



**MODELO DE GESTIÓN DEL
CENTRO INFORMACIÓN Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA SALOYA.
CITS.**

Fundación ESQUEL

Facilitador: Universidad de Especialidades Turísticas

Noroccidente de Pichincha

ÍNDICE

1. CENTRO DE INFORMACION TURISTICA SALOYA. CITS	3
2. CARACTERÍSTICAS DE MERCADO	3
2.1 PERFIL DEL TURISTA	3
2.2 SERVICIOS A OFERTAR	4
2.3 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	4
3. ADMINISTRACIÓN (RRHH)	4
3.1 ORGANIGRAMA.....	5
3.2 PLAN DE MANEJO	5
3.3 PERFIL DEL RECURSO HUMANO	7
4. PRESUPUESTO	8
5. CRONOGRAMA	8

1. CENTRO DE INFORMACION TURISTICA SALOYA. CITS

Los Centros de Información Turística constituyen aquellos espacios físicos que existen "para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en la localidad" (OMT, 1993 Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. Organización Mundial del Turismo, Madrid, 1993). Es lo que se pretende lograr que funcione en Saloya, en la infraestructura levantada para el efecto.¹

El proyecto Canales de Información y Promoción Turística del Programa Turista en el marco del PIMTE 20141 del MINTUR, establece como objetivo de su acción, entre otras importantes consideraciones el aprovechamiento de la mayor cantidad de puntos de promoción turística hacia el mercado interno ecuatoriano, adoptando formatos novedosos, atractivos y aprovechando las oportunidades de las nuevas tecnologías.

Además, “La región del Noroccidente de Pichincha es una de las zonas que mejor se proyecta para este año ya que por la cercanía a la capital y estar dentro de las preferencias y gustos de los turistas la convierten en el sitio ideal para encontrar dos aspectos que pueden parecer opuestos pero en realidad van de la mano, un lugar que ofrece naturaleza, tranquilidad y a la vez un sitio para pasarla bien, conocer gente y disfrutar de su estadía”, según se da cuenta en el Plan de Mercadeo para Prestadores de Servicios vinculados con la marca Noroccidente. Razones más que suficientes para que se ponga en marcha, lo antes posible, el CITS.

2. CARACTERÍSTICAS DE MERCADO

2.1 PERFIL DEL TURISTA

Rango de edad	Turistas nacionales y extranjeros entre 10 y 50 años
Actividad económica	Cualquiera
Estrato social	Medio, Medio/Alto
Gasto diario	40 – 100 por día/por persona
Viaja con	Familia, solos
Motivo de viaje	Birdwatching, ecoturismo, aventura, conocimiento e identidad.
Actividad durante la visita	Observación de aves, recreación, caminatas, diversión, etc.
Tipo de transportación	Pública y privada.

Autor: Equipo Consultor

Fuente: Plan de Mercadeo para Prestadores de Servicios vinculados con la marca Noroccidente

Es imperativo contar con el apoyo y participación activa de la planta turística existente en el Noroccidente de Pichincha, concretamente en Sector de San Miguel de los Bancos.

¹ Ver Planos del CITS.

Además, luego de haber hecho un análisis de la información recabada de las entrevistas efectuadas a personalidades relacionadas con este proyecto, tanto en la población de Mindo, como en San Miguel de los Bancos, se considera los siguientes aspectos para el modelo de gestión del CIT SALOYA

2.2 SERVICIOS A OFERTAR

- Un Centro de Promoción de las diferentes operaciones turísticas de la zona, tanto privadas como comunitarias interesadas en aprovechar esta oportunidad para darse a conocer, a través de stands estandarizados, para uso publicitario.
- Una cafetería, cuya capacidad instalada sería para 16 – 20 pax. Equipada y diseñada como complemento ideal para atender necesidades específicas de los turistas que buscan información especializada sobre las operaciones turísticas de la zona, sus atractivos y servicios de recreación. Se distribuirán en 4 - 5 mesas, cada una para 4 personas. Se ofrecerá café, jugos naturales, aguas y productos propios de snack, que permitan generar una renta permanente.
- 8 Stands externos para ventas diversas, operadas por comunidades de la zona, para la comercialización de artesanías y productos propios de la zona.
- Baterías Sanitarias con accesibilidad para personas discapacitadas.
- Un botiquín de primeros auxilios debidamente surtido y espacio para atención.

2.3 MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

Para el proyecto de Centro de Información Turística en Saloya, se ha pensado en algunas estrategias de comercialización, para tener aceptación por parte del mercado objetivo. Siendo las principales:

- Logo e imagen del CITS asociado a la marca turística del Noroccidente
- Promoción a operadores receptivos en las principales ciudades del país, en acción conjunta del MINTUR y la Municipalidad de Saloya.
- Alianzas estratégicas con entidades educativas y comunidades de la zona.
- Espacio en el sitio web de la Marca Turística del Noroccidente y Observatorio Turístico.
- Rotulación externa compartida con la Marca Turismo del país, Marca Turística del Noroccidente, Municipalidad y Gobierno Provincial.

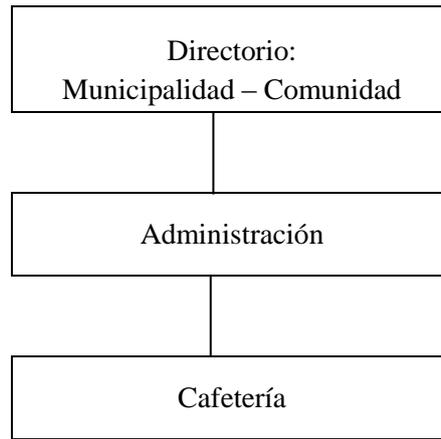
3. ADMINISTRACIÓN (RRHH)

El funcionamiento del CITS será bajo responsabilidad compartida entre la municipalidad de Los Bancos y la Comunidad de Saloya, en la figura de sus representantes.

Para efectos de la operación del CITS, se necesitará contratar una persona, con las competencias respectivas, para la administración y gestión óptima del CITS.

De la misma manera se requerirá, en un principio, el concurso de un(a) ayudante para la operación y atención específica de la cafetería.

3.1 ORGANIGRAMA DEL CITS



Autor: Equipo Consultor

3.2 PLAN DE MANEJO

La gestión del CITS, por parte de sus respectivos responsables deberá concretarse en dar cumplimiento a los siguientes aspectos:

<p>Directorio: Municipalidad - Comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control de las acciones y cumplimiento de la planificación por parte de la administración del CITS. • Evaluar y aprobar la gestión de la administración del CITS. • Mantener contacto permanente con el MINTUR y demás aliados estratégicos para facilitar la operación del CITS. • Gestionar la señalización externa e interna del CITS. • Aprobar la contratación y pago de remuneraciones del personal del CITS • Aprobar los valores económicos que ingresan y egresan del CITS por efecto de la gestión del administrador.
<p>Administración</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los turistas en su demanda de información. • Establecer y actualizar la información indispensable para atender a los clientes. • Llevar registros estadísticos básicos de visitantes e información solicitada. • Coordinar información especializada con el Observatorio Turístico. • Rendición de cuentas al directorio. • Diseño y ejecución de planes para la operación óptima del CITS. • Conseguir interesar a los operadores turísticos de la zona, tanto privados como comunitarios para promocionarse en el

	<p>CITS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y mantener actualizada, de manera permanente, la información que se ofrecerá al turista. • Gestionar el mantenimiento óptimo de las instalaciones del CITS. • Gestionar los recursos y equipamiento ofertado por las diferentes instituciones para el funcionamiento del CITS. • Informar y atender al turista en sus requerimientos de información, en dos idiomas. • Contactar y convenir las condiciones para uso y alquiler de los stands para ventas diversas. • Definir de manera participativa la estandarización de los stands publicitarios y de promoción para las operaciones turísticas interesadas en su uso y aprovechamiento. • Gestionar con las comunidades y empresas de la zona para que den a conocer y oferten en los respectivos espacios del CITS, los productos propios de la zona. Por ejemplo: Los quesos, artesanías, productos gastronómicos, etc. • Mantener operativo y debidamente equipado el botiquín y el espacio destinado para primeros auxilios. • Mantener canales de comunicación permanente y en óptimo estado de funcionamiento, para los diferentes servicios.
Cafetería	<ul style="list-style-type: none"> • Producir la oferta propia de este tipo de servicio. • Mantenimiento óptimo del área de cafetería. • Mantener el surtido de la oferta de snacks de acuerdo a la demanda de los clientes. • Atención al cliente bajo parámetros de calidad, higiene y sanitación.

Autor: Equipo Consultor

3.3 PERFIL DEL RECURSO HUMANO

<p>Administrador</p>	<p>Profesional en Administración de Empresas en general o de empresas de Turismo u Hotelería.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en atención al cliente y manejo de información propia y especializada requerida por los turistas la zona del Noroccidente. • Conocimiento y manejo fluido de dos idiomas. • Conocimiento y manejo de computador y programas informáticos propios para la operación del CITS. • Capacidad probada para ventas y negociación. • Conocimiento y aplicación de primeros auxilios. • Manejo de tecnologías para la comunicación. • Capacidad para elaborar informes de gestión y manejo de indicadores. • Comunicación asertiva y buenas relaciones interpersonales. • Gestión de recursos para incrementar los ingresos por otras fuentes.
<p>Encargado de Cafetería</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias en producción para cafeterías. • Experiencia en atención al cliente. • Conocimientos básicos de higiene y sanitación. • Habilidad para manejo de formatos administrativos básicos. • Comunicación asertiva

Autor: Equipo Consultor

4. PRESUPUESTO

Se parte de la premisa de que la operación del CITS debe ser auto sustentable.

Rubro	Presupuesto estimado
Ingresos por mes:	
- Por ventas de servicios y publicidad de promoción	\$. 600,00
- Por alquiler de stands externos para ventas diversas.	\$. 400,00
- Por ventas de la cafetería	\$. 300,00
- Otros ingresos (Publicidad externa, comercialización de servicios de operaciones turísticas)	\$. 500,00
Total de Ingresos:	\$. 1800,00
Egresos por mes:	
- Por remuneraciones	\$. 800,00
- Por mantenimiento y acciones preventivas	\$. 200,00
- Servicios	\$. 300,00
- Promoción del CITS	\$. 300,00
- Otros	\$. 200,00
Total de Egresos:	\$. 1800,00

Autor: Equipo Consultor

Los valores han sido estimados y calculados en base a la información contenida en el Plan de Mercadeo para Prestadores de Servicios vinculados con la marca Noroccidente, entrevista al señor Santiago Arguello², realidad de la zona, conocimiento y experiencia del consultor. Estos valores constituyen el referente mínimo para la gestión del administrador dado que la decisión de la ubicación del CITS no fue producto del actual estudio, es decir se desconoce el fundamento técnico que originó la decisión de su ubicación actual.

5. CRONOGRAMA

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Tramites legales	■	■	
Gestión de recursos y equipamiento	■	■	
Montaje y equipamiento de las instalaciones		■	■
Contratación de recurso humano		■	■
Prueba piloto			■
Inauguración			■

Autor: Equipo Consultor

² Encargado del Centro de Información ubicado en Saloya