0486
1802500270	LE PETIT AUBERGE	Segunda	Ortiz Saieg Victor Alberto	1710269109001	16 de Diciembre y Av. Juan Montalvo	16	67	67	03 274 0936
1802500729	LEON	Tercera	Borja Romero Lucia Emperatriz	1800856914001	Tomás Halflants y Luis A. Amrtinez	20	44	52	03 274 1032
1802501672	LLANGANATES DEL TESORO	Tercera	Portilla Cobo Elsa Gladys	1600307092001	De los Nogales y Los Pinos	13	20	40	shr
1802500946	LOS ANDES	Tercera	Borja Romero Rosa Magdalena	1803896750001	Oriente y Eloy Alfaro	18	35	46	03 274 0838
1802500272	LOS NEVADOS	Segunda	Sanchez Bastidas Fausto Hernan	1801636844001	Ambato y Hno. Enrique Mideros	23	50	55	03 2740673
1802501026	LOS RIOS	Tercera	Rios Salazar Juan Francisco	0601431554001	Oriente y Eloy Alfaro	11	27	28	03 274 3013
1802500280	LUCY	Tercera	Yépez Albán María Eudocia	1800337915001	Vicente Rocafuerte y 16 de Diciembre	19	35	43	03 274 0466
1802501349	MONTE REAL	Tercera	Bermeo Guevara Catalina del Carmen	1801456813001	Juan Montalvo y Oscar Efren Reyes	13	24	31	098 3154 180
1802501733	PLANTAS Y BLANCO	Tercera	Leseigneur Michel Henri Charles	1719405019001	Luis A. Martinez y 12 de Noviembre	24	57	63	03 274 0044
1802502089	POSADA J	Tercera	Guevara Alvarado Juan Carlos	1802721793001	Pasaje Velasco Ibarra y Av. Juan Montalvo	21	38	45	03 274 0053
1802501357	QUILOTOA	Tercera	Umaginga Cuchiparte Manuel	501590772001	Luis A. Martinez y Eloy Alfaro	13	26	33	nr
1802502070	RAIN FORESTUR	Tercera	Latacunga Pasuña Jose Daniel	502302409001	Pedro Vicente Maldonado y Ambato	10	21	37	0990385532
1802500678	REAL	Tercera	Mejia Reinoso Fanny Janneth	1600301442001	Vicente Rocafuerte y 16 de Diciembre	15	29	34	03 274 3097

1802501012	REAL No. 1	Tercera	Mejia Reinoso Fanny Janneth	1600301442001	12 de Noviembre y Oriente	12	18	25	03 274 1000
1802500725	ROSY	Tercera	Guerrero Piñuela Rosa Celina	1600164766001	Juan Leon Mera y Juan Montalvo	12	29	33	03 274 1786
1802501251	SAN MARTIN	Tercera	Reyes Dominguez Nely Lastenia	602611402001	Sector San Martín Vía a Lligua	12	30	42	32741595
1802501354	SANTA MARIA N° 1	Tercera	Rivera Rivera Bryam Hernán	1803154101001	Tomas Halfalnts y Vicente Rocafuerte	11	26	26	O3 274 0911
1802500285	SAVOY	Tercera	Riera Cuesta Narcisa Maria	701316424001	Luis A. Martínez y Manuel Sánchez	30	103	108	03 274 0370
1802501217	SOLEIL	Tercera	Izurieta Villavicencio Maria Yolanda	1801100684001	Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo	14	24	42	03 274 0588
1802501480	TERESITA	Tercera	Reyes Duran Clara Beatriz	1801636786001	12 de Noviembre y Vicente Rocafuerte	14	16	34	03 274 0471
1802501310	TIMARA	Tercera	Bermeo Velastegui Marcia Susana	1801671247001	Pedero V. Maldonado y Luis A.Martinez	16			03 274 0599
1802501298	TODOS VUELVEN	Tercera	Alban Nuñez Carlos Guillermo	1800323659001	Oriente y Oscar Efre Reyes	20	32	50	03 274 1454
1802502002	TRANSILVANIA	Tercera	Angulo Paredes Janeth Alexandra	1713416947001	16 de Diciembre y Oriente	15	35	39	03 274 2281
1802501191	VALVERDES	Tercera	Valverde Guevara Juan José	1801192004001	Eugenio espejo y Juan Leon Mera	15	47	52	03 274 2993
1802501823	VERDE VIDA	Tercera	Pazmiño Barrionuevo Fredy Aquilino	1600219289001	Pedro V. Maldonado y Oriente	11	23	30	03 274 2947
1802501302	VERITO	Tercera	Vargas Soria Tomas Francisco	1802086510001	Ambato y Pedro V. Maldonado	17	24	37	098 7831 222
1802501524	VOLCANO	Primera	Barriga Rojas Edith Juana	1891712894001	Rafael Vieira y Juan Montalvo	12	42	42	nr
1802501615	NAPOLITANO APART	Segunda	Repeto Terán Humberto Iván	O601009509001	Av. Oriente y Pasaje Santo Domingo	8	20	23	O32742464
1802500431	EL PEDRON	Tercera	Barragán Velasco Marcela	1800892117001	Eloy Alfaro y Luis A. Martinez	18	51	56	03 274 0701
1802502021	COLONIAL	Tercera	Salán Casco Elva Lucila	1600326563001	Ambato y 16 de Diciembre	9	25	25	03 274 0433
1802502011	HOSTAL EL CHAMAQUITO	Tercera	Pala Caiza Edwin Hernán	1804222196001	Eloy Alfaro y Oriente	13	19	32	O983003251
	HOSTALES RESIDENCIALES								
1802502041	PATTY	Tercera	Umaginga Cuchiparte Manuel	501590772001	Eloy Alfaro y Oriente	24	48	60	098 8520 156
1802501907	ACHUPALLAS	Segunda	Barrera Tapia Rosa Violeta	O602141533001	16 de Diciembre y Ambato	21	51	54	O3 274 0389
1802500287	ALBORADA (Cambio Nombre)	Segunda	Guevara Villalba Sixto Gonzalo	1600023954001	16 de Diciembre y Ambato	28	44	50	O3 274 0614
1802502003	ANGELLY	Tercera	Pastuña Latacunga Selso Rodrigo	503249328001	Eloy Alfaro y Oriente	28	42	56	03 274 1236
1802500426	CASA MATILDE	Tercera	Colina Delgado Rosa Matilde	1800205096001	Eloy Alfaro y Ambato	24	36	48	03 274 0495

1802500567	CENTRAL	Tercera	Sarabia Cepeda Teresa Piedad	1800962852001	Pedro V. Maldonado 644 y Ambato	13	20	28	03 2741337
1802500294	CORDILLERA	Tercera	Garces Torres Jose	1800393769001	Ambato y Eloy Alfaro	21	39	48	03 274 0536
1802501423	D'MATHIAS	Tercera	Vargas Viteri Pamela Elizabeth	1600287633001	Eugenio Espejo y Pedro V. Maldonado	12	31	51	03 274 3203
1802500297	EL EDEN	Tercera	Santamaria Vaca Elva Francisca	1800317651001	12 de Noviembre y Luis A. Martinez	16	37	41	03 274 0616
1802502104	ELVITA	Tercera	Sevillano Luis German	1714768726001	Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo	24	69	80	03 274 1089
1802500826	ERUPCION	Tercera	Rojas Casco Gloria Emperatriz	1801822972001	Tomas Halflants y Ambato	11	28	32	03 274 0501
1802500299	GUADALUPE	Tercera	Diaz Acosta Manual Mesias	1600002552001	Ambato y 16 de Diciembre	24	22	25	03 274 0422
1802500733	HUILLACUNA CASA ARTE	Tercera	Guevara Alvarado Luis Gonzalo	1801384999001	12 de Noviembre y Av. Juan Montalvo	14	35	36	03 274 2909
1802500833	KAMELOT	Tercera	Silva Caicedo Ximena del Carmen	1801945880001	Oscar Efrén Reyes y Eugenio Espejo	8	16	21	03 274 0149
1802500846	LA CHIMINEA	Tercera	Palate Sánchez Carlos Mesias	1801639087001	Luis A. Martinez y rafael Vieira	28	78	80	03 274 2725
1802500301	LA FLORESTA	Tercera	Freire Yopez Maria del Carmen	1708725807001	Juan Montalvo y Tomas Halflants	31	69	87	03 274 0457
1802500777	LA SIESTA	Tercera	Silva Caicedo Luis Oswaldo	1801176403001	Eugenio Espejo y Oscar Efren Reyes	13	41	45	03 274 2800
1802500304	LAS VEGAS	Tercera	Araujo Villaroel Lary Haidee	1802995322001	Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro	8	9	19	03 274 0426
1802500306	MAGDALENA	Tercera	Perez Portero Miguel Angel	1800300608001	Oriente 1047 y Eloy Alfaro	22	41	46	03 274 0364
1802500307	MARIA ISABEL	Tercera	Acosta Santamaria Ramiro Edmigio	1800861633001	Oriente y 12 de Noviembre	15	43	48	03 274 0165
1802500915	MARIA JOSE	Tercera	Manzano Ferire Luis Antonio	1800300921001	Pedro V. Maldonado y Oriente	12	27	33	03 274 3050
1802500309	MONTOYA	Tercera	Viteri Luna Mariana Lastenia	1801382324001	Oriente y Pedro V. Maldonado	36	69	85	03 274 0640
1802500730	PARAISO	Tercera	Villegas Flores Mariana de Jesus	1801835164001	Ambato y Tomas Halflants	16	51	57	03 274 3190
1802500570	POSADA DEL ARTE	Tercera	Redd Hicks James Glenn	1722139043001	Velasco Ibarra y Juan Montalvo	15	27	40	03 274 0083
1802501883	PRINCESA MARIA	Tercera	Rodriguez Arce Víctor Raul	1801209352001	Vicente Rocafuerte y Juan León Mera	14	33	35	03 274 1035
1802500544	RICKY'S	Tercera	Luna Martinez Rosa Celina	1803252820001	Eugenio Espejo y Oscar Efren Reyes	14	18	20	03 274 0212
1802500312	RINCON BANEÑO	Tercera	Silva Caicedo Dolores Gonzalina	1800311308001	Tomas Hlaflants y Oriente	18	32	38	03 274 1639
1802502040	EMPERATRIZ	Tercera	Cisneros Caicedo Hector Marcelo	1801559921001	15 de Diciembre y Espejo	12	19	27	32743473
1802500506	ROSS	Tercera	Chavez Suñiga Edgar Francisco	1001916702001	16 de Diciembre y Ambato	16	28	36	03 274 1709
1802502024	SANTA CRUZ BACKPACKERS	Tercera	Romo Sánchez Byron Geovanny	1801807437001	16 de Diciembre y Juan Montalvo	21	40	50	
1802500337	LA CASCADA	Tercera	Zurita Montero Henry David	1802049476001	Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo	14	31	39	03 274 0386
1802500292	BAÑOS	Tercera	Delgado Delgado Arcecio Danilo	1800312231001	Ambato y Eloy Alfaro	34	47	65	03 274 0284
1802502051	LA ESQUINA DEL QUIJOTE	Tercera	Araujo Villarruel Jorge Ali	1803552247001	Rocafuerte y Pedro Vicente Maldonado	16	28	38	03 274 0907

1802500308	MONICK'S	Tercera	Herrera Maria Febronia	1800317784001	Pastaza y Ambato	32	58	80	03 274 0428
Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección				
	Moteles								
1802541247	TEKENDAMA	Segunda	Malucin Tite Angel Segundo	1801417252001	Vía a Runtun - Sector Puntzan	10	10	20	shr
Registro	Actividad	Categoría	Propietario / Representante Legal	RUC	Dirección				
	Pensiones								
1802501892	ABARSIL	Tercera	Abarca Silva Gabriela Alxandra	1600639312001	Av. Amazonas y Juan Leon Mera	6	18	22	03 2741447
1802500327	AMERICANO	Tercera	Lopez Miranda Rosa Inés	1800324103001	Luis A. Martinez y 12 de Noviembre	10	20	22	03 274 0352
1802501748	BLANCA FLOR	Tercera	Silva Luna Blanca Mariana	1800340075001	Oscar Efren Reyes y Ambato	8	13	18	03 274 1334
1802500328	GIRASOL	Tercera	Pulgar Castillo Jaime Eduardo	601050420001	16 de Diciembre y Luis A. Martinez	12	29	33	03 274 1957
1802501341	DAYANA	Tercera	Andrade Morales Livia Sara	1705727988001	Luis A. Martinez Tomas Halfnants	6	8	11	03 274 0154
1802500331	DUMARI	Tercera	Villacres Navarrete Maria Graciela	1800314880001	Tomas Halfnants y Oriente	9	16	17	03 274 0314
1802501968	ECUADOR DE AGUA SANTA	Tercera	Umaginga Latacunga Javier Rodrigo	503285512001	Ambato y 16 de Diciembre	6	7	14	099 7303 359
1802501372	EL ARCA DEL MAESTRO CAICEDO	Tercera	Caicedo Reyes Diana Maribel	1600708117001	Tomás Halfnants y Av. Amazonas	6	14	17	03 274 2790
1802500365	HOSPEDAJE EL HIGUERON	Tercera	Navarrete Salvador Willians Hernan	1704762655001	Los Arrayanes y Av. Oriente	4	8	8	03 274 1482
1802501303	EL RECREO	Tercera	Andrade Fonseca Luis Marcelo	1600225369001	Las Flores y Las Cucardas	7	25	36	03 274 1587
1802500333	EL REY	Tercera	Costa Julio Bolivar	1890097949001	Oscar Efren Reyes 932 y Oriente	11	18	27	03 274 0322
1802501308	HOSPEDAJE ENCANTO NATURAL	Tercera	Silva Caicedo Rosa Esthela	1801425768001	Oscar Efrén Reyes y Av. Amazonas	7	31	31	03 274 2817
1802541346	FABIS	Segunda	Silva Flores Edgar Marcelo	1600190498001	Av. Amazonas - Parroquia Ulba	10	25	27	03 277 6229
1802500829	GIRASOL	Tercera	Paredes Andrade Francisco Jose	1600039547001	Eloy Alfaro y Luis A. Martinez	7	9	9	03 274 1081
1802501761	HOSPEDAJE Y RESTAURANTE LA FLORIDA	Tercera	Miranda Guevara Amanda Nora	1802462018001	Oriente y Arrayanes	6	6	11	03 274 2242
1802500503	HUESPEDES	Tercera	Soria Ubilluz Wilma Elena	1801521616001	Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro	6	13	15	0985493465
1802500429	INTI RAYMI	Tercera	Guevara Alvarado Manuel Eduardo	1801836592001	Pedro V. Maldonado y Oriente	6	15	17	03 274 0332
1802501706	JARVIC	Tercera	Carrillo Andrade Javier Emmanuel	1803571700001	Pedro V. Maldonado y Oriente	6	13	14	03 2741582

1802500335	JULIA	Tercera	Rodriguez Arce Julia Esther	1800305375001	Eugenio Espejo y Oscar Efren Reyes	10	16	21	03 274 2799
1802501710	LA CASA DEL MOLINO BLANCO	Tercera	Villacís Díaz Elba Maria	1600307837001	Misioneros Dominicanos y Juan León Mera	6	15	17	03 274 1138
1802501724	LA CASA VIEJA DE DUSSELFORF	Tercera	Finke Castro Willy Jose	1600205213001	Ambato y Eloy Alfaro	10	16	32	03 274 1702
1802500338	LAS ESTERAS	Tercera	Yanez Aponte Nelly Cecilia	1801261098001	Av. Juan Montalvo y 12 de Noviembre	7	19	19	03 274 0260
1802501312	LOS ALPES	Tercera	Fiallos Cáceres Gladys Elina	1801548676001	Ambato y 16 de Diciembre	7	12	13	nr
1802500340	LOS PINOS	Tercera	Ubilluz Miranda Aida Maria	1800320044001	Vicente Rocafuerte y Pedro V. Maldonado	13	20	27	03 274 0252
1802501296	METRO TURIS	Tercera	Andrade Castillo Galo Wilson	1802109502001	Oriente y 16 de Diciembre	9	33	34	03 274 1685
1802501322	MIA ANAHI	Tercera	Fiallos Naveda Norma Esthela	1802088342001	Luis A. Martinez y 16 de Diciembre	9	18	21	03 274 0306
1802501321	NATURAL SPA GAMBOA	Tercera	Gamboa Jorge Vitalicio	1801576842001	Juan Montalvo 3-09 y Eloy Alfaro	7	12	20	03 274 2951
1802501203	NOMADA	Tercera	Vargas Cepeda Miryam Rosa	O602545675001	Eugenio Espejo y Pedro V. Maldonado	9	33	35	03 274 2922
1802501223	PEDACITO DE CIELO	Tercera	Cuchiparte Guamangate Juan Manuel	O501251623001	Oscar Efren Reyes y Juan Montalvo	7	12	12	03 274 2867
1802500344	ROSITA	Tercera	Villacres Tapia Rosa Celina	1800304220001	16 de Diciembre y Luis A. Martinez	11	26	26	03 274 0396
1802501333	SAN CRISTOBAL DE AGUA SANTA	Tercera	Garcia Puenayan Silvana del Pilar	O400783304001	16 de Diciembre y Luis A. Martinez	6	14	16	03 274 1042
1802501347	SAN SEBASTIAN DE AGUA SANTA	Tercera	Umajinga Latacunga Javier Rodrigo	503285512001	16 de Diciembre y Ambato	8	23	27	099 7303 359
1802501921	ALOJAMIENTO OLGUITA	Tercera	Rivera Rivera Carmita Rocío	1803430907001	Vicente Rocafuerte y Pedro V. Maldonado	12	24	28	03 274 1065
1802501994	HOSPEDAJE RENEE'S HOUSE	Tercera	Cisneros Vasquez Héctor Gonzalo	1801706167001	Luis A. Martinez y 12 de Noviembre	9	13	26	03 274 1006
1802502048	EL HOGAR DE CHOCOLATE	Tercera	Gavilanes Vega María de Lourdes	O201532355001	Av. Amazonas Km 1 Vía al Puyo	10	18	22	03 243 370
1802501837	INESITA	Tercera	Robayo Villacres Monica Beatriz	1803391687001	Maldonado y Oriente	7	15	22	32742756

Elaborado por: Departamento de Turismo Sostenible GAD Cantón Baños de Agua Santa (2015)

Anexo 4. Carta de aceptación para la investigación GAD Baños de Agua Santa



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
Cantón Baños de Agua Santa

Oficio Nro. GADBAS-A-2015-0518-O

Baños de Agua Santa, 07 de agosto de 2015

Asunto: REMITIENDO ACEPTACIÓN PARA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS DE ORIZ CAASPA GLADYS

Licenciado Magister
Oscar Abril Flores
Coordinador de la Carrera de Turismo y Hotelería
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
En su Despacho

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted para presentarle un cordial y atento saludo.

En atención a su oficio s/n de fecha 5 de agosto, mediante el cual solicita que se autorice para que la señorita Gladys Patricia Ortiz Caaspa, estudiante de esa Unidad Académica, desarrolle el tema de investigación "La intermediación informal en la comercialización de los servicios de alojamiento y su afectación en el mercado turístico del cantón Baños de Agua Santa", al respecto comunico a usted que su pedido ha sido aceptado y se ha designado a la Ing. Paulina Gamboa Directora de Turismo para que le brinde las facilidades necesarias para que la señorita Ortiz pueda cumplir con sus actividades.

Lo que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Mgs. Marlon Fabricio Guevara Silva
ALCALDE



Referencias:

- GADBAS-UDAG-2015-3823-E

Anexos:

- UDAG-2015-3823-E.pdf

Anexo 5.

Fichas de Producto

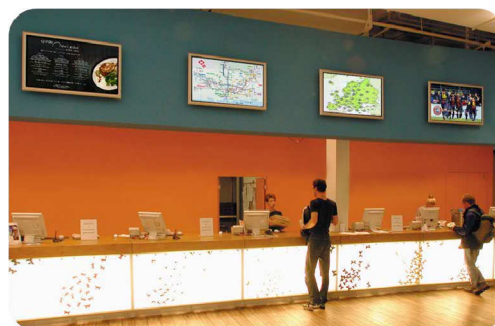
CARTELERÍA DIGITAL PARA HOTELES

La cartelería digital o digital signage, es una herramienta que básicamente se ha utilizado como herramienta de marketing, ya sea para retransmitir ideas, promociones, características de productos o servicios, utilizando los medios audiovisuales como Monitores, Tótems o Pantallas Táctiles.

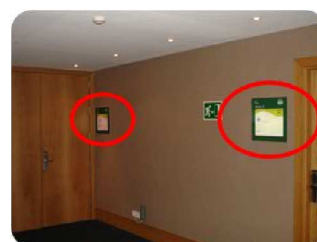
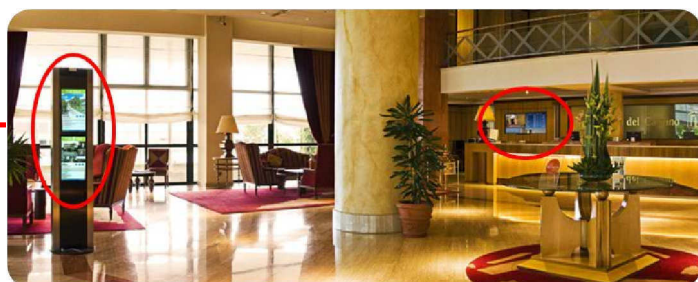
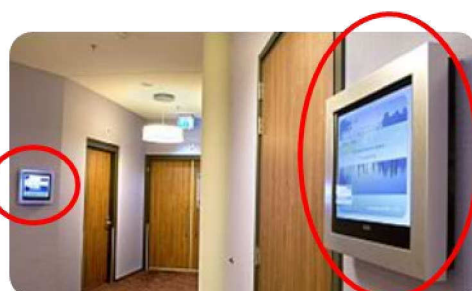
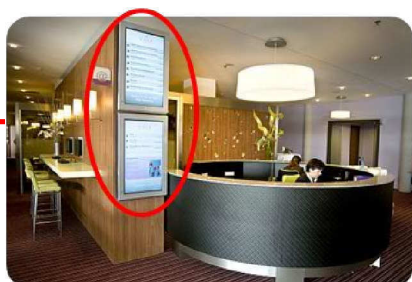
UTILIDADES :

Información general: Vídeos y mensajes para salas de espera, televisión, prensa, mapas, etc.

Información corporativa: Información de Congresos o cursos, menús del día, noticias de prensa, actualidad de la empresa, etc.



Mensajes de comunicación interna: Horarios, información específica para departamentos, reservas de coches de empresa o salas de reuniones, etc.



Wayfinder Post:

Proporciona la información y localización de las salas, menús, servicios, planos, guías, etc.

Lobby Post:

Facilita la creación de contenidos para vestíbulos, tarifas, videos profesionales, etc.

Meeting Post:

Permite la gestión y la reserva en línea de salas de reuniones, salas de actos, etc. Facilita la organización de eventos en calendarios.

LCD + TÁCTIL + PC

Descripción

Este innovador y elegante producto consta de una pantalla de LCD profesional de alta definición, y tiene la peculiaridad de que posee en su interior todo lo que tenemos en una torre de un ordenador convencional, es decir, son pantallas con PC-integrado. Esto posibilita que podamos conectar (también por wifi) cualquier dispositivo o memoria como lo hacemos con un PC tradicional, lo que hace que las instalaciones sean más limpias ya que apenas utiliza cables.

Muy útil en toda clase de presentaciones o eventos, así como en exposiciones o lugares permanentes donde se puede utilizar para mostrar o consultar información. También (generalmente en su versión no táctil) se utiliza como soporte para anunciantes donde se podrán programar promociones, anuncios u otras iniciativas que hagan que el tótem sea otra forma de entrada de ingresos.

Formatos

- Tamaños de pantalla: 32", 42", 46" y 55"
- Con o sin PC-Integrado.
- No táctiles, táctiles y multitáctil
- Formato horizontal o vertical.
- Soportes de varios modelos: fijos, con ruedas, pared, techo..

Características Técnicas

- Full HD, 1920 x 1080 píxeles
- Formato 16:9
- PC-Integrado de última generación
- USB / Serial Posibilidad de Wifi
- Temperatura de funcionamiento 0-50C
- Resistente a agua, arañazos, etc.

Aplicaciones

- Eventos y presentaciones
- Museos
- Hoteles
- C. Comerciales y de Ocio
- Bancos y Cajas
- Empresas de Tecnología
- Oficinas de Turismo
- Aeropuertos
- Casinos
- Centros de Interpretación
- Clubs, Discos y bares
- Lugares públicos

Ejemplos de Instalación



PUNTOS DE INFORMACIÓN (INDOOR)

Descripción

Punto de Información de pantalla táctil o no, diseñado para uso en interiores. Muy versátil, de diseño compacto y modular y con gran facilidad para integrar periféricos tales como impresoras de tickets, teclado, webcam, lector de tarjetas o vinilo frontal para publicidad.

Formatos disponibles

Tamaños de pantalla 19" y 22"

Características

Carcasa fabricada a base de chapa de acero de 2-4mm de espesor.

Pintura epoxi al horno 220°C de alta resistencia con 35 micras de espesor.

Sistema de cierre de seguridad

Sistema de ventilación forzada, 2xAirFlow 21-37CFM/Axial AC

Dispositivo de audio Stereo 2.0/RMS 3Wx2CH

Easy on: Conexión USB, RJ45, Interruptor I/O AC, Conector IEC

Aplicaciones

- Museos
- Hoteles
- Centros Comerciales
- Centros de Ocio
- Bancos y Cajas
- Parques de Atracciones
- Aeropuertos
- Agencias de viaje
- Centros de Interpretación...



Ejemplos de Modelos e Instalaciones



TÓTEM TÁCTIL INTERACTIVO

Descripción

Este innovador y elegante producto consta de una pantalla de LCD profesional de alta definición, y tiene la peculiaridad de que posee en su interior todo lo que tenemos en una torre de un ordenador convencional, es decir, son pantallas con PC-integrado. Esto posibilita que podamos conectar (también por wifi) cualquier dispositivo o memoria como lo hacemos con un PC tradicional, lo que hace que las instalaciones sean más limpias ya que apenas utiliza cables.

Muy útil en toda clase de presentaciones o eventos, así como en exposiciones o lugares permanentes donde se puede utilizar para mostrar o consultar información. También (generalmente en su versión no táctil) se utiliza como soporte para anunciantes donde se podrán programar promociones, anuncios u otras iniciativas que hagan que el tótem sea otra forma de entrada de ingresos.

Utiliza las últimas Tecnología Táctiles, IR, APR, IntelliTouch Plus (IT Plus) o con Film Táctil.

Formatos

- Tamaños de pantalla: 32", 42", 46" y 55"
- Con o sin PC-Integrado.
- Estructura continua en cristal
- Formato horizontal o vertical.
- Soportes de varios modelos: fijos, con ruedas, pared, techo..

Características Técnicas

- Full HD, 1920 x 1080 píxeles
- Formato 16:9
- PC-Integrado de última generación
- USB / Serial Posibilidad de Wifi
- Temperatura de funcionamiento 0-50C
- Resistente a agua, arañazos, etc.

Aplicaciones (publicidad de alto impacto visual)

- Eventos y presentaciones
- Museos
- Hoteles
- C. Comerciales y de Ocio
- Bancos y Cajas
- Empresas de Tecnología
- Parques de Atracciones
- Aeropuertos
- Casinos
- Proyectos de arquitectura
- Clubs, Discos y bares
- Lugares públicos

Ejemplos de Instalación

