



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA EN INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA OPERADORA
TURISTICA EN LA COMUNIDAD LA RINCONADA PARROQUIA
ANGOCHAGUA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA- CPA.**

AUTORAS: Espinosa Chuquín Karina Elizabeth
Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth

DIRECTOR:

MSC. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

IBARRA – ECUADOR

2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar el diagnóstico situacional del entorno turístico en la comunidad La Rinconada perteneciente a la Parroquia Angochagua, para identificar las condiciones para crear una operadora ya que con esta investigación se busca una alternativa de desarrollo económico para el lugar. Por lo tanto, a fin de corroborar la factibilidad del proyecto fue necesario detallar y analizar las variables más importantes. En el primer capítulo se realizó el diagnóstico situacional del entorno, identificando las principales variables e indicadores involucrados; en el segundo capítulo se sustentó el marco teórico del trabajo de investigación, que incluyó la revisión de las fuentes bibliográficas más actualizadas sobre la temática; el tercer capítulo fundamenta el estudio de mercado que permitió analizar las condiciones del mercado actual, atendiendo el perfil del turista, sus gustos, preferencias, así como la competencia; posteriormente se elaboró el cuarto capítulo correspondiente al estudio técnico, en él se distribuyó las instalaciones físicas de la operadora con los costos de inversión inicial, en el quinto capítulo se estableció la viabilidad económica del proyecto a través del análisis de los estados financieros proyectados; en el sexto capítulo se realiza el análisis organizacional, administrativo y legal, que permitió determinar la estructura funcional de la empresa; por último en el séptimo capítulo se realiza un análisis cuali-cuantitativo de los impactos que generará el proyecto desde el punto de vista económico, social, ambiental y cultural.

EXECUTIVE SUMMARY

The present research work aims to perform the situational diagnosis of the tourism environment in the community La Rinconada belonging to the Angochagua Parish, in order to identify the conditions to create an operator since with this research an alternative economic development for the place. Therefore to corroborate the feasibility of the project it was necessary to detail and analyze the most important variable. In the first chapter, the situational diagnosis of the environment was made, identifying the main variables and indicators involved; in the second chapter the theoretical framework of the research work was supported, which included the revision of the most updated bibliographic sources on the subject; the third chapter bases the market study that allowed analyzing the current market conditions, taking into account the profile of the tourist, their tastes, preferences, as well as the competition; Subsequently, the fourth chapter corresponding to the technical study was elaborated, in which the physical facilities of the operator were distributed with the initial investment costs. In the fifth chapter, the economic viability of the project was established through the analysis of the projected financial statements; in the sixth chapter the organizational, administrative and legal analysis is carried out, which allowed to determine the functional structure of the company; Finally, in the seventh chapter, an analysis qualitative-quantitative of the impacts that the project will generate from the economic, social, environmental and cultural point of view is made.

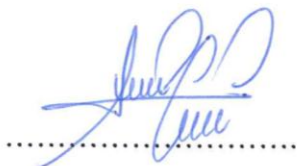
DECLARACIÓN

Nosotras, **ESPINOSA CHUQUÍN KARINA ELIZABETH** y **CUASTUMAL GUATEMAL ALEXANDRA ELIZABETH** declaramos bajo juramento que, el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

LAS AUTORAS:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Elizabeth Espinosa", written over a horizontal dotted line.

Espinosa Chuquín Karina Elizabeth

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Alexandra Elizabeth Cuastumal", written over a horizontal dotted line.

Cuastumal Guatemala Alexandra Elizabeth

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del trabajo de grado presentado por las Srtas. **ESPINOSA CHUQUÍN KARINA ELIZABETH** y **CUASTUMAL GUATEMAL ALEXANDRA ELIZABETH** para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**, cuyo tema es: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD LA RINCONADA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2019.



Msc. Carlos Ernesto Merizalde Leiton

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003334495
APELLIDOS Y NOMBRES:	Espinosa Chuquin Karina Elizabeth
DIRECCIÓN:	Comunidad La Rinconada – Parroquia Angochagua
EMAIL:	eliespinosa@hotmail.es
TELÉFONO MÓVIL:	0939226326
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003012869
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth
DIRECCIÓN:	Ibarra- Puerto Rico y Uruguay
EMAIL:	alexandracuastumalguatemal@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0991642285

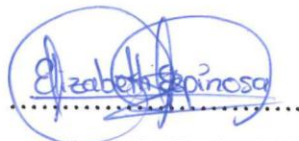
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA OPERADORA TURISTICA EN LA COMUNIDAD LA RINCONADA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (ES):	Espinosa Chuquín Karina Elizabeth Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth
FECHA:	17/mayo/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

2. CONSTANCIA

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2019.

LAS AUTORAS:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elizabeth Espinosa', is written over a horizontal dotted line.

Espinosa Chuquín Karina Elizabeth

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alexandra Elizabeth', is written over a horizontal dotted line.

Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Espinosa Chuquín Karina Elizabeth y Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth, portadoras de las cédulas de ciudadanía N°1003334495, N°1003012869, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6, en calidad de autora (s) del trabajo de grado denominado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA OPERADORA TURISTICA EN LA COMUNIDAD LA RINCONADA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Espinosa Chuquín Karina Elizabeth

Cédula: 1003334495

Cuastumal Guatemal Alexandra Elizabeth

Cédula: 1003012869

Ibarra, a los 29 días del mes de abril del 2019.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado se lo dedico a Dios por ser el forjador de mi camino, además por bendecirme cada día con la oportunidad de estar junto a mis seres queridos.

A mi madre por ser aquella mujer fuerte y muy sabia que desea y anhela en bienestar para mi vida, principalmente por ser el pilar fundamental para el logro de las metas que hasta hoy las he cumplido.

Alexandra Cuastumal.

La presente tesis se la dedico a Dios, por haberme brindado la oportunidad de cumplir con una de mis metas y avanzar en mi vida profesional, ya que él me supo guiar siempre en el buen camino y me dio fuerzas para seguir luchando cada día.

A mis padres por apoyarme en esta etapa de la vida, ya que con sus consejos y ejemplo de enseñanza me supieron orientar por el buen camino, por otra parte, me han brindado su apoyo y amor incondicional para ayudarme a cumplir uno de los principales objetivos.

Gracias a mi familia que es lo más importante en mi vida, que siempre estuvieron ahí para apoyarme y brindarme toda su ayuda por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

Con cariño esta tesis se la dedico:

Karina Espinosa

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a Dios por ser el ser supremo que ha cuidado de mí y ha permitido que culminara este proyecto.

A la Universidad Técnica del Norte por ser una institución de educación superior, la cual abrió sus puertas para formarme como una profesional humanista, líder y emprendedora, así como a mis queridos docentes quienes brindaron sus conocimientos y experiencias en el saber para educarme en estos cortos cinco años.

Mi agradecimiento de igual manera lo dirijo a la querida población que habita en la comunidad la Rinconada de la Parroquia Angochagua por haber aceptado la realización de mi tesis la cual contribuirá para el desarrollo alternativo de sus habitantes actuales y futuras generaciones.

En especial agradezco a todas mis compañeras y compañeros de clase que durante estos cortos cinco años he podido valorar lo que es el compañerismo, amistad y apoyo que me han proporcionado, dando como resultado seguir adelante en mi carrera profesional.

Alexandra Cuastumal

Agradecemos de manera muy especial a nuestro director de tesis el Ing. Carlos Merizalde, quien ha sido un pilar fundamental como guía académico durante el desarrollo de este trabajo.

Brindándonos así su paciencia, apoyo, tiempo y entrega e impartiendo sus conocimientos, sugerencias y comentarios para la feliz culminación del mismo, de esta manera poder reflejar en este trabajo todo nuestro esfuerzo y dedicación para darnos paso al campo profesional.

Karina Espinosa

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad consiste en la creación de una operadora turística, en la comunidad La Rinconada, parroquia Angochagua, provincia de Imbabura, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus pobladores, a partir del aprovechamiento de los potenciales turísticos que alberga esta región del Ecuador.

Capítulo I, Con el objetivo de determinar los aspectos más importantes del lugar donde estará ubicada la empresa se desarrolló el diagnóstico situacional, determinando los sitios, costumbres y cultura de la comunidad la Rinconada, mediante la recopilación de datos primarios y secundarios a través de sitios que promueven actividades turísticas e instituciones tales como INEC, Ministerio de Turismo, como también se tomó en cuenta la participación de representantes de la comunidad, comuneros y visitantes.

Capítulo II, El marco teórico de la investigación, conformado de acuerdo a las fuentes bibliográficas consultadas y relacionadas con el objeto de estudio, fundamentando en las variables del trabajo, indagando las fuentes de información secundaria que orientan la ejecución del proyecto y proveen informaciones técnicas aplicadas en situaciones reales, sustentando de esta forma las actividades que se plantean en la tesis.

Capítulo III, Hace alusión al estudio de mercado en el cual se determina el comportamiento de las fuerzas del mercado, referentes a la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada, en él se hace un análisis de las características de la oferta y demanda para satisfacer las necesidades de los involucrados directos del proyecto, además se realizó un estudio de las ofertas turísticas similares existente dentro de la parroquia, así como los precios de los servicios instalados, para luego definir las estrategias de comercialización de los productos que ofrecerá la operadora.

Capítulo IV, Muestra el desarrollo del estudio técnico, que permitió fundamentar el tamaño apropiado y la capacidad de la propuesta a desarrollar, determinar la macro y micro localización del proyecto, establecer la ingeniería del proyecto concerniente a la instalación y funcionamiento, así como la determinación del presupuesto de los diferentes factores que se empleará en la creación de la operadora turística.

Capítulo V, Fundamenta la viabilidad económica financiera de la propuesta previo a la toma de decisión para invertir en la implementación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada, por lo que se detalla el presupuesto de ingresos y gastos, los estados financieros proyectados, flujo de caja, costo de oportunidad, tasa de rendimiento, cálculo del VAN y el TIR, factores de gran importancia para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI, Para la creación de la operadora turística es necesario establecer la estructura organizacional, administrativa y legal, que fundamentan la estructura funcional de la empresa, donde se detallan las actividades, competencias del talento humano; se establece la misión, visión, valores y principios de la propuesta.

Capítulo VII, Se realiza el análisis cuali-cuantitativo de los impactos que generará la creación y funcionamiento de una operadora turística, a través de matrices de valoración, con el objetivo de garantizar la rentabilidad de la empresa propuesta.

Por último, el estudio finaliza con la argumentación de las conclusiones y recomendaciones, que en conjunto aportan elementos para la toma de decisiones, sobre la factibilidad técnico-económica, de implementar una operadora turística en la comunidad la Rinconada, parroquia Angochagua, provincia de Imbabura.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xiii
INDICE DE TABLAS	xxi
INDICE DE FIGURAS	xxvi
CAPÍTULO I.....	1
DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos del Diagnostico	3
1.2.1 Objetivo general	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 Variables.....	3
1.4. Indicadores.....	4
1.3 Matriz de relación diagnóstica de objetivos, variables e indicadores	6
1.4 Análisis de la matriz de relación diagnóstica	8
1.5 Normativa legal	8
1.5.1 Normativa legal que respalda la creación de proyectos sostenibles.....	8
1.5.2 Plan Nacional de Desarrollo (2017- 2021).	8
1.5.3 Requisitos para trabajar como una operadora turística.....	9
1.5.4 Ordenanzas locales que guardan los derechos de la comunidad	11

1.6	Situación económica	11
1.6.1	Nivel de ingresos de las familias de la comunidad la Rinconada.....	12
1.6.2	Calidad de vida.....	13
1.6.3	Índice inflacionario.....	13
1.6.4	Tipo de cambio de moneda.....	14
1.6.5	Sistema productivo	15
1.7	Factores sociales.....	16
1.7.1	Nivel de empleo.....	16
1.7.2	Integración de los miembros de la comunidad	16
1.7.3	Promover la solidaridad y cooperación	17
1.8	Factores tecnológicos	17
1.8.1	Acceso a Internet	18
1.8.2	Manejo de Medios Publicitarios.....	18
1.8.3	Manejo de Software.....	19
1.9	Infraestructura y servicios básicos	20
1.9.1	Vías de acceso	21
1.9.2	Agua	21
1.9.3	Electricidad.....	22
1.9.4	Recolección de basura	22
1.9.5	Red sanitaria	23
1.9.6	Salud.....	24
1.9.7	Educación	24
1.10	Equipamiento.....	25
1.10.1	Transporte.....	25
1.10.2	Alojamiento	25
1.10.3	Alimentación	27
1.11	Áreas de recreación	30
1.12	Recursos turísticos.....	31
1.12.1	Recursos naturales	31
1.13	Recursos Forestales	36
1.14	Recursos culturales.....	44

1.15	Identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR)....	47
1.15.1	Aliados.....	48
1.15.2	Oponentes.....	49
1.15.3	Oportunidades.....	49
1.15.4	Riesgos.....	51
1.16	Identificación de la Oportunidad de Inversión.....	51
CAPÍTULO II.....		53
MARCO TEÓRICO.....		53
2.1	Introducción.....	53
2.2	Objetivos Específicos.....	53
2.3	Conceptualización de Operadora Turística.....	53
2.3.1	Introducción de turismo.....	53
2.3.2	Concepto y definiciones del turismo.....	54
2.3.3	El sistema turístico.....	55
2.3.4	Demanda turística.....	55
2.3.5	Oferta turística.....	56
2.3.6	Espacio geográfico.....	57
2.3.7	Operadores turísticos.....	57
2.4	Situación Económica.....	58
2.5	Estudio de mercado.....	58
2.5.1	Mercado.....	59
2.5.2	Producto.....	59
2.5.3	Oferta.....	60
2.5.4	Demanda.....	61
2.5.5	Comercialización.....	61
2.5	Estudio técnico.....	62
2.5.5	Tamaño del proyecto.....	63
2.5.6	Localización del proyecto.....	63
2.5.7	Macro localización del proyecto.....	63
2.5.8	Micro localización.....	64
2.5.9	Ingeniería del proyecto.....	64

2.6	Estudio financiero	65
2.6.5	Capital de trabajo.....	65
2.6.6	Ingresos.....	65
2.6.7	Egresos	66
2.6.8	Costos	66
2.7	Materia prima.....	66
2.7.5	Mano de obra	67
2.7.6	Gastos de ventas	67
2.7.7	Depreciación.....	67
2.8	Estados financieros	68
2.8.5	Estado de la situación financiera	68
2.8.6	Activos.....	69
2.8.7	Pasivos	69
2.8.8	Patrimonio	69
2.9	Estado de resultados.....	70
2.9.5	Valor actual neto	70
2.9.6	Tasa interna de retorno	71
2.9.7	Tasa de Rendimiento Medio	71
2.9.8	Periodo de recuperación	72
2.9.9	Beneficio costo	72
2.9.10	Punto de equilibrio	72
2.10	Flujo de caja	73
2.11	Estructura organizacional.....	74
2.11.5	Factores Sociales	74
2.11.6	Factores Tecnológicos	74
2.11.7	Impactos de un proyecto de factibilidad.....	74
CAPÍTULO III		76
ESTUDIO DE MERCADO.....		76
3.1	Introducción	76
3.2	Objetivo General.....	76
3.3	Objetivos específicos	76

3.4	Variables.....	77
3.4.1	Indicadores del estudio de mercado	77
3.5	Matriz de Estudio de Mercado.....	78
3.6	Fuentes de Información	80
3.7	Metodología a utilizar en el desarrollo del estudio de mercado	80
3.8	Productos y/o servicios de la empresa	81
3.8.1	Lista de productos.....	81
3.8.2	Características de los productos	94
3.8.3	Lista de servicios	95
3.8.4	Caracterización de los servicios turísticos.....	96
3.9	Oferta	97
3.9.1	Empresas con oferta de servicios similares.....	97
3.9.2	Capacidad instalada	97
3.9.3	Análisis de la oferta turística nacional y local.....	103
3.9.4	Proyección de la oferta	113
3.10	Demanda.....	115
3.10.1	Análisis de la demanda en la Rinconada	115
3.10.2	Segmento de mercado.....	128
3.10.3	Demanda actual	128
3.10.4	Demanda potencial	129
3.10.5	Determinación de la demanda insatisfecha.....	129
3.10	Comercialización.....	131
3.10.11	Publicidad del producto	131
3.10.12	Redes sociales	132
3.10.13	Promociones.....	132
3.11	Precio	132
3.11.1	Precios basados en el costo de los servicios	133
3.11.2	Formas de pago.....	134
CAPÍTULO IV		136
ESTUDIO TÉCNICO.....		136
4.1	Introducción	136

4.2	Objetivo	136
4.3	Objetivos Específicos	136
4.4	Localización del proyecto	137
4.4.1	Macro localización	137
4.4.2	Micro localización	138
4.5	Ingeniería del proyecto	140
4.6	Obra civil	140
4.6.1	Diseño de instalación de la planta	141
4.6.2	Distribución operacional de los procesos	146
4.7	Determinación del presupuesto técnico	151
4.7.1	Inversión fija.....	152
4.7.2	Resumen de activos fijos	154
	Gasto Permisos	159
4.1.1	Inversión variable – capital de trabajo.....	160
4.2	Inversión total del proyecto	161
CAPÍTULO V.....		165
ESTUDIO FINANCIERO.....		165
5.1	Introducción	165
5.2	Objetivo	165
5.3	Estructura del financiamiento de la inversión.....	165
5.4	Destino de la inversión	166
5.5	Ingresos	166
5.5.1	Proyección de ingresos	166
5.6	Presupuesto de egresos	167
5.6.1	Mano de obra Directa	168
5.6.2	Gastos Administrativos.....	169
5.6.3	Gastos de ventas	174
5.6.4	Gastos de depreciación	174
5.6.5	Gastos financieros	175
5.7	Resumen de gastos – egresos.....	175
5.8	Fuente de financiamiento.....	176

5.8.1	Pago de la amortización	176
5.9	Estados financieros proyectados	177
5.9.1	Estado de la situación financiera inicial	177
5.9.2	Estado de resultados proyectado.....	178
5.9.3	Flujo de efectivo proyectado	179
5.10	Evaluación de la inversión	180
5.10.1	Tasa de rendimiento medio (TRM)	180
5.10.2	Valor actual neto (VAN)	181
5.10.3	Tasa interna de retorno (TIR)	182
5.10.4	Periodo de recuperación	182
5.10.5	Costo beneficio	183
5.10.6	Punto equilibrio	183
CAPÍTULO VI		185
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL.....		185
6.1	Introducción	185
6.2	Nombre de la empresa	185
6.2.1	Logotipo	185
6.2.2	Marco Legal.....	186
6.3	Elementos administrativos estratégicos	189
6.3.1	Misión.....	189
6.3.2	Visión.....	190
6.3.3	Valores y principios corporativos	190
6.4	Requisitos legales para su funcionamiento	191
6.4.1	Base legal.....	191
6.5	Organigrama estructural de la empresa.....	191
6.5.1	Estructura funcional.....	191
6.5.2	Perfiles y funciones de los Empleados	193
CAPÍTULO VII		199
IMPACTOS		199
7.1	Introducción	199
7.2	Objetivo	199

7.3	Metodología empleada.....	199
7.4	Valoración cualitativa y cuantitativa.....	199
7.4.1	Impacto económico	201
7.4.2	Impacto Social.....	202
7.4.3	Impacto Ambiental	203
7.4.4	Impacto Cultural.....	204
7.5	Matriz General de Impactos.....	205
CONCLUSIONES.....		206
RECOMENDACIONES		208
BIBLIOGRAFÍA		209
REFERENCIAS LEGALES Y NORMATIVAS		214
ANEXOS		215
ANEXO 1:	Ficha de Observación	215
ANEXO 2:	Encuesta	219
ANEXO 3:	Entrevista.....	224
ANEXO 4:	Reglamento Interno	226
ANEXO 5:	Proformas	257
ANEXO 6:	Fotografías del trabajo de campo	261

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Matriz de relación diagnóstica.	6
Tabla N° 2: Requisitos para la constitución de una Operadora Turística.	11
Tabla N° 3: Actividad económica de la comunidad la Rinconada	12
Tabla N° 4: Valores de inflación en los últimos tres años en Ecuador.	14
Tabla N° 5: Sistema productivo de la Rinconada.	15
Tabla N° 6: Niveles de empleo en la comunidad la Rinconada.....	16
Tabla N° 7: Miembros de la comunidad que pueden vincularse al proyecto	17
Tabla N° 8: Tipos de alojamiento existente en el área de estudio	27
Tabla N° 9: Matriz de estudio de mercado	79
Tabla N° 10: Itinerario paquete 1 día.....	83
Tabla N° 11: Itinerario paquete 2 días	86
Tabla N° 12: Itinerario paquete tres días	90
Tabla N° 13: Ofertas de alojamiento en el área de afluencia Comunidad la Rinconada.	98
Tabla N° 14: Capacidad instalada estimada en la comunidad la Rinconada.	99
Tabla N° 15: Ofertas de alimentación que ofrece la comunidad la Rinconada.	99
Tabla N° 16: Ofertas de sitios de alimentación que ofrece la comunidad la Rinconada....	101
Tabla N° 17: Capacidad instalada anual de la comunidad la Rinconada.....	102
Tabla N° 18: Resultados de la transportación, comunidad la Rinconada.	102
Tabla N° 19: Contribución de la operadora turística en la Comunidad.....	105
Tabla N° 20: Proyección de proveedores según encuesta	106
Tabla N° 21: Participación como guía en la empresa.....	107
Tabla N° 22: Proyecciones de la oferta del proyecto.....	114
Tabla N° 23: Edad de los turistas que visitan la comunidad la Rinconada	117

Tabla N° 24: Género de los turistas que visitan a la comunidad	118
Tabla N° 25: Nivel de estudio de los turistas que visitan a la comunidad.....	119
Tabla N° 26: Comportamiento del nivel de ocupación de los turistas que visitan a la comunidad	120
Tabla N° 27: Comportamiento del tipo de servicios que prefieren los turistas	121
Tabla N° 28: Vías de comunicación que utilizan los turistas	122
Tabla N° 29: Frecuencia que utilizan los turistas para revisar las ofertas	123
Tabla N° 30: Presupuesto utilizado por los turistas.....	124
Tabla N° 31: Cantidad de personas que viajan en los viajes turísticos.....	125
Tabla N° 32: Comportamiento del uso de las operadoras turísticas	126
Tabla N° 33: Días que pernoctan los turistas en el sector	127
Tabla N° 34: Demanda actual de la operadora turística.	128
Tabla N° 35: Resultados de la proyección de la demanda.....	129
Tabla N° 36: Resultados de la demanda insatisfecha en el servicio de alojamiento.	130
Tabla N° 37: Resultados de la demanda insatisfecha en el servicio de alojamiento	130
Tabla N° 38: Indicadores del porcentaje de la participación del proyecto	131
Tabla N° 39: Participación en el proyecto	131
Tabla N° 40: Paquete de un día	133
Tabla N° 41: Sala de estar y recepción.....	142
Tabla N° 42: Oficinas de producción	143
Tabla N° 43: Administración, cafetería y bodega.....	144
Tabla N° 44: Parqueadero.....	145
Tabla N° 45: Descripción de elementos del mapa de operaciones	146
Tabla N° 46: Flujo de procesos de venta	147
Tabla N° 47: Flujo de procesos del paquete para un día	148
Tabla N° 48: Flujo de operaciones del paquete en dos días	149

Tabla N° 49: Flujo de operaciones del paquete por tres días.....	150
Tabla N° 50: Requerimiento de terreno para la operadora.	152
Tabla N° 51: Infraestructura civil para la operadora.	152
Tabla N° 52: Desglose de los muebles y enseres de oficina.....	153
Tabla N° 53: Desglose de los equipos de oficina y primeros auxilios.	153
Tabla N° 54: Desglose de equipos de computación.	154
Tabla N° 55: Requerimientos del talento humano.....	154
Tabla N° 56: Resumen de los activos fijos.	155
Tabla N° 57: Gastos de constitución.....	159
Tabla N° 58: Remuneración del personal operativo.....	155
Tabla N° 59: Resumen Remuneración del Personal Operativo.....	156
Tabla N° 60: Sueldo personal administrativo gerente	156
Tabla N° 61: Sueldo personal administrativo recepcionista.....	157
Tabla N° 62: Resumen Sueldos personal Administrativos.....	157
Tabla N° 63: Remuneración servicios profesionales.....	157
Tabla N° 64: Suministros de oficina.....	158
Tabla N° 65: Materiales de limpieza y aseo.	158
Tabla N° 66: Servicios Básicos	159
Tabla N° 67: Valores de publicidad de la empresa.	160
Tabla N° 68: Capital de trabajo.	160
Tabla N° 69: Inversión total del proyecto.....	161
Tabla N° 70: Costos del paquete 1 día.....	162
Tabla N° 71: Costos paquete dos días	163
Tabla N° 72: Paquete 3 días.....	164
Tabla N° 73: Estructura de la inversión del proyecto.	166

Tabla N° 74: Inversión total del proyecto.....	166
Tabla N° 75: Proyección de las ventas netas, (\$).	167
Tabla N° 76: Presupuestos de costos de producción	168
Tabla N° 77: Resultados del cálculo de la mano de obra directa.	168
Tabla N° 78: Proyección mano de obra directa, (\$).	169
Tabla N° 79: Sueldos administrativos.	169
Tabla N° 80: Sueldo de Recepcionista	170
Tabla N° 81: Honorarios profesionales.	170
Tabla N° 82: Proyección sueldos administrativos Gerente, (\$).....	170
Tabla N° 83: Sueldos administrativos de recepción	171
Tabla N° 84: Proyección servicios profesionales del contador, (\$).....	171
Tabla N° 85: Suministros y materiales de oficina.	172
Tabla N° 86: Proyección suministros y materiales de oficina, (\$).	172
Tabla N° 87: Insumos de limpieza.....	172
Tabla N° 88: Proyección insumos de limpieza.....	173
Tabla N° 89: Servicios básicos	173
Tabla N° 90: Proyección servicios básicos.....	173
Tabla N° 91: Total de gastos administrativos, (\$).....	173
Tabla N° 92: Gastos de ventas.....	174
Tabla N° 93: Proyección de los gastos de ventas, (\$).....	174
Tabla N° 94: Resultados del cálculo de las depreciaciones.....	175
Tabla N° 95: Gastos financieros.	175
Tabla N° 96: Resumen de los gastos- egresos	176
Tabla N° 97: Valores de amortización del préstamo.....	176
Tabla N° 98: Valores de amortización.	177

Tabla N° 99: Estado de la situación financiera inicial.....	178
Tabla N° 100: Estado de los resultados proyectados.....	179
Tabla N° 101: Flujo de efectivo proyectado.....	179
Tabla N° 102: Tasa de rendimiento medio	180
Tabla N° 103: Valor Actual Neto.....	181
Tabla N° 104: Recuperación de la inversión	182
Tabla N° 105: Recuperación de la inversión	183
Tabla N° 106: Punto de equilibrio	184
Tabla N° 107: Trámites legales del proyecto.....	191
Tabla N° 108: Cualidades y funciones de la Junta General del proyecto.....	193
Tabla N° 109: Perfil del Gerente del proyecto.	194
Tabla N° 110: Perfil de las recepcionistas del proyecto.	195
Tabla N° 111: Perfil de los guías de turismo	197
Tabla N° 112: Perfil del contador del proyecto.	198
Tabla N° 113: Nivel de impacto del proyecto	200
Tabla N° 114: Matriz de valoración de impacto.....	200
Tabla N° 115: Matriz de impacto económico.....	201
Tabla N° 116: Matriz de impacto social.....	202
Tabla N° 117: Matriz de impacto ambiental.....	203
Tabla N° 118: Matriz de impacto cultural.....	204
Tabla N° 119: Matriz General de impactos.....	205

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Imagen de la Rinconada	13
Figura N° 2: Impulso de la solidaridad y cooperación	17
Figura N° 3: Acceso a internet.....	18
Figura N° 4: Medios de comunicación publicitaria.....	19
Figura N° 5: Uso de equipos tecnológicos en la comunidad.....	19
Figura N° 6: conocimiento de softwares de reservaciones.....	20
Figura N° 7: Fuente del agua de consumo.....	21
Figura N° 8: Fuente de abastecimiento de la luz eléctrica	22
Figura N° 9: Manejo de desechos.....	23
Figura N° 10: Redes sanitarias	23
Figura N° 11: Centros de salud más cercanos	24
Figura N° 12: Transporte de la comunidad.....	25
Figura N° 13: La cabañita del bosque	26
Figura N° 14: Restaurante el molino	26
Figura N° 15: Restaurantes en la Y de la Rinconada.....	27
Figura N° 16: Áreas de recreación	30
Figura N° 17: Canchas deportivas	31
Figura N° 18: Cascada cóndor Yaku.....	32
Figura N° 19: Treking hacia la cascada cóndor Yaku.....	33
Figura N° 20: Gallo Rummy	33
Figura N° 21: Mirador niño loma.....	34
Figura N° 22; Yana rummy.....	34
Figura N° 23; Cascada watsy	35
Figura N° 24: Morfología corazón	36
Figura N° 25: Sauco	36
Figura N° 26: Eucalipto aromático.....	37
Figura N° 27: Puma maqui.....	38
Figura N° 28: Cuchipubian.....	38
Figura N° 29: Taxo silvestre.....	39
Figura N° 30: Shanshi	40

Figura N° 31: Bejuco.....	40
Figura N° 32: Helechos	41
Figura N° 33: Imagen de cerote.....	42
Figura N° 34: Washsilla.....	42
Figura N° 35: Guaicalón.....	43
Figura N° 36: Chilca.....	43
Figura N° 37: Mujeres de la Rinconada bordando	44
Figura N° 38: Mujer de la Rinconada haciendo alfarería.....	45
Figura N° 39: Elaboración de artesanías en madera.....	46
Figura N° 40: Miel de abeja de la Rinconada.....	46
Figura N° 41: Quesos con identidad.....	47
Figura N° 42: Mapa ruta de 1 día	84
Figura N° 43: Ruta a recorrer paquete 2:.....	88
Figura N° 44: Recorrido segundo día.....	88
Figura N° 45: Recorrido del paquete para tres días.....	92
Figura N° 46: Recorrido segundo día.....	93
Figura N° 47: Recorrido tercer día	93
Figura N° 48: Contribución de la operadora para el desarrollo.....	105
Figura N° 49: Disposición para proveer de alimentos a los turistas.....	106
Figura N° 50: Disposición de mano de obra en el sector	107
Figura N° 51: Edad de los turistas que visitan el sector.....	118
Figura N° 52: Género de los visitantes.....	119
Figura N° 53: Nivel de estudios de los turistas	120
Figura N° 54: Nivel de ocupación de los turistas.....	121
Figura N° 55: Preferencia de los servicios turísticos.....	122
Figura N° 56: Medios de publicidad que más frecuentan	123
Figura N° 57: Frecuencia con que revisan promociones turísticas	124
Figura N° 58: Gastos promedios por día	125
Figura N° 59: Número de personas con que viajan.....	126
Figura N° 60: Participación del proyecto	127
Figura N° 61: Días que pernoctan los visitantes	127

Figura N° 62: Mapa turístico de Imbabura.....	138
Figura N° 63: Mapa de micro localización.....	139
Figura N° 64: Sala de estar y recepción	142
Figura N° 65: Oficinas de producción.....	143
Figura N° 66: Cafetería y bodega.....	144
Figura N° 67: Parqueadero	145
Figura N° 68: Logo Mushuck Pakari tour	186
Figura N° 69: Estructura funcional.....	192

CAPÍTULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Según datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo, (OMT), el turismo ha experimentado un continuo crecimiento, convirtiéndose en uno de los actores de comercio internacional, representando una de las principales fuentes de ingreso en muchos de los países en desarrollo, debido al beneficio que representa en términos económicos y de empleo. En los países que conforman Latinoamérica, tanto en el sector público como en el privado, se logra evidenciar la gran disposición hacia la industria del turismo por poseer riqueza natural y cultural que intervienen en una actividad económica sustentable.

De acuerdo a datos presentados por UNWTO, el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai, señala: “El primer semestre de 2017 muestra un crecimiento saludable en un mercado turístico cada vez más dinámico y resiliente,” (2017, pág. 1), es decir, el turismo está en constante crecimiento gracias a la sustentabilidad que representa, si viene a ser cierto esta industria causa impactos en la localidad que se desarrolla, sin embargo el éxito está en la gestión de los dirigentes del sector turístico, como bien lo manifiesta Rifai (2017, pág. 1), el turismo y su “crecimiento no es el enemigo, sino la gestión insostenible”, que los seres humanos le dan, pues el turismo internacional genera empleo, crecimiento económico y oportunidades de desarrollo alternativo para muchas comunidades de todo el mundo.

La actividad turística que se lleva a cabo en Ecuador está en constante crecimiento, dado que ha recibido varios reconocimientos de gran prestigio a escala internacional, entre ellos Ecuador el mejor destino verde del mundo así como también El New York Times declaro a Ecuador como un paraíso por descubrir, gracias a que Ecuador cuenta con una amplia gama de climas por la ubicación geográfica, de ello se desprenden un sinnúmero de parajes, recursos naturales como: ríos, densas llanuras, miradores, tolas, recursos culturales como la lengua ancestral, danza, música, artesanías, gastronomía, tradiciones y costumbres

con características inigualables que se debe aprovechar para el desarrollo de nuevos emprendimientos orientados a satisfacer las demandas.

La parroquia Angochagua está asentada en el cantón Ibarra, al sur oriente y parte baja del volcán Imbabura confiriéndole así un potencial en cuanto a recursos naturales y paisajísticos, se caracteriza por la riqueza cultural como la gastronomía, artesanías en madera, bordados, alfarería, producto de la historia del lugar que aprovechándolos con actividades turísticas pueden generar fuentes de trabajo alternas, ya que las actividades económicas del sector son muy tradicionales, actualmente lo que se ha aprovechado en el sector turístico son las artesanías, cabe resaltar que gracias al arte de la localidad se ha nominado a Ecuador para la edición andina de Reconocimiento a la Excelencia Unesco para las artesanías en 2014.

En la actualidad se está fortaleciendo el turismo rural y comunitario mediante los organismos del sector público como la Prefectura de Imbabura, según datos proporcionados por el Presidente del GAD Parroquial indica que a largo plazo se planifican los proyectos enfocados en el desarrollo turístico y productivo teniendo como actores directos a las personas de la comunidad gracias a la factibilidad que presentan los proyectos turísticos, un claro ejemplo es la labor que desempeña la Asociación de Turismo Comunitario La Rinconada, constituida por 25 familias nativas, quienes fortalecen y dan a conocer por medio del turismo su identidad cultural.

La presente investigación tiene como objetivo acoplar los recursos turísticos del sector Angochagua con la finalidad de aprovecharlos de una manera racional para beneficio de la comunidad, como se puede apreciar el sector presenta los recursos necesarios para generar ofertas en el mercado turístico, además la comunidad cree en el proyecto se asocia a otras actividades que los vincule al sector turístico por la rentabilidad, económica, social, cultural y ambiental que hoy en día muy pocos proyectos económicos toman en cuenta. La comunidad la Rinconada, posee importantes atractivos naturales y culturales, que incluye ríos, bosques, flora, fauna, fuentes de aguas, lagunas, montañas, casas de hacienda, entre otras bellezas naturales, que favorecen el desarrollo del turismo en esta región del Ecuador.

Por tanto, el diagnóstico situacional que se realizó en el presente estudio, tiene la finalidad de conocer la situación actual en la que se encuentra en la comunidad la Rinconada, para la futura implementación de una operadora turística, que garantice el desarrollo social, cultural y económico de esta región de nuestro país.

1.2 Objetivos del Diagnostico

1.2.1 Objetivo general

Realizar el diagnóstico situacional del entorno turístico en la Rinconada de la Parroquia Angochagua, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la creación de una operadora turística, en esta comunidad de la provincia de Imbabura.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el marco legal que influye en las formas de hacer turismo rural
- Verificar los factores socio-económicos que incidirán en la realización del proyecto
- Analizar el factor tecnológico relacionado con la propuesta turística a implementar
- Identificar y caracterizar la infraestructura turística disponible en la comunidad
- Analizar el equipamiento turístico con que dispone la parroquia y la comunidad la Rinconada
- Identificar y caracterizar los principales recursos turísticos de la comunidad y la parroquia

1.3 Variables

- Marco legal
- Factores sociales
- Factores económicos
- Recursos turísticos

- Factores tecnológicos
- Infraestructura turística
- Equipamiento turístico
- Recursos turísticos

Para el desarrollo del trabajo, se han identificado las siguientes variables e indicadores, los cuales serán objeto de análisis:

1.4. Indicadores

a) Normativa legal:

Normativa que respalde la creación de proyectos sostenibles

Plan nacional de desarrollo (2017-2021),

Actividades que se pueden llevar a cabo en las comunidades conservando el entorno

Requisitos para trabajar como una operadora

Ordenanzas locales que guarden los derechos de la comunidad:

b) Situación económica

Nivel de ingresos

Calidad de vida

Índice inflacionario

Tipo de cambio de moneda

Sistema productivo

c) Factores sociales

Nivel de empleo

Integración de los miembros de la comunidad

Promover la solidaridad y cooperación

d) Factores tecnológicos

Acceso a internet

Manejo de medios publicitarios

Manejo de software

e) Infraestructura turística

Vías de acceso

Agua,

Electricidad,

Recolección de basura,

Red sanitaria

Salud

Educación

f) Equipamiento turístico

Transporte

Alojamiento

Alimentación

Áreas de recreación

g) Recursos turísticos

Recursos naturales

Recursos Forestales

Recursos culturales

1.3 Matriz de relación diagnóstica de objetivos, variables e indicadores

Tabla N° 1: Matriz de relación diagnóstica.

CONOCER LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ENTORNO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD LA RINCONADA DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA IDENTIFICAR ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos en la perspectiva de conocer la Viabilidad del Proyecto planteado.					
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES
	Analizar el marco legal que influye en las formas de hacer turismo rural	Normativa legal	<p>Normativa que respalde la creación de proyectos sostenibles</p> <p>Plan nacional de desarrollo (2017-2021),</p> <p>Actividades que se pueden llevar a cabo en las comunidades conservando el entorno</p> <p>Requisitos para trabajar como una operadora</p> <p>Ordenanzas locales que guarden los derechos de la comunidad:</p>	<p>Documental</p> <p>Linkográfica</p> <p>Ficha Técnica de atractivos turísticos</p> <p>Fotografías</p> <p>Observación Directa</p>	Secundaria
	Verificar los factores socio-económicos que incidirán en la realización del proyecto	Situación socio-económica	<p>Nivel de ingresos</p> <p>Calidad de vida</p> <p>Índice inflacionario</p> <p>Tipo de cambio de moneda</p> <p>Sistema productivo</p> <p>Nivel de empleo</p> <p>Integración de los miembros de la comunidad</p> <p>Promover la solidaridad y cooperación</p>	<p>Documental</p> <p>Linkográfica</p>	Secundaria.

Analizar el factor tecnológico relacionado con la propuesta turística a implementar	Factores tecnológicos	Acceso a internet Manejo de medios publicitarios Manejo de software	Documental Linkográfica	Secundaria. Primaria
Identificar y caracterizar la infraestructura turística disponible en la comunidad	Infraestructura turística	Vías de acceso Agua, Electricidad, Recolección de basura, Red sanitaria Salud Educación	Documental Linkográfica Observación Directa	Secundaria. Primaria
Analizar el equipamiento turístico con que dispone la parroquia y la comunidad la Rinconada	Equipamiento turístico	Transporte Alojamiento Alimentación Áreas de recreación	Documental Linkográfica Observación Directa	Secundaria. Primaria
Identificar y caracterizar los principales recursos turísticos de la comunidad y la parroquia	Recursos turísticos	Recursos naturales Recursos Forestales Recursos culturales	Documental Linkográfica Ficha Técnica de atractivos turísticos Fotografías Observación Directa	Primaria Secundaria.

Elaborado por: Las autoras

1.4 Análisis de la matriz de relación diagnóstica

A continuación, se detallan de manera resumida, las principales características de las diferentes variables, que componen la matriz de relación diagnóstica.

1.5 Normativa legal

1.5.1 Normativa legal que respalda la creación de proyectos sostenibles

La Ley de gestión ambiental en el art. 13, (Asamblea Nacional, 2008) establece que los planes de manejo ambiental son obligatorios como una acción de responsabilidad, debido a que todas las actividades del ser humano causan contaminación al medio ambiente; para la creación de una operadora turística esta ley representa un aliado por el motivo que esta actividad genera impacto ambiental al momento de llevar a cabo la prestación de sus servicios; por lo tanto es importante llevar un monitoreo de las áreas donde se interviene con la finalidad de tomar acciones que recompensen al entorno natural.

1.5.2 Plan Nacional de Desarrollo (2017- 2021).

Por otra parte, el Plan Nacional de Desarrollo (2017- 2021) en el objetivo 4 donde describe el esfuerzo por consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización, mediante este instrumento de gobierno se impulsa las actividades turísticas por ser una promesa de desarrollo económico representativo para los ecuatorianos y poseer recursos para ofertar en los mercados turísticos, además de tener reglamentos que apoyan el emprendimiento turístico con la exoneración de tasas tributarias.

De igual manera el impulsar la productividad para mejorar la calidad de vida de la comunidad es una política de gobierno, es por ello que el objetivo 5 que es impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico y sustentable de manera redistributiva y solidaria, entonces se enfoca en apoyar el turismo por los beneficios

colectivos que trae cuando se aplica turismo comunitario, porque se ve el desarrollo económico solidario para todos los actores involucrados.

Los recursos turísticos por lo general se encuentran distribuidos en zonas rurales donde se ha preservado el patrimonio natural y cultural, con la influencia turística se pretende aprovechar estos elementos a largo plazo, por lo que se debe dejar remuneraciones económicas que permitan asegurar el bienestar de la comunidad tal como lo establece el objetivo 6: desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

1.5.3 Requisitos para trabajar como una operadora turística.

Reglamento de Operación e Intermediarios Turísticos. El art. 18 exige a la operadora cumplir con las funciones competentes según su clasificación, en este caso la operadora turística debe estar debidamente registrada para poder operar y manejar grupos dentro del área que le sea permitido, su regularización le permitirá además interactuar dentro de los servicios de reservaciones que manejan los establecimientos que se registran en el catastro del Ministerio de turismo.

Además, se tiene como reglamento para operar en el mercado turístico el art 20, que describe los requisitos para las agencias de servicios turísticos. Las agencias de servicios turísticos indistintamente de su clasificación, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Contar con un espacio físico permanente para el desarrollo de sus actividades comerciales y administrativas, este espacio no puede ser la casa, es razonable que las operadoras tengan una ubicación estratégica donde tenga afluencia de turistas, para que puedan adquirir los servicios de la empresa.

Al menos el 30% del personal deberá contar con título profesional en turismo, ramas afines o certificado en competencias laborales en intermediación, operación, hospitalidad o las que determine la autoridad nacional de turismo; es importante poner

personal capacitado con la finalidad de cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes nacionales y extranjeros.

El problema de los turistas extranjeros es para comunicar sus requerimientos en las zonas rurales donde se maneja con turismo organizado, la comunidad educa a su población desde edades tempranas con la finalidad de que hablen idiomas, entonces al menos el 20% del personal deberá acreditar mínimo el nivel B1 de conocimiento de al menos un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las Lenguas.

Estos estatutos se han señalado con la finalidad de prestar un servicio que satisfaga las necesidades del cliente nacional y extranjero, pues se debe tener presente que un cliente mal atendido vale por 100 y en caso del turismo lo que se vende es una experiencia, sentimientos, recuerdos, es decir un material intangible. Consecuentemente cuando se pierde un cliente no solo pierde la operadora, sino que se juega la imagen del país.

También se debe resaltar que cada agencia tiene un límite geográfico para su operación, deberá establecer contacto con las agencias competentes si los requerimientos del cliente se dirigen a otro espacio esta ley se establece en el art. 21.

Otro requisito que debe cumplir la operadora turística es realizar los trámites para la constitución a continuación se describen los siguientes.

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) una vez al año acudiendo al Servicio de Rentas Internas con los documentos que establece la ley de Régimen Tributario. Adicionalmente acudir al Ministerio de Turismo (MINTUR) por una sola ocasión para realizar el registro de actividad turística.

A continuación se describen los requisitos con los que debe cumplir la operadora turística al primer año de iniciar su actividad y continuar con la respectiva renovación cada año.

Tabla N° 2: Requisitos para la constitución de una Operadora Turística.

TRÁMITE	LUGAR
Patente Municipal	GAD Ibarra
Permiso de funcionamiento	Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria
Certificado de funcionamiento	Cuerpo de Bomberos
Permiso sanitario de Funcionamiento	Ministerio de Salud

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013); (Cheza Trejo, 2017)

Elaborado por: Las autoras

Para la constitución de la operadora turística se ha tenido en cuenta el artículo 2 del Instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios, (2009) que expresa,

Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro se lo hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo del país, (pág. 2).

1.5.4 Ordenanzas locales que guardan los derechos de la comunidad

Art. 267 Constitución de la República y Art. 65 del COOTAD.- La planificación a nivel territorial es un ejercicio obligatorio para cada nivel de gobierno (Art. 241 de la Constitución) y cuyas competencias a nivel parroquial se encuentran principalmente relacionadas con la planificación y ordenamiento del espacio territorial, la manutención de espacios físicos públicos, la vialidad rural, desarrollo de actividades productivas, organización ciudadana, vigilancia de obras y calidad de servicios públicos. Es importante planificar para emprender una actividad económica, porque se puede obtener una visión general del pro y contra que traerá la intervención de un proyecto, de manera que para el director será más fácil tomar decisiones que le sean factibles.

1.6 Situación económica

Como parte de la situación económica del entorno, se analizan a continuación, los diferentes factores económicos, que están relacionados con las posibilidades de implementar en la comunidad la Rinconada una operadora turística, con posibilidades de éxito empresarial.

1.6.1 Nivel de ingresos de las familias de la comunidad la Rinconada

A continuación, se presenta una tabla que representa el porcentaje de ocupación por rama de actividad económica de la comunidad la Rinconada, elaborada en base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada durante el 08 de junio al 15 del mismo mes del 2018.

Tabla N° 3: Actividad económica de la comunidad la Rinconada

Actividades	Frecuencia	Porcentaje (%)
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	65	49,24
Construcción	10	7,58
Transporte y Almacenamiento	1	0,76
Actividades de alojamiento y de servicios de comidas	7	5,30
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	1,52
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4	3,03
Enseñanza	0	0,00
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	0	0,00
Turismo	6	4,55
Artes, entretenimiento y recreación	17	12,88
Ama de casa	16	12,12
Estudiante	4	3,03

Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

Como es evidente, prácticamente la mitad de la población de esta comunidad, se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; estas actividades son tradicionales a nivel nacional, sin embargo, lo que le da un valor agregado a la comunidad, es la relación que mantienen con las actividades del sector turístico, es decir, las actividades de transporte, almacenamiento, alojamiento y servicios de comidas, artes, entretenimiento y recreación que abarcan 23,49 % de las actividades económicas del sector. Por otra parte, es importante resaltar la producción de artesanías en cerámica, madera, bordados y tejidos, que han sido impulsados por medio de la red de turismo comunitario, el cual es manejado por el municipio de Ibarra, con la finalidad de apoyar el desarrollo de la localidad a través del turismo. Oportunidades que serán empleadas para potenciar el desarrollo de la propuesta, de creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada.

1.6.2 Calidad de vida

La calidad de vida de la comunidad la Rinconada, está caracterizada por una zona tranquila de grandes bellezas naturales, como se aprecia en la figura siguiente

Figura N° 1: Imagen de la Rinconada



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad
Elaborado por: Las autoras

La calidad del aire y la belleza del entorno territorial son apreciables en el área de estudio, comprobados a través de la visita de campo realizada el 03 de mayo del 2018, como se aprecia en la figura anterior. Se comprobó que la población goza de un ambiente apropiado con una alta calidad de vida, donde la “esperanza de vida se aproxima a los 79 años para los hombres y 83 años para las mujeres”, (INEC, 2018, pág. 22).

La comunidad la Rinconada recepta la visita de turistas para observar la longevidad de sus habitantes, e intentan descubrir los secretos y el estilo de vida que mantiene la vitalidad de esta población del Ecuador.

1.6.3 Índice inflacionario

La inflación constituye el aumento en los precios de bienes y servicios en un país, como es el caso de la operadora turística dedicada a prestar productos o servicios, debe estar pendiente de los cambios en los flujos económicos con los que debe lidiar la empresa, por lo que es importante realizar un análisis de la proyección de la inflación en

el país, a partir de los datos estadísticos nacionales, como se aprecia en la tabla siguiente.

Tabla N° 4: Valores de inflación en los últimos tres años en Ecuador.

Fecha	Valor, (%)
Enero -31 - 2018	- 0.09
Enero - 31- 2017	0,90
Enero - 31- 2016	3,09

Fuente: Banco Central del Ecuador (2018, pág. 3)

Elaborado por: Las autoras

En base a los datos presentados por el Banco Central del Ecuador, se aprecia que en el año 2016 la inflación fue de 3,09 %; evidenciando que en este periodo existió una subida apreciable de los precios de los productos y/o servicios; sin embargo, para el año 2017 la inflación descendió hasta el 0.90%, lo que indica la existencia de un equilibrio en los precios; mientras que en el 2018 la inflación continuó descendiendo, alcanzando un valor de -0.09 %.

Estos resultados son tomados en cuenta para que, la actividad turística en la Rinconada absorba los puntos a su favor, pues permite a los turistas visitar el lugar en cualquier periodo del año; además la inflación le faculta al turismo abrir oportunidades de mercado a través de planificaciones a futuro, teniendo en cuenta la estabilidad de los precios. Es por ello que en la necesidad de mejorar la economía y aprovechar eficientemente los recursos que posee la comunidad la Rinconada, se centra la atención en este caso al desarrollo del turismo, una actividad sostenible que ayuda significativamente a la economía y al desarrollo de los sectores sociales que lo practican.

1.6.4 Tipo de cambio de moneda

La valorización o desvalorización de la moneda trae variaciones en los costos y gastos, por lo que se debe tomar en cuenta la elasticidad que interfiere en el turismo ya que al estar a pocos minutos de la frontera colombiana, cuando se produce un aumento del valor del peso colombiano, esta actividad se verá impulsada y se obtendrán mayores ganancias financieras; sin embargo, también puede ocurrir que con el descenso del valor de la moneda colombiana, la demanda internacional se podrá ver disminuida.

Este factor económico ha sido tomado en cuenta para el desarrollo de los cálculos económicos, considerando la sensibilidad financiera que existe en la región andina y entre los países fronterizos, más cercanos a la zona de estudio.

1.6.5 Sistema productivo

Las actividades productivas en la Rinconada son principalmente, agrícolas y ganaderas en la mayoría de la población, por otra parte, el Ministerio del Ambiente maneja normativas y reglamentos que intervienen en el territorio del páramo, considerado como un área protegida de la actividad del ser humano. Según los datos que se exponen en el proyecto de Angochagua se tiene los siguientes valores del uso de suelos en la comunidad estudiada.

Tabla N° 5: Sistema productivo de la Rinconada.

Distribución de uso de suelo	Actual (Ha)	Porcentaje (%)
Páramo	2.686,70	25,94
Pastos y cultivos	4.507,75	43,53
Área erosionada	3.161,82	30,53
TOTAL	10.356,27	100

Fuente: Chicaiza (2013, pág. 67)

Elaborado por: Las autoras

La producción de la comunidad se sustenta en el autoconsumo, es decir, lo que producen lo usan para alimentar a sus familias y para preparar semillas para el siguiente periodo de cultivo, además, en el sector se practican actividades comerciales de bordados, tallados de madera y alfarería, las mismas que contribuyen a los movimientos económicos de la comunidad que promueven las actividades turísticas, de manera que todas las actividades que realizan los comuneros, representa para la operadora una oportunidad de aumentar los ingresos económicos, lo que constituirá una actividad alternativa y viable para el incremento de la calidad de vida y la situación económica de las familias de esta comunidad.

1.7 Factores sociales

Entre los principales factores sociales estudiados, se encuentra el nivel de empleo entre la población, la integración de los miembros de la comunidad, así como la promoción de la solidaridad y la cooperación entre los habitantes de la misma, aspectos que se analizan a continuación.

1.7.1 Nivel de empleo

La Rinconada muestra datos estadísticos según Sandoval (2015) en el Plan de Desarrollo Territorial Angochagua, donde se refleja que quienes en mayor parte tienen empleo son las mujeres, este hecho se debe a que las madres son jefes de familia, las actividades a las que se dedican son bordados, alfarería, agricultura y ganadería. Sus ocupaciones las desempeñan al mismo tiempo que cuidan y velan por el bienestar de su familia. Gracias a los productos que realizan las mujeres le da una oportunidad al turismo, para apreciar las habilidades, tradiciones y cultura que caracteriza a la mujer indígena de esta comunidad.

Tabla N° 6: Niveles de empleo en la comunidad la Rinconada

TRABAJA	PADRE	MADRE	HIJO(A) 1-5	HIJO(A) 6-12	HIJO(A) 13-18	HIJO(A) 19-25	ADULTOS MAYOR 60
SI	50	64	1	38	44	21	7
NO	4	0	21	3	0	1	5

Fuente: Sandoval (2015, págs. 94,95)

Elaborado por: Las autoras

1.7.2 Integración de los miembros de la comunidad

De acuerdo a la entrevista realizada a la presidenta de la comunidad Sra. Celia Chuquín, en la Rinconada viven 200 familias, lo que significa que aproximadamente existen 800 personas, de las cuales el 61.36 % de la población encuestada desean relacionarse con las actividades turísticas, por ser una alternativa para aumentar los ingresos económicos de sus familiares, como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla N° 7: Miembros de la comunidad que pueden vincularse al proyecto

Actividades	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	81	61,36
No	51	38,64

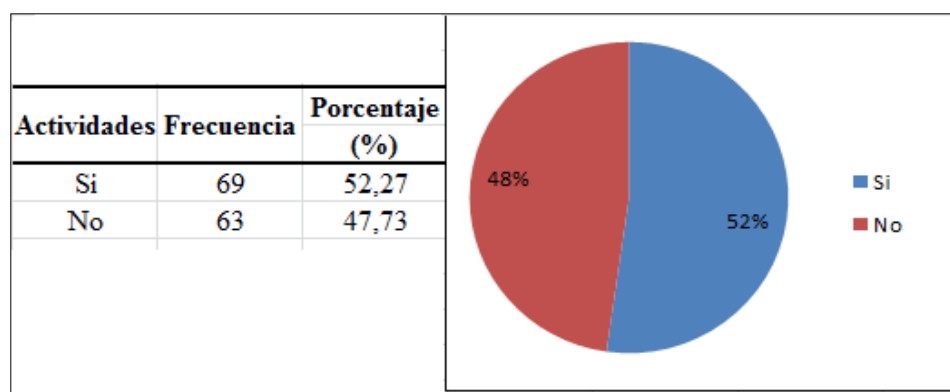
Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

1.7.3 Promover la solidaridad y cooperación

En la comunidad, es apreciable el alto grado de gentileza, solidaridad y cooperación de sus habitantes, ya que de acuerdo a la encuesta aplicada se refleja que el 52.27% de la comunidad, participa en proyectos vinculados al cultivo de huertos familiares, ferias gastronómicas, actividades turísticas, proyectos de agua y guardianía comunitaria. Estas acciones permiten la capacitación y mejoras del talento humano para la recepción de turistas en la localidad, elemento importante para la implementación en la Rinconada de una operadora turística, teniendo en cuenta que este tipo de actividad no cuenta actualmente con personal calificado para el desarrollo de la misma.

Pregunta 1: ¿La comunidad maneja proyectos que promuevan la solidaridad y cooperación?

Figura N° 2: Impulso de la solidaridad y cooperación

Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

1.8 Factores tecnológicos

Los principales factores tecnológicos que han sido considerados para el desarrollo de este estudio, están el acceso a internet, el manejo de medios publicitarios y el manejo de Software; aspectos que se analizan a continuación.

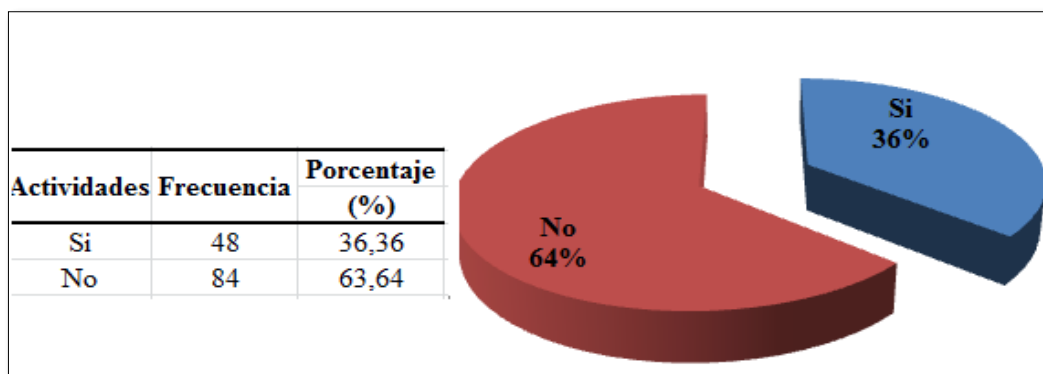
1.8.1 Acceso a Internet

Menos de la mitad de la población encuestada tiene acceso a internet en los hogares, por lo que se puede definir que aún los medios de comunicación tradicionales sobresalen en el lugar, este factor representa una oportunidad para la operadora ya que a través del turismo se pretende que los visitantes se olviden de las actividades rutinarias para relacionarse con un mundo natural y cultural libre de estrés.

Pregunta 2: ¿Posee servicio de internet en su casa?

Figura N° 3: Acceso a internet

Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad



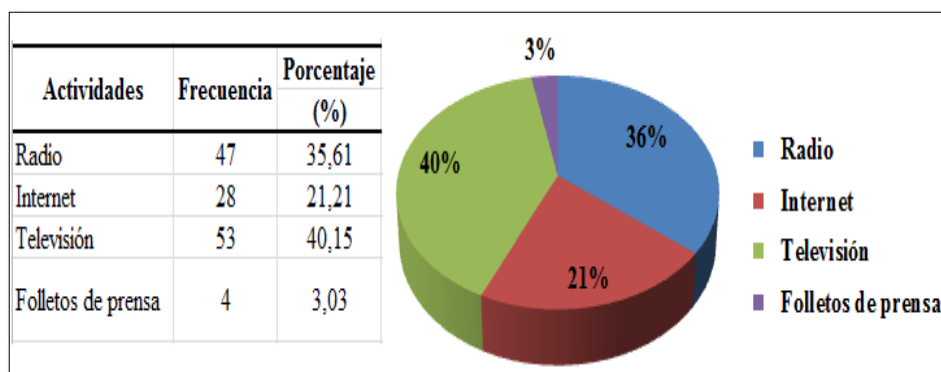
Elaborado por: Las autoras

1.8.2 Manejo de Medios Publicitarios

La mayor parte de publicidad para los locales la realizan con rótulos artesanales, ya que la comunidad es pequeña y no ha sido intervenida con locales comerciales grandes, únicamente se presentan en los caminos principales rotulación realizada con madera. Al estar en el sector es llamativo para el turista, este aspecto se puede aprovechar una vez que se haga contacto con la comunidad, sin embargo, es una amenaza ya que no tiene mucha publicidad en las redes de internet, que son actualmente uno de los principales medios para tramitar las reservaciones de turistas extranjeros. A través de la siguiente pregunta realizada, es posible comprobar este resultado.

Pregunta 3: ¿A través de qué medio de comunicación Ud. Conoce los anuncios comerciales?

Figura N° 4: Medios de comunicación publicitaria



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad
Elaborado por: Las autoras

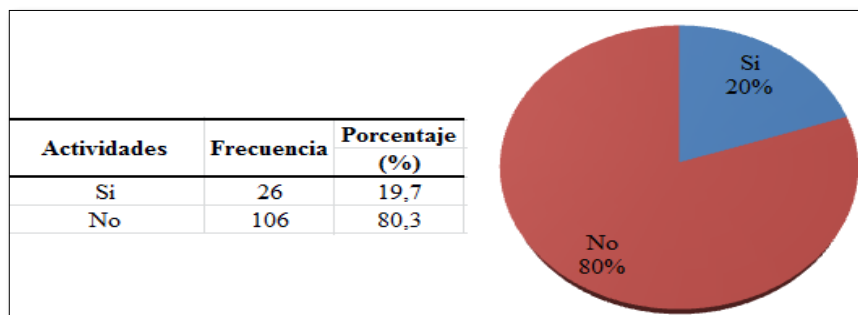
Como se aprecia en la respuesta anterior, los medios de comunicación convencionales, radio y televisión, son los principales que utilizan los pobladores de la comunidad para sus promociones comerciales, aspecto que constituye una debilidad que de ser resuelta para el desarrollo exitoso de la operadora turística a implementar.

1.8.3 Manejo de Software

La población realiza los trabajos y manejos de tecnología normalmente, con asesores de la ciudad de Ibarra, ya que las personas que se educan y forman académicamente, generalmente trabajan en las afueras de la comunidad, aspectos que quedo comprobado a través de la siguiente pregunta.

Pregunta 4: ¿Utiliza equipos tecnológicos para desarrollar su trabajo?

Figura N° 5: Uso de equipos tecnológicos en la comunidad

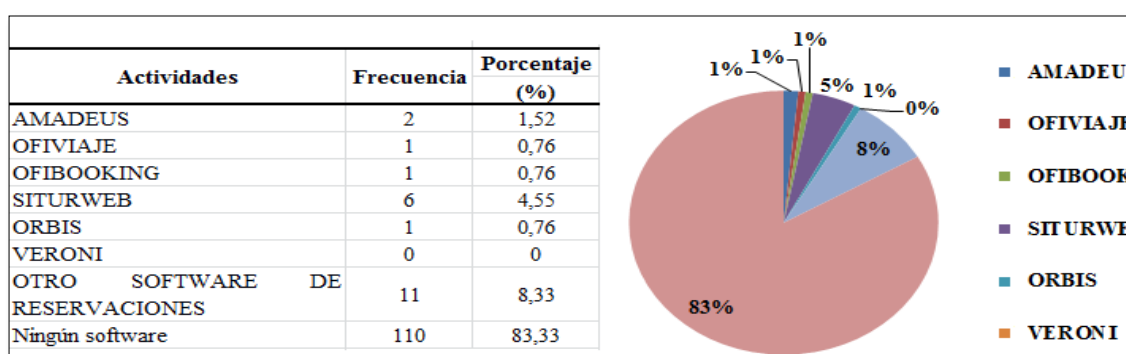


Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad
Elaborado por: Las autoras

Como se aprecia en la respuesta anterior, la minoría de la población (19,7 %), hace uso de equipos tecnológicos, cabe destacar que su uso se basa en las computadoras y celulares, con aplicaciones básicas de Microsoft y de navegación en internet. Sin embargo, se debe considerar que para programar los servicios y/o paquetes turísticos se requiere tener conocimiento en software más específicos que los programas básicos, por lo que para discernir esta información es necesario establecer que personas manejan o conocen softwares turísticos, para lo cual se dispone de la siguiente información:

Pregunta 5: ¿Conoce el manejo de los programas como: (software de reservaciones)?

Figura N° 6: conocimiento de softwares de reservaciones



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a los resultados de la pregunta anterior se puede apreciar que, en total, el 16,68% de la población, conoce programas para manejar sistemas de reservaciones vinculadas con la actividad de la operadora turística, representando una oportunidad para seleccionar talento humano de la propia comunidad, lo que permitiría agilizar el funcionamiento de la operadora.

1.9 Infraestructura y servicios básicos

Para la evaluación del estado de la infraestructura turística en la comunidad se analizaron el estado de las vías de acceso, el estado de los servicios fundamentales, de agua y electricidad a la población, recolección de basuras y redes sanitarias, sistemas de salud y educación, aspectos que se detallan a continuación.

1.9.1 Vías de acceso

Las vías en la comunidad son de tercer orden, es decir, la afluencia vehicular es inferior a 150 carros por día, el camino de esta vía es rural y está conformada por empedrados, el lugar encierra la particularidad del campo, donde se puede disfrutar de tradiciones locales al recorrer los caminos de antaño.

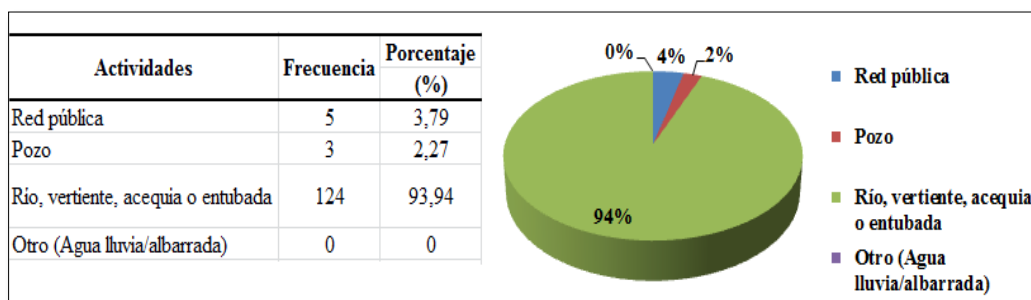
La comunidad posee vías de acceso que permiten ingresar a ella en su mayor parte usando carreteras asfaltadas, siendo las más importantes las vías Cayambe- Ayora- Olmedo- Pesillo – Zuleta, tomando como punto de partida Quito. El recorrido para llegar a la comunidad es de 61 Km. También se puede tomar la vía San Pablo del lago a Zuleta, desde Quito con un recorrido de 70 Km; mientras que otra opción importante es viajar empleando el trayecto siguiente: centro de Ibarra – La Esperanza – Angochagua y la Rinconada.

1.9.2 Agua

La Rinconada no cuenta con servicio de agua potable, la comunidad se sustenta principalmente, del agua entubada distribuida de los caudales de la zona alta. La población ha adaptado un tanque de agua con los respectivos tratamientos para el consumo humano, como también se han estructurado canales de riego para apoyar la agricultura. Esta información se coteja con la información elaborada con la investigación de campo, recogida en la siguiente figura.

Pregunta 6: ¿De dónde proviene el agua que consumen?

Figura N° 7: Fuente del agua de consumo



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad
Elaborado por: Las autoras

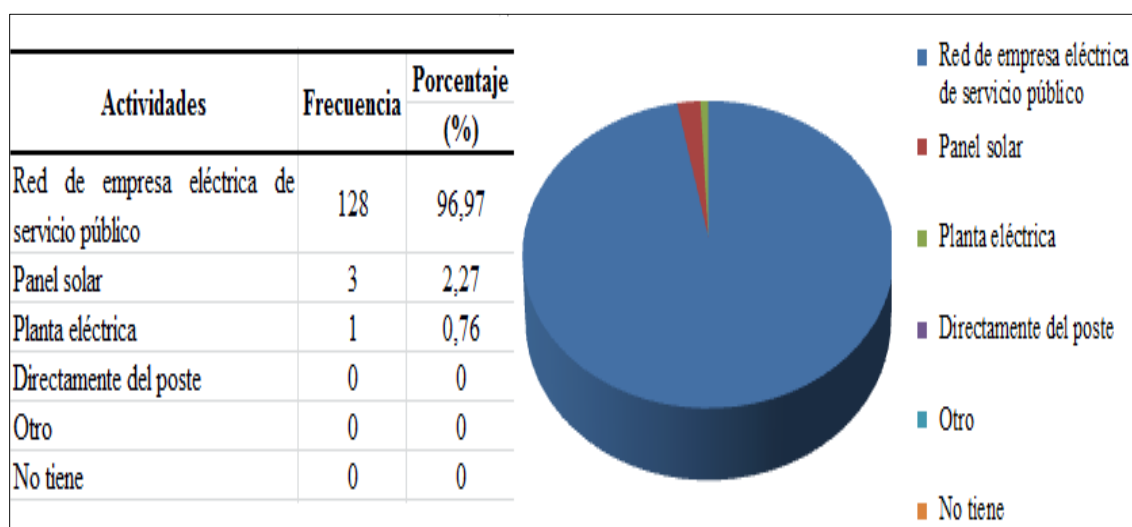
1.9.3 Electricidad

La mayoría de la población encuestada en la Rinconada tiene acceso a la red de la empresa eléctrica de servicio público, este factor es una oportunidad, ya que se pueden programar o dirigir los paquetes turísticos en línea, con la ayuda de equipos eléctricos alrededor de la comunidad, durante las 24 horas del día.

Estos elementos fueron obtenidos a partir de la encuesta realizada, cuyos resultados se resumen en la siguiente pregunta.

Pregunta 7: ¿De dónde proviene el servicio de luz eléctrica?

Figura N° 8: Fuente de abastecimiento de la luz eléctrica



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad
Elaborado por: Las autoras

1.9.4 Recolección de basura

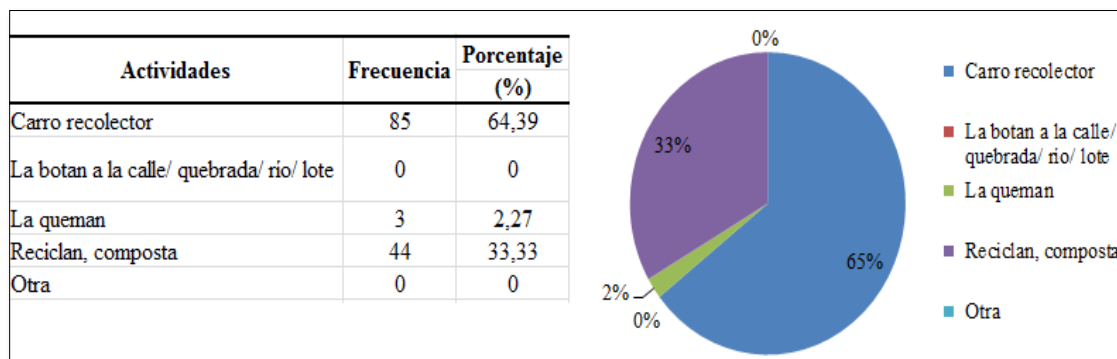
De acuerdo a los datos recolectados en la encuesta únicamente la basura inorgánica se envía a tratamientos de basura por medio de los carros recolectores, los cuales pasan un día a la semana, cotejando a la encuesta con la observación directa se evidencio que los desechos orgánicos se distribuyen para abonos con la elaboración de compost y otros desechos en un porcentaje mínimo son quemados.

Para la actividad de la empresa es favorable que la comunidad mantenga un sistema de equilibrio ecológico, ya que apoya a la educación ambiental de los visitantes.

Pregunta 8: ¿Cómo eliminan la mayor parte de basura que genera en la comunidad?

Figura N° 9: Manejo de desechos

Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad



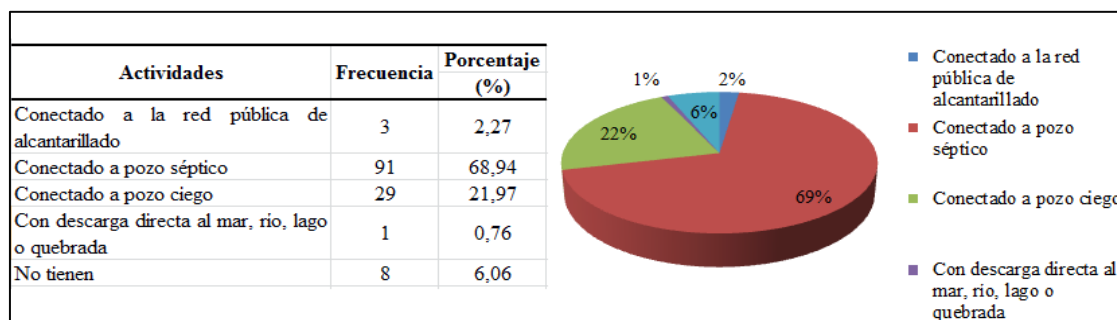
Elaborado por: Las autoras

1.9.5 Red sanitaria

No posee un sistema de alcantarillado ni de saneamiento ambiental, según los datos referentes a la encuesta aplicada en la Rinconada los desechos se dirigen en un 68.94% a pozos sépticos y el 21.97% a pozos ciegos, este aspecto es desfavorable para el turismo pues se aumentarán los desechos en la localidad y quizá los comuneros no están preparados para sobrellevar esta responsabilidad, que es manejar más desechos por medio de su red sanitaria.

Pregunta 9: ¿Con que tipo de red sanitaria cuenta su hogar?

Figura N° 10: Redes sanitarias



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

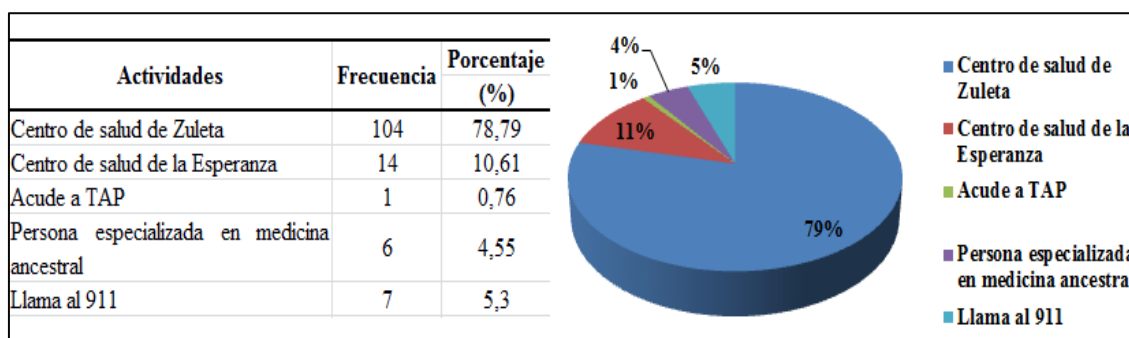
Elaborado por: Las autoras

1.9.6 Salud

La mayor parte de la población acude por prevención al centro de salud Zuleta, otras personas van al centro de salud de la Esperanza, sin embargo, aún se practica las curaciones tradicionales, es decir, se usan aún remedios caseros que fortalecen el cuerpo y curan algunas dolencias con medicina ancestral, aunque el porcentaje es mínimo se conserva, es oportuno disponer de asistencia médica en los sectores turísticos puesto que se puede solucionar inmediatamente eventualidades que pongan en riesgo la seguridad de la demanda.

Pregunta 10: ¿En caso de emergencia a que centro de salud acudiría?

Figura N° 11: Centros de salud más cercanos



Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

1.9.7 Educación

En la comunidad existe la Unidad Educativa de Educación Básica Fiscal Gonzalo Pizarro la cual tiene 58 estudiantes y 2 docentes; para la educación de bachillerato se evidencio que las comunidades de la parroquia tienen escuelas y para la secundaria acuden a los Centros Educativo ubicados en Zuleta o en la Esperanza, otros optan por salir a estudiar a las instituciones de la ciudad de Ibarra, aunque en un porcentaje mínimo. La educación es impulsada tanto por las autoridades competentes como por la comunidad, ya que consideran a la educación como una prioridad para el desarrollo.

Este importante indicador cuenta con la infraestructura necesaria para la cantidad de habitantes, con que cuenta actualmente la comunidad, sin embargo, para la

futura implementación de la operadora turística, se prevé un incremento de los pobladores, lo que demandará la ampliación y desarrollo de nuevas obras educativas, que garanticen la preparación y formación de los futuros empelados de este proyecto turístico.

1.10 Equipamiento

1.10.1 Transporte

Mediante la observación de campo se pudo apreciar que la Cooperativa de Transporte la Esperanza, ingresa al sector ocho veces al día de lunes a viernes, mientras que en los fines de semana ingresan 3 veces. Por otra parte, se puede ingresar al sector con vehículos de otras empresas o en carro particular, quizá por este sistema de transporte únicamente los turistas llegan a Zuleta dejando al margen a la Rinconada, representando una amenaza para la demanda turística, pues existe probabilidad que no logren ingresar al sector, perjudicando de esta forma la generación de ganancias financieras a la empresa.

Figura N° 12: Transporte de la comunidad



Fuente: Las autoras

1.10.2 Alojamiento

La práctica de turismo en la Rinconada se ha venido realizando a través de grupos comunitarios, donde se observó que usan como establecimientos de hospedaje los hogares adaptados para realizar camping en áreas adecuadas para la misma

actividad. Además, en estas instalaciones se puede disfrutar de cultura y tradición sobre todo en la cabañita del bosque, donde se puede encontrar un mini museo de piezas arqueológicas, conjugándose con el actual proceso de la elaboración de artículos de barro.

Figura N° 13: La cabañita del bosque



Fuente: Las autoras

Otro sector cultural para hospedaje lo conforma el restaurante el molino, ya que en él se encierra una historia de la comunidad.

Figura N° 14: Restaurante el molino



Fuente: Las autoras

Es importante destacar que actualmente existen solo tres casas tradicionales con características de la cultura Caranqui, es decir edificadas con una pequeña base de tapias que le usan como paredes y la parte superior cubierta de paja obtenida de los páramos; todos los materiales de construcción han sido recolectados de los alrededores del sector,

de estas casas únicamente una se la ha adaptado para alojar y realizar actividades artesanales y turísticas. La otra parte de la demanda se hospeda en casas de adobe y ladrillo con sus cubiertas de tejas.

Tabla N° 8: Tipos de alojamiento existente en el área de estudio

Actividades	Frecuencia	Porcentaje (%)
Residencial	1	0,76
Pensión	1	0,76
Casa rural	95	71,97
Cabañas	17	12,88
Otro establecimiento	1	0,76
Ninguna establecimiento Hotelero	17	12,88

Fuente: Encuesta dirigida a la Comunidad

Elaborado por: Las autoras

1.10.3 Alimentación

El lugar se está desarrollando en el sector turísticamente al ver la necesidad de los visitantes, pues al ingreso de la comunidad están disponibles 4 restaurantes que prestan el servicio de comida típica, llenos de amabilidad, tradiciones en sus trajes, en la decoración y detalles de los locales comerciales reciben al turista.

Figura N° 15: Restaurantes en la Y de la Rinconada



Fuente: Las autoras

Existe un lugar improvisado adaptado para dar servicios de alimentación pequeño en el centro de la comunidad y dos restaurantes más en las partes aledañas, estos locales se dedican a preparar alimentos tradicionales como: choclo, habas, mote, uchu jacu, caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada, tortillas de tiesto, chicha de jora.

a) Choclo con habas y queso

Contiene una mazorca de choclo y una hortaliza cocinados en agua, estos productos son fruto de la cosecha del sector, generalmente es servido con una rodaja de queso fresco, este platillo puede ser una entrada o se lo sirve como un refrigerio.

b) Uchú jacu

El uchu jacu es una harina tradicional de seis granos que toma como base al maíz, a él se agrega cebada, trigo, lenteja, arveja, habas, y fréjol, con esta harina se elabora sopa o mazamorra a la que se añade carne de cerdo o borrego. La sirven principalmente en sus fiestas importantes, que son matrimonios, bautizos, primeras comuniones y fiestas tradicionales.

c) Caldo de gallina criolla

El caldo de gallina a menudo se sirve con trozos de pollo de campo con granos de arroz, zanahoria amarilla, apio, cebolla blanca, sal, pimienta y condimentos al gusto.

d) Borrego asado

El borrego asado es una preparación de la carne de cordero en forma de asado, existen numerosas preparaciones del cordero asado y todas dependen de los aliños empleados en su preparación, el borrego asado va acompañado de papas, habas, tostado, curtido.

e) Trucha

Después de la pesca deportiva realizada en los criaderos privados que tienen los comuneros, se procede a retirar las escamas y a limpiarlos, enjuagando el pescado con abundante agua fría, aparte se combina harina de trigo, harina de maíz, sal y pimienta

para condimentar la trucha, freírla y luego se sirve adornada con las rebanadas de limón, papas y curtido.

f) Maito

Otro plato que realiza la comunidad es el maito, que tiene como base la tilapia, para prepararlo se limpia y lava el pescado con limón y sal se adoba o aliña con sal, mostaza y ajo. Es importante dejar macerar mínimo media hora, aparte se refríe la cebolla blanca con el achiote. Para la cocción se usa una hoja de achira (planta utilizada para cubrir alimentos preparados al vapor en la comunidad) poner una capa del refrito y colocar el pescado. Luego se rellena con el mismo refrito sobre y dentro del pescado. Finalmente se envuelve en la hoja y se lo cierra con la parte central de las hojas de achira y se lo coloca a la brasa durante cinco minutos de cada lado, se lo sirve con papas y ají de piedra.

g) Fritada con mote y papas

Es un plato muy sencillo de preparar es una mezcla de carne de cerdo frita en manteca (o aceite depende el gusto), generalmente los productos que se usan son de la comunidad, es decir, la carne proviene de los cerdos que crecen en la Rinconada y son nutridos con alimentos naturales como el gabazo de la caña, papas pequeñas cocinadas. Para servir la fritada se acompaña con mote, papas y tostado.

h) Morocho

Se prepara con el maíz de la variedad morocho y con leche, la mujer indígena de la Rinconada para la elaboración de esta bebida debe moler los granos, luego lavarlos hasta que se deseche la pluma por completo de las mazorcas, poner a cocinar los granos, con pasas, clavo de olor, etc., durante una hora. Servir la bebida con leche de vaca producida en la comunidad.

i) Tortillas de tiesto

La mujer indígena de la Rinconada también se destaca por la habilidad que tiene para preparar las tortillas asadas en tiesto para lo cual utiliza una braza de carbón. Para la elaboración se requiere de harina de maíz; tamizar la harina con la sal, agregar mantequilla, huevos, leche poco a poco, amasar fuertemente hasta obtener una masa

suave. Tomar porciones adecuadas de masa, hacer bolas y luego adelgazarlas con un bolillo sobre una tabla de amasar. Asarlas en un tiesto (los tiestos son elaborados por las familias que se dedican a la alfarería, actividad económica de la Rinconada) hasta que tomen su color característico de ambos lados y servirse con un delicioso café de chuspa o morocho.

j) Chicha de jora

Es una bebida fermentada oriunda de la Rinconada, su preparación se compone principalmente de la "jora", es decir, maíz. Para su elaboración se requiere maltar el grano de maíz, para posteriormente ser fermentado, moler para obtener una harina consistente, hervir agua, agregar panela, clavo de olor, pimienta dulce, canela, ishpingo, cáscara de piña, jugo de naranjilla, diluya la harina de jora en agua, agregue la harina de jora a la olla donde se cocinan todos los ingredientes, finalmente mezclar y cocinar a fuego lento, agregue el jugo de naranjilla, dejar fermentar por lo menos 2 días, cernir y servir bien frío. Es una bebida sagrada utilizada en actos ceremoniales y fiestas tradicionales de la comunidad.

1.11 Áreas de recreación

Figura N° 16: Áreas de recreación



Fuente: Las autoras

Parte del equipamiento lo conforman las instalaciones públicas de la comunidad, entre ellas está un estadio de la Unidad Educativa “Gonzalo Pizarro” que se lo usan como área de recreación para los comuneros, donde realizan campeonatos, encuentros culturales y eventos programados.

La asociación apícola 8 de agosto, nace con la iniciativa de crear una alternativa para dinamizar la economía local, los socios se encargan de cuidar panales, extraer y envasar la pura miel de abeja.

Otra área que se destaca en la Rinconada es la crianza de truchas, en criaderos donde se practica la pesca deportiva, además de que los propietarios hacen participes a los turistas del proceso de cuidado, alimentación y consumo de truchas desde alevines hasta los más grades que miden de 30 a 40 cm.

Para disfrutar de actividades deportivas se tiene una cancha de futbol y vóley, las instalaciones son privadas, pero están a disposición de la comunidad a través de un alquiler.

Figura N° 17: Canchas deportivas



Fuente: Las autoras

1.12 Recursos turísticos

La comunidad la Rinconada cuenta con diversos recursos atractivos, tanto naturales, como forestales y culturales, los cuales son detallados a continuación.

1.12.1 Recursos naturales

Los parajes de la localidad enamoran al visitante, con el simple hecho de hacer contacto con la comunidad se puede palpar la naturaleza conjugándose con las

tradiciones y costumbres de una cultura autóctona; así pues, el turista puede seleccionar los paquetes turísticos que se acoplen a sus necesidades.

a) Cascada Cóndor Yaku

Dentro de los recursos naturales de la Rinconada posee en su territorio la cascada Cóndor Yaku, cuyo nombre hace referencia al sobrevuelo del cóndor, la cascada tiene un salto de 60 m de altura, sus aguas son cristalinas, en época de invierno su caudal aumenta, la temperatura del agua oscila entre, 10 °C y 18 °C.

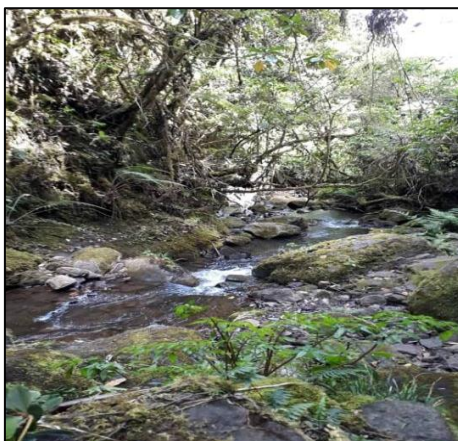
Figura N° 18: Cascada cóndor Yaku



Fuente: Las autoras

b) Sendero La Rincona - cascada Cóndor Yaku

Recorrido toma una hora y media aproximadamente, desde la casa comunal de la Rinconada, donde se puede tener una vista panorámica de la ciudad. Un bosque cubierto de gran cantidad de musgo, líquenes, melastomatácea, asterácea, este recorrido está acompañado de un río cristalino, avistamiento de aves tales como: vultur gryphus, falcón, femoralis, andean guan, carpintero dorsicarmensi, tangara entre otros.

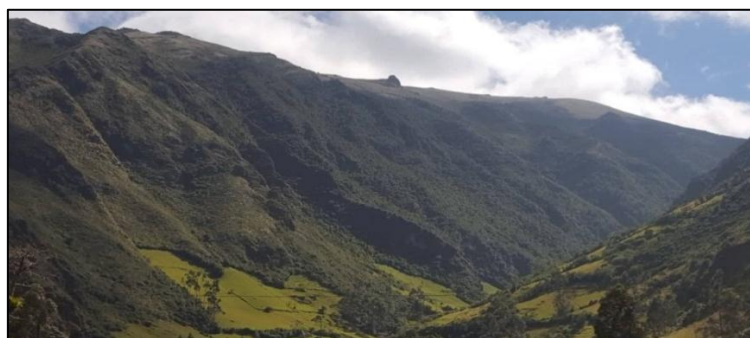
Figura N° 19: Treking hacia la cascada cóndor Yaku

Fuente: Las autoras

c) Mirador Gallo Rummy

Está ubicado a dos horas y media aproximadamente desde la comunidad, desde este lugar se puede divisar el volcán Imbabura y toda la ciudad de Ibarra, en este lugar podemos encontrar muchas especies nativas como el achupallak, los cerotes, gualicon, el pumamaki, entre otros y además en la fauna podemos observar las aves de distintas especies.

Según la historia relatada por los antepasados el lugar se conoce así porque desde muy lejos venían muchos animales al valle de la Rinconada, como era un largo trayecto y estaban cansados por el recorrido que venían realizando toda la noche y a la madrugada el gallo cantó subiendo a la piedra más grande del páramo, con el fin de que se aclare, y es por eso que se da este nombre de Gallo Rummy que significa piedra de gallo.

Figura N° 20: Gallo Rummy

Fuente: Las autoras

d) Mirador Niño Luma

Este lugar está ubicado a una hora y media de la comunidad, donde se puede observar a toda la comunidad y sus montañas, también se puede encontrar las diversas especies nativas del sector ya sean los conejos de monte, el oso de anteojos y otros. Se da el nombre de niño loma porque es una loma pequeña de entre las otras del sector, este punto en años pasados se utilizaba para convocar a las reuniones comunitarias ya sea para las mingas o actividades comunitarias.

Figura N° 21: Mirador niño loma

Fuente: Las autoras

e) Yana Rummy

Constituye un atractivo natural, típico de la región, ubicado a treinta minutos de la comunidad. Debe su nombre a la existencia de una piedra negra, y a la presencia de un sitio, donde se puede encontrar la especie de achupallak, muy atractiva y reconocida por la presencia de ella de osos, los cuales, en determinadas épocas del año, bajan a alimentarse de esta especie; adicionalmente desde este punto es posible observar las montañas de Kilig, Purum Jukcho, el Quibianchi, Chilca, como se muestran en la siguiente figura.

Figura N° 22; Yana rummy

Fuente: Las autoras

f) Cascada Watsy

Está ubicada a una hora aproximadamente de la comunidad, y a su vez también en el trayecto, es posible observar los muros de piedras de los karanquis, los cuales existen desde hace miles de años, constituyendo un importante atractivo turístico, para los visitantes nacionales y extranjeros.

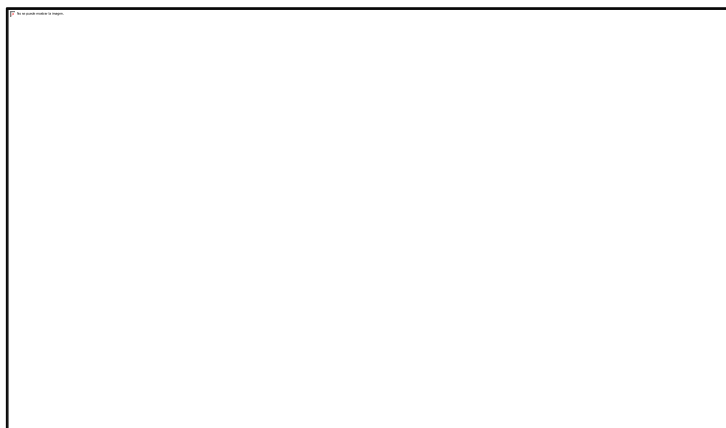
En esta cascada es apreciable observar, como el agua desciende desde los páramos de la comunidad, bordeando áreas boscosas que brindan un paisaje natural de gran belleza y tranquilidad a los visitantes, como se aprecia en la siguiente figura.

Figura N° 23; Cascada watsy

Fuente: Las autoras

g) Morfología del Corazón

Está ubicada a una hora de recorrido desde la comunidad, su trayecto permite disfrutar al visitante de hermosos parajes y hermosos paisajes, además de compartir la flora autóctona del sector; su nombre se debe a que la estructura geográfica donde está ubicada la cascada, tiene forma de corazón, como se muestra en la siguiente figura.

Figura N° 24: Morfología corazón

Fuente: Las autoras

1.13 Recursos Forestales

a) Sauco

De acuerdo a declaraciones de los guías turísticos de la comunidad la Rinconada, el sauco es un arbusto o árbol ramificado, que mide entre 2 y 6 metros de altura, pero puede llegar a superar los 10 metros de altura. En la comunidad esta planta posee una larga tradición, vinculada a sus propiedades medicinales que permiten aliviar los padecimientos de enfermedades respiratorias, por otro lado, las infusiones realizadas con las hojas de esta planta, son utilizadas para lavar heridas irritadas, contribuyendo a una rápida curación. En la figura siguiente se observa este tipo de árbol.

Figura N° 25: Sauco

Fuente: Las autoras

b) Eucalipto Aromático

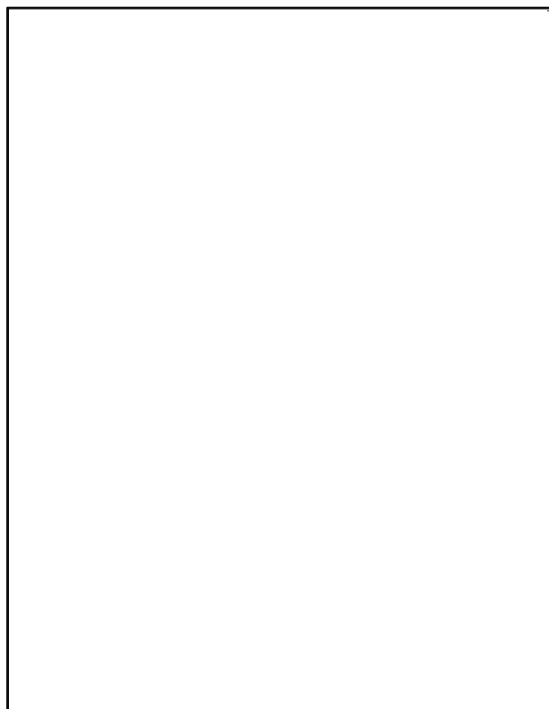
Según datos proporcionados por el guía turístico da a conocer que es una especie que habita en la sierra ecuatoriana, así como también se la encuentra introducida en el territorio de la comunidad de la Rinconada encontrándose en la parte baja. Esta especie es muy conocida por las propiedades medicinales de las hojas, las cuales son utilizadas en remedios caseros para curar resfriados, además de usarlo para aromatizar las casas. A continuación, se puede observar una imagen de este tipo de árbol.

Figura N° 26: Eucalipto aromático

Fuente: Las autoras

c) Puma maqui

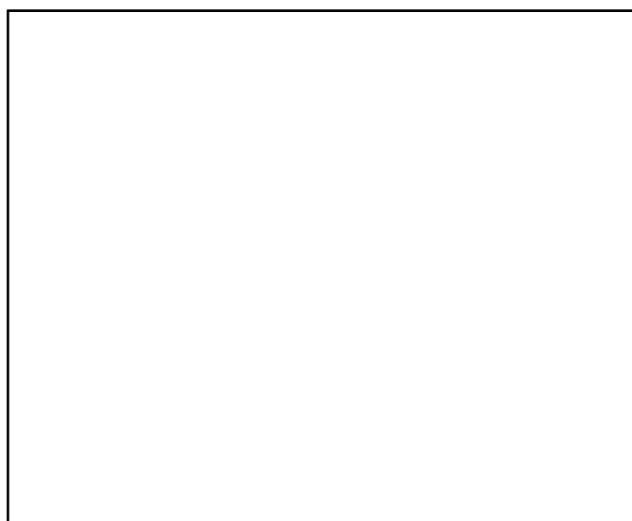
El Puma maqui es una planta originaria del Ecuador, que se utiliza para la elaboración de artesanías en madera, como cucharas, platos, rodillos y las tradicionales Vigshias (tipo cucharon). En la comunidad la Rinconada, este árbol es la materia prima principal, para elaborar el mayor por ciento de las obras de artesanía que se producen en la misma. En la siguiente figura se muestra una imagen fotográfica de este tipo de árbol.

Figura N° 27: Puma maqui

Fuente: Las autoras

d) Cuchipubian

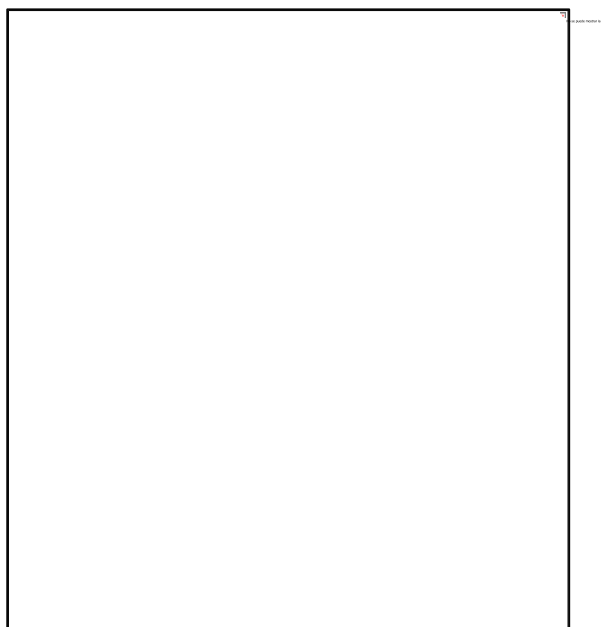
El Cuchipubian, es un árbol que es utilizado para cicatrizar heridas en animales domésticos, a través de su infusión. Una imagen fotográfica del mismo se muestra en la siguiente figura.

Figura N° 28: Cuchipubian

Fuente: Las autoras

e) Taxo silvestre

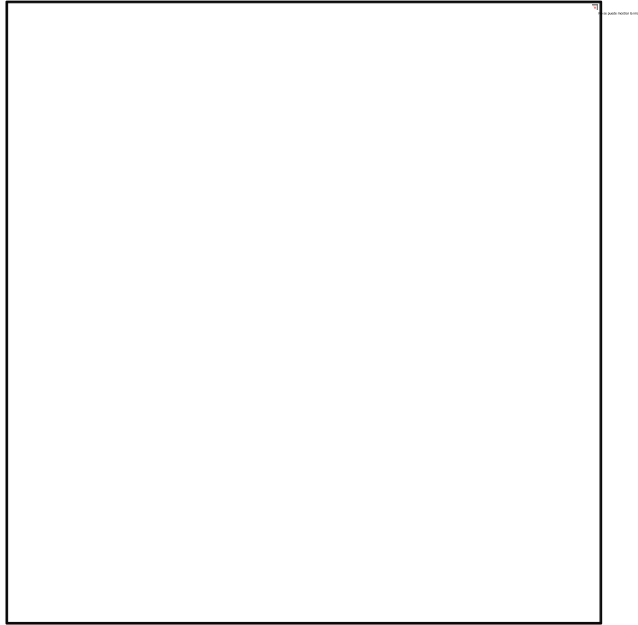
De acuerdo con declaraciones del guía turístico, el taxo silvestre es una de las frutas comestible más ricas en vitamina C de la naturaleza. En los habitantes de la comunidad es muy común comer la fruta durante todo el año, ya que es una planta que presenta cualidades nutritivas, que permiten a los comuneros potenciar el consumo de este producto. Una imagen fotográfica de esta planta se puede observar en la siguiente figura.

Figura N° 29: Taxo silvestre

Fuente: Las autoras

f) Shanshi

El shanshi es una planta toxica que contiene unas pequeñas uvas de color negro que tienen un parecido a la fruta del mortiño, la misma que se la encuentra en la mayoría de senderos o caminos del sector, por su parecido tiende a confundirse, por lo que vale resaltar que el fruto de esta planta no se debe consumirse, pues podría causar dolores estomacales, fiebre y pérdida parcial de la conciencia. Una imagen fotográfica de esta planta se aprecia en la siguiente figura.

Figura N° 30: Shanshi

Fuente: Las autoras

g) Bejucos

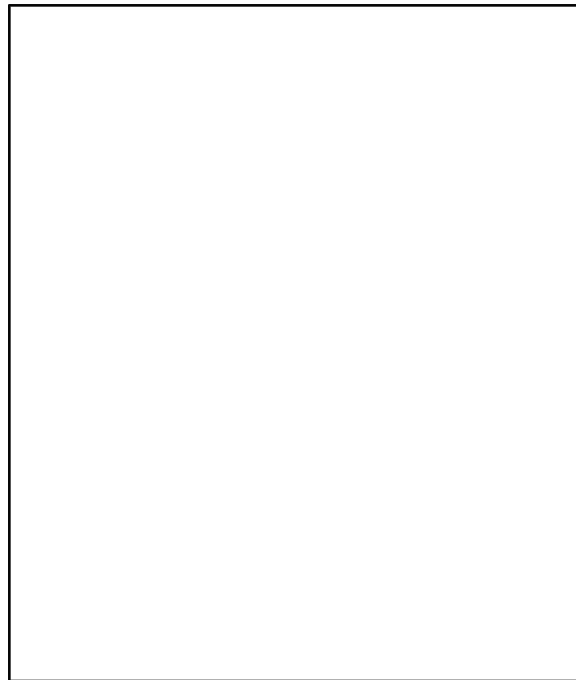
En los senderos ecológicos para ir a la cascada Cóndor Yaku existe la presencia de esta planta trepadora, se la puede ver que sube hasta las copas de los árboles en busca de luz, y donde se desarrollan sus hojas y flores, dejándose caer colgantes a veces, su estructura es muy fuerte que una persona puede sostenerse para tener apoyo como si fueran cuerdas.

Figura N° 31: Bejuco

Fuente: Las autoras

h) Helecho

Existe una variedad de helechos que se distinguen en la naturaleza, crece en los suelos húmedos, por lo que se puede ver esta especie en todo el trayecto a la cascada, especialmente en las áreas cercanas al río.

Figura N° 32: Helechos

Fuente: Las autoras

i) Cerote o espino de paramo (*Hesperomeles obtusifolia*)

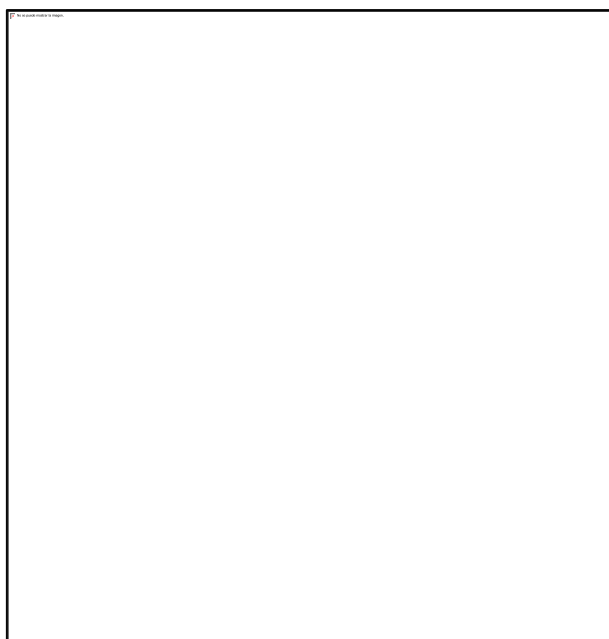
El cerote es una planta que crece en las zonas del sub paramo y mide hasta 2.5m de alto, sus hojas están ubicadas alternadamente, esta planta es utilizada en la comunidad para la elaboración de agua a infusión que sirve como una bebida natural para proteger el organismo. La comunidad consume la fruta pues tiene gran contenido de carbohidratos fundamentales en la dieta humana, cada fruto de cerote puede contener una cantidad de proteínas y calorías equivalentes a un gramo de carne rica en proteínas, por lo que en la zona aumenta el consumo de alimentos sanos que cubren la dieta diaria. Una imagen fotográfica de este árbol se aprecia en la siguiente figura.

Figura N° 33: Imagen de cerote

Fuente: Las autoras

j) Washsilla

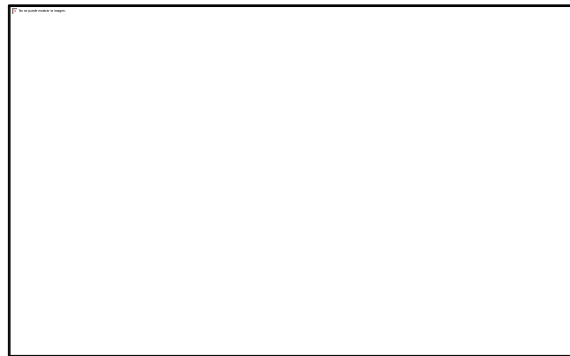
La Washsilla, es una planta que habita en el medio ambiente de la comunidad recomendada por los habitantes por poseer propiedades curativas para muchas dolencias producidas por el sistema nervioso o estrés.

Figura N° 34: Washsilla

Fuente: Las autoras

k) Gualicón

Es una planta silvestre que habita en la comunidad su fruto es comestible presenta un agradable sabor dulce, se lo encuentra en los chaquiñanes (caminos alternos cortos, que presentan mayor dificultad para transitarlos, pero usan menor tiempo de traslado) que usan los comuneros.

Figura N° 35: Guaicalón

Fuente: Las autoras

l) Chilca

La chilca, es una planta silvestre que usan las mujeres indígenas de la localidad, por medio de la hoja, realizan una plasma mezclada con alcohol para las inflamaciones, ahora se ha transformado en un ungüento natural. Una imagen fotográfica de esta planta se muestra en la siguiente figura.

Figura N° 36: Chilca

Fuente: Las autoras

1.14 Recursos culturales

Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser históricos o contemporáneas. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales.

La Rinconada, cuyo nombre se debe al lugar geográfico que ocupa, en un ángulo formado por las montañas, es conocida por la habilidad de sus artesanos. Ellos son expertos bordadores, talladores y alfareros. Cada lugar de la comunidad alberga en sus entrañas, historia, tradiciones y cultura, existen fechas y eventos especiales que acoplan los recursos culturales de la Rinconada como, por ejemplo: la feria de sabores y saberes con identidad cultural que se organiza en cada feriado.

a) Bordados

Otro de los recursos que caracteriza a la comunidad son los bordados en manteles, camisas, blusas, paneras, tapetes, cobertores de toallas, vestidos, vestidos de novia, sábanas pantalones, que mueven un gran flujo de personas especialmente en las ferias locales; estos productos se han dado a conocer a nivel nacional e internacional porque cada prenda tiene un bordado particular y un diseño inspirado en el rico entorno natural y cultural como: aves, flores, montañas, símbolos de fiestas indígenas, figuras geométricas, animales domésticos y cualquier tipo de imagen que refleje las vivencias e imaginación de quienes con habilidad bordan a mano las telas.

Figura N° 37: Mujeres de la Rinconada bordando



Fuente: Las autoras

b) Alfarería

Es un trabajo familiar, existen cuatro familias que se dedican a esta actividad, para realizar los objetos de cerámica se usa tres variedades de barro, negro, amarillo y rojizo existentes en la misma comunidad, de este material se plasman diferentes objetos de cerámica como: ollas, tiestos, platos, pondos, al pha mangas (ollas grandes de forma cónica) entre otras.

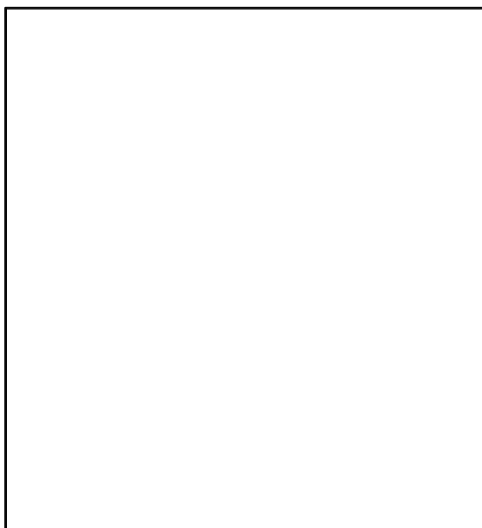
Figura N° 38: Mujer de la Rinconada haciendo alfarería



Fuente: Las autoras

c) Madera artesanal.

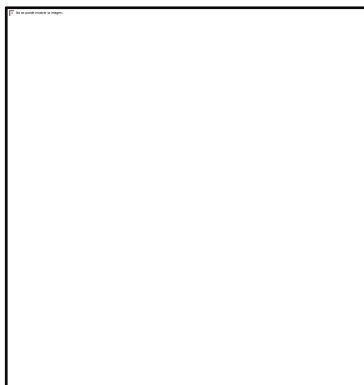
Los habitantes de la comunidad se dedican a la creación de bigshas, bateas, cucharas, platos y representaciones de herramientas utilizadas en la agricultura, tales como rastras, yugos, arados. El conocimiento y las técnicas han pasado de generación en generación y ha sido parte fundamental de la economía en varios hogares.

Figura N° 39: Elaboración de artesanías en madera

Fuente: Las autoras

d) Asociación 8 de Agosto

La miel es un producto alimenticio de uso básico diario de la comunidad, es por ello que una persona se dedica a extraer la miel bajo estándares de higiene, ya que se busca un producto natural. La asociación está compuesta por ocho socios, los cuales extraen y comercializan el producto en la zona y en las afueras. La miel de abeja es apetecida ya que tiene propiedades curativas que al llegar a mezclarse con otras plantas beneficia y aumenta las defensas inmunológicas del ser humano.

Figura N° 40: Miel de abeja de la Rinconada

Fuente: Las autoras

e) Quesos con identidad

La producción ganadera de la comunidad la Rinconada, es capaz de garantizar la leche necesaria para la producción de derivados de este preciado alimento, como es el caso de los quesos elaborados con un sello de identidad, propia de esta región del Ecuador, como se muestra en la siguiente figura.

Figura N° 41: Quesos con identidad



Fuente: Las autoras

1.15 Identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR)

Del análisis realizado de cada uno de los indicadores, se puede apreciar que en su mayoría presentan oportunidades de inversión para la operadora turística, ya que como aliados se tiene la cooperación de la comunidad para poner a disposición de la empresa los recursos turísticos, además existen ordenanzas y políticas gubernamentales que respaldan el emprendimiento turístico.

En cuanto a los oponentes, se presentan casos que se pueden resolver con la operadora, ya que se implementarán centros de información para los turistas, además de acciones de capacitación dirigidas a la comunidad, para receptar turistas de una manera adecuada, con el fin de que apoyen la actividad empresarial y sigan manteniendo sus raíces socioculturales.

Al estar la Rinconada en un punto estratégico entre la Ciudad de Ibarra y la comunidad de Zuleta, se propician las posibilidades para que los turistas se queden en el

sector, además se han implementado centros de alimentación para cubrir la demanda en la entrada de la Rinconada; de esta forma, en estos establecimientos se han organizado grupos familiares que prestan servicios turísticos organizados a través de reservaciones, que también están dispuestos a trabajar bajo la coordinación de la operadora turística, lo cual constituye una fortaleza para este proyecto de inversión.

El turismo en la comunidad es manejado por grupos empíricos, que han tenido la oportunidad de experimentar actividades de este sector, pero no están conscientes de la verdadera actividad; actualmente no se han presentado casos mayores que pongan en riesgo la estabilidad de los turistas, quizá porque la comunidad está en proceso de desarrollo. Adicionalmente en el sector no existe señalización turística, ni senderización que garantice la llegada y retorno de los turistas cuando se desplazan a los recursos naturales, aspecto que debe ser reforzado con la materialización de la operadora turística que se propone.

1.15.1 Aliados

La normativa legal que rige en la comunidad tanto del Gobierno Nacional, el GAD Municipal de Ibarra y la Prefectura de Imbabura, apoyan de manera resuelta los emprendimientos de turismo sostenible en la región, lo que se vincula con los beneficios del proyecto de dinamización turística de la parroquia Angochagua.

Los proyectos turísticos se caracterizan por ser fuentes económicas alternas, para el presente caso el sector turístico ya se han potenciado con flujos económicos, relacionados con quienes manejan los locales que expenden gastronomía típica de la región, así como con el desarrollo de talleres de artesanías de madera, alfarería, bordados; actividades que están dispuestas a apoyar a la operadora haciéndose participes de las mismas, no solo con el uso de sus establecimientos, sino con la participación en la venta de sus producciones.

Adicionalmente algunas personas de la comunidad, poseen actividades relacionadas con el turismo, por lo que apoyan el proyecto con talento humano para impulsarlo. También se dispone de servicios turísticos como casas rurales, restaurantes, transporte, áreas de esparcimiento para poder recibir al visitante, que unido a los recursos turísticos

naturales y culturales locales, brindan en conjunto una excelente oportunidad y condiciones para el desarrollo del turismo en la comunidad la Rinconada.

A estos elementos se une el hecho de que la provincia territorialmente se encuentra a dos horas de la Frontera con Colombia, abriendo mercados internacionales para el desarrollo del turismo.

1.15.2 Oponentes

Cuando los turistas llegan a la Rinconada suelen utilizar como un sector de paso, al recorrer hacia el trayecto de Zuleta, por lo que existe insuficiente información de las actividades turísticas que se puede llevar a cabo en la Rinconada.

En la Comunidad se han desarrollado estudios enfocados al turismo, sin embargo, no se han ejecutado por la falta de emprendimiento turístico, para producir una oferta competente para el mercado.

La mayor parte de las personas se dedican a actividades económicas relacionadas con la agricultura y ganadería, por lo que muchos desconocen de los recursos que tienen en el entorno para desarrollar el turismo.

Por otra parte, el manejo de aguas residuales no cuenta con un sistema de alcantarillado adecuado, lo cual puede causar malestares en la comunidad, además la comunidad aún no es muy reconocida en el mercado turístico.

Muchos integrantes de los emprendimientos turísticos se han formado de manera empírica, por lo que no tienen capacitación técnica para manejar grupos de turistas de manera organizada, que beneficie a los involucrados de esta actividad, pues por lo general el beneficio que ha dejado el turismo, se centra en los grupos familiares que coordinan las visitas de los ocasionales turistas.

1.15.3 Oportunidades

La Rinconada está a media hora del centro urbano de Ibarra, por lo que es muy fácil acceder al sector, además tiene un recorrido a través de vías asfaltadas para comodidad de los visitantes.

Al ver la demanda en crecimiento los centros de alimentación están considerando extender los horarios de atención, por otra parte, se realizan emprendimientos familiares que se dedican a la prestación de servicios turísticos.

Quienes trabajan en el sector turístico conocen los flujos económicos que se mueven en este campo y sus beneficios por lo que creen en esta actividad. Además, las personas de la zona conquistan a los visitantes con su carisma, amabilidad, proveyendo al turista una estadía placentera y confiable.

Los turistas buscan nuevas experiencias junto a las comunidades, con el fin de conocer los recursos culturales intangibles de la zona, por lo que prefieren convivir en las casas del sector, coordinan las actividades donde se pueden apreciar eventos culturales, como el participar de la música, danza tradicional; también se programan eventos de la Pachamanga para mostrar al turista el proceso de cocción de alimentos bajo tierra.

Por otra parte, las redes sociales se han convertido en un medio habitual de comunicación, que pueden ser empelados como canales de difusión con bajos costos de publicidad.

También, algunas ONG's comprometidas con el medio ambiente, apoyan proyectos turísticos, por lo que a través de ellos se pueden gestionar procesos de mejora de la infraestructura turística conjuntamente con las autoridades gubernamentales competentes.

Todo lo cual indica, que existen muchos recursos turísticos en la comunidad que pueden ser aprovechados en función de la implementación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada.

Todos los fines de semana la Parroquia Angochagua según sondeos que realizan los promotores de turismo en el sector ingresan 2000 personas cada fin de semana, principalmente la demanda que llega pertenece a la capital del Ecuador, la ciudad de Quito.

1.15.4 Riesgos

Como resultado de los trabajos de campo y las encuestas realizadas, se pudieron identificar los principales riesgos que afectan al proyecto propuesto, entre las que destacan: la falta de señalética turística, que hace que el sector pase desapercibido dentro de los recorridos turísticos, ya que pasan directamente a Zuleta.

El incumplimiento por parte de la operadora turística de requisitos o normativas que establece el estado ecuatoriano a través del Ministerio de Turismo.

El apareamiento de nuevas competencias innovadoras; la población de la comunidad no participe con la operadora para ofertar productos y/o servicios a los turistas; que algún cliente mal atendido o la competencia, puedan generar malas expectativas por medio de los comentarios de los servicios de la operadora turística, a través de las redes sociales y por último, que el sector cuenta con lugares limitados de alimentación y hospedaje, por lo que la operación de la empresa dependerá directamente de estos establecimientos para atender a los turistas.

1.16 Identificación de la Oportunidad de Inversión

Después de realizar la matriz AOOD se llegó a determinar la oportunidad de inversión en el área de estudio, ya que en el sector existen importantes recursos que propician el desarrollo de actividades turísticas.

Por otra parte, cabe destacar que durante el diagnóstico en el lugar del proyecto de factibilidad, para la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada parroquia Angochagua, se evidenció que existen normativas legales que impulsan y respaldan los proyectos turísticos, todo gracias a la sostenibilidad de esta actividad económica; pues muchos sectores que operan como destinos turísticos, han logrado mejorar significativamente la calidad de vida de quienes se vinculan en este campo.

Sobre todo, en los lugares receptores de turismo se impulsa la educación en temas tecnológicos, como manejo de equipos para diseños de rutas, software para manejar reservaciones y publicidad, aplicaciones para aprender idiomas, todo ello con el afán de formar nuevos generadores de ofertas turísticas; de esta manera las personas educadas dentro de esta acción, palpan la necesidad de mejorar la calidad de servicios,

infraestructura y equipamiento local, para poder satisfacer a cabalidad las expectativas del turista, consecuentemente con la finalidad de aprovechar los recursos en favor de la comunidad se plantea el presente proyecto de tesis.

El análisis de las oportunidades de inversión permitió comprobar que la comunidad la Rinconada, se caracteriza por poseer atractivos turísticos importantes para la implementación de una operadora turística en la zona, donde sobresalen bellos recursos naturales, forestales y culturales, que propician el desarrollo del turismo en esta región del Ecuador.

Adicionalmente se comprobó el gran interés de los pobladores de la parroquia, por la implementación de este proyecto en la comunidad, reconociéndose que al materialice, se lograría una mayor dinamización de la economía del sector y la creación de nuevas fuentes de empleo.

Como resultado del análisis realizado, se identificaron las oportunidades de inversión y se propone la creación de una Empresa Operadora de Turismo en la comunidad la Rinconada, Parroquia Angochagua, de la provincia Imbabura.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

Para sustentar el trabajo de investigación se realizó un estudio bibliográfico de las variables que intervienen, a fin de enlazar el contenido científico teórico con la práctica de la terminología en el campo empresarial. Entonces en este capítulo se describe teóricamente los actores del campo turístico, los componentes del estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estructura organizacional y funcional de la operadora turística propuesta en este trabajo de investigación; finalmente se hace citas referenciales de los impactos que causan los proyectos.

Todo ello se realiza con el afán de justificar por qué se ha considerado las variables intervinientes en cada capítulo de la tesis y cuál fue el interés de su cita, si viene a ser cierto nada es reciente, pues todo lo que se describe en la tesis son datos reales, comportamientos reales que uniendo la parte teórica con la práctica pueden ser un proyecto rentable de inversión.

2.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables del trabajo de tesis.
- Investigar fuentes de información secundaria que orienten la ejecución del proyecto.
- Proveer información técnica aplicada en proyectos reales.

2.3 Conceptualización de Operadora Turística

2.3.1 Introducción de turismo

De acuerdo a los datos que proporciona la Conferencia sobre Viajes y Estadísticas de Turismo (Conferencia de Ottawa) organizada por las Naciones Unidas (ONU), la

Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Gobierno de Canadá, que tuvo lugar en 1991, (Sancho, 2011).

El desarrollo del turismo constituye “una necesidad de esparcimiento y relajación, disfrutando de lugares y sitios turísticos, lo cual nos permite desarrollar estrategias que puedan ayudar a satisfacer la necesidad que tiene el turista de una manera sustentable para el medio ambiente”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 60). A estos elementos se suma que, el turismo representa una fuente económica importante, para el desarrollo de la sociedad y la familia, justificándose la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada, como alternativa de desarrollo económico de esta región del país, la cual no cuenta con otros renglones que puedan en corto tiempo, incrementar los ingresos y bienestar de sus pobladores.

2.3.2 Concepto y definiciones del turismo

El turismo se ha constituido en una actividad muy importante dentro de la economía de varios países, es por ello que desde hace décadas se presentaron diferentes conceptualizaciones para definir al turismo con la finalidad de caracterizar los flujos de personas existentes en un país a causa del turismo. Sin embargo, existen diversas interpretaciones que no se puede decir si las conceptualizaciones de la terminología son las correctas.

El turismo es considerado como una actividad que propicia la satisfacción de diversas motivaciones al ser humano, en la condición de turista, muchas de las cuales tienen un carácter personal, por tanto, “para lograr turismo se debe contar con deseos, expectativas, anhelos de vivir situaciones de vida social, cultural y varias experiencias de orden turístico en determinado periodo”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 60).

El turismo incluye diversas modalidades y actividades, que realizan las personas durante viajes o estancias en diferentes lugares fuera de su entorno habitual, por un determinado período de tiempo, ya sea con fines de ocio, negocios, eventos, etc.

El turismo también es muy útil para el desarrollo de las naciones, y de paso mejorar los niveles económicos de las personas de bajos ingresos económicos. Es por ello, que muchos sectores de la economía se ven favorecidos con el crecimiento del turismo, lo

que contribuye a constituir un sector de mucho dinamismo e inversión de manera constante, por lo que, “frecuentemente se busca fomentar su desarrollo, y alcanzar objetivos sociales y económicos, con relevantes impactos económicos muy relacionados con los ingresos en divisas, generación de empleos y oportunidades de negocio”, (Ulcuango Torres, 2017, pág. 55)

2.3.3 El sistema turístico

El propio desarrollo del turismo lo han convertido en un sistema, en el cual se integran diferentes actores de la sociedad, en este sentido se definen varios tipos de turismo, “el tradicional, el alternativo, cultural, rural, ecológico, de aventuras” (Ivanova & R, 2012, pág. 33), entre otros, que se han ido incorporando con el propio desarrollo de la sociedad moderna.

El desarrollo de esta rama de la economía, genera también importantes ventajas sociales, entre las que se desatacan, “la integración de las familias, aprovechamiento y explotación de los recursos naturales, conservación de lugares históricos y turísticos, generación de empleos, desarrollo de nuevas tecnologías, cambios sociales, culturales y religiosos”, (Ulcuango Torres, 2017, pág. 57), entre otras muchas bondades que brinda este sector, cada día más utilizado por los países y empresas para incrementar el disfrute y confort del ser humano en toda la humanidad.

Es por tanto utilizado el turismo, como variante para garantizar el destino para todos los gustos y exigencias de los seres humanos en la sociedad, que como industria en constante desarrollo, a ella se integran otros sectores de la sociedad, que la convierten en un sistema integrado de desarrollo, donde participan y se benefician diferentes formas de producción, estatales, privados, cooperativas, etc., beneficiando a sus miembros y creando nuevas opciones de trabajo y bienestar.

2.3.4 Demanda turística

La demanda del turismo ha ido creciendo en los últimos años, reflejada en el incremento de los movimientos de personas a nivel mundial, como alternativa de descanso y esparcimiento para millones de personas en el mundo, que emplean cada día más esta “opción de desplazamiento, que incluye el turismo cultural, de aventura, el rural, el

ecológico o ecoturismo. Todos ellos, lógicamente, son una serie de variantes que dependen de las características, motivaciones y posibilidades económicas de los turistas”, (Ulcungo Torres, 2017, pág. 58).

Es conocida que la demanda constituye “un bien determinado, que los compradores están dispuestos a adquirir” (Mankiw, (2017, pág. 98), y en el caso específico del turismo, este representa uno de los sectores económicos con mayor desarrollo en los últimos años en el mundo y en Ecuador, desplazando a industrias tradicionales como la automovilística de los primeros lugares en desarrollo integral.

El análisis de la demanda turística, constituye uno de los principales elementos de un estudio de factibilidad, debido a que según la teoría de la demanda, “la cantidad demandada de un producto o servicio, depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2011, pág. 34).

Es por tanto, de gran significación para el desarrollo de este proyecto de operadora turística analizar la demanda turística que existe y existirá en la comunidad la Rinconada, para poder alcanzar los beneficios que se esperan con la implementación de este proyecto. Así, la determinación de la demanda futura de este proyecto es imprescindible, ya que permitirá poder verificar el comportamiento del mercado y evaluar la factibilidad del proyecto en el tiempo.

2.3.5 Oferta turística

La oferta como tal representa, “el número de productos o servicios que la empresa debe considerar producir para satisfacer las necesidades de los consumidores”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 38), término que es aplicable al sector turístico, ya que constituye además el “número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios,..., donde un alto precio significa un incentivo para producir y vender más de ese bien”, (Sapag Chain & Sapag Chain, 2011, pág. 56).

Esto quiere decir, que la oferta constituye un indicador del comportamiento “que tiene un oferente, dispuesto a vender un producto o servicio a un determinado precio

para poder posicionarse mejor en el mercado”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 39), por lo que, para tener un adecuado análisis del proyecto se debe considerar la ejecución de la oferta actual y futura, en periodos promedio de 5 años, como vía de garantizar el éxito de la inversión propuesta, en este caso de la operadora turística.

2.3.6 Espacio geográfico

El entorno en que se implementará el proyecto es de gran importancia, pues delimita el espacio primario en que se desarrollará la inversión turística. Por lo que el estudio de este espacio, constituye una oportunidad, ya que tradicionalmente, “no existe un mercado totalmente cubierto, uno de estos factores para estar en el mercado es mantenerse en constante cambio para satisfacer las necesidades de los clientes y genere fiabilidad en ellos”, (Simbaña Paucar, 2013, pág. 14).

Este espacio primario, en muchas ocasiones constituye el motivo principal del proyecto, dirigido a satisfacer las necesidades del mismo, pero en la medida que se avanza en el negocio, este espacio se irá extendiendo no solo en extensión, sino en cantidad y por supuesto, en calidad del servicio que se presta. Estos elementos también han sido considerados para el desarrollo del estudio de factibilidad de creación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada.

2.3.7 Operadores turísticos

Como se ha explicado con anterioridad, el desarrollo del turismo en muchos países constituye un eje estratégico, y en el caso específico del Ecuador se ha convertido en, “eje estratégico para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión nacional y extranjera, el desarrollo de infraestructuras y en atractivo de divisas para el Ecuador”, (Plan Nacional Buen Vivir, 2016, pág. 16).

Para la eficiente implementación del turismo nacional, no basta con contar con instalaciones, es necesario además la participación de varios actores, que garantice la promoción y divulgación de las ofertas que se pretenden ofrecer al turismo nacional e internacional, en este sentido juegan un papel fundamental los operadores turísticos, encargados de esta tarea y de la evaluación de los criterios, sugerencias, motivaciones y exigencias del mercado turístico.

Este elemento fundamental para el éxito de este proyecto, ha sido tomado bien en cuenta, a través del análisis del capital humano disponible en la comunidad la Rinconada y sus alrededores, así como la experiencia de otros negocios similares, en los cuales se han obtenido éxitos y fracasos. Partiendo de que la demanda insatisfecha de un proyecto es definida como, “la capacidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Baca, 2013, pág. 57).

En conclusión, los operadores turísticos estarán en el análisis constante de la demanda insatisfecha de los clientes y en las proyecciones futuras de la operadora turística, de forma tal que se monitoree el mercado turístico y se garantice su estabilidad y desarrollo en el mercado.

2.4 Situación Económica

La situación económica de una organización o empresa, abarca el análisis constante e integral de las proyecciones y metas de la misma, en este sentido algunos especialistas consideran que la economía está muy vinculada a su situación financiera, la cual debe estar siempre “de forma clara y detalla a una determina fecha, para conocer el estado de sus activos y pasivos” (Córdoba Padilla, 2011, pág. 204).

El estudio de la situación económica, “ayuda a la empresa a tomar las decisiones pertinentes de manera anticipada y acertada para su correcto funcionamiento”, (Ulcuango Torres, 2017, pág. 70).

Queda por tanto muy claro, que la situación económica de la organización debe realizarse de manera integral y sistemática, de forma tal que siempre se cuente con las informaciones económicas, que permitan el análisis en tiempo real y faciliten la toma de decisiones oportunamente.

2.5 Estudio de mercado

El estudio de mercado es uno de los ejes fundamentales, para el diseño e implementación de un proyecto, para lo cual es necesario la realización de una

investigación, donde la “determinación y cuantificación de la demanda, la oferta, análisis de precios y el estudio de la comercialización, constituyen actividades que se ponen en práctica para ver la reacción del mercado ante un bien o servicio, analizando oferta, demanda, precios, comercialización,” (Baca, 2013, pág. 5).

Para un mejor estudio del mercado, muchos especialistas sugieren segmentar o dividir el estudio, ya que esta forma de investigación permitirá a la operadora turística, “definir los productos y servicios que ofrecerá en términos de calidad, precio y canales de distribución, así como determinar los elementos intangibles que influyen en la decisión de los clientes a partir de marca, etiqueta, empaque, publicidad y promoción”, (Hernández & Palafox, 2012, pág. 307).

De este estudio se infiere, que la evaluación y análisis del mercado es una tarea constante del proyecto y de la empresa una vez constituida, como forma estratégica de mantenerse y superarse cada día en el mercado, cada vez más exigente y competitivo.

2.5.1 Mercado

El mercado constituye esencialmente “un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular, o un lugar donde interactúan tanto vendedores como compradores con el fin de adquirir o vender un bien o un servicio y así satisfacer sus necesidades”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 64). Estas necesidades son satisfechas en dependencia de la calidad de los productos o servicios que se ofrecen a los clientes.

Es el mercado un espacio donde se vinculan de manera natural vendedores y compradores, en función de ofrecer un producto o servicio el primero y de adquirirlo y satisfacer una necesidad el segundo, proceso que ocurre constantemente, por una lógica necesidad del ser humano y de la sociedad en su conjunto.

2.5.2 Producto

El producto de una organización constituye “la realización de un bien o servicio, producto de la fusión de materiales y mediante procesos, que permiten concretar un producto final, capaz de satisfacer las necesidades del mercado”, (Ulcuango Torres, 2017, pág. 62).

Otros especialistas en la materia consideran que es, “el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio”, (Arboleda, 2013, pág. 199).

Constituye por tanto el producto, el resultado de una producción que se realiza con el objetivo de satisfacer o cumplir una demanda o solicitud, por parte de un cliente o comprador, que en conjunto desarrollarán el mercado del producto o del servicio sea, para que se materialice el mercado debe existir un producto que lo fundamente.

2.5.3 Oferta

Constituye un indicador de la cantidad de bienes o servicios, “que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos, (www.Mercadeo.com, 2013). Indicador que es esencial para garantizar una de las aristas del mercado.

Otros autores definen la oferta como, “la cantidad de bienes o servicios que los productores u oferentes están dispuestos a ofrecer dentro de un mercado concreto y a un determinado precio, durante un periodo de tiempo establecido”, (Morueco, 2014, pág. 54); ratificándose la necesidad de un producto o servicio que se pretenda ofertar al mercado para su comercialización

La oferta turística en el Ecuador “ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 98).

Es en esencia la oferta, una cantidad determinada de productos o servicios disponibles para ser consumidos, por un cliente, elementos que fundamentan la posibilidad real de crear en la comunidad la Rinconada una operadora turística, capaz de ofrecer un producto turístico comercializable en la parroquia Angochagua, provincia Imbabura.

2.5.4 Demanda

Generalmente la demanda “cuantifica la necesidad que tienen los compradores con suficiente poder adquisitivo, para adquirir un bien o servicio y así satisfacer sus necesidades”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 65), lo que demuestra la relación intrínseca que existe entre necesidad y satisfacción, como variables del mercado.

Por otra parte, la demanda “es la cantidad de un bien determinado que los compradores están dispuestos a adquirir”, (Mankiw, (2017, pág. 98). Entra entonces a jugar su papel en el mercado, el mencionado producto o servicio.

Se resume entonces, que en el mercado participan elementos primordiales, como cliente, vendedor y producto, los cuales se interrelacionan, y deben ser tomados muy en cuenta para el diseño e implementación de un proyecto turístico, como el que proyecta en este trabajo de curso.

2.5.5 Comercialización

2.5.5.1 Precio

Los precios de los productos y servicios se establecen a partir de lo que ofrece el negocio en el mercado, “los cuales tienen un poder esencial sobre los compradores y es una variable que genera ingresos”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 45), lo que permite establecer la política de venta de los productos a un precio promedio, en correspondencia con lo establecido en el mercado, de forma tal que permitan posicionarse ante la competencia.

De esta forma, “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”, (Baca Urbina, 2010, pág. 44); aspectos que son tomados en cuenta para la determinación de la demanda de la operadora turística.

En el caso de las empresas dedicadas al turismo “el precio estará dado en base a la competencia para así estar a la par del mercado y que se nos elija por la calidad en nuestros servicios”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 65).

2.5.5.2 Distribución

Corresponde a esta actividad, garantizar la oportuna distribución de los productos y servicios turísticos que oferta la empresa. Para ello deberá destinar recursos publicitarios y promoción constante para lograr su inmediata inserción en el mercado, y satisfacer las demandas de sus clientes.

Los trabajadores y directivos, estarán pendientes del desarrollo de estas actividades y deberán organizar un sistema de información y promoción, utilizando las diferentes vías y tecnologías de las comunicaciones disponibles.

2.5.5.3 Promoción

La promoción es parte de las acciones de publicidad “que realiza la empresa para dar a conocer el producto”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 48), para el caso de la operadora turística, se ha establecido un grupo de estrategias como son: realizar la publicidad a través de las redes sociales, diseñar una página web en la que se especifique toda la información sobre la organización, Elaborar hojas volantes en las que se especificarán el lugar donde se encuentra la operadora y los productos que ofrece, realizar publicidad a través de la prensa escrita, ofrecer degustaciones de algunos productos para que el cliente verifique la calidad que tiene cada uno, ofrecer a los clientes promociones de los productos que ofrece la empresa, entre otras acciones publicitarias.

Es de gran importancia estratégica para la operadora turística establecer un sistema organizado de publicidad, para garantizar el conocimiento entre la comunidad y el entorno de la existencia de esta entidad, como vía para lograr la inmediata inserción en el mercado turístico, que de hecho es altamente competitivo.

2.5 Estudio técnico

El estudio técnico es de gran importancia para el proyecto de inversión que se pretende implementar, ya que a través de él es posible estudiar la “localización y tamaño de las instalaciones; ilustrando todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas”, (Simbaña

Paucar, 2013, pág. 51). Adicionalmente es necesario definir los diferentes métodos a utilizar para la determinación del tamaño de la empresa, su localización, formas de distribución, así como definir los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.

Es por tanto, de gran significación para la creación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada, la realización de un estudio técnico profundo, que garantice la calidad de la inversión y la efectividad de este negocio, una vez instalado.

2.5.5 Tamaño del proyecto

Existen varios puntos determinantes que son imprescindibles considerar para la definición del tamaño del proyecto, como son: “la demanda de mercado suministros e insumos, tecnología y equipos, financiamiento y la organización”, (Simbaña Paucar, 2013, pág. 51).

Una vez definidos estos elementos, será posible establecer el alcance y tamaño final de la inversión y la magnitud de los trabajos que desarrollará la empresa, para lograr una alta eficiencia y calidad de los productos que ofertará al mercado.

Esencialmente el tamaño del proyecto consiste en “determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para el proceso de obtención del producto”, (Torres Vinueza, 2011, pág. 128).

2.5.6 Localización del proyecto

La localización del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre una tasa de rentabilidad sobre el capital a obtener, el costo unitario mínimo, de manera que a través de la localización del proyecto se analiza el punto ideal donde se instalara la planta para que la empresa sea rentable.

2.5.7 Macro localización del proyecto

El estudio de la macro localización radica en determinar el área donde estará el mercado de consumo, las fuentes de materia prima y mano de obra disponible dentro del radio de operación de la empresa.

2.5.8 Micro localización

El estudio de micro localización se realiza con el objetivo de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para las instalaciones de la operadora turística, definiéndose su ubicación, en la parte central sur de la comunidad la Rinconada, la cercanía con el mercado consumidor, la infraestructura y servicios turísticos.

La micro localización es considerada también como “la determinación de las condiciones específicas que influyen en la implementación del proyecto teniendo en cuenta factores como: el transporte, materias primas, costos de terreno y demás elementos que ayudaran para el buen funcionamiento del proyecto”, (Jacome, 2005, pág. 133). Estos elementos han sido considerados en el estudio de localización de la operadora turística en la comunidad la Rinconada.

Para la localización óptima del proyecto se analizarán las variables que intervienen en la toma de decisiones, como son: transporte, competencia, demanda, proveedores, etc. Una correcta selección permitirá el cumplimiento de los objetivos de la localización, en un lugar que propicie la mayor rentabilidad a través de la venta directa a los clientes.

2.5.9 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es la etapa donde se establece la inversión del negocio, “en el cual se definen los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades, y se determina la funcionalidad de la producción óptima a obtener”, (Míguítama Sancho, 2016, pág. 56).

El estudio de Ingeniería del proyecto de la operadora turística, permitirá determinar la producción óptima de la empresa, de forma tal que sean utilizadas de manera eficiente y eficaz los recursos materiales y humanos, en función de obtener productos y servicios de calidad.

Por lo que para determinar la producción óptima deberán analizarse las diferentes condiciones que garanticen combinar eficientemente los factores productivos, que incluye las necesidades de equipamientos a utilizar, así como disponibilidad operativa de la empresa.

2.6 Estudio financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable.

2.6.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo representa todos los costos y gastos necesarios a ejecutar por la empresa, para que el negocio realice sus actividades de manera eficiente y con calidad. Para la actividad contable representa “el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 87).

Para el cálculo de los costos totales de la empresa, que forman a su vez parte del capital de trabajo, deben descontarse los valores de depreciación de los equipos y maquinarias que se utilicen durante el proceso productivo de la empresa.

2.6.6 Ingresos

Los ingresos representan las ventas que realiza la empresa, lo que permitirá obtener los recursos económicos necesarios, para el desarrollo de las actividades productivas y no productivas de la organización.

En un proyecto “los ingresos están representados por el dinero recibido por las ventas de productos, servicios o liquidación de los activos, que han superado su vida útil en la empresa, o por los rendimientos financieros producidos por los excesos de liquidez”, (Miranda, 2010, pág. 2).

2.6.7 Egresos

Los egresos constituyen los valores que incurren durante el desarrollo de las actividades operativas del proyecto, es decir, que son “los gastos de materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y los gastos administrativos”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 108).

2.6.8 Costos

Los costos de una inversión están relacionados con “los activos fijos, que se efectúan una vez al inicio de la puesta en marcha del proyecto, e incluyen los activos fijos a adquirir y otros gastos de capital”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 69), es decir, que son los costos que se realizan y que se pueden recuperar una vez que la empresa comience a operar y a generar ingresos.

Los costos pueden ser fijos y variables; “los primeros son aquellos que no dependen del volumen de producción, por ejemplo: la depreciación, gastos financieros, entre otros, mientras que los variables, varían de acuerdo a la producción realizada por la empresa”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 94).

2.7 Materia prima

Constituyen los materiales necesarios para la ejecución de las operaciones de la empresa. Estas materias primas son prioridad entre los gastos de la organización, pues sin ellas, es imposible el desarrollo de las principales actividades productivas.

Representan además un “elemento base para producción de bienes de capital, de uso o de servicio o productos, que regularmente tiene la mayor participación en el costo, siendo su naturaleza el origen del diseño, proceso y terminado”, (Rodríguez, 2012, pág. 22).

Por tanto, en el análisis de los costos de producción, juegan un papel fundamental los de las materias primas, a las cuales siempre se tratará de buscarle los mejores proveedores y los mejores precios posibles, como alternativa para la reducción de los gastos de la empresa; elemento que índice además en la eficiencia productiva de la misma.

2.7.5 Mano de obra

La mano de obra, es uno de los principales requerimiento de los recursos humanos, pues constituye “el número del personal necesario para desarrollar las actividades del proyecto”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 60).

Constituyen el eslabón fundamental encargado de producir los bienes y servicios que generará la operadora turística en la Rinconada, es por ello, que, de su correcta selección y constante preparación, dependerá la calidad de los productos que se oferten por la empresa, y por ende, de la permanencia de la entidad en el mercado turístico.

Es en este caso el talento humano, es un recurso indispensable para el desarrollo de las actividades de la empresa, es la fuerza productiva principal del negocio, ya que constituye “el valor de liquidación de los trabajadores que participan directa e indirectamente en el proceso de fabricación o prestación de servicios, puede ser calificada, como gerente de producción, ingenieros y profesionales necesarios en la operación”, (Rodríguez, 2012, pág. 22).

2.7.6 Gastos de ventas

Constituyen los gastos asociados a la publicidad, ya sean a través de páginas web, spot publicitario, prensa escrita, etc., en los cuales se incurre para la promoción de las actividades y ofertas de productos que tendrá la operadora turística, por tanto, representan gastos que son necesarios para la vitalidad de la organización.

Los gastos de venta incluyen “el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicación por el teléfono, télex, fax, etc., que son necesarios efectuar para promover y cerrar las operaciones de venta”, (Araujo, 2013, pág. 109).

2.7.7 Depreciación

Los gastos de depreciación representan el valor de uso de los equipos y maquinarias con que cuenta la empresa lo largo de su vida útil; este valor es aplicado a la infraestructura, muebles y enseres, equipos de oficina, maquinarias, vehículos, entre los más importantes.

La depreciación es definida “como el desgaste, deterioro, envejecimiento y falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles, a medida que pasa el tiempo”, (Arboleda, 2013, pág. 272), por lo que se aplican a los activos que con el tiempo de uso van perdiendo su valor inicial.

2.8 Estados financieros

Los estados financieros, representan la actualización de la situación económica de la empresa, en cuanto a este indicador, incluyen “los gastos correspondientes a las obligaciones financieras, como resultado del financiamiento con recursos ajenos”, (Ulcungo Torres, 2017, pág. 68).

Se relacionan directamente “con los intereses que paga la empresa a los bancos o financieras, por los préstamos concedidos para su financiamiento” (Bravo, 2013, pág. 193).

2.8.5 Estado de la situación financiera

La evaluación de la situación financiera de la empresa, permite “Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”, (Baca, 2013, pág. 8).

Por tanto, constituye el “análisis de la capacidad de una empresa para ser viable en el tiempo, es una parte fundamental del estudio de factibilidad ya que permite determinar si es factible o no la puesta en marcha de un nuevo proyecto”, (Ulcungo Torres, 2017, pág. 69).

Muchos autores consideran que “representa la situación financiera de la empresa de forma clara, y detalla a una determina fecha, para conocer el estado de sus activos y pasivos”, (Córdoba Padilla, 2011, pág. 204)

Por lo que este estudio garantiza a la empresa la tomar de decisiones de manera precisa, anticipada y acertada para su eficiente funcionamiento operativo.

2.8.6 Activos

Los activos constituyen los elementos “cuya conversión plena en liquidez requiere más de un año; son inversiones de carácter permanente en la empresa y consideradas necesarias para el cumplimiento de sus fines”, (Simbaña Paucar, 2013, pág. 70).

Los activos son necesarios para la ejecución de las actividades del proyecto y tienen un valor monetario, los cuales son analizados durante los estudios financieros que realiza periódicamente la empresa, un ejemplo de este son las cuentas por cobrar de la empresa.

Destacan dentro de estos los activos fijos tangibles, “que son aquellos bienes físicos, que serán utilizados en un periodo de tiempo determinado para el desarrollo de las operaciones de la organización”, (Miguitama Sancho, 2016, pág. 84).

2.8.7 Pasivos

Constituyen los recursos materiales que no reciben depreciación por su uso en el tiempo, pero son contabilizados y chequeados en los estudios financieros de la empresa, como una forma de controlar los medios adquiridos por la organización para el desarrollo de sus actividades.

Entre los principales pasivos están las cuentas por pagar de la empresa y son el financiamiento provisto por un acreedor y representa lo que la persona o empresa debe a terceros, como el pago a bancos, proveedores, impuestos y salarios a empleados, etc, (Bravo, 2013, pág. 23).

Según las normas internacionales de contabilidad un pasivo financiero es todo aquel que incluye la obligación en un contrato de reponer efectivos u otro activo financiero a una entidad o empresa, o de intercambiar activos o pasivo financiero en condiciones desfavorables para la empresa,

2.8.8 Patrimonio

Constituyen el conjunto de bienes y derechos pertenecientes a una empresa. El capital o patrimonio son fondos propios de una empresa y la diferencia entre el activo y

el pasivo de la empresa. Son por tanto, “el valor contable neto de la empresa, ya que representan el valor de los bienes y derechos de la empresa no deben a nadie. Constituyen la agrupación de elementos patrimoniales, que representan las aportaciones de los propietarios a la empresa”, (Bravo, 2013, pág. 12).

2.9 Estado de resultados

El Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias, “es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado”, (Torres Vinueza, 2011, pág. 199).

El estado financiero tiene un carácter dinámico, abarcando un período donde es necesario la identificación de los costos y gastos, que originaron el ingreso del mismo. Por lo tanto, debe aplicarse al comienzo del periodo contable, para que la información sea confiable y de utilidad, con vistas a facilitar la toma de decisiones en la empresa.

2.9.5 Valor actual neto

Constituye un “procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Es uno de los criterios más utilizados para proyectos de inversión”, (Torres Vinueza, 2011, pág. 208).

Según Sapag Chain, (2011) el valor actual neto (VAN), se define como:

El excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento, (pág. 300).

El VAN constituye uno de los principales indicadores económicos, que definen la factibilidad de un proyecto y ha sido tomada en cuenta para la evaluación de la viabilidad o no, de la creación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada.

Su cálculo se realiza por la siguiente expresión.

$$VAN = \frac{\Sigma \text{Flujo Neto} - \text{Inversión Inicial}}{(1 - i)^n}$$

2.9.6 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, se define como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. “El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad”, (Torres Vinueza, 2011, pág. 209).

Constituye uno de los principales indicadores de la factibilidad de un proyecto y se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, es importante comparar la TIR con una tasa mínima o tasa de corte y el costo de oportunidad de la inversión, “ya que si la inversión no tiene riesgo, el costo de oportunidad será la tasa de rentabilidad libre de riesgo”, (Baca Urbina, 2010, pág. 23).

En este sentido, Sapag Chain (2011), define a este indicador económico de la siguiente manera:

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a las inversiones expresadas en moneda actual; En otras palabras, representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, (pág. 88).

Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, es rechazada.

2.9.7 Tasa de Rendimiento Medio

Representa “la tasa de retorno exigida a la inversión realizada en un proyecto, para compensar el costo de oportunidad de los recursos destinados a él y el riesgo que deberá asumir”. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2011, pág. 372). Constituye un indicador de relevancia para determinar la factibilidad del proyecto de operadora turística en la comunidad la Rinconada.

2.9.8 Periodo de recuperación

Representa el período de recuperación de un capital invertido, y “el análisis de inversiones, es el período de recuperación, o años que se necesitan para que los flujos de caja de la inversión iguallen el capital invertido”, (Torres Vinueza, 2011, pág. 211).

Este indicador se determina según la siguiente expresión.

$$PRC = \frac{\textit{Inversión total}}{\textit{Flujo neto promedio anual}}$$

2.9.9 Beneficio costo

El análisis del costo-beneficio “es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar el beneficio y las oportunidades de un proyecto”, (Sapag Chain & Sapag Chain, 2011)

Constituye este indicador económico, “una herramienta basada en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 72).

Basado en estos criterios técnicos, se asume que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta premisa, dónde los beneficios que superan el costo son exitosos, y de lo contrario fracasan.

2.9.10 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es “el número de unidades que deben venderse para que los ingresos sean iguales a los costos, o lo que es lo mismo, para que la utilidad sea cero”, (Baena, 2010, pág. 127).

El punto de equilibrio “es el punto en la cual los ingresos de la empresa son iguales a los gastos de la misma, es decir donde la empresa opera para cubrir sus gastos sin generar ganancia”, (Simbaña Paucar, 2013, pág. 84).

El cálculo de este indicador económico, en el estudio financiero implica un proceso importante para nuestra operadora turística, porque es posible realizar con mayor efectividad la toma de decisiones, que redundará en una mayor atracción de turistas.

Su cálculo se realiza por la siguiente expresión.

$$Pe = \frac{CF}{\frac{1 - CV}{Ventas}}$$

Dónde:

Pe: Punto de equilibrio

CF: Costo fijos

CV: Costos variables

Adicionalmente y de manera contundente los métodos de evaluación que se utilizarán, para determinar la rentabilidad de proyecto de la operadora turística, son las siguientes herramientas:

- **VAN** (Valor Actual Neto)
- **TIR** (Tasa Interna de Retorno)
- **PRI** (Período de Recuperación de la Inversión)
- **RBC** (Relación Beneficio/Costo)

2.10 Flujo de caja

Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.

2.11 Estructura organizacional

La estructura organizacional contribuye a la estructuración correcta de una organización, definida por Meza, (Meza, 2013) de la siguiente manera:

Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación, (pág. 28).

La estructura organizacional es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible sin inferir en los papeles de los demás funcionarios, sino que más bien se impulsa el trabajo grupal. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

2.11.5 Factores Sociales

Dentro de los factores sociales más importantes para el desarrollo del proyecto de la operadora turística, se analiza el comportamiento y estado actual de la salud, educación, vivienda y el empleo.

2.11.6 Factores Tecnológicos

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos, por tanto, el análisis que se realizará para este proyecto es una oportunidad, y se adquirirán equipos y maquinarias modernas para registrar los productos, llevar un excelente control de los inventarios y facturar en el menor tiempo posible.

2.11.7 Impactos de un proyecto de factibilidad

La investigación se basa en el análisis técnico, de los diferentes impactos que generará el proyecto, definido para el caso de nuestro estudio en los siguientes aspectos.

Impacto Económico: El proyecto persigue contribuir al desarrollo económico de la comunidad con el incremento del comercio en esta región del país, contribuyendo además al incremento del empleo y por ende al desarrollo de la economía familiar.

Impacto Social: Las instalaciones de la operadora turística estarán preparadas para ofrecer productos y servicios de calidad a la población de toda la región, donde esta se encuentra ubicada, sin importar la edad, estatus social y etnia.

Impacto comercial: La operadora turística aportará al desarrollo del comercio, con precios asequibles al resto de la competencia y excelente servicio y atención a los turistas.

Impacto Ambiental: La operadora turística tendrá responsabilidad ambiental, con la adopción de medidas que eviten la contaminación. Todos los desperdicios que se generen en sus instalaciones serán reciclados, según el tipo de desperdicio: papel, vidrio, plástico, cartón, madera, etc., utilizando botes de basura que permita la clasificación del desecho, para facilitar esta forma su reciclaje. Aparejado con esta medida estará la constante capacitación de los empleados y turistas en el tema de la protección y conservación del medio ambiente.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

La comunidad La Rinconada presenta características paisajísticas, naturales y culturales para realizar actividades turísticas, es por ello que se ha visto la necesidad de conjugar estos elementos y convertirlos en un producto de la comunidad a fin de aportar a las actividades económicas locales.

Además existe predisposición de la comunidad para involucrarse en actividades de turismo, estos aspectos determinan la viabilidad social ; es decir apoya el proyecto; para esto es necesario aplicar estudios técnicos y de inversión que permitan determinar el éxito y rentabilidad de un proyecto a través de un estudio de mercado, ya que “la investigación de mercados sirve para suministrar la información que permita disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones de mercadotecnia, porque se pasa de un enfoque intuitivo y subjetivo a un enfoque sistemático, analítico y objetivo”, (Prieto, 2013, pág. 7); de esta manera entonces se obtiene la factibilidad de la creación y operación de la empresa dentro del mercado.

3.2 Objetivo General

Determinar el comportamiento de las fuerzas del mercado, referentes a la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada, capaz de satisfacer las necesidades de los involucrados directos del presente proyecto.

3.3 Objetivos específicos

- Caracterizar los productos y servicios a ofrecer al sector turístico con el desarrollo del presente proyecto.
- Conocer ofertas turísticas similares existente dentro de la parroquia
- Analizar la demanda turística de visitantes nacionales y extranjeros en la comunidad.

- Definir las estrategias de comercialización de los productos que ofrece la operadora.
- Analizar los precios de los servicios ofrecidos por lugares similares.

3.4 Variables

A continuación, presentamos las siguientes variables e indicadores para analizar durante el desarrollo del estudio de mercado.

- Productos y/o servicios de la empresa.
- Oferta del mercado
- Demanda del mercado
- Comercialización
- Precio

3.4.1 Indicadores del estudio de mercado

1. **Productos y/o servicios de la empresa.**

Lista de productos

Características de los productos

Lista de servicios

Características de los servicios

2. **Oferta del mercado:** La oferta actualizada se basa en las experiencias de empresas similares, que ofreciendo productos y servicios logran motivar y atraer a los turistas, el estudio se realizara a partir de los siguientes indicadores.

Empresas con oferta de servicios similares

Capacidad instalada

Servicios de transporte existente

Proyección de la oferta

3. **Demanda del mercado:** Basada en el estudio de marketing, a través de los siguientes indicadores, capaces de determinar cuál es la demanda actual del mercado turístico, sobre los productos y servicios que se pretenden ofertar.

Segmento de mercado

Preferencia de productos y servicios

Frecuencia de compra
 Formas de adquisición
 Demanda potencial
 Demanda actual
 Demanda insatisfecha

- 4. Comercialización:** Fundamentada en las vías más apropiadas y utilizadas por el sector turístico, capaces de lograr el éxito de la comercialización de los productos y servicios previstos a ofrecer por la empresa.

Publicidad
 Redes Sociales
 Promociones

- 5. Precio:** es la cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.
 Precios basados en el costo de los servicios
 Formas de pago

La empresa analizará los diferentes productos y servicios turísticos que se comercializan actualmente en el mercado nacional y extranjero, evaluando las posibilidades reales de ser ofrecidas por la operadora turística, un ejemplo de ello son los Geoparques, opción que gana muchos adeptos actualmente, como alternativa que combina la recreación con el cuidado del medio ambiente, vía que fomenta la protección, educación y desarrollo sostenible de la naturaleza de su conservación para las nuevas generaciones.

La matriz del estudio de mercado se detalla a continuación en la siguiente tabla.

3.5 Matriz de Estudio de Mercado

Tabla N° 9: Matriz de estudio de mercado

Objetivos diagnósticos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Caracterizar los productos y servicios a ofrecer al sector turístico con el presente proyecto	Productos y/o servicios de la empresa	Lista de productos Características de los productos Lista de servicios Características de los servicios	Entrevistas Entrevistas Entrevistas Entrevistas	Primaria Primaria Primaria Primaria
Conocer la oferta turística similar existente dentro de la parroquia	Oferta	Empresas con oferta de servicios similares	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
		Capacidad instalada	Entrevista	Primaria
		Análisis de la oferta turística nacional y local	Entrevista	Primaria
		Proyección de la oferta	Documental	Secundaria
Analizar la demanda turística de visitantes nacionales y extranjeros en la comunidad	Demanda	Análisis de demanda	Documental	Primaria
		Segmento de mercado	Documental	Secundaria
		Demanda actual	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
		Demanda potencial	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
		Demanda insatisfecha	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
Definir las estrategias de comercialización de los productos que ofrece la operadora.	Comercialización	Publicidad del producto	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
		Redes Sociales	Entrevistas Documental	Primaria Secundaria
		Promociones	Entrevista	Primaria
Analizar los precios de los servicios ofrecidos por lugares similares.	Precio	Precios basados en el costo de los servicios	Entrevista	Primaria
		Formas de pago	Entrevistas Documental	Primaria

Elaborado por: Las autoras

3.6 Fuentes de Información

Para el desarrollo del estudio de mercado, se han empleado fuentes de información primaria y secundaria, que en conjunto permiten obtener los datos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación.

Fuente Primaria

Como fuente primaria se utilizarán las encuestas, dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros, así como a las familias y pobladores de la comunidad la Rinconada, que en conjunto permitirán obtener datos para el diagnóstico del objeto de estudio, los resultados serán analizados, empleando la combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos.

Fuente Secundaria

Las fuentes secundarias empleadas, lo constituyen las obtenidas oficialmente a través de las instituciones y organismos especializados, relacionados con la temática tratada en nuestra investigación, las cuales son las siguientes:

- Ministerio de Turismo
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Servicio de Rentas Internas (SRI)

3.7 Metodología a utilizar en el desarrollo del estudio de mercado

Para el estudio del mercado turístico relacionado con la propuesta de una operadora turística en la comunidad la Rinconada, se desarrollará una investigación de campo, que permite determinar el comportamiento actual del escenario nacional y local, así como las perspectivas de crear la empresa, capaz de satisfacer las necesidades de los involucrados directos del presente proyecto.

La metodología incluye el análisis de las variables e indicadores definidos, encaminados a la caracterización integral de los productos y servicios a ofrecer al sector turístico, evaluar y comparar ofertas similares dentro de la parroquia, así como analizar la

demanda y los precios de los servicios ofrecidos por lugares similares, principalmente, a través de paquetes turísticos.

Se emplearon métodos investigativos, basado en encuestas dirigidas a turistas y a la población de la comunidad La Rinconada, así como entrevista a directivos relacionados con el desarrollo económico y turismo de la Parroquia Angochagua; resultados que se detallan a continuación y permiten al final arribar a conclusiones importantes sobre este estudio de mercado.

3.8 Productos y/o servicios de la empresa

Las características de esta variable y sus indicadores, permiten conocer a detalle la oferta de la empresa, basado en las potencialidades turísticas de la comunidad de interés para el mercado turístico.

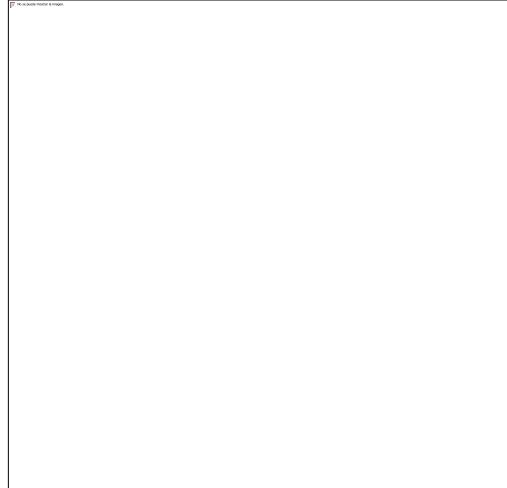
3.8.1 Lista de productos

Tras un análisis de la demanda potencial se plantea los productos que cubrirán las necesidades de las tendencias actuales del mercado turístico, en la comunidad la Rinconada. La mayor parte de los turistas que acceden a la comunidad buscan actividades relacionadas con el turismo comunitario y el ecoturismo, ya que prefieren salir de las actividades rutinarias, para insertarse en un mundo mágico de naturaleza, cultura y tradición, que los lleve al disfrute de la vida al máximo. Los turistas tienen más afluencia en épocas de festividades, feriados o visitas programadas por proyectos de turismo; este hecho se debe a que la comunidad aún no tiene un espacio fijo dentro del mercado turístico.

La empresa, a través de sus paquetes turísticos promoverá la historia, cultura, tradiciones, recursos naturales, flora y fauna de la comunidad receptora; de manera que todos estos elementos brinden experiencias únicas a los turistas, además se dinamizará la economía local.

Partiendo de estos elementos, la operadora turística pretende ofrecer variados paquetes turísticos, aprovechando los atractivos existentes en la comunidad y la región en general, así como se ha obtenido como resultado los siguientes paquetes.

3.8.1.1 Paquete 1 día



Nombre del paquete: “El camino a la casa del cóndor”

Responsable del paquete: Guía local de la operadora

Objetivos del recorrido: Conocer la cascada condór Yaku, y obtener una visión general de la cultura y tradiciones del antiguo pueblo Caranqui

Materiales y recursos a utilizarse en el recorrido: Botas de caucho, chompa para la lluvia, mochila, agua, fundas para almacenar desperdicios.

Justificación del paquete: En el paquete de un día se ha programado actividades que involucren no solo los recursos turísticos naturales, sino también culturales, por lo que se visitará la cascada Cóndor yaku, también establecimientos turísticos como la cabañita del bosque y el restaurante el molino donde se llevará a cabo eventos turísticos culturales,

con el afán de proveerle al cliente un vistazo general de lo que puede encontrar en la Rinconada.

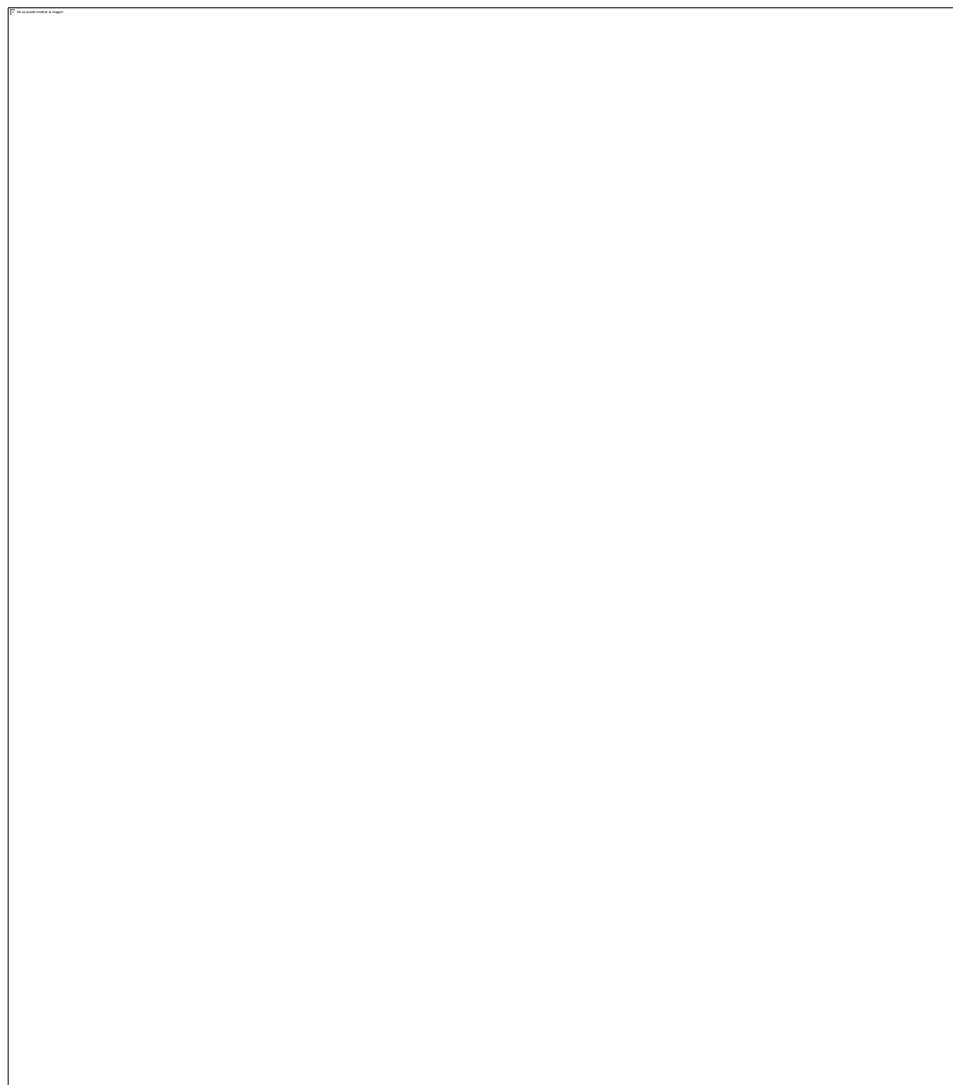
Tabla N° 10: Itinerario paquete 1 día

DURACIÓN	SITIO TURÍSTICO	ACTIVIDAD TURÍSTICA
8:30 - 8:45	Casa comunal	Reconocer el arte de los bordados procesados en la comunidad
8:45 - 9:00	Traslado hacia la elaboración de queso con identidad	Conocer el proceso para elaborar quesos artesanales
9:00 - 9:45	Visitar la elaboración de queso artesanal	Participación de la elaboración de queso artesanal
9:45 - 10:00	Traslado a la cabañita del bosque	Apreciar la riqueza y cultura de los comuneros
10:00 - 10:30	Coffe Break en la cabañita del bosque	Degustar productos de la zona
10:30 -11:30	Taller de alfarería	Participar de la elaboración de artículos de barro
11:30 - 12:00	Mini museo de alfarería	Ilustraciones de vestigios arqueológicos recopilados en la comunidad
12:00 - 12:30	Traslado asociación 8 de agosto	Apreciar la riqueza natural del sector
12:30 - 13:00	Asociación 8 de Agosto	Conocer el proceso para extraer la miel de abeja
13:00 - 13:30	Traslado a Restaurante el Molino	Palpar de las actividades cotidianas de los comuneros
13: 30- 14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
14:30 - 16:00	Traslado a la cascada Cóndor Yaku	Convivir con los parajes naturales de la comunidad
16:00 - 16:30	Visita a la cascada Cóndor Yaku	Relato de la historia de la cascada y toma de fotografías
16:30 - 18:00	Retorno a la Comunidad	Argumentación de las experiencias vividas en la visita
18:00 - 18:15	Despedida y agradecimiento por la visita	Agradecer la visita de los turistas e invitación para próximas visitas al lugar

Elaborado por: Las autoras

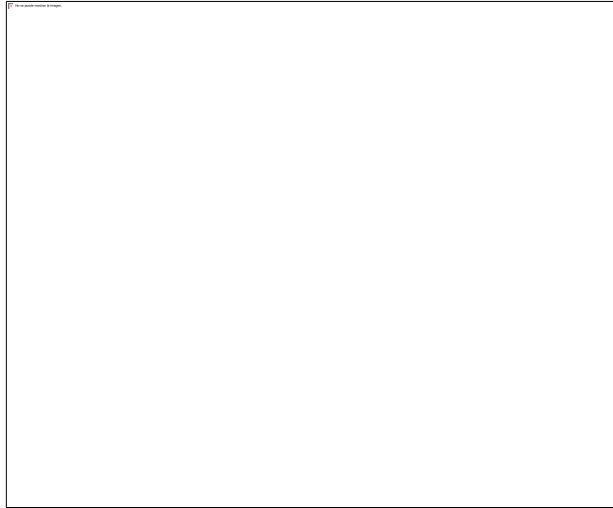
Ruta del paquete 1:

Figura N° 42: Mapa ruta de 1 día



Elaborado por: Las autoras

3.8.1.2 Paquete 2 días



Nombre del paquete: “Una mirada hacia un rincón que puede conquistar el corazón”

Responsable del paquete: Guía local de la operadora

Objetivos del recorrido: Fomentar el turismo cultural a través de las tradiciones y costumbres de la Rinconada

Materiales y recursos a utilizarse en el recorrido: Botas de caucho, chompa para la lluvia, mochila, agua, fundas para almacenar desperdicios.

Justificación del paquete: El arte, los escenarios naturales y la gente junto con su cultura y tradiciones hacen de la Rinconada un lugar turístico digno de ser visitado, para quienes disponen de los feriados o fines de semana, se ha diseñado un paquete turístico para dos días, donde la diversión, adquisición de conocimiento de flora como de fauna autóctona del lugar, la conexión del ser humano con los recursos naturales y la exquisita comida típica del lugar se ponen a disposición del cliente, a través de este paquete el visitante podrá

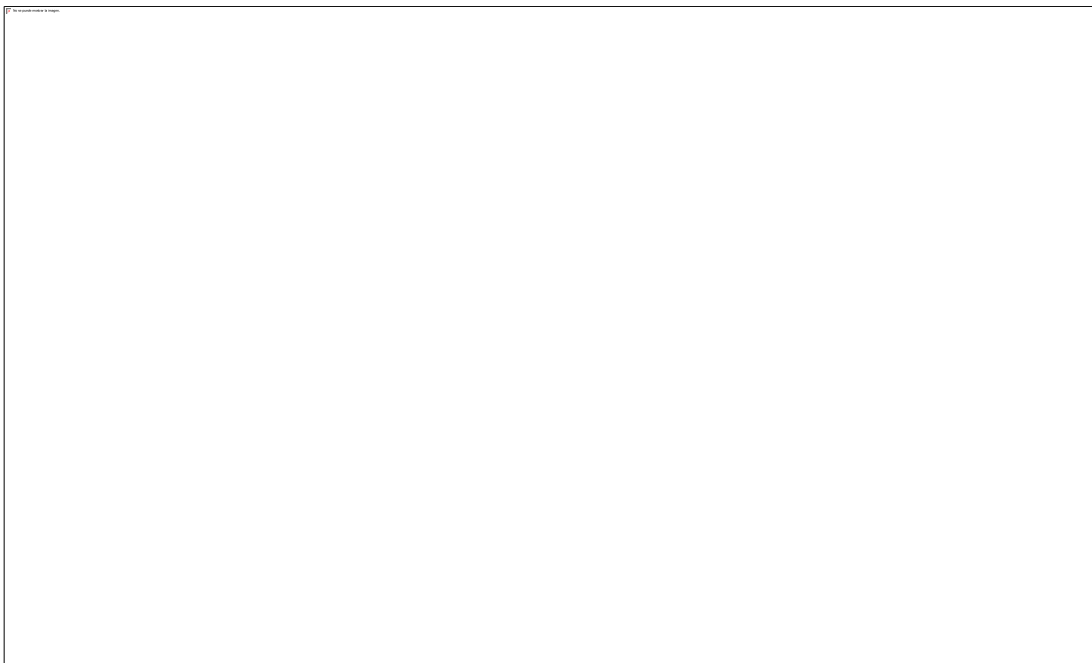
participar de actividades cotidianas de los comuneros sobre todo en lo que concierne al agro ecoturismo.

Tabla N° 11: Itinerario paquete 2 días

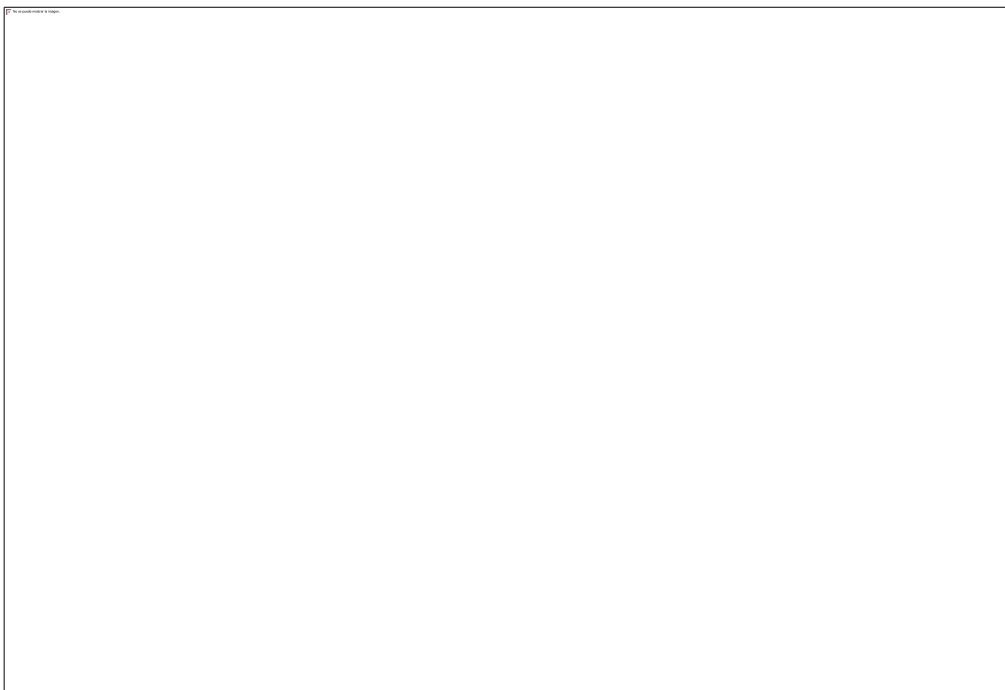
Día 1		
Duración	Sitio turístico	Actividad Turística
8:30 - 8:45	Restaurante el molino	Recibimiento y bienvenida
8:45 - 9:45	Coffe Break en el restaurante el molino	Degustar productos de la zona
9:45 - 11:15	Traslado a la cascada Cóndor Yaku	Convivir con los parajes naturales de la comunidad
11:15 -11:45	Visita a la cascada Cóndor Yaku	Relato de la historia de la cascada y toma de fotografías
11:45 - 13:15	Retorno a la Comunidad	Argumentación de las experiencias vividas en la visita
13:15 - 13:30	Traslado a la cabañita del bosque	Apreciar la riqueza y cultura de los comuneros
13:30 - 14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
14:30 - 15:30	Taller de alfarería	Participar de la elaboración de artículos de barro
15:30 - 16:00	Mini museo de alfarería	Ilustraciones de vestigios arqueológicos recopilados en la comunidad
16:00 - 16:30	Traslado asociación 8 de agosto	Apreciar la riqueza natural del sector
16:30 - 17: 15	Asociación 8 de Agosto	Conocer el proceso para extraer la miel de abeja
17:15 - 17:30	Traslado a restaurante el molino	Palpar de las actividades cotidianas de los comuneros
17:30 - 18:00	Visitar restaurante el molino	Participación de la historia del molino

18:00 - 19:00	Visitar restaurante el molino	Participación de un evento cultural en el restaurante (Disfrutar de la música producida en la localidad)
19:00 - 20:00	Cena	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
20:00 - 20:10	Agradecimiento por participar en las actividades	Reconocer la satisfacción del cliente en actividades ejecutadas
20:10 – 20:30	Check in	Agrupar y distribuir las carpas donde pernoctaran los visitantes.
Día 2		
7:40 - 8:00	Concentración en el restaurante el Molino	Explicación de las actividades a emprenderse y la bienvenida
8:00 - 8:45	Desayuno	Degustar productos de la zona
8:45 - 10:30	Treking hacia cascada Surupamba	Convivir con los parajes naturales de la comunidad
10:00 - 10:30	Visita cascada Surupamba	Relato de la historia de la cascada y toma de fotografías
10:30 -12:15	Retorno a la Comunidad	Argumentación de las experiencias vividas en la visita
12:15 - 13:15	Disfrute de la elaboración de artesanías de madera	Disfrute de la elaboración de artesanías de madera
13:15 - 13:30	Traslado a restaurante el Molino	Involucrarse con las vivencias locales
13:30 - 14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
14: 30 - 15:00	Traslado a la cabañita del bosque	Interactuar con actividades de la comunidad
15:00 – 15:15	Check out y agradecimiento	Agradecer la visita de los turistas e invitación para próximas visitas al lugar

Elaborado por: Las autoras

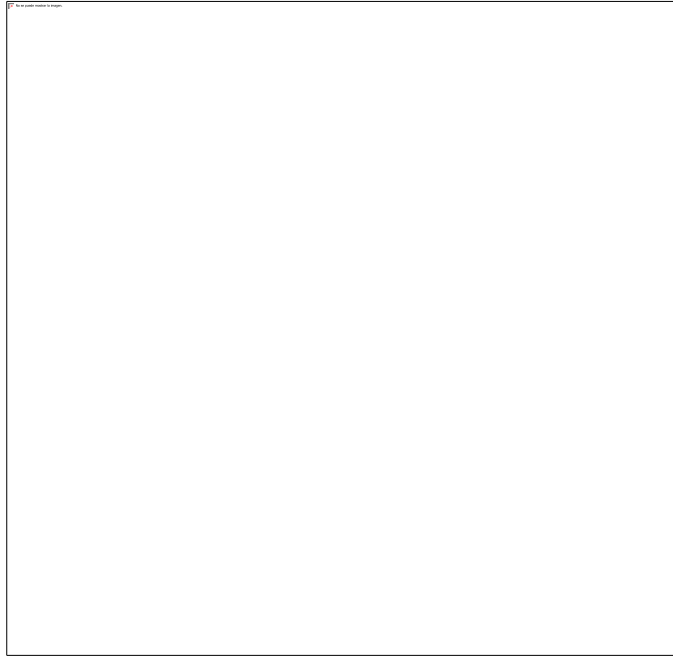
Figura N° 43: Ruta a recorrer paquete 2:**Recorrido primer día:**

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 44: Recorrido segundo día

Elaborado por: Las autoras

3.8.1.3 Paquete 3 días



Nombre del paquete: “Conociendo las raíces de mis antepasados y la riqueza del valle del arcoíris”

Responsable del paquete: Guía local de la operadora

Objetivos del recorrido: Conocer la cascada cóndor Yaku, miradores más sobresalientes de la Rinconada, a fin de interpretar porque la naturaleza se señorea con el vuelo del cóndor y la puesta de los arcoíris en este sector

Materiales y recursos a utilizarse en el recorrido: Botas de caucho, chompa para la lluvia, mochila, agua, fundas para almacenar desperdicios.

Justificación del paquete: Para los amantes de la naturaleza se ha diseñado un paquete con destino a visitar la cascada cóndor yaku, la elevación niño loma, cascada surupamba, en los mismos se disfrutara de paisajes, de flora y fauna del sector, miradores

naturales que permitirán al visitante relajarse y olvidar situaciones dañinas para la salud, por otra parte también se conjugará las leyendas que tienen los lugares visitados, en cuanto al hospedaje se realizará camping.

Tabla N° 12: Itinerario paquete tres días

Paquete 3 días		
Día 1		
Duración	Sitio turístico	Actividad Turística
7:45 – 8:00	Concentración en el restaurante el molino	Bienvenida y presentación del guía
8:00 - 8:45	Restaurante el molino	Reconocer el arte de los bordados procesados en la comunidad
8:45 - 9:45	Coffe Break en el restaurante el molino	Degustar productos de la zona
9:45 - 11:15	Traslado a la cascada cóndor yaku	Convivir con los parajes naturales de la comunidad
11:15 -11:45	Visita a la cascada cóndor yaku	Relato de la historia de la cascada y toma de fotografías
11:45 - 13:15	Retorno a la comunidad	Argumentación de las experiencias vividas en la visita
13:15 - 13:30	Traslado a la cabañita del bosque	Apreciar la riqueza y cultura de los comuneros
13:30 - 14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
14:30 - 15:30	Taller de alfarería	Participar de la elaboración de artículos de barro
15:30 - 16:00	Mini museo de alfarería	Ilustraciones de vestigios arqueológicos recopilados en la comunidad
16:00 - 16:30	Traslado a restaurante el molino	Palpar de las actividades cotidianas de los comuneros
16:30 – 17:00	Visitar restaurante el molino	Participación de la historia del molino
17:00 – 18:30	Visitar restaurante el molino	Participación de un evento cultural en el restaurante (Disfrutar de la música producida en la localidad)
18:00 - 19:00	Cena	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, fritada y chicha de jora)
19:00 - 19:10	Agradecimiento por participar en las actividades	Reconocer la satisfacción del cliente en actividades ejecutadas
19:10 – 19:30	Check in	Descanso

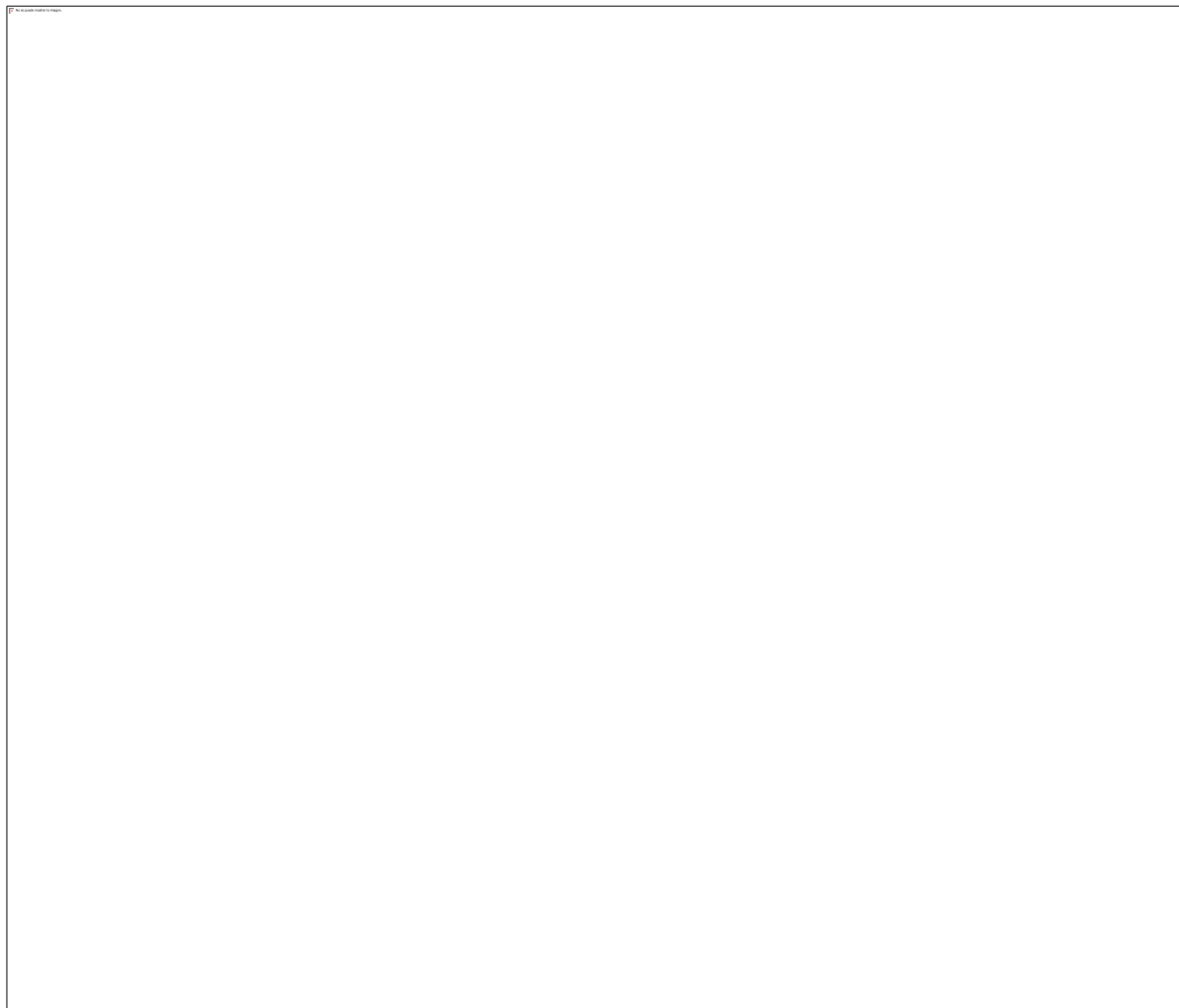
Día 2		
7:30 - 7:45	Concentración en la casa comunal	Recibimiento y bienvenida
7:45 - 8: 45	Desayuno	Degustar productos de la zona
8:45 - 10:45	Ascenso hacia el niño loma	Treking, reconocimiento de flora y fauna autóctona
10:45 - 11:15	Visita niño loma	Toma de fotografías y relato de información principal de la localidad
11:15 - 13:15	Descenso hacia la comunidad	Manifestación de las experiencias vividas
13:15 - 13:30	Concentración en el restaurante el molino	Descaso tras recorrido
13:30 -14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)
14:30 - 15:30	Traslado a la cabaña del bosque	Convivencia con la comunidad
15:30 - 16:00	Instalaciones de la cabañita del bosque	Estructuración de un campamento
16:00 -18:00	Instalaciones de la cabañita del bosque	Preparación y elaboración de alimentos del sector
18:00 -19:00	Cena	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado y chicha de jora)
19:00 - 20:00	Check in y actividades programadas en la cabañita del bosque	Participación de leyendas de la comunidad
Día 3		
7:40 - 8:00	Concentración en el restaurante el molino	Explicación de las actividades a emprenderse y la bienvenida
8:00 - 8:45	Desayuno	Degustar productos de la zona
8:45 - 10:30	Trekking hacia cascada surupamba	Convivir con los parajes naturales de la comunidad
10:00 - 10:30	Visita cascada surupamba	Relato de la historia de la cascada y toma de fotografías
10:30 -12:15	Retorno a la comunidad	Argumentación de las experiencias vividas en la visita
12:15 - 13:15	Disfrute de la elaboración de artesanías de madera	Disfrute de la elaboración de artesanías de madera
13:15 - 13:30	Traslado a restaurante el molino	Involucrarse con las vivencias locales
13:30 - 14:30	Almuerzo	Disfrutar de platos típicos de la comunidad (caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, maito, fritada y chicha de jora)

14:30 – 14:45	Traslado a la cabañita del bosque	Interactuar con actividades de la comunidad
14:45 – 15:00	Instalaciones de la cabañita del bosque	Entrega de recuerdo de la comunidad a los visitantes, despedida y agradecimiento a los turistas

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 45: Recorrido del paquete para tres días

Primer día



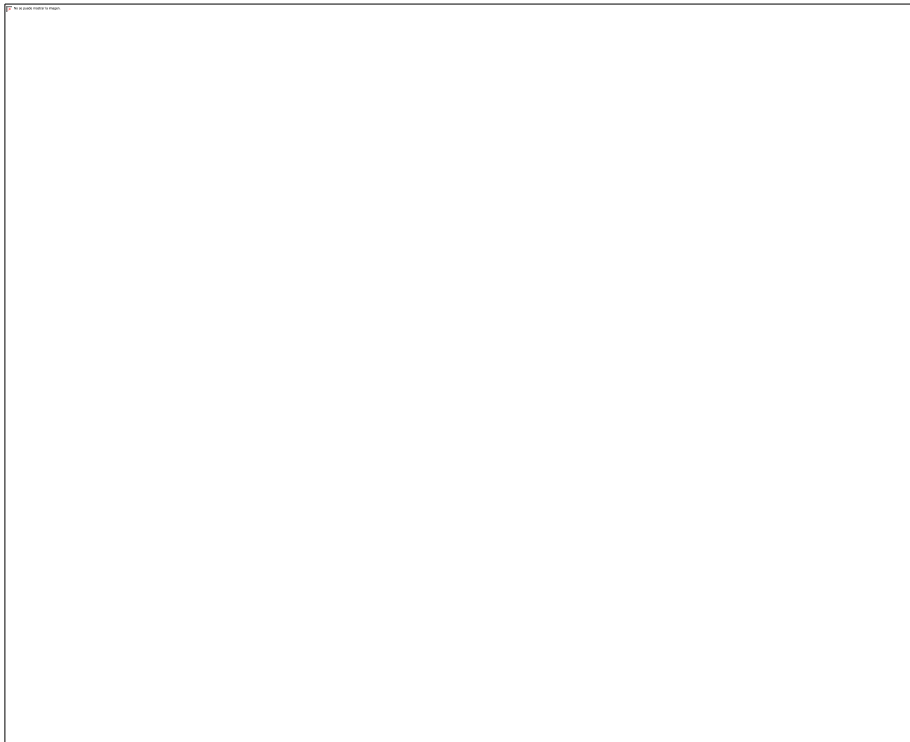
Elaborado por: Las autoras

Figura N° 46: Recorrido segundo día



Elaborado por: Las autoras

Figura N° 47: Recorrido tercer día



Elaborado por: Las autoras

3.8.1.4 Paquete Tour Libre

Este tipo de paquetes se planifica de acuerdo a las necesidades de los visitantes, ya que se puede dar el caso que el turista visite el lugar con objetivos determinados como por ejemplo:

- Participar de fiestas culturales que se celebran en la comunidad en fechas específicas tales como: Celebración de fiestas de San Pedro, fiestas en agradecimiento al sol y a la Pachamama por las cosechas proveídas.
- Otro puede ser el caso donde las personas programen una visita al sector con un fin académico para analizar aspectos de interés para un determinado grupo de personas.
- Por otra parte este tipo de tours va dirigido para aquellas personas que no han programado una visita al sector y disponen de tiempo limitado.

Estos paquetes son flexibles a la necesidad, disposición e interés particular de los turistas, por lo que la operadora debe contar con la capacidad de improvisar de manera eficiente una visita según los requerimientos del cliente.

3.8.2 Características de los productos

En el mercado turístico prevalece la oferta de expectativas, sentimientos, placer, sentimientos de alegría y felicidad inducida con productos turísticos elaborados a través de componentes tangibles e intangibles. Dentro de los primeros se tiene la cama de un hotel, los alimentos, implementos de camping, equipaje de trekking, artesanías entre otros objetos que se los puede palpar; el producto turístico en sí viene a constituir un producto tangible tal y como lo promociona la operadora turística.

Los componentes intangibles no se pueden palpar por medio de los sentidos, es decir los turistas generan expectativas, imaginan cómo podría ser el producto, qué uso le darán,

y qué resultados esperan obtener, por este hecho es importante que el producto a ofertarse cumpla a cabalidad las expectativas del cliente, de esta manera se asegurará próximas visitas pues caso contrario los clientes pondrán en duda el producto que desearían consumir por temor a no obtener las experiencias deseadas.

Los productos turísticos no se pueden almacenar, además de tener los productos favoritos en la oferta de la operadora, los paquetes se deben renovar y ajustar de acuerdo a las tendencias del mercado.

El producto turístico se forma de varios componentes, por lo que en los paquetes siempre se debe tener un plan de contingencia para todas las actividades, productos y/o servicios turísticos que maneje la operadora pues se debe cumplir con las expectativas del cliente.

Si viene a ser cierto los productos turísticos están formados por muchas partes, y condicionado por muchos factores que en algunos casos no depende de la mano del ser humano, sin embargo se debe tener estrategias para aprovechar los percances y convertirlos en oportunidades de experimentar nuevas actividades con los grupos.

3.8.3 Lista de servicios

- Senderismo
- Guianza turística
- Alimentación
- Alojamiento
- Servicios de consultoría turística

3.8.4 Caracterización de los servicios turísticos

1) Senderismo

El servicio consistente en desarrollar caminatas a través de rutas definidas, con recorrido por zonas con atractivos naturales, de flora y fauna, entre otros, para esta actividad se organizarán grupos de turistas por uno o más días, en dependencia de la magnitud del recorrido a realizar.

2) Guianza turística

Este servicio consistente en la contratación de personas con procedencia de la comunidad o sitios histórico-culturales a visitar, capaces de transmitir a los turistas experiencias de los pueblos indígenas y características específicas de la parroquia y la comunidad, así como las tradiciones y cultura. Los guías deben estar capacitados para cumplir los objetivos de los paquetes que se ofrecen; la duración de este servicio depende de la solicitud de los visitantes, con una tarifa horaria y diaria.

3) Alimentación

A través de la alimentación se da a conocer una comunidad, la operadora solamente proveerá de platos típicos de la zona, elaborados en la mayor parte con productos de la zona estos platos estarán constituidos por: Choclos con habas y queso, uchú jacu, caldo de gallina criolla, borrego asado, trucha, fritada con mote y papas, morocho, tortillas de tiesto, chicha de jora.

4) Alojamiento

La práctica de turismo en la Rinconada se ha venido realizando a través de grupos comunitarios, si el turista no tiene un acercamiento directo con la comunidad y desconoce de los establecimientos de alojamiento existentes en el lugar, hay hogares adaptados para alojar visitantes o para realizar camping en áreas adecuadas, por otra parte los puntos usados llaman la atención del turista por la infraestructura de tapias además de los diseños que se les ha dado.

5) Servicios de consultoría turística

Estas actividades van dirigido a personas que deseen recibir una formación en temas de manejo, planificación, actividad turística, descripción científica de flora, fauna, instrucción de actividades turísticas con fines académicos.

3.9 Oferta

El análisis de la oferta se desarrolla desde el análisis de las propuestas nacionales con que cuenta Ecuador en este sector, hasta el análisis de las familias que se dedica a esta actividad económica en la parroquia y específicamente en la comunidad la Rinconada. La determinación de la población y muestra para la investigación están basadas en datos estadísticos de las instituciones correspondientes. El diseño y aplicación de los instrumentos de evaluación, consistieron en encuestas dirigidas a las familias identificadas en la comunidad, y entrevistas aplicadas al personal de la dirección de desarrollo económico y turismo de la Parroquia Angochagua; los detalles de este estudio se exponen a continuación.

3.9.1 Empresas con oferta de servicios similares.

La empresa PAQUILLA TOURS del Sr. Felipe Escola, maneja el turismo rural en Zuleta, en su empresa comercializa paquete turísticos similares, cabe resaltar que si se vivista el lugar y se hace reservas con anticipación existen dos grupos familiares que manejan la cabañita del bosque o el restaurante el molino, también ofertan directamente guianza, apreciación de eventos culturales, alimentación y hospedaje que están inmersos dentro de los productos de la operadora turística.

3.9.2 Capacidad instalada

En la parroquia Angochagua existen un establecimiento que brindan productos turísticos similares a los que se plantea entregar con la operadora, también grupos familiares coordinan con la comunidad algunas visitas en la Rinconada, quienes organizan

los paquetes turísticos cuenta con limitado equipamiento turístico, por lo que para la investigación se ha tomado como referencia los principales centros donde brindan el servicio de hospedaje, además los servicios de alimentación y transporte, a continuación, se muestran algunos de los principales establecimientos que tiene instalado el sector.

Servicio de Alojamiento

Existen servicios de alojamiento como casas de huéspedes, áreas de camping como en el caso del Molino y la Cabañita del Bosque, esta infraestructura es una fortaleza para el futuro desarrollo de la operadora turística en la comunidad ya que se dispone con la materia básica para recibir a los turistas, entonces los establecimientos son:

Tabla N° 13: Ofertas de alojamiento en el área de afluencia Comunidad la Rinconada.

N°	TIPO	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	HABITACION	PLAZAS
1	Hospedaje	Casa rural familia Espinosa	La Rinconada	3	6
2	Hospedaje	Casa rural familia Chuquín	La Rinconada	2	4
3	Hospedaje	Casa rural familia Tucumba	La Rinconada	4	10
4	Hospedaje	Emprendimiento comunitario la Magdalena	La Magdalena	6	12
5	Hospedaje	Don Amable	Zuleta	6	25
TOTAL					57

Fuente: Investigación de campo

Para efectos del proyecto se considera que la parroquia cuenta con una capacidad instalada para atender a 57 personas que diariamente pueden acceder al servicio de alojamiento. No obstante, hay que diferenciar entre la capacidad anual instalada y la capacidad operativa, la primera se considera los 360 días y la segunda que es la capacidad operativa que se toma en cuenta los días operables que son alrededor de 144 días. . Una vez realizado el cálculo se puede evidenciar que la parroquia cuenta con una capacidad operativa de 8208 plazas, la cifra representa que solo se está dando uso al 40% de su capacidad real.

Tabla N° 14: Capacidad instalada estimada en la comunidad la Rinconada.

Capacidad	Valores
Capacidad anual real	20520
Capacidad anual operativa	8208

Fuente: Investigación de campo

Servicios de alimentación

En las afueras de la comunidad, en especial los fines de semana y feriados se pueden obtener lo diferentes servicios de alimentación, a precios accesibles e incluso para los grupos, los precios de los menús que se ofrecen van desde los \$ 3,00 en adelante, también se puede encontrar platos especiales o Gourmet, que llegan hasta \$12,00, por reservaciones de los restaurantes.

Es importante, mencionar que los propietarios de los establecimientos cuentan con la documentación necesaria para poner en funcionamiento sus locales comerciales, bajo las normas y estándares de calidad que exigen las normativas gubernamentales. Los menús en la zona se han generalizado, es decir, en todos los lugares encontramos la misma carta la diferencia está en la receta de preparación; como opciones para alimentarse se tiene los siguientes:

Tabla N° 15: Ofertas de alimentación que ofrece la comunidad la Rinconada.

DESCRIPCION	PRECIO (\$)	PORCIONES	PRECIO (\$)
Borrego			
Opción 1(mote, papas, mellocos, habas)	5,00	Mellocos	1,00
Opción 2 (Papas peladas, mote, chorizo)	6,00	Habas	1,00
Pechuga	4,00	Queso	1,00
Opción 1(mote, papas, mellocos, habas)		Carnes	2,50
Opción 2 (Papas peladas, mote, salsa de queso)			
Chuleta de cerdo	4,00	Platos mixtos	
(mote, papas, mellocos, habas)			

Trucha (Choclo, papas, habas)	4,00	Mixtos dos carnes Borrego	9,00
Fritada (Choclo, papas, habas)	3,50	Pechuga Chuleta Fritada (Choclos, habas, mellocos, papas)	
Sopas Caldo de Gallina	3,00	Mini Parrillada	12,00
Caldo de gallina (plato grande)	4,00	(Borrego, pechuga, chuleta, chorizo)	
Yahuarlocro	3,00	(Mote, Papas peladas, ensaladas)	
Bebidas Gaseosa 3Litros	3,50		
Gaseosa 1Litros	1,75		
Cola Personal	0,80		
Aguas	0,60		
Chicha	0,30		
Jarra de Chicha	3,00		
1/2 jarra de chicha	1,50		
Colada morada (pan de casa)	1,50		
Jarra de Limonada	2,00		
Otros Duraznos con almíbar	1,00		
Frutas	1,00		
Mermeladas	3,00		
Pan de casa	0,25		

Fuente: Investigación de campo

Variedades de ofertas y sitios de alimentación se ofrecen en la Rinconada, las delicias descritas en la tabla constituyen otra de las fortalezas con que cuenta este proyecto para su implementación y operación turística. Según los datos obtenidos mediante la investigación directa realizada se pudieron evidenciar que existen varios establecimientos que brindan servicios de alimentación, los cuales ofrecen una variedad de menús para el disfrute de las personas que acuden al sector, los platos contienen productos cultivados en la zona.

Cabe resaltar que los restaurantes Samay Loma y la Tulpa, funcionan bajo pedidos o reservaciones, que incluye servicios a domicilio y están en disposición para ofrecer servicios de catering and servicios en sus instalaciones, aparte de estos establecimientos se tiene los siguientes locales de alimentación:

Tabla N° 16: Ofertas de sitios de alimentación que ofrece la comunidad la Rinconada

Nro.	Ubicación	Tipo	Nombre	Atención	Mesas	Sillas	Capacidad personas
					Número	Número	
1	Magdalena Culebrilla	- Paradero	La Choza De José	Fines de semana	6	30	30
2	Magdalena Culebrilla	- Restaurante	Samay Loma	Bajo reservaciones	13	60	60
3	Magdalena Culebrilla	- Paradero	Doña Silvita	Fines de semana	8	20	20
4	Magdalena Culebrilla Sector	Paradero	Carmita	Fines de semana	6	30	30
5	Magdalena (En La Y De Comunidad)	La Restaurante	La Tulpa	Bajo – fines de semana reservaciones	16	80	100
6	Ingreso Rinconada A La	La Restaurante	La Casa Del Borrego	Fines de semana- bajo reservaciones	20	80	100
7	Ingreso Rinconada A La	La Restaurante	La Choza De Mama Sofía	Fines de semana	10	20	50
8	Ingreso Rinconada A La	La Restaurante	La Hueca Del Borrego	Fines de semana	10	20	40
9	Comunidad Rinconada	Restaurante	El Molino	Bajo reservaciones- fines de semana	3	20	20
Total					92	360	450

Fuente: Investigación de campo

Para realizar el cálculo de la capacidad instalada en el área de restaurante se ha tomado la cantidad de 450, cifra que está representado por los 9 establecimientos que se dedica a la elaboración de gastronomía dentro del radio de afluencia. La capacidad instalada real y la operativa al año se concretan en la tabla siguiente. Deduciendo que solo se está dando uso al 40% de su capacidad.

Tabla N° 17: Capacidad instalada anual de la comunidad la Rinconada.

Capacidad	Valores
Capacidad anual real	162000
Capacidad anual operativa	64800

Fuente: Investigación de campo

Servicios de transporte

Se ha tomado en cuenta el potencial turístico que tiene el sector, ya que por la vía principal transitan gran cantidad de vehículos que visitan el sector por la gastronomía, lugares turísticos, o consumir los productos artesanales, para comprobar la movilidad del área de estudio, en cuanto a la transportación, se tomaron muestras los vehículos que transitan en el sector; obteniendo como resultado siguiente información:

Tabla N° 18: Resultados de la transportación, comunidad la Rinconada.

COMPANÍA	PARADA	DIRECCIÓN	RUTA	HORA DE SALIDA
Cooperativa Ñucanchi Ñan	Parroquia La Esperanza	Junto al cuartel Yahuachi	Indistinta	A cualquier hora
Cooperativa Quebrada Seca	Parroquia La Esperanza	Junto al cuartel Yahuachi	Indistinta	A cualquier hora
Cooperativa De Transporte Olmedo	Ciudad de Ibarra	Terminal Terrestre- Ciudad de Ibarra	Cayambe- Zuleta	Cada 15 minutos
Cooperativa de Transporte la Esperanza	Ciudad de Ibarra	Parque German Grijalva Calle- Juana Atabalipa	Ciudad de Ibarra- Parroquia Angochagua	Cada 15 minutos

Fuente: Investigación de campo

La investigación de campo permitió comprobar que, los días más concurridos por los turistas, son los fines de semana y feriados, mientras que los meses más visitados son los de julio, agosto y diciembre, lo que coincide con el movimiento mundial y nacional, asociados a los períodos de vacaciones.

3.9.3 Análisis de la oferta turística nacional y local

Ecuador posee diversos climas y atractivos turísticos, que lo han convertido, vertiginosamente en un eje alternativo de reanimación económica, esta actividad se ha asociado al desarrollo de inversiones locales y extranjeras, con la generación de nuevas fuentes de empleo, el desarrollo de infraestructuras, viales, portuarias y hoteleras, le dan una gran oportunidad y apertura a este sector estratégico para el desarrollo económico y sustentable del país, principalmente de las localidades que receptan grandes masas de turismo.

La diversidad de paisajes, flora, fauna, culturas y las reales posibilidades de realizar turismo rural, comunitario, de aventuras, de negocios, aviturismo y cultural, hacen de este país andino un destino turístico atractivo para todo el mundo.

El desarrollo del sector turístico ecuatoriano “se ha incrementado en los últimos años, y a pesar de que aún existe una gran necesidad de inversión, para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 23), cada año se ha incrementado significativamente, es por ello que al realizar esta investigación de inversión se pretende contribuir modestamente al impulso de las operadoras turísticas en Ecuador.

La comunidad la Rinconada en particular, cuentan con un potencial natural para desarrollar el turismo nacional e internacional, fundamentado en la existencia de exuberantes paisajes de montañas, paramos, lagunas y diversidad cultural, habitado por personas afables, alegres y hospitalarias, que aportan en conjunto una gran oportunidad para desarrollar el turismo gracias a sus riquezas arqueológicas y cultura ancestral, ejes principales, sobre los cuales se desarrolla la naciente industria del turismo local.

En la Comunidad la Rinconada y su respectiva Parroquia Angochagua existen varios establecimientos que brindan el servicio de Turismo rural y comunitario, como se describió en el anterior apartado por lo cual posee la materia prima para organizar paquetes turísticos sustentables y compatibles en el mercado.

Determinación de la Población de personas de la comunidad

La Rinconada es una de las comunidades del Pueblo Caranqui, donde habitan 200 familias, en aproximadamente 170 casas y “según el Plan de Desarrollo Territorial de la Ciudad de Ibarra la comunidad cuenta con 816 habitantes en total, donde el 46 % son hombres y el 54 % mujeres, con una tasa de crecimiento poblacional de 1,59 %”, (Plan de Desarrollo Territorial , 2016). A partir de estos datos se asume un valor de población igual al 20 % de ambos sexos, considerando que entre la población mencionada, existen varios niños y niñas, las cuales no son consideradas dentro de los cálculos, el valor total de 163 personas (88 mujeres y 75 hombres).

Tamaño de la muestra personas de la comunidad

$$N = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(163)}{(163-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(163)}{(162)(0,0025) + (3,8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{156,55}{(0.41) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{156,55}{1,37}$$

$$\mathbf{n = 114,27}$$

La muestra de investigación es de **114 personas** de la comunidad la Rinconada, a quienes estarán dirigidas las encuestas a aplicar.

Tabulación y análisis de la información de la encuesta aplicada a la comunidad:

Los resultados obtenidos con las encuestas aplicadas a los habitantes de la comunidad la Rinconada, se detallan a continuación.

Encuesta Dirigida a la Población de la comunidad La Rinconada

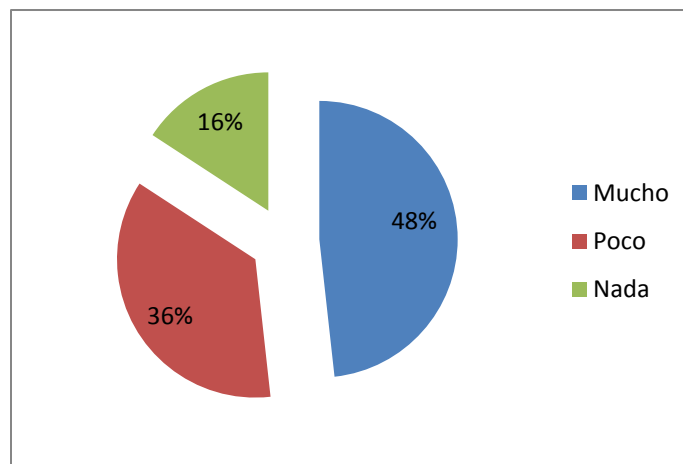
Pregunta N° 1: Cree usted que una Operadora de turismo en la comunidad la Rinconada contribuirá al desarrollo local.

Tabla N° 19: Contribución de la operadora turística en la Comunidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	55	48.24
Poco	41	35.96
Nada	18	15.78
Total	114	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 48: Contribución de la operadora para el desarrollo



Fuente: Investigación de campo

Análisis: Del total de la población encuestada se comprobó que el 48% de la población considera que la creación de la operadora turística contribuirá al desarrollo local de la comunidad, lo cual es beneficioso para la operadora turística ya que en el mercado tiene credibilidad de desarrollo económico alternativo para la Rinconada.

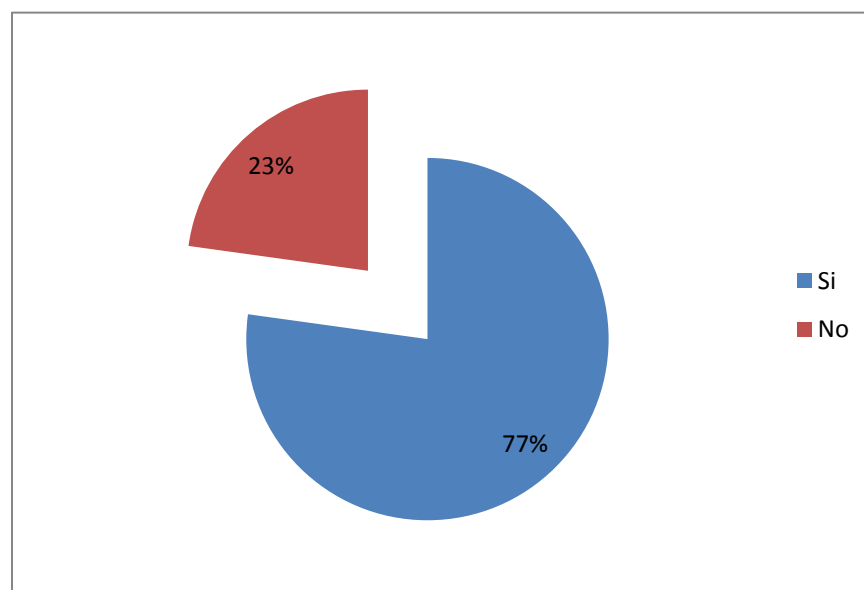
Pregunta N° 2: ¿Estaría dispuesto a proveer alimentos frescos para el funcionamiento de la nueva empresa de turismo?

Tabla N° 20: Proyección de proveedores según encuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	77,19
No	26	22,80
Total	114	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 49: Disposición para proveer de alimentos a los turistas



Fuente: Investigación de campo

Análisis: En la encuesta realizada se pudo evidenciar que el 77 % de la población están de acuerdo en proveer alimentos a nuestra empresa, mientras que el 23 %, se considera no está en condiciones de apoyar este pedido. Esto se debe a que un porcentaje mínimo de los hogares encuestados se dedican a otras actividades, sin embargo, estas cifras son una

ventaja para la operadora, ya que podrán contar con suministradores locales de alimentos naturales y sanos.

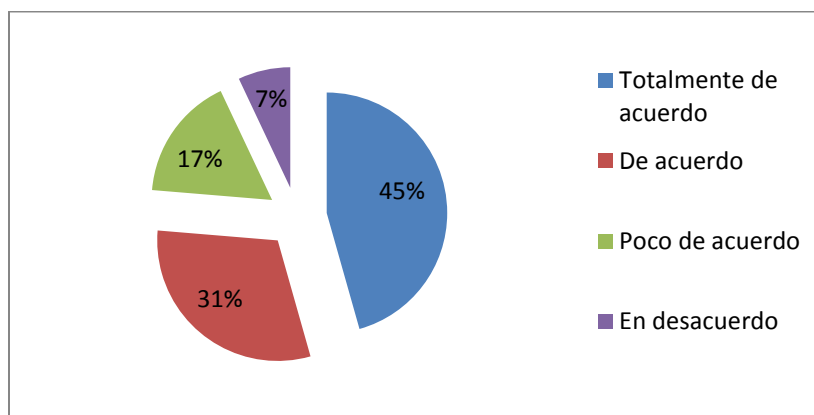
Pregunta N° 3: De crearse la empresa operadora turística ¿Estaría dispuesto a participar como guía?

Tabla N° 21: Participación como guía en la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	52	45,61
De acuerdo	35	30,7
Poco de acuerdo	19	16,67
En desacuerdo	8	7,02
Total	114	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 50: Disposición de mano de obra en el sector



Fuente: Investigación de campo

Análisis: Es de un gran valor poder contar con más del 70 % de la población en la disposición de participar como guía y que tan solo el 7% no presenta interes en participar como actor generador de turismo, lo cual constituye una fortaleza para la operadora turística proyectada debido a que los pobladores poseen conocimientos plenos de su localidad y pueden servir de guías naturales al turista, a través de los senderos y rutas que se ofrezcan como parte de los paquetes turísticos que se pretende implementar en la operadora.

Entrevista Dirigida a la Dirección de GAD de la Parroquia Angochagua

Dentro del GAD de la parroquia Angochagua, se encuentra la dinamización turística y proyectos a cargo del Ing. Alex Acosta Técnico de Turismo, a quien se le practicó la siguiente entrevista.

1. ¿Qué funciones principales cumple la dirección de Desarrollo Económico y Turismo?

La dirección cumple principalmente, las funciones de desarrollo turístico, agro producción y emprendimientos.

Análisis: Evidentemente las funciones de la dirección son precisas e incluyen la actividad turística, con acciones que contribuyen al desarrollo económico de la región.

2. ¿Cuenta la dirección con una planeación estratégica, que involucra el desarrollo turístico en la comunidad la Rinconada?

Si, la dirección cuenta con los objetivos estratégicos, y la misión de crear proyectos productivos y económicos en toda parroquia, y aunque no se cuenta con un proyecto específico para la comunidad la Rinconada, estamos en la disposición de ayudar a la reactivación económica de toda la sociedad, a través del desarrollo del sector turístico en toda la parroquia.

Análisis: Como se aprecia en la respuesta a esta pregunta, la Dirección de Desarrollo cuenta con los objetivos estratégicos, y sus respectivas acciones que permiten tener claridad el cuál es el rumbo correcto, que debe seguir para lograr una mayor participación de la sociedad comunitaria y toda la parroquia.

3. En lo que respecta al turismo. ¿Considera usted que la Rinconada es considerado como un posible potencial turístico?

Actualmente la Rinconada es considerada como un potencial turístico, ya que posee bellos atractivos naturales y culturales, gastronomía comunitaria, alfarería, variedad en artesanías de madera y realzando adicionalmente los hermosos bordados realizados por las propias mujeres de la comunidad. Consideramos importante la ubicación geográfica en la que se destaca la presencia de una gran variedad de geomorfologías.

Análisis: Es importante el reconocimiento de la dirección, sobre las potencialidades que posee la comunidad, para el desarrollo turístico, lo cual debería estar acompañado de mayores acciones para la implementación de proyectos como el propuesto en este trabajo de tesis.

4. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos identificados en la Rinconada?

Los principales atractivos turísticos están en el sector rural desarrollándose así el turismo comunitario, además posee bosques, restaurantes; es una comunidad rodeada de bellos paisajes y montañas, donde podemos disfrutar de la flora y fauna típica del lugar, y que, a pesar de ser muy conocida, es muy visitada por turistas nacionales y extranjeros.

Además, en la comunidad existen lugares turísticos, como son el Paradero el Molino y la Cabañita el bosque y un tercero es coordinando con la presidente de la asociación del grupo de turismo de la comunidad.

Análisis: A pesar de que se han identificado los principales atractivos turísticos de la comunidad, estos son insuficientes con respecto a todas las potencialidades que posee la zona, donde es posible desarrollar el senderismo, el transporte, el alojamiento para los visitantes y otras, que han sido definidas como resultado de este trabajo.

6. ¿Existe infraestructura física, tradiciones culturales, educativas y sociales en la parroquia en la zona de estudio, que favorezcan el desarrollo de la operadora turística que se propone para la comunidad la Rinconada?

En los alrededores de la Rinconada existen algunos lugares muy cercanos, que se dedican a esta actividad como, Magdalena y Zuleta, las cuales pueden aportar experiencias y vincularse al desarrollo del turismo en esta comunidad.

Las tradiciones culturales son únicas en la comunidad, ya que por años se han transmitido las tradiciones culturales de los antepasados, para que en la generación futura no la pierdan. La comunidad cuenta también con una escuela para educar a los niños del sector, hace años atrás en esta escuela se enseñaba el idioma quichua, y en la actualidad ya no se cuenta con estas enseñanzas para los niños ya que los gobiernos actuales no la incentivan.

La gente de la comunidad es muy sociable y amable ya que mediante ella se puede transmitir las costumbres y tradiciones de la comunidad ya sea a turistas nacionales y extranjeros. También hacen una demostración de las vestimentas y a través de su música son capaces de expresar la identidad cultural de esta región del país.

Análisis: Se reconoce la existencia de infraestructura física, tradiciones culturales, educativas y sociales en la parroquia que favorecen el desarrollo de la operadora turística en la comunidad la Rinconada, así como la calidad humana de los pobladores de la misma, aspectos que en conjunto pueden ser aprovechados en función de la implementación de la empresa, no obstante, es necesario desarrollar esta infraestructura con mayor intensidad, pues el sector turístico y su natural desarrollo lo demandarán.

7. Aproximadamente, ¿cuántos turistas visitan la comunidad al año?

La dirección estima que anualmente visitan la comunidad la Rinconada alrededor de 1440 a 1500 turistas, tanto nacionales como extranjeros no se ha manejado estadísticas oficiales del Ministerio de turismo, por lo que este dato de turistas que visitan la comunidad corresponde a los promotores turísticos del sector.

Acuden a visitar el lugar alrededor de 30 personas como promedio los fines de semana cuatro semanas, o sea, 120 personas promedio al mes, sin tomar en cuenta que la demanda aumenta en los días feriados. Estos datos dan como resultado alrededor de **1440 visitantes** al año como promedio.

Análisis: Se comprobó que a pesar de que se poseen algunos datos sobre la cantidad de visitantes, no existe total precisión sobre las cifras exactas, elemento que debe ser controlado como parte de la planeación estratégica que debe llevar la dirección de desarrollo, en función de impulsar el sector turístico en la zona.

8. ¿Qué productos alimenticios más se producen en la comunidad?

Los productos que se producen dentro de la comunidad son el trigo, la cebada, el maíz, frejol, arveja, quinua, que esto sirve para el consumo interno de los hogares y también para las semillas.

Análisis: La producción alimentaria tiene tradición en la zona, pero el propio desarrollo de la actividad turística, servirá de motivación a los productores locales, para la siembra y cultivo de otras variedades de alimentos en la zona, como las frutas y verduras, así como los productos lácteos que se generan de la crianza de animales.

9. ¿Cree Ud. que la creación de una operadora turística en la comunidad, constituye un eje fundamental para lograr el desarrollo económico deseado?

Consideramos que sí, ya que la mayoría de los atractivos turísticos se encuentran en el sector rural, los cuales se enmarcan en el turismo de naturaleza, lo que constituye un especial potencial económico de la parroquia y la comunidad la Rinconada.

Análisis: Esto fundamentan la creación del proyecto para la creación de una operadora turística en la comunidad, pues existe conciencia en la dirección sobre las oportunidades que creará la misma en la zona.

10. ¿Considera Ud. que a través del turismo se pueden generar mayores fuentes de empleo?

Estamos totalmente convencidos que sí, ya que la actividad turística involucra a varios actores, que se relacionan con esta actividad, y pueden crearse nuevas opciones de trabajo, a partir del desarrollo de este sector en la región, lo cual beneficiará a muchas familias de la parroquia.

Realmente estamos convencidos que el turismo reactiva la economía de la parroquia y de la comunidad al generar nuevas fuentes de empleo.

Análisis: Reconocer que la actividad turística involucra a varios actores de la comunidad en función del desarrollo social, es un aspecto importante, pues la dirección apoyaría la implementación de este proyecto y la motivación para la creación de otras empresas similares en función de incrementar las fuentes de empleo y el bienestar familiar de la zona.

11. ¿Considera Ud. que existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio u otros organismos en el tema turismo para lograr el óptimo desarrollo del sector?

Actualmente debido a la variación de los períodos de crisis a nivel nacional y mundial, han existido recortes en el presupuesto de la dirección, que han provocado la paralización de varios proyectos, incluyendo a los relacionados con el turismo, pero la presentación de un proyecto bien fundamentado económicamente, puede ser apoyado por la alcaldía y la directiva parroquial para su implementación.

Análisis: A pesar de las limitaciones económicas reconocidas por la dirección, es importante conocer que la presentación de proyectos, como la operadora turística que se propone en este trabajo y su correcta fundamentación económica, puede ser apoyada por las instituciones Autónomas descentralizadas como Prefectura, GAD Ibarra y las Juntas Parroquiales.

12. ¿En qué estado se encuentran las vías de acceso a los lugares turísticos de la parroquia y la comunidad la Rinconada?

La mayoría de los atractivos poseen vías de segundo orden, o sea, se cuenta con una buena accesibilidad a los lugares con atractivos turísticos, sin embargo, con las variaciones del clima en algunas ocasiones el acceso de puede tornar difícil.

Análisis: A pesar de que se cuenta con una buena accesibilidad a los atractivos turísticos de la zona, las vías son de segundo orden y las variaciones climatológicas pueden afectar el acceso, por lo que este aspecto debe ser coordinado con los representantes de la comunidad así como entidades estatales para que las vías se mantengan en buen estado.

El mercado turístico de la comunidad la Rinconada, a pesar de sus potencialidades expresadas en atractivos naturales, culturales y sociales, no está desarrollado a plenitud, por lo que se hace necesario este estudio, con la finalidad de conocer a través de entrevistas a los directivos de la actividad de desarrollo económico y turismo de la Parroquia Angochagua, la situación actual de este sector en la zona, y cuáles son las proyecciones y perspectivas para la posible implementación de una operadora turística, así como la identificación de las características de la población.

Por otra parte en cuanto a la prestación de servicios la población involucrada está totalmente dispuesta a participar en la producción de servicios turísticos de hospedaje alimentación, transporte en la comunidad y la Parroquia, para cotejar esta información se llevó a cabo una encuesta que muestre la participación de la comunidad. .

3.9.4 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta permite identificar cual será el comportamiento de la misma, durante un periodo de tiempo, considerando las características del mercado en el sector turístico, que permita estimar los servicios que se ofrecerán y los ingresos y gastos en que incurrirá la empresa durante ese tiempo.

Una vez realizada la investigación se determinaron los establecimientos de turismo más cercanos, donde se va a instalar la nueva operadora turística, entonces se procederá a realizar el cálculo de la proyección para los 5 años siguientes, teniendo como base la capacidad operativa instalada en función de la tasa de crecimiento del PIB del año 2017, que fue 2,4% de acuerdo a estadísticas del Banco Central del Ecuador.

El turismo en la comunidad no se desarrolla a gran escala, si viene a ser cierto la comunidad aún presenta bosques con sendero rústicos para acceder a los atractivos naturales, en base al monitoreo que realizan los guías nativos y el equipamiento turístico instalado se presenta una proyección de la oferta en los próximos 5 años, utilizando la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde:

C_n= Oferta futura

C_o= Oferta actual

i= Tasa de crecimiento, asumida 2,4 % tasa de crecimiento del PIB del año 2018, según Verónica Artola gerente general del Banco Central del Ecuador

n= Año proyectado.

Aplicando la fórmula se obtiene la siguiente proyección de la oferta en el área de alojamiento y restaurante se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 22: Proyecciones de la oferta del proyecto.

AÑOS	OFERTA	
	ALOJAMIENTO	RESTAURANTES
2019	8405	66355
2020	8607	67948
2021	8813	69578
2022	9025	71248
2023	9241	72958

Fuente: Investigación de campo

3.10 Demanda

3.10.1 Análisis de la demanda en la Rinconada

A partir de datos del Ministerio del Turismo, se conoce que mundialmente el turismo posee una elevada dinámica comercial, donde se han definido los mercados más representativos para el Ecuador, “en cuanto a su recepción y estadía, sobresaliendo Colombia, Perú y Estados Unidos, como los países de donde proviene anualmente, la mayor cantidad de turistas que nos visitan; con una participación de turistas que oscila entre 11 % y 24%”, (MINTUR, 2017).

Según estadísticas proporcionadas por la “Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, durante el año 2014 se registró 1`557.006 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un incremento del 14.2% con respecto a la entrada de extranjeros en el año 2013”, (Ministerio del Turismo, 2014).

En lo que respecta al turismo interno, “los principales mercados emisores son: Quito con un 23%, seguido por Guayaquil con un 22%, Cuenca con un 8% y Ambato con un 4%”, (Cheza Trejo, 2017, pág. 106).

El turismo ocupa un lugar muy representativo en el ingreso de divisas al país proporcionando significativos ingresos, “en comparación a las exportaciones de productos primarios e industrializados, ocupando el tercer puesto, en el año 2013, con un crecimiento considerable para el año 2014, generando así grandes expectativas de crecimiento del turismo en Ecuador, e incentivando la inversión”, (Asociación Nacional de Operadores de Turismo , 2017, pág. 33).

Por tanto, estratégicamente el turismo se ha convertido en una locomotora de parte de la economía nacional, pues es capaz de alar a otros sectores con su propio desarrollo; por lo que la posibilidad de la creación de una operadora turística en la Rinconada, contribuirá a impulsar este sector, en una zona con gran cantidad de atractivos naturales, que servirá de motivación a otros sectores con similares atributos existentes en el Ecuador.

3.10.1.1 Población y muestra del proyecto

De acuerdo a un sondeo realizado en el sitio se apreció que el mayor porcentaje de turistas que llegan a la parroquia provienen de la provincia de Pichincha, en base a esta referencia se toma para el proyecto a la población económicamente activa de la región.

Calculo del tamaño de la muestra de la población económicamente activa de Pichincha.

Para el cálculo de la muestra se toma como referencia la población de 1190.632 personas cuyo dato es reflejado, en vista que se va a determinar las proyecciones de la oferta y demanda respectivamente de manera anual, el cálculo del tamaño de la muestra de investigación, se desarrolla a través de la siguiente expresión estadística:

$$n = \frac{Z^2 S^2 N}{\epsilon^2 (N-1) + Z^2 S^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

S= Varianza (0.5)

ϵ = D. Estándar (0.05)

N= Tamaño de la población

Z= Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

Nivel de confianza= 95% $\Rightarrow Z = 1.96$

Entonces:

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (1190632)}{(1190632-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(1190632)}{(1190631)(0,0025) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{1143482.97}{(2976.5775) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{1143482.97}{2977.5379}$$

$$n = 384,04$$

La muestra de investigación es de **384 personas**, a quienes estarán dirigidas las encuestas a aplicar.

Para el análisis de la variable demanda fueron recopiladas diferentes informaciones, tanto nacionales como locales, empleando como principal instrumento de recolección de información las encuestas orientadas a una muestra de la población de turistas que visitan la parroquia. Tras la aplicación de los instrumentos se tabuló y analizó los resultados a fin de realizar las proyecciones y la determinación de la demanda insatisfecha existente en el sector.

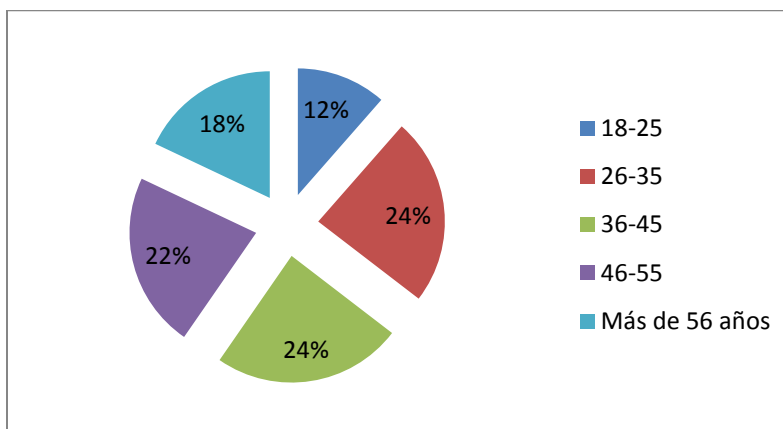
Tabulación y análisis de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan la parroquia

Pregunta N° 1: ¿Cuál es la Edad de los turistas que visitan la Rinconada?

Tabla N° 23: Edad de los turistas que visitan la comunidad la Rinconada

Alternativa (Edad)	Frecuencia	Porcentaje (%)
18-25	44	11,46
26-35	92	23,96
36-45	93	24,22
46-55	86	22,40
Más de 56 años	69	17,97
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 51: Edad de los turistas que visitan el sector

Fuente: Investigación de campo

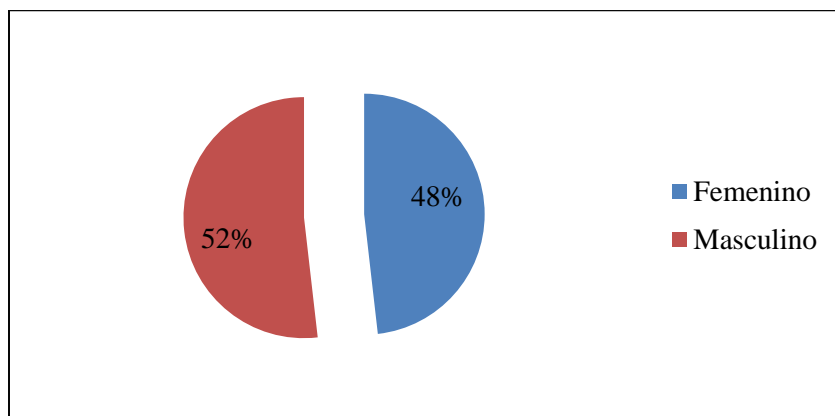
Análisis: La operadora turística debe adaptarse a las necesidades de los clientes, por lo tanto, es importante saber combinar los servicios que se prestan en los paquetes, con el fin de que estos contengan elementos comunes entre los visitantes, además de servicios que se ajusten a las necesidades de los clientes. Para el caso de la operadora se debe tomar en cuenta la segmentación de la demanda de edades maduras y avanzadas, ya que, de acuerdo al trabajo de campo realizado, los perfiles de turistas de 26-35, 36-45, 46-55, años son quienes más llegan al sector. Es importante resaltar que a estas edades las personas están dotados de mayores ingresos para disfrutar de viajes.

Pregunta N° 2: ¿Cuál es el comportamiento del género de los turistas que visitan a la comunidad?

Tabla N° 24: Género de los turistas que visitan a la comunidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Femenino	186	48,44
Masculino	198	51,56
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 52: Género de los visitantes

Fuente: Investigación de campo

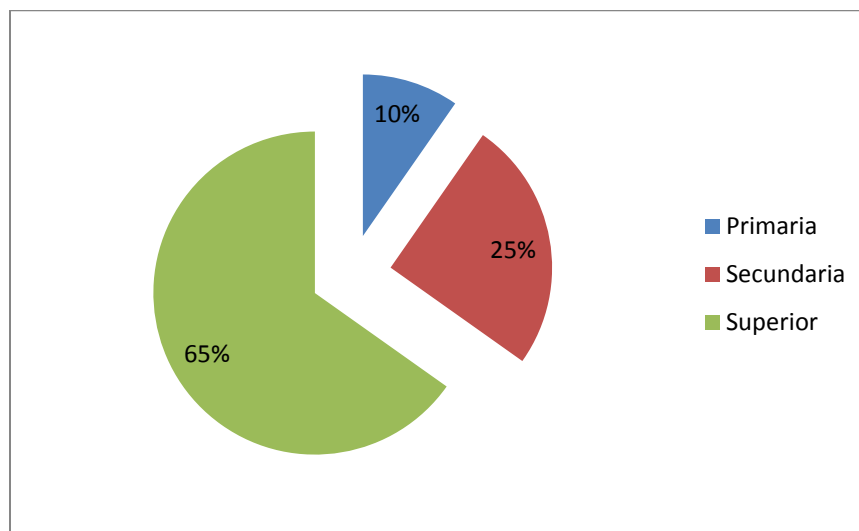
Análisis: La orientación para realizar turismo es equivalente, pues el 52% de la muestra en la Rinconada está representada por hombres, mientras que la diferencia corresponde a mujeres, de manera que los paquetes deben estar orientados a prestar servicios unisex, con el fin de que todos puedan participar. Este aspecto es relevante ya que los hombres esperan tener experiencias relacionadas con la adrenalina, es decir, esperan practicar turismo de aventura y por lo general las mujeres impulsan el turismo de compras al visitar sitios que representen la cultura y tradiciones del sector.

Pregunta N° 3: Nivel de estudio de los turistas que visitan la Rinconada

Tabla N° 25: Nivel de estudio de los turistas que visitan a la comunidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Primaria	37	9,69
Secundaria	96	25,13
Superior	249	65,18
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 53: Nivel de estudios de los turistas

Fuente: Investigación de campo

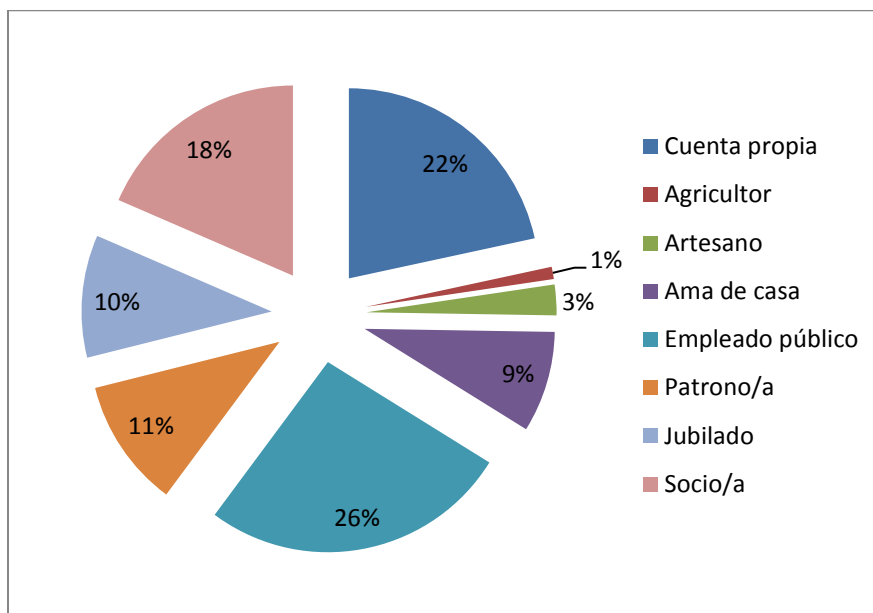
Análisis: Mas de la mitad de la población encuestada tiene estudios de nivel superior, lo cual muestra que en su visita busca distraerse con servicios de calidad, además por lo general viaja con la expectativa de encontrar en el lugar actividades turísticas llamativas, o en su caso salen a los alrededores para consumir el hospedaje y alimentación, otro punto que se debe resaltar es que al tener conocimiento de la cultura, tienden a prestar interés a los artículos y objetos artesanales que representan la historia del país.

Pregunta N° 4: ¿Cuál es su ocupación?

Tabla N° 26: Comportamiento de ocupación de los turistas que visitan a la comunidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta propia	83	21,61
Agricultor	4	1,04
Artesano	10	2,60
Ama de casa	33	8,59
Empleado público	101	26,30
Patrono/a	42	10,94
Jubilado	40	10,42
Socio/a	71	18,49
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 54: Nivel de ocupación de los turistas

Fuente: Investigación de campo

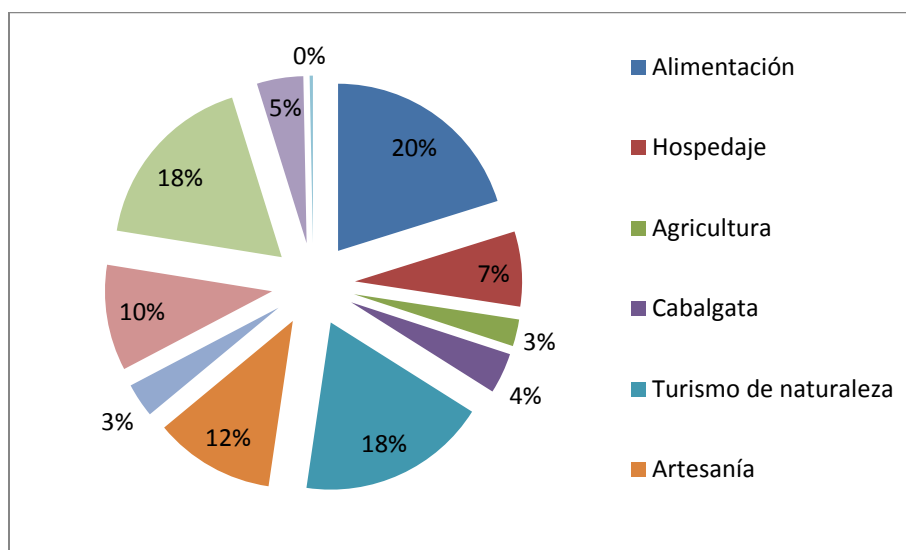
Análisis: El nivel de ocupación de los turistas que visitan la parroquia corresponde a empleado público y profesionales que laboran por su cuenta propia, todo lo cual indica, que la mayoría de los turistas en la zona son de clase media, de manera que los productos y/o servicios que se comercialicen en la operadora deben estar orientados principalmente a este tipo de clase social.

Pregunta N° 5: ¿Qué tipo de servicios turísticos prefiere?

Tabla N° 27: Comportamiento del tipo de servicios que prefieren los turistas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje(%)
Alimentación	256	20,17
Hospedaje	92	7,25
Agricultura	33	2,60
Cabalgata	50	3,94
Turismo de naturaleza	233	18,36
Artesanía	148	11,66
Alfarería	42	3,31
Bordados	130	10,24
Costumbres y tradiciones	224	17,65
Ciclismo	57	4,49
Otros	4	0,32

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 55: Preferencia de los servicios turísticos

Fuente: Investigación de campo

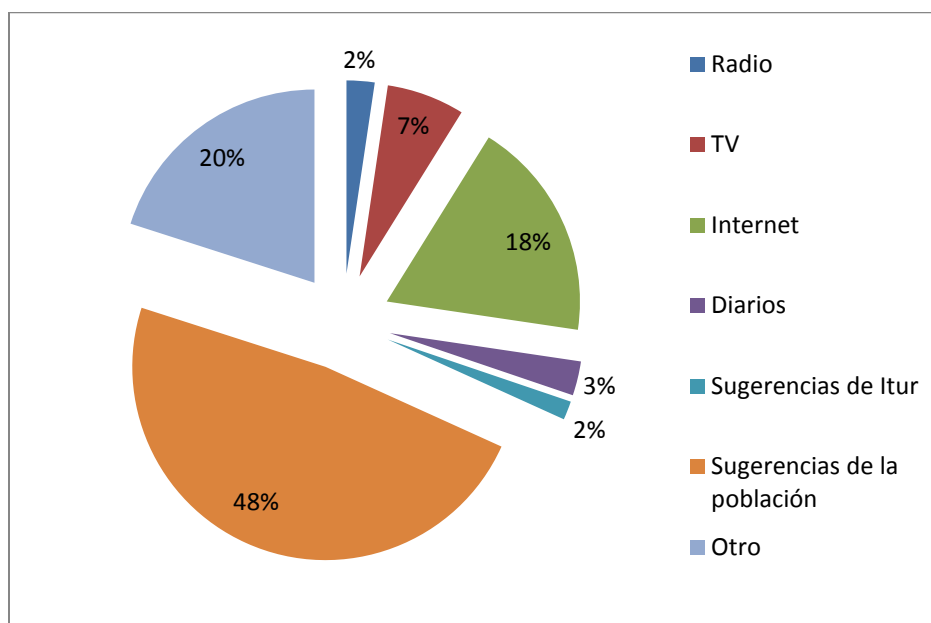
Análisis: Los turistas prefieren los servicios de alimentación, turismo de naturaleza, costumbres y tradiciones, artesanías bordados y hospedaje, lo que significa que estas seis opciones representan un 85,33 % de los deseos que los vacacionistas esperan encontrar en los sitios turísticos. Mientras que en menor proporción, están la cabalgatas, ciclismo alfarería y agricultura, entre otros. Elementos que aportan importante información sobre las preferencias de los turistas, las cuales deben ser atendidas a través de la organización y planificación de paquetes expendidos en la operadora.

Pregunta N° 6: ¿Por qué tipo de medios de comunicación conoce de las ofertas turísticas?

Tabla N° 28: Vías de comunicación que utilizan los turistas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	9	2,32
TV	25	6,44
Internet	71	18,30
Diarios	11	2,84
Sugerencias de Itur	6	1,55
Sugerencias de la población	185	47,68
Otros	77	20,05
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 56: Medios de publicidad que más frecuentan

Fuente: Investigación de campo

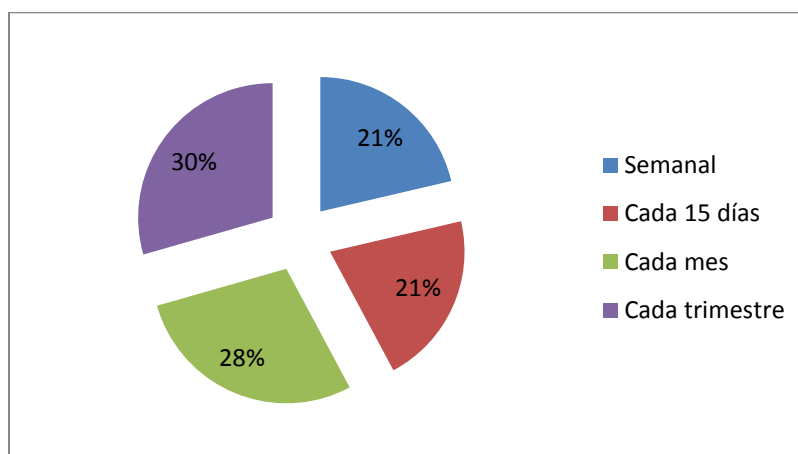
Análisis: Las vías de comunicación más utilizadas por los turistas son las sugerencias de la población con el 48 %, seguido de Internet con el 18 % y otros métodos alternativos con el 20 %, estos representan más del 86 % de las variantes; entonces la experiencia que se ha obtenido tras la adquisición de productos y/o servicios debe ser satisfactoria, pues los datos revelan que el de boca en boca, las redes sociales e internet facilitan que los turistas accedan a la comunidad.

Pregunta N° 7: Con qué frecuencia revisan las ofertas turísticas

Tabla N° 29: Frecuencia que utilizan los turistas para revisar las ofertas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	82	21,35
Cada 15 días	80	20,83
Cada mes	109	28,39
Cada trimestre	113	29,43
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 57: Frecuencia con que revisan promociones turísticas

Fuente: Investigación de campo

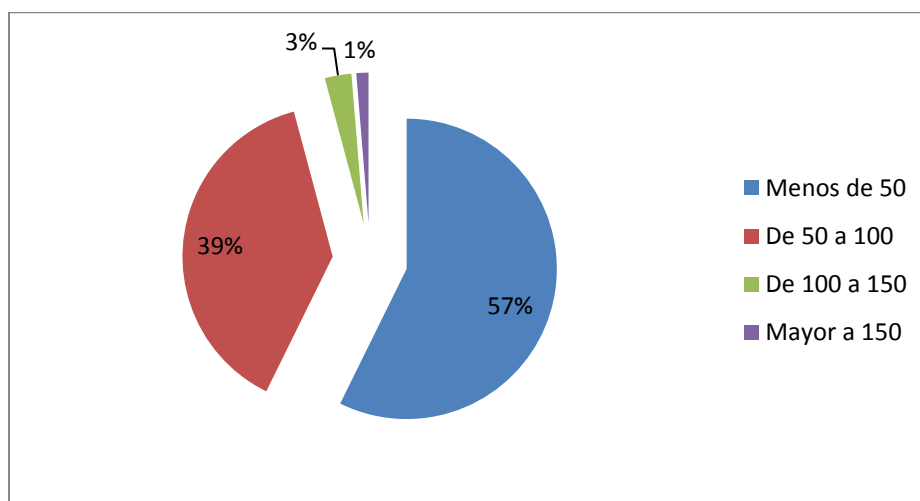
Análisis: Los resultados de esta interrogante demuestran que existe una gran uniformidad, sin embargo la frecuencia que más sobresale es de cada trimestre, en estas fechas los turistas revisan las ofertas ya que por lo general tienen feriados o coinciden con las festividades tradicionales que programa la comunidad. Demostrando que los turistas tienen interés por estar informados sobre las opciones turísticas cerca a su lugar de residencia, por tanto, no se debe descuidar la publicidad de manera sistemática de los productos y servicios que ofrecerá la operadora.

Pregunta N° 8: ¿Con que cantidad de presupuesto diario realizan las estancias turísticas?

Tabla N° 30: Presupuesto utilizado por los turistas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 50	220	57,29
De 50 a 100	148	38,54
De 100 a 150	11	2,86
Mayor a 150	5	1,30
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 58: Gastos promedios por día

Fuente: Investigación de campo

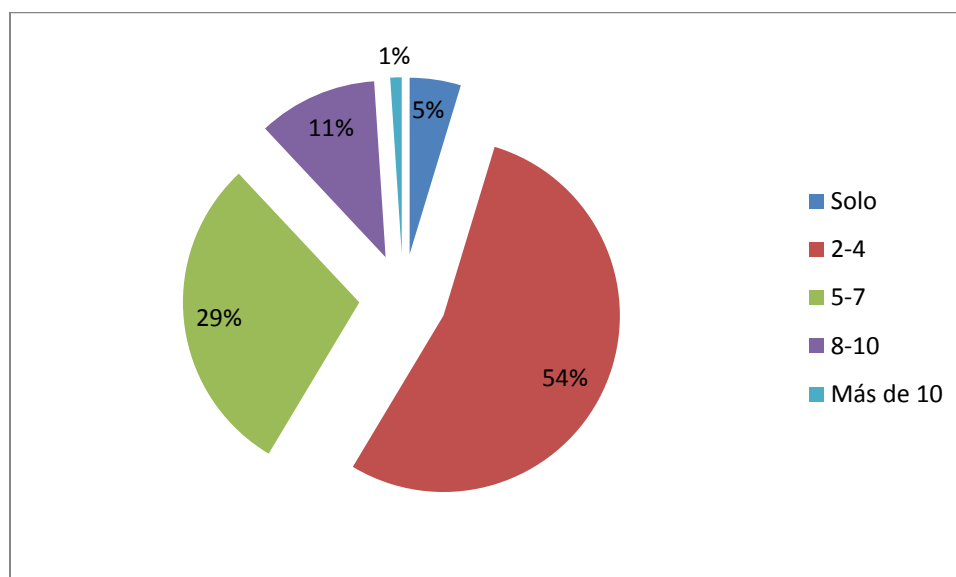
Análisis: Es significativo el resultado de esta pregunta en virtud de que el 96 % de los turistas consumen como promedio entre 50 y 100 USD/día, considerando este dato los paquetes y/o servicios diarios que preste la operadora no debe superar este rubro para que los turistas puedan acceder a la contratación de paquetes.

Pregunta N° 9: ¿Con que cantidad de personas realizan sus viajes turísticos?

Tabla N° 31: Cantidad de personas que viajan en los viajes turísticos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Solo	18	4,69
2-4	207	53,91
5-7	113	29,43
8-10	42	10,94
Más de 10	4	1,04
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 59: Número de personas con que viajan

Fuente: Investigación de campo

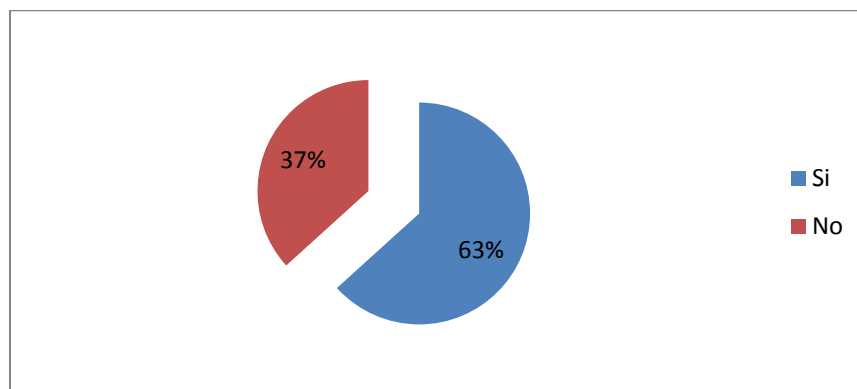
Análisis: Es importante tener en cuenta que más de la mitad de los turistas que llegan al sector lo hacen entre 2-4 personas, como tentativa se tiene que ese grupo representa a viajes familiares pues coincide con los datos publicados del INEC donde el promedio de miembros por familia son de 3.78, posterior a este porcentaje viajan entre 5 a 7 personas con un 29,43%, el número de personas respalda la operación de la empresa.

Pregunta N° 10: ¿Le gustaría viajar a través de la contratación de paquetes en una operadoras turísticas?

Tabla N° 32: Comportamiento del uso de las operadoras turísticas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	243	63,28
No	141	36,72
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 60: Participación del proyecto

Fuente: Investigación de campo

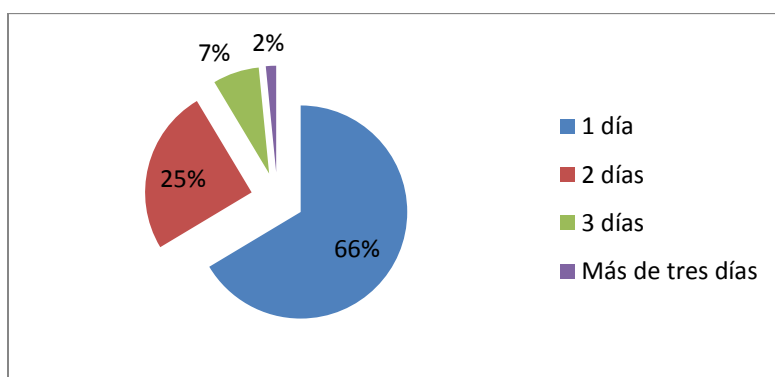
Análisis: Constituye un elemento importante conocer que prácticamente el 63 % de los turistas les gustaría emplear las operadoras para conocer y contratar los servicios turísticos que se ofrecen en este sector, lo que es un indicador fundamental que justifica la implementación de la operadora en la comunidad la Rinconada.

Pregunta N° 11: ¿Cuántos días le gustaría quedarse en el sector?

Tabla N° 33: Días que pernoctan los turistas en el sector

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 día	255	66,41
2 días	96	25,00
3 días	27	7,03
Más de tres días	6	1,56
Total	384	100

Fuente: Investigación de campo

Figura N° 61: Días que pernoctan los visitantes

Fuente: Investigación de campo

Análisis: el 66% de los visitantes llegan al lugar por un día, quizá este porcentaje es dado por desconocimiento de los sitios de interés turístico de la comunidad y la escasas de los servicios turísticos abiertos en días ordinarios este hecho causa un problema para que el turista pernocte por varios días en la zona.

3.10.2 Segmento de mercado

De acuerdo a los servicios que se pretenden brindar por parte de la operadora turísticas, el proyecto está enfocado a la población económicamente activa de la provincia de Pichincha, específicamente aquellos que son profesionales y trabajan por su cuenta propia y los empleados públicos, a razón de que en las encuestas es el mayor porcentaje que hace turismo en el sector.

Consecuentemente se tiene que de la población total es de 377030 personas que están dentro de la clasificación ocupacional que podría viajar y hacer turismo, pero de esta población pueden desplazarse a diferentes sitios turísticos tanto nacionales como locales, si se considera que en el mejor de los casos la población total se desplace a la Provincia de Imbabura se tiene como conocimiento de acuerdo a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la UTN en el estudio realizado sobre la oferta y demanda, el sector turístico en Imbabura año 2018 de la demanda que ingresa a la parroquia corresponde al 19,33%, este porcentaje equivale a 72955 personas

3.10.3 Demanda actual

De las anteriores investigaciones se determinó que la demanda actual operativa es de 72955 personas disponibles para adquirir servicios y/o productos de la zona.

Tabla N° 34: Demanda actual de la operadora turística.

Demanda	Valores
Demanda Anual operativa	72955

Fuente: Investigación de campo

3.10.4 Demanda potencial

La demanda potencial es una proyección de datos para los cinco años, este proceso representa la evaluación del comportamiento a futuro del consumidor, que es utilizada para establecer una comparación entre los valores reales de lo que podría ser la demanda en los años posteriores. Esta información es de vital importancia, considerando que de ella depende la viabilidad o no del proyecto.

Para el cálculo de la proyección de la demanda para los 5 años se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la Provincia de Pichincha obtenida del último censo del INEC, entonces el valor corresponde a 2,26%, tomando este porcentaje se prevé un promedio del comportamiento del turismo en la parroquia de la siguiente manera.

Tabla N° 35: Resultados de la proyección de la demanda.

AÑOS	DEMANDA
2019	74604
2020	76290
2021	78014
2022	79777
2023	81580

Fuente: Investigación de campo

Los datos obtenidos, generan expectativas de afluencia de turistas, para los próximos 5 años, las cifras son significativas, será posible acoger a más de 76290 turistas para el año 2020, como potenciales clientes de la empresa, lo que permitirá posicionarse en el mercado turístico en la zona.

3.10.5 Determinación de la demanda insatisfecha.

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que nos permite identificar si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho por el servicio o producto que se entregó para el cálculo se lo realizó de la siguiente manera.

$$\text{DEMANDA} - \text{OFERTA} = \text{DEMANDA INSATISFECHA}$$

Tabla N° 36: Resultados de la demanda insatisfecha en el servicio de alojamiento.

ALOJAMIENTO			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	74604	8405	66199
2020	76290	8607	67683
2021	78014	8813	69201
2021	79777	9025	70753
2022	81580	9241	72339

Fuente: Investigación de campo

La comunidad ha visto una actividad de desarrollo económico alternativo en el turismo, por lo que han adaptado sus propiedades en casas rurales para recibir a los turistas, con la operación de la empresa las cantidades de turistas subirán considerablemente por lo que la comunidad vera la necesidad de incrementar y mejorar los espacios y/o servicios que vayan orientados al turismo.

Tabla N° 37: Resultados de la demanda insatisfecha en el servicio de restaurante

RESTAURANTE			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	74604	66355	8249
2020	76290	67948	8342
2021	78014	69578	8436
2021	79777	71248	8529
2022	81580	72958	8622

Fuente: Investigación de campo

La mayoría de turistas que llegan al sector se quedan durante el día por lo que deben alimentarse durante su recorrido en la parroquia, al ver la necesidad de los visitantes de manera innata ya se han instalado lugares de alimentación que van desde pequeños puestos comerciales estructurados con carpas, hasta restaurantes que brindan todas las comodidades para prestar sus servicios.

Participación en el proyecto

Para el cálculo de la participación en el proyecto se consideran dos indicadores, uno obtenido de la encuesta donde se revela que el 66, 41 % de la población únicamente se

queda haciendo turismo por un día, en base a ello se puede segmentar y apuntar a la demanda insatisfecha de la alimentación, pues el servicio de alojamiento no es muy concurrido. Por otra parte el 63,28% de la población estaría dispuesta a contratar de los productos y/o servicios que se programen a través de la operadora.

Tabla N° 38: Indicadores del porcentaje de la participación del proyecto

Indicadores	Porcentaje
Permanencia de los turistas de 1 día	66,41 %
Dispuestos a contratar la operadora	63,28 %
Promedio	65 %

Fuente: Investigación de campo

De esta forma, entonces del total de la demanda insatisfecha proyectada se hace una relación entre estos dos indicadores, obteniendo como promedio el 65% de la participación del proyecto.

Tabla N° 39: Participación en el proyecto

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda Potencial a Satisfacer
2019	8249	5362
2020	8342	5423
2021	8436	5483
2022	8529	5544
2023	8622	5604

Elaborado por: Las autoras

3.10 Comercialización

3.10.11 Publicidad del producto

Los datos de la encuesta revelan que el 48% de los turistas llegan por las sugerencias de la población, la mayoría de las personas antes de emprender un viaje tienden a revisar en las redes sociales o páginas web de los lugares sugeridos para visitarlos, además el 18 % se enteran de promociones o nuevos servicios a través de internet, se puede decir entonces que

el 66% de la población utilizará estos medios. Consecuentemente para promocionar la empresa se creará una página web de la operadora, y para fortalecer las sugerencias de la población se distribuirá tarjetas de presentación de la empresa y trípticos que permitan obtener la información de acción que lleva la empresa en cuestión.

3.10.12 Redes sociales

El Facebook, Instagram, twitter permiten que la empresa se dé a conocer gracias a la satisfacción del cliente, pues al usar estos canales quienes hayan adquirido un paquete o servicio en la operadora pueden expresar su nivel de satisfacción y sugerir a otras personas o caso contrario desalentar a la adquisición de servicios de la operadora, de manera que siempre la calidad en servicios debe ser el eje institucional.

3.10.13 Promociones

Para determinar este indicador se evaluó la frecuencia con la que los turistas visitan los espacios publicitarios de turismo, en la investigación de campo se refleja que lo hacen en cada trimestre, en estas fechas los turistas revisan las ofertas ya que por lo general tienen feriados o coinciden con las festividades tradicionales que programa la comunidad, de manera que se lanzarán promociones en febrero, junio, agosto, noviembre.

3.11 Precio

Los precios de los paquetes turísticos se conformarán en base a los costos de producción, además de considerar los gastos que los turistas estén dispuestos a gastarse en actividades de turismo, para ello se analizara los siguientes indicadores.

- Precios basados en el costo de los servicios
- Formas de pago

3.11.1 Precios basados en el costo de los servicios.

El precio por cada paquete pre programado a ofrecerse en la operadora está constituido por la materia prima que en este caso serían los servicios turísticos, mano de obra directa y el 10% de la operatividad de la empresa.

Tabla N° 40: Paquete de un día

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
MPD			
Coffe Break	1	3,5	3,5
almuerzo	1	8	8
Visitas	5	2	10
Pago a la comunidad	1	2	2
TOTAL			23,5

MOD			
Guía Turístico	10,5	3,41	35,80
COSTO TOTAL			59,30

PAQUETE 4 PERSONAS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Personas	4	23,50	94
Guía Turístico	10,5	3,41	35,80
Costo total			129,80

OPERADORA 10%	12,98
PVP	142,78
Precio por persona	36,00

Elaborado por: Las autoras

Para un paquete que tiene como duración de 10 horas con 30 minutos el costo es de **\$142,78** dólares americanos para cuatro personas, como se puede apreciar entonces cada persona tendría que tener un presupuesto de \$36 dólares y si se queda más días se debería

programar un aumento de gastos de alojamiento este dato se corrobora con la encuesta aplicada donde la disposición de gastar en actividades turísticas va de 50 a 100 dólares.

Los paquetes establecen que para la salida de los guías e inicio de recorrido deberán ser mínimo de cuatro plazas, hasta un máximo de 18 personas

3.11.2 Formas de pago

Al contado, se cancela la totalidad del costo en el momento de reservar y adquirir el paquete turístico en la recepción, pero si se hace una reservación online o a través de llamadas telefónicas se debe cancelar bajo la siguiente modalidad:

- 50 % si se hace una reservación para las agencias de viajes
- 75 % al efectuarse la reservación por internet, la diferencia al ejecutarse el paquete.
- El 80 % al realizarse una reservación por vía telefónica y el 20% al efectuarse el paquete

En caso de haber realizado las reservaciones y se presenten casos fortuitos a los entes que firman el contrato de adquisición de servicios se debe cancelar o aplazar con 30 días de anticipación o caso contrario se perderá el total del anticipo entregado a la empresa.

Conclusiones del estudio de mercado.

En la comunidad la Rinconada de la Parroquia Angochagua no existe una empresa con las características de la operadora turística que se desea implementar, sin embargo, existe una empresa que se dedica a la prestación de servicios turísticos, la cual cubre parcialmente las necesidades del turista.

- La demanda insatisfecha en la parroquia Angochagua y la Comunidad la Rinconada es significativa, es necesario continuar la preparación de la infraestructura y la logística de la operadora turística, para las visitas e incrementos de la demanda.
- El precio de todos los paquetes turísticos se fijará tomando como referencia los precios de los costos de la materia prima, mano de obra directa y costo de operación de la empresa.
- La comercialización de los servicios turísticos se realizará, a través de la operadora turística, y también mediante convenios para los turistas nacionales y extranjeros.
- Se ha concluido que la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada de la Parroquia Angochagua, desde el punto de vista del mercado es factible porque existe una demanda insatisfecha que se puede atender, brindando un servicio turístico diferenciado, sustentable y de calidad, dando la oportunidad a los turistas de disfrutar de una manera diferente sus días de descanso.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Introducción

El estudio técnico es de gran importancia para la creación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada, ya que permite conocer aspectos relevantes como la estructura interna del proyecto, la organización del talento humano, la distribución de las principales instalaciones con que contará la empresa, así como la determinación del presupuesto técnico, que incluye además la inversión fija, los activos fijos, la inversión diferida y el capital de trabajo que necesitara la inversión para su correcto desempeño.

Se analiza también el tamaño de la inversión, describiendo cada uno de los elementos en los que se necesita invertir como son, mano de obra directa, materia prima y costos indirectos de fabricación, entre otros indicadores económicos.

El desarrollo de este estudio técnico permite contar con las informaciones primarias, necesarias para la correcta implementación de la operadora turística; pues, sin ellos es imposible la ejecución del estudio financiero y la determinación de los principales indicadores económicos que fundamentan la inversión propuesta.

4.2 Objetivo

Fundamentar técnicamente el tamaño apropiado y la capacidad de la propuesta a desarrollar.

4.3 Objetivos Específicos

- Determinar la macro y micro localización del proyecto
- Establecer la ingeniería del proyecto concerniente a la instalación y funcionamiento

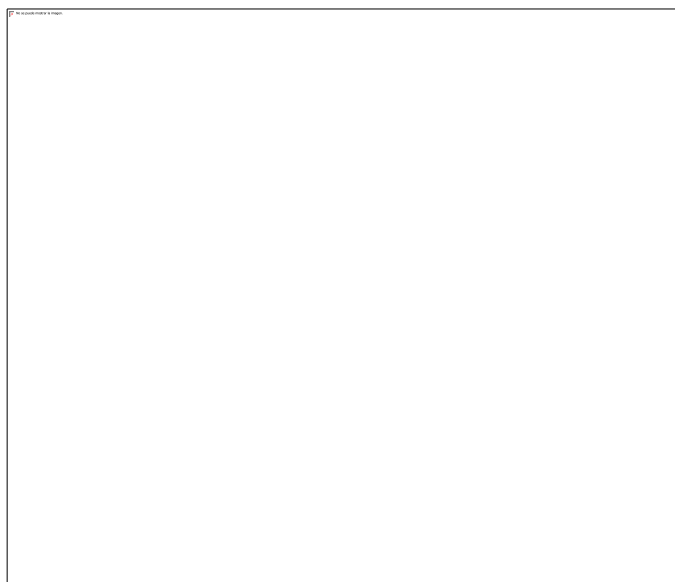
- Determinar el presupuesto de los diferentes factores en que incurrirá para la implementación de la operadora turística.

4.4 Localización del proyecto

Permite determinar el lugar donde funcionara la empresa y el radio de influencia, por lo que para establecer su ubicación se usara mapas o croquis que permitan tener una geo referencia exacta.

4.4.1 Macro localización

La empresa Operadora turística Mushuck Pakari Tour, estará ubicada en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra.



Elaborado por: Las autoras

A continuación se exponen los límites geográficos de la parroquia Angochagua

Norte: Ibarra y la Esperanza, cantón Ibarra, provincia de Imbabura,

Sur: Parroquia Olmedo, cantón Cayambe, provincia de Pichincha

Este: Parroquia San Pablo del Lago y González Suarez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

Oeste: Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, provincia Imbabura

Altitud: Angochagua se encuentra entre los 2800 msnm y los 3800 msnm, según la cartografía IGM.

Figura N° 62: Mapa turístico de Imbabura



Elaborado por: Las autoras
Fuente: (www.codeso.com, 2004).

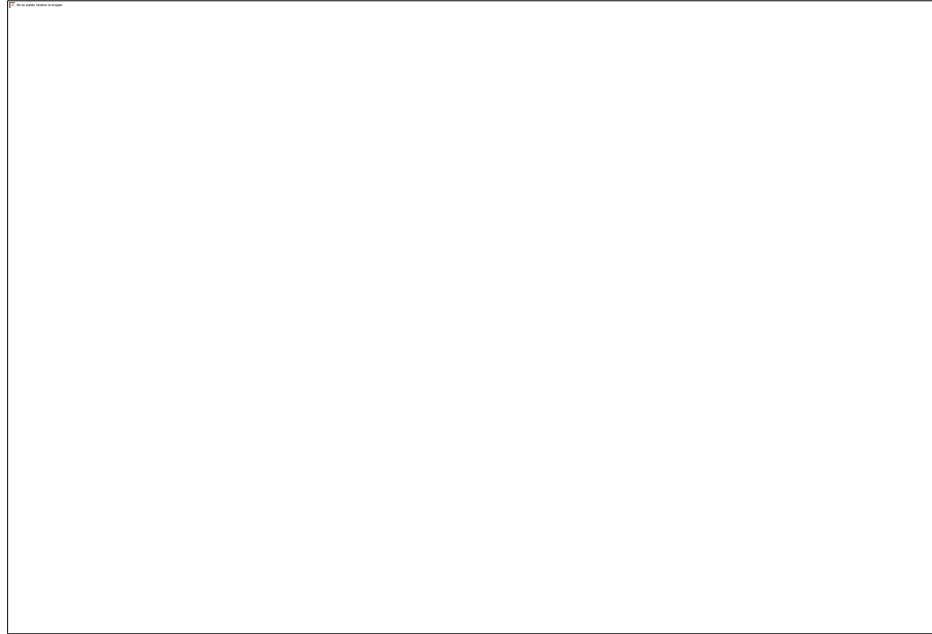
4.4.2 Micro localización

La comunidad la Rinconada pertenece a la parroquia Angochagua, está localizada al sur oriente a escasos 13 km del cantón Ibarra en las coordenadas UTM 17 N820987-10027357, con una altitud 2800 msnm, rodeada por las estribaciones de la cordillera de Angochagua y Pimampiro.

La comunidad presenta las condiciones favorables para que un proyecto de esta magnitud pueda desarrollarse satisfactoriamente; pues los costos de operación para trabajar

en el sector no son excesivos y el lugar presta la materia prima acorde para desarrollarse en el campo turístico.

Figura N° 63: Mapa de micro localización



Fuente: Plan de Ordenamiento territorial Angochagua

Los parajes de la localidad enamoran al visitante, con el simple hecho de hacer contacto con la comunidad, se puede palpar la naturaleza conjugándose con las tradiciones y costumbres de una cultura autóctona; dentro del área de afluencia directa del proyecto se tiene como principal materia prima para gestionar el turismo los siguientes recursos: cascada Cóndor Yaku, mirador Gallo Rumi, mirador Niño Luma, Yana Rummy, cascada Watsy, morfología del Corazón, recursos forestales, recursos culturales como: bordados, alfarería, artesanías en madera, producción de miel de abejas, quesos con identidad que conjugados con el talento humano de la comunidad pueden proporcionar un producto turístico competente para el mercado.

En base a un análisis del resultado de una encuesta aplicada a la Comunidad se tiene conocimiento que el 61,36% del sector presenta interés y apego por buscar una alternativa de desarrollo en el campo turístico, aspecto que pone en consideración seleccionar el talento humano, mano de obra de la comunidad.

Para la ubicación de la operadora turística se han tomado en cuenta los siguientes factores:

La Rinconada está ubicada a 115 km del segmento del mercado objeto principal de la operadora turística; se considera esta población ya que durante el levantamiento de información en el sitio se determinó que el mayor porcentaje de la demanda que acude al sector pertenece a la capital del Ecuador, es decir Quito.

De acuerdo a los parámetros de avalúos y catastros que consideran los organismos gubernamentales, se tiene que el precio por metro cuadrado en terrenos corresponde a 3,00 dólares americanos, por lo que se facilita la inversión fija de los terrenos donde se van a instalar las oficinas de la operadora turística, por otra parte para la construcción de la infraestructura se considera los costos de los materiales de acuerdo a su calidad lo cual no representan altos gastos.

Al estar ubicada la operadora turística y los recursos que se involucran con la empresa a 15 minutos del casco urbano se tiene a disposición transporte, proveedores de la materia prima y elementos en general que se requiere, gracias a estos aspectos se ha demostrado la rentabilidad de la empresa.

El análisis de los principales servicios y condiciones de la comunidad la Rinconada, para el desarrollo de la operadora turística, fue ponderado a partir de las investigaciones de campo.

4.5 Ingeniería del proyecto

Esta parte del proyecto, tiene como objetivo analizar las informaciones técnicas y económicas, necesarias para el diseño y ejecución del proyecto, cuyos detalles principales se muestran a continuación.

4.6 Obra civil

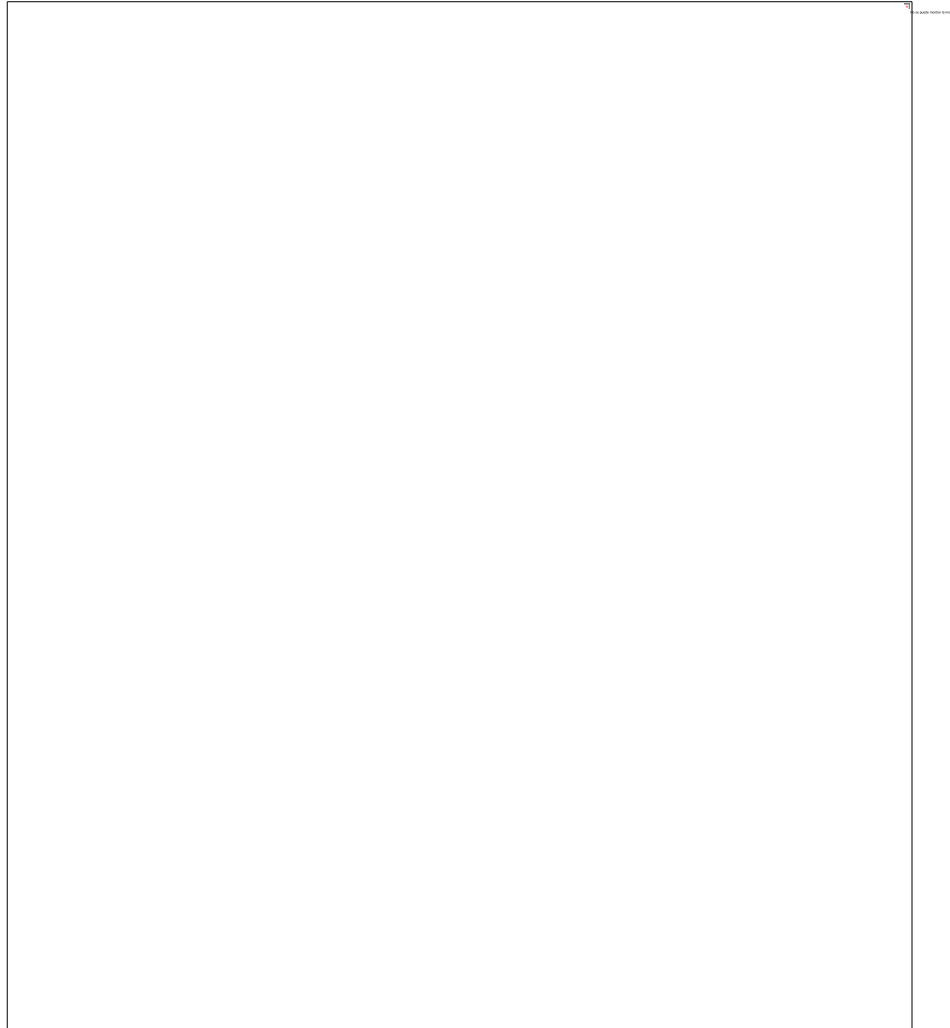
La operadora turística debe tener un lugar de operaciones donde podrá prestar sus servicios, por lo tanto, en este apartado se describe la infraestructura física de la empresa, además de los costos de inversión para el funcionamiento de la misma. Se determina las

instalaciones físicas de la empresa, además de las obras de ingeniería, con las indicaciones de los costos obtenidos en base a estimaciones determinadas, de acuerdo a la información proporcionada por profesionales de apoyo al proyecto.

4.6.1 Diseño de instalación de la planta

El área destinada para las operaciones de la empresa, constará con 500 metros cuadrados, de ellos 64 metros se construirá infraestructura de acuerdo a los ambientes que requiere la empresa para desarrollar sus funciones y prestar atención a los visitantes.

Ilustración N° 1: Distribución de la planta



Elaborado por: Las autoras

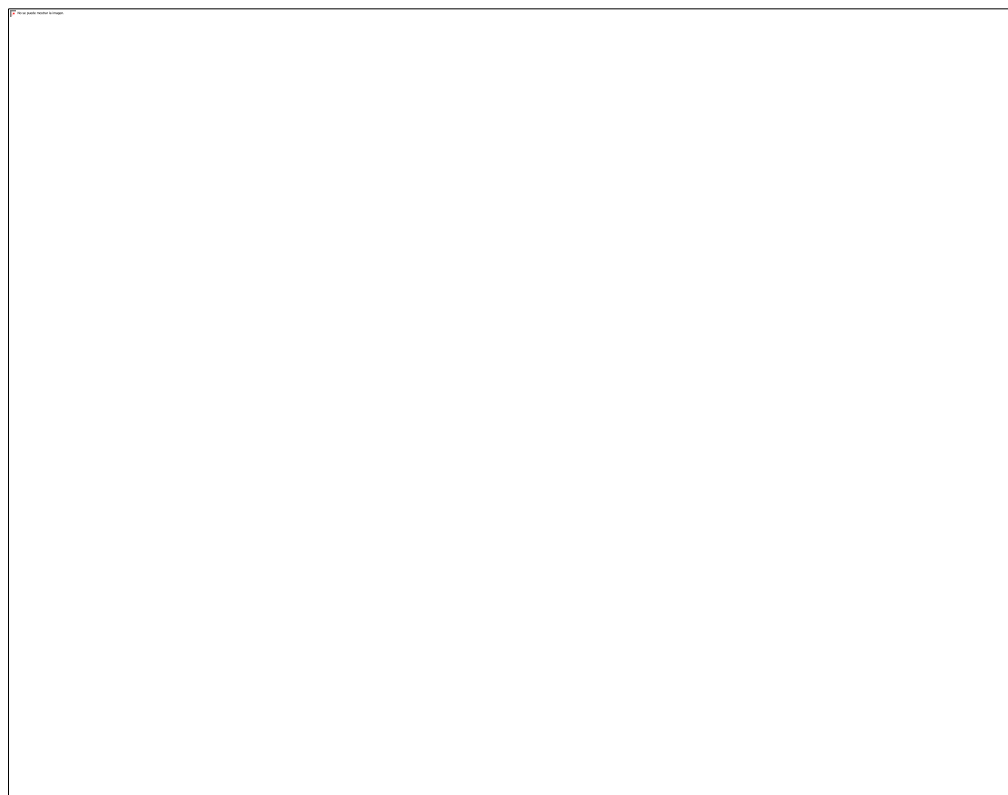
Una de las oficinas que permitirá al cliente enamorarse de la comunidad es la recepción y sala de estar, en ella se encontrará una pequeña visión de lo que en sí es la comunidad, es por ello que en la pared tras la recepción en sus acabados llevará la representación de la cascada cóndor Yaku y en el exhibidor de pared se promocionara los bordados, alfarería y artesanías de madera que se producen en la comunidad.

Tabla N° 41: Sala de estar y recepción

Cantidad	Descripción	Área (m²)	Extensión total, (m²)
1	Local de recepción	10	10
1	Sala de estar	9	9
SUBTOTAL			19 m²

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 64: Sala de estar y recepción



Elaborado por: Las autoras

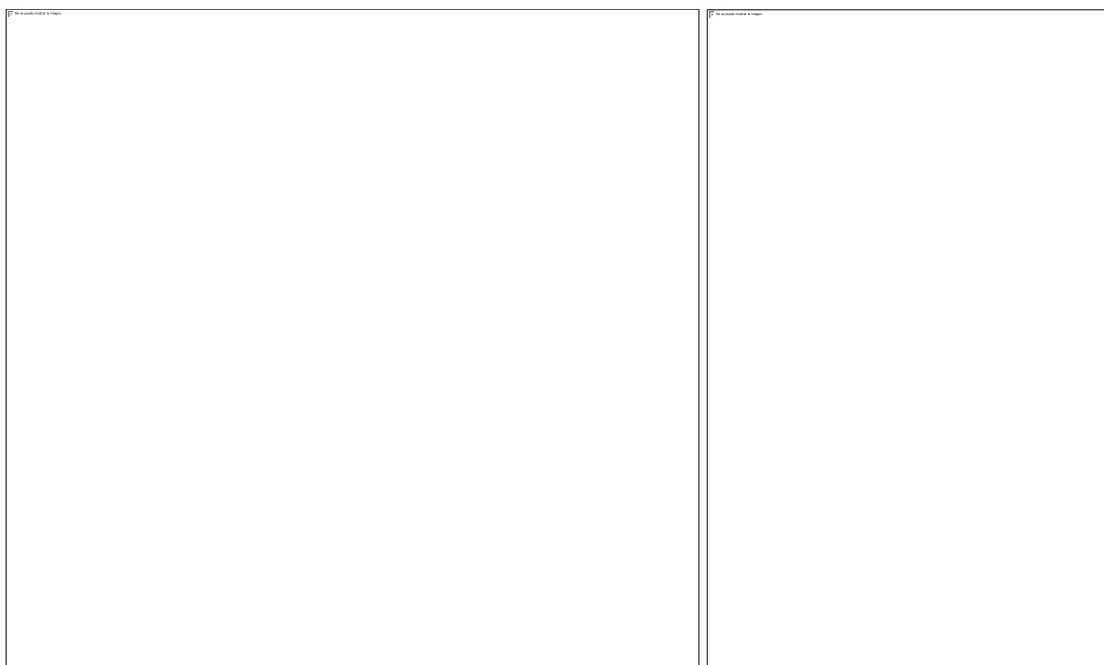
Los guías requieren espacios para planificar sus actividades encomendadas e incluso deben trabajar para programar planes turísticos innovadores que sean capaces de satisfacer la demanda actual, entonces sus espacios se distribuyen en dos oficinas con acceso a un computador que contenga los catastros turísticos, software e información que se requieran para armar los paquetes. Otro elemento de la infraestructura interna lo conforman los servicios higiénicos destinados uno para hombres y otro para damas, cada uno de ellos tienen sus dispensadores de materiales, basureros y espejos.

Tabla N° 42: Oficinas de producción

Cantidad	Descripción	m²	Extensión total, (m²)
1	Oficina con mesa de trabajo	10	10
1	Oficina con mesa de trabajo	10	10
2	Baños	4	8
SUBTOTAL			28 m²

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 65: Oficinas de producción



Elaborado por: Las autoras

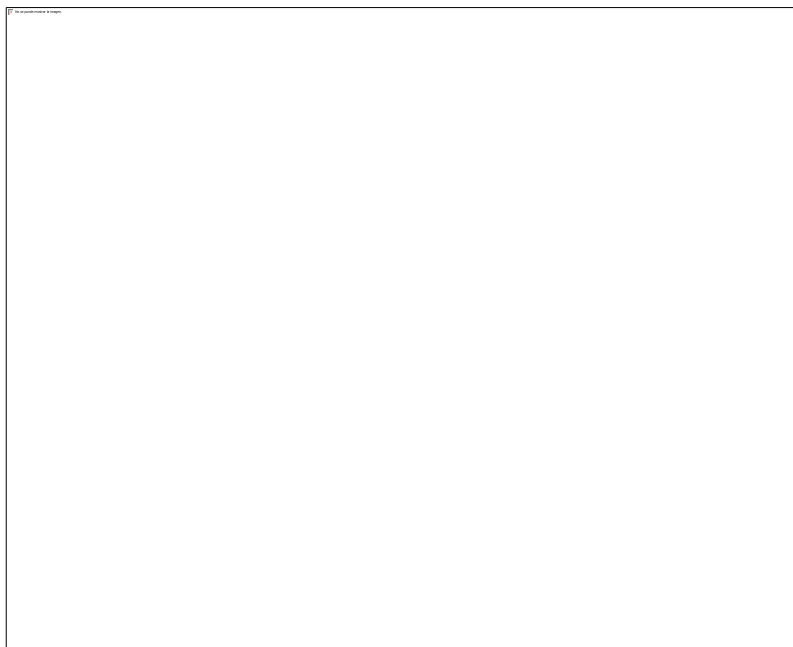
El personal administrativo requiere un espacio para poder direccionar sus actividades desde gerencia, se ha dispuesto este espacio con el fin de organizar los documentos de la empresa, por otra parte se implementó una bodega para almacenar materiales de operación de los guías, material publicitario, implementos y materiales de aseo para la empresa, también se ha puesto a disposición una cafetería para que el talento humano pueda disfrutar de pequeños espacios de confort, todo ello para optimizar el desenvolvimiento del personal.

Tabla N° 43: Administración, cafetería y bodega

Cantidad	Descripción	m²	Extensión total, (m²)
1	Administración	9	9
1	Cafetería	4	4
1	Bodega	4	4
SUB TOTAL			17 m²

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 66: Cafetería y bodega



Elaborado por: Las autoras

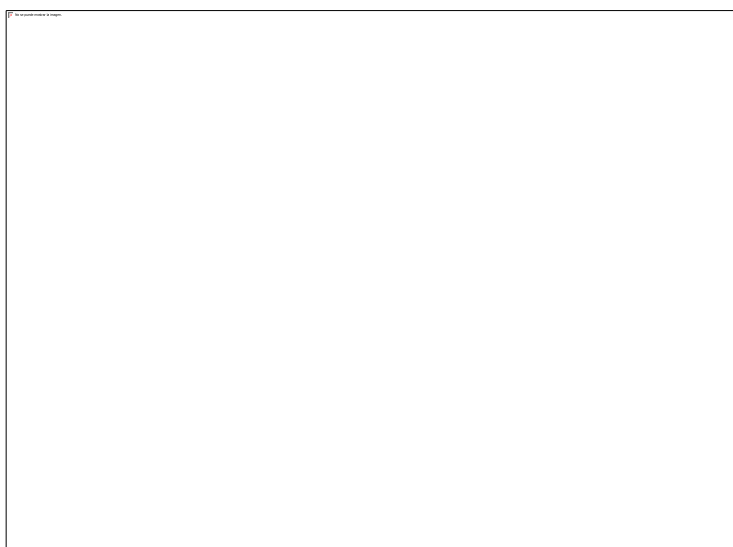
Finalmente se dispone de un parqueadero en vista de que la mayoría de visitantes llegan en vehículos propios.

Tabla N° 44: Parqueadero

OTRAS AREAS FUERA DE LAS INSTALACIONES			
1	Parqueadero	300	300
-	Áreas verdes	136	129
	SUBTOTAL		436 m²
TOTAL			500 m²

Elaborado por: Las autoras

Figura N° 67: Parqueadero



Elaborado por: Las autoras

A partir de la capacidad instalada se estima recibir alrededor de 5328 turistas promedio al año o se estima vender alrededor 37 paquetes turísticos durante los días operativos para uno, dos o tres días en el primer año; previendo un incremento sostenido en el tiempo, con los meses de julio y agosto como los de mayor afluencia.

Cobertura del proyecto: La operadora tendrá capacidad para recibir 37 personas en los días operativos es decir 144 días, ya que se ha considerado trabajar bajo estándares de turismo sostenible, donde se evalúa la capacidad de carga del sector a fin de mantener, preservar y fomentar los recursos que se usen en la operación de la empresa. Cabe recalcar que las 37 personas nacen del nivel de participación en el proyecto actual.

Tiempo de servicio: 365 días del año.







Servicios turísticos: Alojamiento, restaurante, Guianza, tracking, convivencia y participación en actividades tradicionales con la comunidad.

Vida Útil estimada del proyecto: 5 años, considerados para visualizar y evaluar la capacidad de recuperación de la Empresa operadora.

4.6.2 Distribución operacional de los procesos

Es importante que las actividades turísticas estén bajo el monitoreo del área administrativa, sobretodo en el momento que se está llevando en proceso un paquete, las principales áreas de operación de la empresa, se materializan de manera más efectiva a través de mapas de procesos, en el mismo se describe cada etapa y tiempos estimados para controlar y evaluar las actividades desempeñadas. Estos pasos operacionales se realizaron con elementos de los flujogramas las mismas se describen a continuación:

Tabla N° 45: Descripción de elementos del mapa de operaciones

Simbología	Descripción de la operación
	Operación simple
	Operación combinada
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Verificación y control

El mapa de operaciones del proceso de venta se lo lleva a cabo en 10 pasos, los mismos tienen la duración de 28 min ya realizada la venta de los paquetes, firmas de documentos de aceptación de los contratos.

Tabla N° 46: Flujo de procesos de venta

		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Atender la llamada, mensajes de reservación en página web o visita in situ	5 min
2		Identificar las necesidades del cliente	2 min
3		Presentar los paquetes turísticos pre programados	6 min
4		Adaptar y planificar los paquetes alternativos de acuerdo a lo solicitado	2 min
6		Cotización de servicios	3 min
7		Fijación de precios, condiciones de los paquetes y firma de contratos	2 min
8		Registro de pago y facturación	2 min
9		Verificación del pago	2 min
10		Agradece e invita a visitar el sector en temporadas de oferta	2 min
		TOTAL	28 min

Elaborado por: Las autoras

Luego de haber emitido los comprobantes de pago la recepcionista se encargara de llevar los documentos al contador para los respectivos registros financieros, además se

entregará la información de los paquetes vendidos, condiciones y número de plazas a los guías y otros servicios externos contratados.

Los guías se distribuirán los grupos de acuerdo a sus competencias para prestar los servicios y/o productos efectuados de manera satisfactoria; en el paquete de un día se realizará por medio de 10 actividades que distribuidas tomarán un tiempo de 649 min.

Tabla N° 47: Flujo de procesos del paquete para un día

		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Recibir y dar la bienvenida a los turistas	5 min
2		Presentación formal ante el grupo	5 min
3		Informar sobre las actividades del recorrido con sus recomendaciones	5 min
4		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	300min
5		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
8		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	210 min
9		Agradecer la visita de los turistas y entrega información publicitaria de la empresa para próximas visitas	10 min
10		Presentación de informe técnico de las actividades ejecutadas en recepción.	30 min
		TOTAL	630 min

Elaborado por: Las autoras

También como producto estrella se tiene un paquete de dos días, este tiene una duración de 1260 sin contar los tiempos de descanso de los turistas, puesto que el interés de

los mapas es monitorear en qué etapa está ejecutándose la operación de los paquetes bajo la responsabilidad de los guías locales.

Tabla N° 48: Flujo de operaciones del paquete en dos días

		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Recibir y dar la bienvenida a los turistas	5 min
2		Presentación formal ante el grupo	5 min
3		Informar sobre las actividades del recorrido con sus recomendaciones	5 min
4		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	315 min
5		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
8		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	330 min
9		Agradecer por la participación en las actividades	10 min
10		Elaboración y entrega del informe técnico en recepción	30 min
12		Bienvenida en el restaurante el molino	20 min
13		Invita a desayunar al grupo	45 min
14		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	285 min
15		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
16		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	60 min
17		Elaboración y entrega del informe técnico en recepción	30 min
		TOTAL	1260 min

Elaborado por: Las autoras

Finalmente pero no menos importante se describen las 30 actividades del tercer paquete que tomara un tiempo de 2040 min. que estarán bajo la conducción de la operadora.

Tabla N° 49: Flujo de operaciones del paquete por tres días

		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Recibir y dar la bienvenida a los turistas	5 min
2		Presentación formal ante el grupo	5 min
3		Informar sobre las actividades del recorrido con sus recomendaciones	5 min
4		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	45 min
5		Invitar a desayunar en el restaurante el molino	60 min
8		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	225 min
9		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
10		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	210 min
12		Invitar a cenar	60 min
13		Agradecimiento por participar en las actividades	25 min
14		Check in	30 min
15		Elaboración y entrega del informe técnico en recepción	30 min
16		Concentración en la casa comunal	15 min
17		Invita a desayunar al grupo	60 min

18		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	285 min
19		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
20		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	210 min
21		Cenar	60 min
22		Check in y actividades nocturnas	60 min
23		Elaboración y entrega del informe técnico en recepción	30 min
24		Concentración en el restaurante el molino	20 min
25		Invita a desayunar al grupo	45 min
26		Realizar escalas para visitar los puntos de interés	285 min
27		Invitar a la degustación de platos típicos.	60 min
28		Continuar con las escalas de las visitas de los sitios de interés turístico	30 min
29		Entrega de recuerdo de la comunidad a los visitantes, despedida y agradecimiento	30 min
30		Elaboración y entrega del informe técnico en recepción	30 min
		Total	2040

Elaborado por: Las autoras

4.7 Determinación del presupuesto técnico

La determinación del presupuesto técnico, se realizó con la estimación de los costos de inversión en que incurrirá el funcionamiento y operatividad de la empresa.

4.7.1 Inversión fija

Para la puesta en marcha de la empresa, es necesaria la realización de inversiones fijas, las cuales se detallan a continuación.

Terreno

Para la implementación de la operadora se tiene un terreno con una extensión 500 m², el cual es de propiedad de la gestora del proyecto, para el avalúo del predio se acudió al Ilustre Municipio de la ciudad de Ibarra para obtener su respectivo avalúo el cual será utilizado para la implementación de la operadora turística.

Tabla N° 50: Requerimiento de terreno para la operadora.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO (\$)	TOTAL (\$)
Terreno	500	1.600	1.600

Fuente: IMI Avalúos y Catastros

Infraestructura Civil

El costo de infraestructura civil de las instalaciones necesarias para la operación de la empresa es de \$ 20.000 dólares, el metro cuadrado de construcción en el área es avaluado en \$300 dólares ya que su construcción será realizada con características particulares del lugar.

Tabla N° 51: Infraestructura civil para la operadora.

DESCRIPCION	TOTAL
Infraestructura civil	20.000

Fuente: Avalúos y Catastros

Muebles y enseres

Para el funcionamiento de la operadora se requieren de mobiliario y enseres de oficina, los cuales se incrementarán a medida que crezca la misma, y que en sus inicios serán los siguientes.

Tabla N° 52: Desglose de los muebles y enseres de oficina.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Estación de trabajo	3	268,80	806,40
Escritorio de oficina	1	134,40	134,40
Sillas estación de trabajo	3	46,17	138,51
Archivador	1	145,60	145,60
Sillón de Oficina	1	67,20	67,20
Sillas de oficina	10	20,16	201,60
Vitrina vertical	1	190,40	190,40
Juego de sala	1	504,00	504,00
Exhibidor de pared	1	180,00	180,00
TOTAL			2.368,11

Fuente: Cotizaciones Muebles Confort

Equipo de oficina y primeros auxilios

Para el desarrollo del proyecto, se requiere de los equipos de oficina, que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla N° 53: Desglose de los equipos de oficina y primeros auxilios.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
Televisión	1	890	890
Teléfono Convencional	2	45	90
Cafetera eléctrica capacidad 60 tazas	1	100	100
Soporte para televisor	1	40	40
Equipos de primeros auxilios	1	369,6	369,6
TOTAL			\$ 1.489,60

Fuente: Cotización MP Technology

Equipos de computación

Los equipos de computación que se requiere para desarrollar las actividades de la operadora turística se detallan a continuación, mantendrán los software actualizados con bases de interés y estarán debidamente adaptados exclusivamente para uso del talento humano vinculado a la empresa.

Tabla N° 54: Desglose de equipos de computación.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Computadores	3	675	2025
Impresora Multifunción	1	220	220
Cámaras wifi de seguridad	3	70	210
TOTAL			\$ 2.455,00

Fuente: Cotización MP Technology

Talento humano

El personal requerido para el funcionamiento de la empresa laborara 8 horas diarias a excepción de: la contadora la cual se la contratara por servicios profesionales y laborará 4 horas diarias, para el caso del área de recepción se ha visto la necesidad de contratar una recepcionista con el fin de que logren una buena atención a los clientes. Los requerimientos del talento humano se muestran a continuación.

Tabla N° 55: Requerimientos del talento humano.

CARGO	NUMERO
Gerente	1
Contador	1
Recepcionista	1
Guías nativos	2
TOTAL	5

Fuente: Investigación de campo

4.7.2 Resumen de activos fijos

Los activos fijos que se necesitan para el funcionamiento inicial de la operadora tiene un valor total de \$ **27.913** que se detalla a continuación.

Tabla N° 56: Resumen de los activos fijos.

DESCRIPCION	ANUAL
Terreno	1.600
Infraestructura	20.000
Muebles y Enseres	2.368
Equipo de Oficina	1.490
Equipos de computación	2.455
TOTAL	27.913

Fuente: Investigación de campo

Inversión Variable

Mano de obra directa

Para la puesta en marcha de la operadora turística será necesario el personal operativo que realizará las actividades de guías turísticos, este personal es eje fundamental para desarrollar las actividades como dar a conocer los lugares turísticos en la parroquia y sus comunidades, realizar caminatas por senderos, así como también dar a conocer las particularidades que destacan a esta parroquia en el ámbito cultural. A continuación se detallan en el siguiente cuadro la remuneración mensual con los beneficios de ley que recibirá el guía turístico.

Tabla N° 57: Remuneración del personal operativo

DESCRIPCION	MENSUAL, (\$)
Sueldo	386,00
Aporte patronal (12.15%)	46,90
Vacaciones	16,08
Fondos de reserva	-
Décimo tercer sueldo	32,17
Décimo cuarto sueldo	32,17
TOTAL	513,32

Fuente: Investigación de campo

En la siguiente tabla se detalla el resumen de la remuneración mensual y anual más los beneficios de ley de los dos guías turísticos que laboraran en la operadora turística.

Tabla N° 58: Resumen Remuneración del Personal Operativo

Cargo	Cantidad	Valor Mensual, (\$)	Total Anual, (\$)
Guías Turísticos	1	513,32	6.159,79
Guías Turísticos	1	513,32	6.159,79
TOTAL		1.026,63	12.319,58

Fuente: Investigación de campo

Gastos administrativos

Los principales gastos administrativos, se concentran en los sueldos de gerente, recepcionista, servicios profesionales que son brindados por parte del contador de la empresa y los gastos básicos, los cuales se detallan a continuación.

Sueldos

El cálculo anual se toma en cuenta, según el sueldo a pagar al personal permanente de la empresa, en este caso el Gerente y la recepcionista, considerando los elementos establecidos: aportes patronal y personal, vacaciones, décimo tercero y décimo cuarto, los cuales se resumen en la siguiente tabla.

Tabla N° 59: Sueldo personal administrativo gerente

DESCRIPCION	MENSUAL, (\$)	AÑO 1, (\$)
Sueldo	450,00	5.400,00
Aporte patronal (12,15%)	54,68	656,10
Vacaciones	18,75	225,00
Fondos de reserva	-	-
Décimo tercer sueldo	37,50	450,00
Décimo cuarto sueldo	32,17	386,00
TOTAL	593,09	7.117,10

Fuente: Investigación de campo

Como parte del personal administrativo se encuentra los servicios de la recepcionista, a continuación se detalla la remuneración y los beneficios de ley que recibirá.

Tabla N° 60: Sueldo personal administrativo recepcionista

RECEPCIONISTA	MENSUAL, (\$)	AÑO 1, (\$)
Sueldo	386,00	4.632,00
Aporte patronal (12,15%)	46,90	562,79
Vacaciones	16,08	193,00
Fondos de reserva	-	-
Décimo tercer sueldo	32,17	386,00
Décimo cuarto sueldo	32,17	386,00
TOTAL	513,32	6.159,79

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 61: Resumen Sueldos personal Administrativos

Cargo	Cantidad	Valor Mensual, (\$)	Total Anual, (\$)
Gerente	1	593,09	7117,10
Recepcionista	1	513,32	6.159,79
TOTAL			13276,89

Fuente: Investigación de campo

Servicios profesionales

La empresa contara con los servicios profesionales de un contador el cual se encargara de la parte contable de la empresa como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Tabla N° 62: Remuneración servicios profesionales

Cargo	Cantidad	Valor Mensual, (\$)	Total Anual, (\$)
Contador	1	400,00	4.800,00
TOTAL			4.800,00

Fuente: Investigación de campo

Los suministros que se describen continuación son necesarios para desarrollar las actividades en el área administrativas de la empresa se describe a continuación en la siguiente tabla.

Tabla N° 63: Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario,	Valor Mensual,	Valor Anual,
Resmas de papel	1	Mensual	5	5	60
Esferos	4	Mensual	0,7	2,8	33,6
Tóner para impresora	1	Mensual	16	16	192
Carpetas	12	Mensual	0,7	8,4	100,8
Caja de grapas	1	Mensual	0,45	0,45	5,4
Facturas	2	Semestral	8	16	192
Recibos	2	Semestral	2,5	5	60
Sellos	1	Anual	6	6	72
TOTAL				59,65	715,8

Fuente: Investigación de campo

Insumos de limpieza y aseo

Tabla N° 64: Materiales de limpieza y aseo.

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario,	Valor Mensual,	Valor Anual,
Guantes para cocina	Unidad	2	0,50	1,00	12,00
Papel higiénico	Unidad	4	0,50	2,00	24,00
Escobas	Unidad	2	2,00	4,00	48,00
Desinfectante	Galón	1	4,50	4,50	54,00
Jabón	Paquete	2	1,50	3,00	36,00
Lustre	Unidad	4	0,40	1,60	19,20
Fundas de basura	Paquete	2	1,00	2,00	24,00
Limpiones	Unidad	2	0,50	1,00	12,00
TOTAL				19.10	229,00

Fuente: Investigación de campo

Servicios Básicos

El valor de los servicios básicos se estableció de acuerdo al consumo promedio de cada uno de ellos, determinados a través de la investigación de campo realizada, son considerados como gastos, ya que los consumos son exclusivos de las oficinas y cuyos valores se exponen en la siguiente tabla.

Tabla N° 65: Servicios Básicos

Detalle	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Agua	10,00	120,00
Luz	22,00	264,00
Teléfono	48,00	576,00
TOTAL	\$ 83,00	\$ 960,00

Fuente: Investigación de campo

Gasto Permisos

Los gastos de los permisos de funcionamiento requeridos para dar inicio a las actividades comerciales de la operadora turística, cabe señalar que son gastos que serán reconocidos en el momento de ser efectuados.

Tabla N° 66: Gastos de constitución

DESCRIPCION	ANUAL
Registro de actividad Turística	178,93
Licencia de funcionamiento	26,00
Pago patente municipal	68,00
Permiso Entidad de Bomberos	45,00
Imprevistos 5%	15,90
TOTAL	333,83

Fuente: Investigación de campo

Gastos de Venta

Publicidad

La publicidad de los servicios, realizará básicamente a través de la radio y volantes, lo que permitirá promocionar inicialmente a la empresa y los productos turísticos que oferta en el mercado. Los valores de cada rubro se presentan a continuación.

Tabla N° 67: Valores de publicidad de la empresa.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	GASTO ANUAL, (\$)
Publicidad web	1	392	392
Rotulo	1	300	300
Trípticos	5000	616	616
Tarjetas de presentación	5000	350	350
TOTAL			1.658

Fuente: Investigación directa

4.1.1 Inversión variable – capital de trabajo

El capital de trabajo que requiere la empresa es de **\$8.830,52** dólares, este rubro se presupuesta para iniciar sus operaciones en un período de tres meses, la finalidad es cubrir las actividades empresariales de la operadora turística. Para este cálculo se ha tomado en cuenta el costo operacional total dividido para los cuatro trimestres que tiene el año, como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla N° 68: Capital de trabajo.

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL (\$)	VALOR ANUAL (\$)
SUELDOS		12.319,58
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20.315,72
Sueldos	13.276,89	
Servicios profesionales	4.800,00	
Suministros y Materiales	715,80	
Insumos de limpieza y aseo	229,20	
Servicios básicos	960,00	
Gastos permisos	333,83	
GASTO DE VENTAS		1658,00
Publicidad	1.658,00	
COSTO TOTAL OPERACIONAL		34.293,29
Imprevistos (3%)		1028,80
TOTAL		35322,09
MESES DE INICIO		3
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		8.830,52

Fuente: Investigación de campo

4.2 Inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto es de \$ **36.743,23** la cual será cubierta el 46% por el propietario y el 54% con financiamiento de una institución bancaria, como se muestra a continuación.

Tabla N° 69: Inversión total del proyecto.

DETALLES	TOTAL, (\$)
Inversión Fija	27.912,71
Inversión Variable	8.830,52
TOTAL	36.743,23

Fuente: Investigación de campo

La empresa “MUSHUCK PAKARI TOUR” requiere de un total de \$ **8830,52** dólares el rubro permitirá iniciar sus operaciones para un periodo de tres meses, tiempo que se necesita tener ingresos suficientes para poder financiar la cotidianidad de las operaciones.

Costos de los servicios ofertados

Los paquetes que ofrecerá a los visitantes que acuden al sector en busca del disfrute de la cultura, naturaleza y menús tradicionales de la zona se han cotizado bajo costos accesibles para quienes frecuentan la comunidad. A continuación se describen los tres paquetes y el costo que le incurre a la operadora el brindarlo

Paquete 1 día:

Está diseñado para realizar actividades turísticas en un día, este paquete se ha proyectado en base a los datos obtenidos en el estudio de mercado donde revela que 54% de la población viaja entre dos y cuatro personas, como se puede apreciar en la siguiente tabla el precio del paquete es de \$142,78 dólares, considerando que son cuatro plazas las que se cubrirán con este presupuesto. Por otra parte es necesario recalcar que la mano de obra se ha calculado tomando como referencia el sueldo básico unificado y los beneficios de ley que establece el código de trabajo, dividido para las 160 horas laborables.

Tabla N° 70: Costos del paquete 1 día

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
MPD			
Coffe Break	1	3,5	3,5
Almuerzo	1	8	8
Visitas	5	2	10
Pago a la comunidad	1	2	2
TOTAL			23,5
MOD			
Guía Turístico	10.5	3,41	35,80
COSTO TOTAL			59,30
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Personas	4	23,50	94
Guía Turístico	10.5	3,41	35,80
Costo total			129,80
	OPERADORA		
		10%	12,98
		PVP	142,78

Fuente: Investigación de campo

Paquete 2 días

Este paquete es para dos días donde al igual que en el paquete de un día se ha considerado que van a ser adquiridos por cuatro personas, el cliente en este paquete utilizará alojamiento en las casas rurales que se dispone en el área de estudio.

El precio del paquete turístico para cuatro personas será de \$ 360,35 el cual está considerado para realizar turismo por dos días y una noche.

Tabla N° 71: Costos paquete dos días

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
MPD			
Hospedaje	1	20	20
Coffe Break	2	3,5	7
almuerzo	2	8	16
Cena	1	6	6
Visitas	5	2	10
Pago a la comunidad	1	2	2
Recuerdo	1	3	3
TOTAL			64
MOD			
Guía Turístico 1	13	3,41	44,32
Guía Turístico 1	8	3,41	27,27
TOTAL			71,59
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Personas	4	64,00	256
Guía Turístico 1	21	3,41	71,59
Costo total			327,59

OPERADORA

10% 32,76

PVP 360,35

Fuente: Investigación de campo

Paquete 3 días

Paquete diseñado para tres días dos noches y para cuatro personas, los guías turísticos tomarán horarios rotativos de manera que el grupo pueda impartir nuevas experiencias y expectativas de acuerdo a las competencias de los guías, para no estresar a los clientes con una sola metodología a la hora de prestar los servicios y/o productos.

El precio de este paquete es de \$ 565,30 dólares en el cual está contemplado hospedaje por dos noches, alimentación y visitas a lugares turísticos comunitarios, cabe destacar que el paquete es para 4 personas.

Tabla N° 72: Paquete 3 días

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
MPD			
Hospedaje	2	20	40
Coffe Brak	3	3,5	10,5
almuerzo	3	8	24
Cena	2	6	12
Visitas	4	2	8
Pago a la comunidad	1	2	2
Recuerdo	1	3	3
TOTAL			99,5
MOD			
Guía Turístico 1	12	3,41	40,91
Guía Turístico 2	13	3,41	44,32
Guía Turístico 3	9	3,41	30,68
TOTAL			115,91
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Personas	4	99,50	398
Guía Turístico 1	34	3,41	115,91
Costo total			513,91

OPERADORA

10% 51,39

PVP 565,30

Fuente: Investigación de campo

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Introducción

El estudio financiero es de gran importancia para la ejecución de la operadora turística, ya que permite determinar la viabilidad del mismo, con respecto al factor económico, por lo tanto, se realiza un análisis del estado de la inversión, que incluye, principalmente, los ingresos y costos que se generaran al llevar a cabo la ejecución del proyecto en la comunidad la Rinconada.

Este estudio está estructurado en la determinación de las características de los ingresos y su proyección, así como los egresos que tendrá el proyecto, donde se detallan aspectos fundamentales como, el presupuesto de costos de producción, los gastos administrativos, de venta, depreciación y gastos financieros; posteriormente se evalúan las fuentes de financiamiento, los estados financieros proyectados, que incluye el flujo de efectivo proyectado, para finalizar se determinan los principales indicadores económicos que fundamentan la viabilidad de la inversión proyectada.

5.2 Objetivo

Conocer la viabilidad económica financiera de la propuesta previo a la toma de decisión para invertir.

5.3 Estructura del financiamiento de la inversión

El importe de la inversión del proyecto ascienda a \$ **36.743,23** el mismo que está distribuido en capital propio (46%) y capital financiado, (54%), con la siguiente estructura.

Tabla N° 73: Estructura de la inversión del proyecto.

Descripción	Valor (\$)	Por ciento, (%)
Capital Propio	16.743,23	0,46
Capital Financiado	20.000,00	0,54
TOTAL	36.743,23	100

Fuente: Investigación de campo

5.4 Destino de la inversión

La inversión total estará destinada a cubrir rubros de activos fijos, el capital de trabajo como se detalla a continuación.

Tabla N° 74: Inversión total del proyecto.

DETALLES	TOTAL, (\$)
Inversión Fija	27.912,71
Inversión Variable	8.830,52
TOTAL	36.743,23

Fuente: Investigación de campo

5.5 Ingresos

Los ingresos que obtendrá la empresa vienen dados por los tres paquetes para cuatro personas ofertados por la operadora turística, estos van en uno, dos y tres días respectivamente.

5.5.1 Proyección de ingresos

Para la proyección de los ingresos se tomaron en cuenta las proyecciones de la demanda y los precios de venta calculados, así como la tasa de crecimiento poblacional que viene dada por el 1.56% (INEC), en los precios se proyecta una venta que sufrirá un incremento del 2,13% cifra que viene a ser la tasa promedio del índice de inflación de los 5 últimos años, según los datos publicados por el Banco Central del Ecuador. Por lo tanto se ha calculado el aumento de precios a partir del cuarto y quinto año con la finalidad que para el usuario no sea una barrera para adquirir los paquetes ofertados por la empresa.

Tabla N° 75: Proyección de las ventas netas, (\$).

Característica	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Paquete 1 día	3456	3510	3565	3621	3677	3734
Paquete 2 días	432	439	446	453	460	467
Paquete 3 días	192	195	198	201	204	207
Sub Total	4080	4144	4209	4275	4341	4408
Precio de venta proyectado (\$)						
Incremento precio				0,02	0,02	
Paquete 1 día	35,69	35,69	35,69	36,46	37,23	38,03
Paquete 2 días	90,09	90,09	90,09	92,01	93,97	95,98
Paquete 3 días	141,33	141,33	141,33	144,34	147,42	150,57
Ingresos proyectados						
Paquete 1 día	123.359	125.286	127.249	132.006	136.908	141.998
Paquete 2 días	38.918	39.549	40.179	41.681	43.228	44.822
Paquete 3 días	27.135	27.559	27.983	29.013	30.074	31.168
TOTAL	189.411	192.393	195.411	202.700	210.210	217.988

Fuente: Investigación de campo

Como se observa en la siguiente tabla, la operadora tendrá un ingreso en el primer año de \$189.411 dólares por la venta de sus tres paquetes turísticos para uno, dos y tres días.

5.6 Presupuesto de egresos

Presupuesto de costos de producción

Los costos de producción están representados por la adquisición de materia prima como alimentación y hospedaje necesarios para brindar el servicio de paquetes turísticos por parte de la operadora. En el primer año se tendrá un egreso de \$ 127.968 por realizar la adquisición de los servicios, para la venta de los 4080 paquetes turísticos presupuestados vender en el primer año o en los 144 días operables del sector turístico los mismos contemplan el prestar servicio a 37 personas en un día.

Tabla N° 76: Presupuestos de costos de producción

Característica	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Paquete 1 día	3456	3510	3565	3621	3677	3734
Paquete 2 días	432	439	446	453	460	467
Paquete 3 días	192	195	198	201	204	207
Sub Total	4080	4144	4209	4275	4341	4408
Precio de compra proyectado (\$)						
Incremento precio				0,02	0,02	
Paquete 1 día	23,50	23,50	23,50	24,00	24,51	25,04
Paquete 2 días	64,00	64,00	64,00	65,37	66,76	68,19
Paquete 3 días	99,50	99,50	99,50	101,62	103,79	106,01
Egresos proyectados						
Paquete 1 día	81.216	82.485	83.778	86.909	90.137	93.487
Paquete 2 días	27.648	28.096	28.544	29.611	30.710	31.843
Paquete 3 días	19.104	19.403	19.701	20.426	21.174	21.943
TOTAL	127.968	129.984	132.023	136.946	142.020	147.273

Fuente: Investigación de campo

5.6.1 Mano de obra Directa

El cálculo de la mano de obra directa, se realizó para los dos guías turísticos que laborarán en la empresa, fijándose un salario unificado de \$ 386,00 USD, más los beneficios que establece la ley, con 8 horas de trabajo diario. Los resultados de este cálculo se muestran a continuación.

Tabla N° 77: Resultados del cálculo de la mano de obra directa.

DESCRIPCION	MENSUAL, (\$)	AÑO 1, (\$)
Sueldo	386,00	4.632,00
Aporte patronal (12.15%)	46,90	562,79
Vacaciones	16,08	193,00
Fondos de reserva	-	-
Décimo tercer sueldo	32,17	386,00
Décimo cuarto sueldo	32,17	386,00
TOTAL	513,32	6.159,79

Fuente: Investigación de campo

Para realizar la proyección de los sueldos se ha realizado el promedio del incremento del (SBU) Salario Básico Unificado de los 5 últimos años, del análisis de los valores proporcionados en este trayecto se obtuvo como resultado el 0,03%

Posteriormente se ha fijado el rubro de \$ **12.319,58** dólares en el primer año por el trabajo que realizarán los 2 guías turísticos en la empresa durante el año. La proyección de la mano de obra directa se detalla en la tabla siguiente.

Tabla N° 78: Proyección mano de obra directa, (\$).

DESCRIPCION	AÑO 1,	AÑO 2,	AÑO 3,	AÑO 4,	AÑO 5,
Sueldo	9.264,00	9.553,11	9.851,25	10.158,68	10.475,72
Aporte patronal (12.15%)	1.125,58	1.160,70	1.196,93	1.234,28	1.272,80
Vacaciones	386,00	398,05	410,47	423,28	436,49
Fondos de reserva	-	795,77	820,61	846,22	872,63
Décimo tercer sueldo	772,00	796,09	820,94	846,56	872,98
Décimo cuarto sueldo	772,00	796,09	820,94	846,56	872,98
TOTAL	12.319,58	13.499,82	13.921,12	14.355,58	14.803,59

Fuente: Investigación de campo

5.6.2 Gastos Administrativos

Sueldos Administrativos

Los gastos administrativos se resumen en los sueldos del gerente general, los honorarios profesionales de acuerdo a las normativas legales establecidas en el ministerio de trabajo, además los suministros de oficina que se requieren para desempeñar sus funciones, los cuales se analizan a continuación.

Gerente

Tabla N° 79: Sueldos administrativos.

DESCRIPCION	MENSUAL, (\$)	AÑO 1, (\$)
Sueldo	450,00	5.400,00
Aporte patronal (12,15%)	54,68	656,10
Vacaciones	18,75	225,00
Fondos de reserva		
Décimo tercer sueldo	37,50	450,00
Décimo cuarto sueldo	32,17	386,00
TOTAL	593,09	7.117,10

Fuente: Investigación de campo

Recepcionista

Tabla N° 80: Sueldo de Recepcionista

RECEPCIONISTA	MENSUAL, (\$)	AÑO 1, (\$)
Sueldo	386,00	4.632,00
Aporte patronal (12,15%)	46,90	562,79
Vacaciones	16,08	193,00
Fondos de reserva		
Décimo tercer sueldo	32,17	386,00
Décimo cuarto sueldo	32,17	386,00
TOTAL	513,32	6.159,79

Fuente: Investigación de campo

Honorarios profesionales

Tabla N° 81: Honorarios profesionales.

DESCRIPCION	MENSUAL, (\$)	ANUAL, (\$)
Contador	400,00	4.800,00
TOTAL	400,00	4.800,00

Fuente: Investigación de campo

Proyección sueldos administrativos

A continuación se muestra la proyección de los sueldos administrativos referidos al gerente, los valores se han proyectado para cinco años de operación.

Tabla N° 82: Proyección sueldos administrativos Gerente (\$).

DESCRIPCION	AÑO 1, (\$)	AÑO 2, (\$)	AÑO 3, (\$)	AÑO 4, (\$)	AÑO 5, (\$)
Sueldo	5.400,00	5.568,52	5.742,31	5.921,51	6.106,31
Aporte patronal (12,15%)	656,10	676,58	697,69	719,46	741,92
Vacaciones	225,00	232,02	239,26	246,73	254,43
Fondos de reserva		463,86	478,33	493,26	508,66
Décimo tercer sueldo	450,00	464,04	478,53	493,46	508,86
Décimo cuarto sueldo	386,00	398,05	410,47	423,28	436,49
TOTAL	7.117,10	7.803,07	8.046,59	8.297,71	8.556,66

Fuente: Investigación de campo

La recepcionista es quien estará en pleno contacto con los clientes tanto manejando las reservas online como las reservas físicas, por lo que de acuerdo a sus horas de trabajo y competencias laborales se establece que se generará los siguientes rubros por sus servicios.

Tabla N° 83: Sueldos administrativos de recepción

RECEPCIONISTA	AÑO 1, (\$)	AÑO 2, (\$)	AÑO 3, (\$)	AÑO 4, (\$)	AÑO 5, (\$)
Sueldo	4.632,00	4.776,56	4.925,62	5.079,34	5.237,86
Aporte patronal (12,15%)	562,79	580,35	598,46	617,14	636,40
Vacaciones	193,00	199,02	205,23	211,64	218,24
Fondos de reserva		397,89	410,30	423,11	436,31
Décimo tercer sueldo	386,00	398,05	410,47	423,28	436,49
Décimo cuarto sueldo	386,00	398,05	410,47	423,28	436,49
TOTAL	6.159,79	6.749,91	6.960,56	7.177,79	7.401,79

Fuente: Investigación de campo

Los informes financieros serán ejecutados por un contador externo, únicamente estará en los horarios que se requiera de sus servicios, los costos para contratarlo vienen dados como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 84: Proyección servicios profesionales del contador, (\$).

DESCRIPCION	Año 1,(\$)	Año 2, (\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Sueldo	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03
TOTAL	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03

Fuente: Investigación de campo

Suministros y materiales de oficina

Los gastos por suministros y materiales de oficina son mínimos ya que la mayoría de reservaciones se manejan por transacciones electrónicas, además la entrega de informes y actividades operacionales de la empresa se presentarán en medios magnéticos.

Tabla N° 85: Suministros y materiales de oficina.

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario (\$)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual, (\$)
Resmas de papel	1	Mensual	5	5	60
Esferos	4	Mensual	0,7	2,8	33,6
Tóner para impresora	1	Mensual	16	16	192
Carpetas	12	Mensual	0,7	8,4	100,8
Caja de grapas	1	Mensual	0,45	0,45	5,4
Facturero	2	Semestral	8	16	192
Recibos	2	Semestral	2,5	5	60
Sellos	1	Anual	6	6	72
TOTAL				59,65	715,8

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 86: Proyección suministros y materiales de oficina, (\$).

Detalle	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Insumos de oficina	715,8	731,1	746,7	762,6	778,9
Valor Total	715,8	731,1	746,7	762,6	778,9

Fuente: Investigación de campo

Las instalaciones de la operadora no son extensas, únicamente se limitan a las áreas necesarias, las mismas que deben mantener orden y aseo, por lo se direcciona un gasto de 229.2 dólares anuales.

Insumos de limpieza

Tabla N° 87: Insumos de limpieza

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario, (\$)	Valor Mensual, (\$)	Valor Anual, (\$)
Guantes para cocina	Unidad	2	0,5	1	12
Papel higiénico	Unidad	4	0,5	2	24
Escobas	Unidad	2	2	4	48
Desinfectante	Galón	1	4,5	4,5	54
Jabón	Paquete	2	1,5	3	36
Lustre	Unidad	4	0,4	1,6	19,2
Fundas de basura	Paquete	2	1	2	24
Limpiones	Unidad	2	0,5	1	12
TOTAL				19,1	229,2

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 88: Proyección insumos de limpieza

DETALLE	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Insumos de limpieza	229,2	234,1	239,1	244,2	249,4
Valor Total	229,2	234,1	239,1	244,2	249,4

Fuente: Investigación de campo

Servicios Básicos

El agua potable lo distribuye la comunidad, los costos no son excesivos en tal virtud se ha tomado un gasto de 10 dólares mensuales, en cuanto a equipos electrónicos se usará tres computadoras, una televisión, una cafetera que consumirán 22 dólares y el gasto más representativo viene dado por el teléfono ya que deben coordinar la operación de los guías, servicios del equipamiento turísticos o confirmación de las reservas turísticas online anticipadas.

Tabla N° 89: Servicios básicos

DESCRIPCION	Valor Mensual, (\$)	Valor Anual, (\$)
Agua	10	120
Luz eléctrica	22	264
Teléfono	48	576
TOTAL	80	960

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 90: Proyección servicios básicos

Detalle	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Servicios básicos	960,0	980,5	1001,4	1022,8	1044,6
Valor Total	960,0	980,5	1001,4	1022,8	1044,6

Fuente: Investigación de campo

A continuación, se presentan la consolidación de los gastos administrativos de la empresa.

Tabla N° 91: Total de gastos administrativos, (\$).

DETALLE	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Sueldo Gerente	7.117,10	7.803,07	8.046,59	8.297,71	8.556,66
Honorarios profesionales	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03
Sueldo recepcionista	6.159,79	6.749,91	6.960,56	7.177,79	7.401,79
Insumos de oficina	715,80	731,08	746,68	762,61	778,88
Insumos de limpieza	229,20	234,09	239,09	244,19	249,40
Servicios básicos	960,00	980,49	1.001,41	1.022,78	1.044,61
Permisos	333,83	340,95	348,23	355,66	363,25
TOTAL	20.315,72	21.742,02	22.349,60	22.794,63	23.617,63

Fuente: Investigación de campo

5.6.3 Gastos de ventas

En la cadena turística existen páginas de reservaciones orientadas para las operadoras turísticas gratuitas, también se difundirá la operadora en una página web y redes sociales que no requieren de grandes costos de inversión por lo que en publicidad se dispone un costo de 1.658,00 en el primer año y los posteriores sus costos disminuyen gracias a que únicamente se harán actualizaciones promocionales; ya que se pretende captar la demanda turística de la capital del Ecuador como inicio de operación en el mercado turístico.

Tabla N° 92: Gastos de ventas.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR ANUAL, (\$)
Publicidad web	1	392,00
Rotulo	1	300,00
Trípticos	5000	616,00
Tarjetas de presentación	5000	350,00
TOTAL		1.658,00

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 93: Proyección de los gastos de ventas, (\$).

DESCRIPCION	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Publicidad web	392	112,00	114,39	116,83	119,32
Rotulo	300	0.00	0.00	0.00	0.00
Trípticos	616	616,00	629,15	642,57	656,28
Tarjetas de presentación	350	350,00	357,47	365,10	372,89
TOTAL	1.658,00	1.078,00	1.101,00	1.124,50	1.148,50

Fuente: Investigación de campo

5.6.4 Gastos de depreciación

El cálculo de la depreciación de los activos fijos se realizará empleando el método de línea recta, cuyos resultados se ilustran a continuación.

Tabla N° 94: Resultados del cálculo de las depreciaciones.

DESCRIPCIÓN	Valor	Valor Residual	vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	20000	3000,00	20	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Muebles y Enseres	2368,1	165,77	10	220,23	220,23	220,23	220,23	220,23
Equipo de Oficina	1489,6	148,96	10	134,06	134,06	134,06	134,06	134,06
Equipos de Computación	2455,0		5	491,00	491,00	491,00	491,00	491,00
TOTAL	26313	3314,73		1695,30	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30

Fuente: Investigación de campo

5.6.5 Gastos financieros

La inversión en los activos fijos son los que predominan, por lo que se ha realizado un préstamo a entidades financieras, los gastos que se producirán por esta adquisición serán de \$ 7.957,94; cabe resaltar que después de los cinco años transcurridos los activos fijos pertenecerán al patrimonio integro de la empresa.

Tabla N° 95: Gastos financieros.

DETALLE	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
INTERES	2.625,28	2.180,33	1.668,64	1.080,20	403,49
TOTAL	2.625,28	2.180,33	1.668,64	1.080,20	403,49

Fuente: Investigación de campo

5.7 Resumen de gastos – egresos

Tras considerar todos los gastos que están inmersos en la producción de paquetes turísticos de la empresa se obtuvo para el primer año un rubro de \$ 38.613,87 dólares americanos, a continuación se describen los siguientes gastos proyectados para los cuatro años posteriores:

Tabla N° 96: Resumen de los gastos- egresos

DESCRIPCION	Año 1,(\$)	Año 2,(\$)	Año 3,(\$)	Año 4,(\$)	Año 5,(\$)
Gasto operativos	12319,58	13499,82	13921,12	14355,58	14803,59
Gastos Administrativos	20.315,72	21.742,41	22.349,60	22.974,63	23.617,63
Gasto ventas	1658,00	1078,00	1101,00	1124,50	1148,50
Gasto depreciación	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30
Gasto financiero	2625,28	2180,33	1668,64	1080,20	403,49
TOTAL	38613,87	40195,47	40735,67	41230,21	41668,50

Fuente: Investigación de campo

5.8 Fuente de financiamiento

El financiamiento para la creación de la empresa se realizará por parte de la sociedad, constituida por los propietarios del proyecto, es decir, que aportarán el 46 % del capital de inversión, mientras que el 54 % restante será a través de la institución bancaria BanEcuador, con una tasa de interés anual del 15%. A continuación, se presentan los valores de amortización del financiamiento.

Tabla N° 97: Valores de amortización del préstamo.

Préstamo	\$20.000,00
Tasa de interés, (%)	15%
Plazo	5 años

Fuente: Entidad Financiera BanEcuador

5.8.1 Pago de la amortización

$$VP = VF \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Dónde:

VP: Pago de la amortización

VF: Valor de la deuda

I: Tasa activa anual

n: Períodos de pago

$$VP = 20000 \frac{0,011715(1 + 0.011715)^5}{(1 + 0.011715)^5 - 1}$$

$$VP = 20000 * 0.20708357421$$

$$VP = \$ 5.591,59 \text{ USD}$$

Por tanto, el pago anual será de 5.591,59 dólares.

Tabla N° 98: Valores de amortización.

Años	Valor Presente	Interés (C*i)	Pago Capital (Vp-I)	Saldo
		\$ 20.000,00		
1	5.591,59	2.625,28	2.966,31	17.033,69
2	5.591,59	2.180,33	3.411,26	13.622,43
3	5.591,59	1.668,64	3.922,95	9.699,48
4	5.591,59	1.080,20	4.511,39	5.188,10
5	5.591,59	403,49	5.188,10	0,00

Elaborado por: Las autoras

5.9 Estados financieros proyectados

5.9.1 Estado de la situación financiera inicial

El estado de la situación financiera inicial, señala la posición en la cual se encuentran las cuentas de activos, pasivos y patrimonio de la empresa, en el inicio de las operaciones.

Tabla N° 99: Estado de la situación financiera inicial.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
Activos			Pasivos
Activos corrientes		8830,52	Pasivos no corrientes
Efectivo	8.830,52		Obligaciones a largo plazo
			20.000,00
Propiedad, Planta y Equipo		27.912,71	Total pasivos
Terreno	1600,00		
Infraestructura	20000,00		
Muebles y Enseres	2368,11		
Equipos de oficina	1489,60		
Equipos de computo	2455,00		
			Patrimonio
			16.743,23
			Activos - Pasivos
			16.743,23
			Total Patrimonio
Total activos		36.743,23	Total Pasivos + Patrimonio
			36.743,23

Elaborado por: Las autoras

5.9.2 Estado de resultados proyectado

El estado de las pérdidas y ganancias muestran los resultados de las operaciones del proyecto, durante un periodo de cinco años, lo que garantiza a los directivos de la empresa tomar decisiones oportunas.

Tabla N° 100: Estado de los resultados proyectados.

Estado de Resultados proyectados					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	189411,18	192393,25	195411,02	202699,71	210210,49
(-) Costo de ventas	140287,58	143483,32	145943,62	151301,95	156823,86
(=) Utilidad Bruta	49123,60	48909,93	49467,39	51397,76	53386,63
(-) Gastos administrativos	20315,72	21742,02	22349,60	22974,63	23617,63
(-) Gastos de ventas	1658,00	1078,00	1101,00	1124,50	1148,50
(-) Gastos depreciación	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30
(=) Utilidad operacional	25454,59	24394,61	24321,49	25603,33	26925,21
(-) Gastos financieros	2625,28	2180,33	1668,64	1080,20	403,49
(=) Utilidad antes de 15% PT	22829,31	22214,28	22652,85	24523,13	26521,72
(-) 15% Part. Trabajadores	3424,40	3332,14	3397,93	3678,47	3978,26
(=) Utilidad antes de IR	19404,91	18882,14	19254,92	20844,66	22543,46
(-) 22% Impuesto a la renta	4269,08	4154,07	4236,08	4585,82	4959,56
(=) Utilidad Neta	15135,83	14728,07	15018,84	16258,83	17583,90

Elaborado por: Las autoras

Se puede observar que en primer año de vida útil del proyecto se genera una utilidad de \$15.135,83; lo cual representa beneficio economicos para la entidad.

5.9.3 Flujo de efectivo proyectado

El flujo de efectivo o flujo de caja demuestra la dinámica que tiene la empresa con respecto a las entradas de efectivo.

Tabla N° 101: Flujo de efectivo proyectado

Estado de Flujo de Efectivo Proyectado						
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		15135,83	14728,07	15018,84	16258,83	17583,90
(+) Depreciaciones		1695,30	1695,30	1695,30	1695,30	1695,30
(-) Inversiones	-36743,23					
(+) Amortización crédito		-2966,31	-3411,26	-3922,95	-4511,39	-5188,10
(+) Valor de rescate						26312,71
Flujo de Caja	-36743,23	13864,82	13012,11	12791,19	13442,74	40403,81

Elaborado por: Las autoras

El estado de flujo muestra los ingresos y salida de efectivo que realizara la empresa, permitiendo determinar el flujo neto de efectivo, este factor permite al área administrativa evaluar si existe o no liquidez en la ejecución de la actividad económica. Para nuestra operadora se ha obtenido la cifra de **\$ 13.864,82** dólares, como flujo de caja al primer año.

5.10 Evaluación de la inversión

La evaluación de la inversión se realiza con el objetivo de determinar el rendimiento económico y social que tendrá el proyecto para la implementación de la operadora turística, para lo cual se analizaron los principales indicadores que contribuyen a la evaluación financiera y la toma final de decisiones, los cuales son los siguientes:

- **Tasa de Rendimiento medio (TRM)**
- **Valor Actual Neto (VAN)**
- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**
- **Periodo de Recuperación**
- **Costo Beneficio**
- **Punto de Equilibrio**

5.10.1 Tasa de rendimiento medio (TRM)

La Tasa de rendimiento medio (TRM) evalúa la capacidad de la empresa para obtener utilidades o rentabilidad. Para su determinación se tomará la tasa activa del 15 % gasto que generará el crédito y la tasa pasiva del 6%, que llegará a ganar si se invirtiera el capital propio en una entidad financiera. Los resultados se muestran en la siguiente tabla.

Tabla N° 102: Tasa de rendimiento medio

	INVERSION	%	TASA DE OPERACIÓN	VALOR PONDERADO
Aporte Propio	17.112,93	0,46	6,00%	0,03
Aporte Financiado	20.000,00	0,54	15,00%	0,08
Total	36.743,23			0,109
COSTO DE OPORTUNIDAD				10,90

Elaborado por: Las autoras

La tasa de rendimiento medio para nuestra empresa fluctua alrededor de 10,90% la cifra indica que se obtendra una ganancia de 4,90% con relacion al porcentaje que paga el banco por invertir dicho monto en certificados de inversion.

5.10.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es básicamente una herramienta que tiene la finalidad de analizar qué tan seguro es el auto financiamiento, es decir se trata de analizar si el proyecto que se plantea genera un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

Por lo tanto, los proyectos que se aceptan son aquellos en los que el VAN es igual o mayor a cero. Para el cálculo del VAN se considerará la tasa de rendimiento medio del 10,90%, aplicando la siguiente formula:

$$VAN = - Inversión Inicial \frac{\Sigma Flujo de caja neto}{(1 + TRM)^n}$$

Tabla N° 103: Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	(1+10,90%)^n	FNC/(1+i) ^n
0	(\$ 36.743,23)	1,00	-36743,23
1	\$ 13.864,82	1,11	12506,60
2	\$ 13.012,11	1,23	10587,61
3	\$ 12.791,19	1,36	9388,29
4	\$ 13.442,74	1,51	8899,97
5	\$ 40.403,81	1,67	24129,48
VAN			\$ 28.768,71

Elaborado por: Las autoras.
VAN= \$ 28.768,71 dólares

El valor del VAN es un resultado positivo, mayor de cero, lo que significa que el proyecto para la creación de una operadora turística en la comunidad la Rinconada es factible de implementar.

5.10.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la herramienta que muestra el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión, permite que los flujos de efectivo futuros se igualen a la inversión. Para que el proyecto sea factible o rentable el TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su análisis se utilizara el método de interpolación, consistente en encontrar dos tasas, una inferior y otra superior con el fin de encontrar la tasa que haga cero al VAN.

Tabla N° 104: Recuperación de la inversión

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	$(1+0,34\%)^n$	$FNC/(1+i)^n$
0	(\$ 36.743,23)	1,00	-36743,23
1	\$ 13.864,82	1,34	10377,76
2	\$ 13.012,11	1,78	7289,98
3	\$ 12.791,19	2,38	5363,88
4	\$ 13.442,74	3,19	4219,35
5	\$ 40.403,81	4,26	9492,26
VAN			\$ 0,00

Elaborado por: Las autoras

El resultado de la TIR, alcanza un valor aceptable para la magnitud del proyecto propuesto, lo que confirma la factibilidad para la implementación de la operadora turística, ya que el TIR es mayor que la tasa interna de retorno.

5.10.4 Periodo de recuperación

Este instrumento financiero permite conocer el tiempo en el que se recuperará la inversión, tomando en cuenta los flujos netos de caja proyectados, para una Inversión total igual a \$36.743,23 dólares.

Tabla N° 105: Recuperación de la inversión

Año	Flujo de efectivo	Flujo acumulado
1	12.506,60	12.506,60
2	10.587,61	23.094,22
3	9.388,29	32.482,50
4	8.899,97	41.382,47
5	24.129,48	65.511,95

Elaborado por: Las autoras

Como se aprecia en la tabla anterior, la inversión del proyecto comenzará su recuperación a partir del tercer año y 6 meses, considerado un tiempo razonable para la magnitud de este tipo de inversión.

5.10.5 Costo beneficio

Es una herramienta que nos permite establecer la relación que posee el proyecto con los costos/beneficios. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{Flujo neto actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{65511,95}{36743,23}$$

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = 1,78$$

El resultado es de \$1,78 lo que significa que el proyecto es viable, ya que por cada dólar que se invierte, se reciben \$0,78 centavos de dólar en utilidad.

5.10.6 Punto equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el punto medio, donde los ingresos son iguales a los importes de egresos y costos. A continuación, se presentan un detalle de los costos fijos y variables con los que se va a calcular el punto de equilibrio.

Tabla N° 106: Punto de equilibrio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos y gastos fijos	26.294	26.696	26.815	26.875	26.865
Costos variables	140.288	143.483	145.944	151.302	156.824
Ventas	189.411	192.393	195.411	202.700	210.210
Punto de Equilibrio	101.385,74	105.010,62	105.925,49	105.986,72	105.780,91

Elaborado por: Las autoras

$$PE \$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

El resultado nos indica que la empresa tiene que vender \$ 101.385,74 dólares al año entre los tres paquetes definidos, para poder tener un punto de equilibrio favorable.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1 Introducción

En este capítulo se desarrolla el análisis organizacional, administrativo y legal bajo los cuales se direccionara la operadora, entonces se pone en consideración la estructura organizacional de la empresa donde se detallan las competencias del talento humano, misión, visión, valores y principios que garanticen la permanencia en el mercado.

Es importante tener en claro hacia donde se pretende llegar con la generación de actividades turísticas por parte de la operadora, pues de esta manera el talento humano trabajará entorno a los objetivos, políticas y lineamientos planificados cada día. Por otra parte cada profesional se enfocará a cumplir netamente sus funciones para no des coordinar las actividades programadas para quienes dirigen la operadora.

6.2 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es la primera carta de presentación, a través de este se pretende llamar la atención del cliente y a la vez se le inspira para que opte por los productos y/o servicios de la operadora.

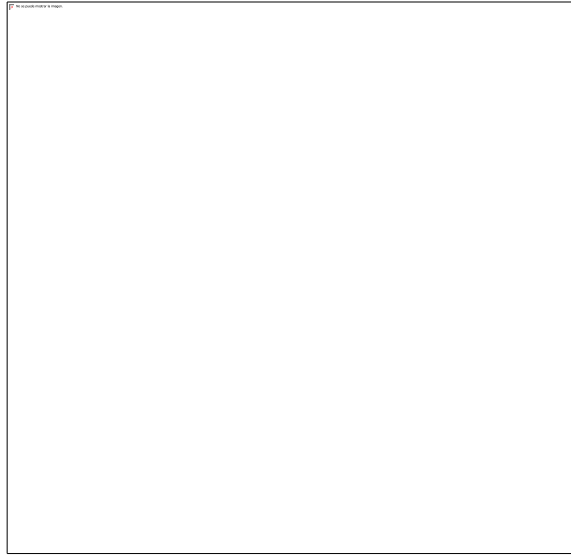
Por tanto, la empresa se denominará “MUSHUCK PAKARI TOUR”, palabras que reflejan las características del lugar en el que se desarrolla la actividad de la empresa, así como las propuestas de esparcimiento que brindará la operadora turística.

6.2.1 Logotipo

El logotipo propuesto para la identificación de la Operadora Turística lleva un arcoíris a razón de que el sector es conocido como el valle de los arcoíris, una pareja exhibiendo los trajes típicos del sector, la mujer extiende su mano para dar a conocer un cóndor y el agua que descende de la montaña las cuales son características naturales propias del lugar,

además se contempla una vasija de barro las cuales son elaboradas por las manos de los comuneros y el maíz el cual es el principal alimento que se cultiva, los paquetes están direccionados a observar estos fenómenos y elementos naturales.

Figura N° 68: Logo Mushuck Pakari tour



Elaborado por: Las autoras

6.2.2 Marco Legal.

El H Congreso Nacional del Ecuador determina que comercialmente existen cinco compañías cada una de ellas clasificadas de acuerdo a su naturaleza, constitución acciones y capital que manejan, tras un análisis de cada una de ellas se determina que la operadora turística es una: “compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (2014, pág. 35)

6.2.2.1 Responsabilidad de la empresa:

De acuerdo al artículo 143 de la Ley de Compañías, se menciona que los miembros de una sociedad anónima son únicamente responsables por el monto de las acciones invertidas en el capital de la entidad. (2014, pág. 35)

1.6.3.1 Constitución de la compañía

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo. (2014, pág. 36)

1.6.3.2 Del capital y las acciones

El capital y sus respectivas aportaciones por parte de los socios estarán reguladas conforme a las disposiciones de la ley de compañías, las cuales establecen que:

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías. (2014, pág. 41)

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía. (2014, pág. 41)

De acuerdo a la establecido por el H. Congreso Nacional establece a través del Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía. (2014, pág. 41)

1.6.3.3 Requisitos para el RUC

- Para la obtención del RUC de una sociedad es necesario:
- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Nombramiento del representante legal, inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia del documento que certifique la dirección del domicilio, nombre del sujeto pasivo

1.6.3.4 Requisitos para obtener la patente municipal

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Copia del RUC

- Correo electrónico personal y número telefónico del representante legal.
- Copia del nombramiento vigente del representante legal
- Permiso de Bomberos

1.6.3.5 Requisitos para obtener permiso de bomberos.

Si el trámite lo realiza personalmente quien es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. En el caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.

- Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica se debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad
- Copia del último pago del Impuesto Predial con la dirección del establecimiento.

6.3 Elementos administrativos estratégicos

Los principales elementos estratégicos que caracterizan la parte administrativa de la operadora turística son la misión, visión y valores compartidos, los cuales se definen a continuación.

6.3.1 Misión

Brindar paquetes turísticos inolvidables en la comunidad la Rinconada y en general en la Parroquia Angochagua a través de la buena atención de nuestro personal debidamente capacitado, logrando superar siempre las expectativas de nuestros clientes siempre aprovechando de manera sostenible los recursos naturales y culturales del sector,

6.3.2 Visión

“MUSHUCK PAKARI TOUR”, llegará a ser una empresa reconocida a nivel regional y nacional ofreciendo siempre un producto óptimo, en la más alta calidad de servicio, capaces de ganarse la fidelidad de los visitantes, será un referente de compromiso con el entorno social y ambiental.

6.3.3 Valores y principios corporativos

Los valores corporativos son de gran importancia para que exista un buen ambiente organizacional y por ende la entidad se fortalezca, para el buen desenvolvimiento del trabajador en la empresa debe mantener los siguientes valores.

- **Amabilidad:** Elemento que debe caracterizar a todos los trabajadores de la empresa, para garantizar la satisfacción de los clientes con los servicios que se les ofrecerá.
- **Confiabilidad:** Garantiza que los trabajadores y la empresa desarrollan sus actividades de manera segura, persiguiendo las expectativas de los clientes, de forma que no exista dudas de la integralidad de sus miembros.
- **Excelencia:** Constituye una virtud, un talento y una cualidad de los trabajadores de la operadora, que permite resaltar el compromiso de los mismos por garantizar un servicio de alta calidad.
- **Calidad:** Conjunto de cualidades inherentes a la operadora turística, que permite caracterizarla y valorarla con respecto a otras entidades similares. La empresa se acogerá a los estándares y normas internacionales de calidad.
- **Honestidad:** Virtud de las personas de decir siempre la verdad, ser decente, recatado, razonable y justo. Capaz de obrar y en la manera de pensar, como justa, recta e íntegra.
- **Respeto:** Sentimiento positivo referido a la acción de respetar; o sea, tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona, servicio prestado u objeto.

- **Trabajo en equipo:** Elementos que define la necesidad de la unión de los directivos y trabajadores de la operadora turística, ya que el turismo es una actividad grupal no se puede admitir trabajos parciales.
- **Compromiso:** En cada integrante de la empresa debe existir el compromiso con las tareas encomendadas de igual manera con la empresa. Tomando en cuenta que este valor trae consigo beneficios para la entidad.

6.4 Requisitos legales para su funcionamiento

6.4.1 Base legal

Tabla N° 107: Trámites legales del proyecto.

Trámite	Lugar	Frecuencia de cumplimiento de pago
Registro único de contribuyentes	Servicio de rentas internas	Mensual
Registro de actividad turística	Ministerio de turismo	Anual
Patente municipal	GAD Ibarra	Anual
Permiso de funcionamiento	Cuerpo de bomberos	Anual

Elaborado por: Las autoras

6.5 Organigrama estructural de la empresa

6.5.1 Estructura funcional

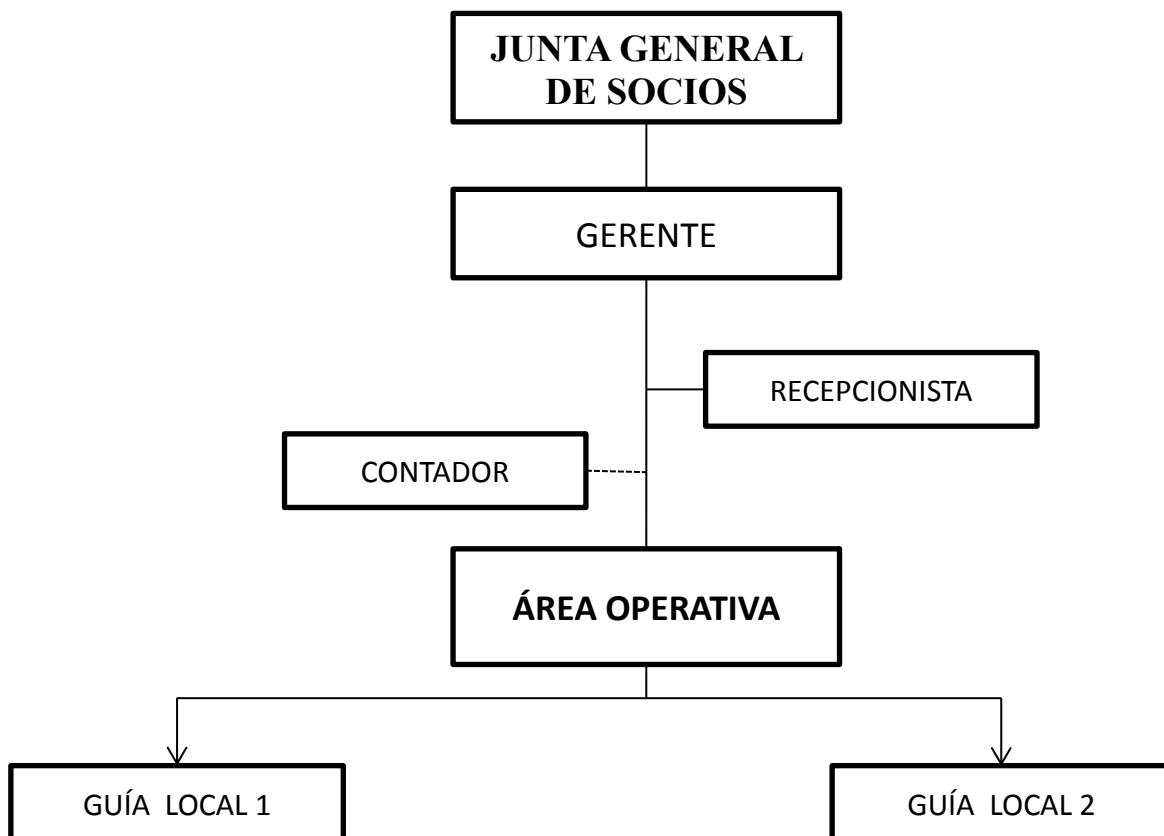
En la estructuración del organigrama se tomó en cuenta tres niveles, ejecutivo, operativo y de apoyo o auxiliar, sea constituido esta distribución con el afán de que cada talento humano que conforma la operadora pueda cumplir las funciones encomendadas.

Nivel Ejecutivo: Conformado por la junta general y el gerente de la empresa, responsables de dirigir, orientar y supervisar las operaciones de la entidad y el cumplimiento de los procedimientos de calidad establecidos en la visión, misión, objetivos de la operadora; cabe resaltar que la junta general estará constituida por todo el talento humano que labora en la empresa, ya que actuara únicamente en casos de riesgos.

Nivel operativo: Integrado por los guías de planta, pues ellos son quienes promueven la operatividad directa de la empresa con el cliente a través de la participación en la promoción, difusión, comercialización y entrega de productos y/o servicios turísticos. Su actividad laboral se centrara en lo estimulado en los manuales de procedimientos dispuestos por el nivel estratégico

Nivel de apoyo o auxiliar: Lo integra la recepcionista y el contador, encargado de realizar las funciones de revisión cuali – cuantitativa de los recursos económicos que se han manejado durante el periodo fiscal, elaborando informes financieros a fin de respaldar la rentabilidad de la empresa.

Figura N° 69: Organigrama estructural



Elaborado por: Las autoras

6.5.2 Perfiles y funciones de los Empleados

El personal de la empresa y sus colaboradores constituyen el capital humano de la misma, para su buen desarrollo, permanencia y administración la operadora turística “MUSHUCK PAKARI TOUR” requiere del personal siguiente.

6.5.2.1 Junta General

Tabla N° 108: Cualidades y funciones de la Junta General del proyecto.

	Nombre de la Empresa: Mushuck Pakari Tour	
	Nombre del puesto: Junta general	Nivel al que pertenece: Ejecutivo
	Reporta a: Junta general	
Competencia	Liderazgo Honestidad Responsabilidad Excelentes relaciones públicas. Ética profesional. Trabajo en equipo Responsabilidad Respeto Amabilidad	
Habilidades	Creatividad para diseñar y ejecutar proyectos que apunten al logro de objetivos, misión, visión de la operadora. Capacidad de comunicación e interrelación con el personal de todos los niveles.	
Funciones	Establecer políticas, objetivos y estrategias para maximizar la rentabilidad Planificar, revisar y ejecutar las operaciones, ventas, marketing, asuntos administrativos y financieros de la empresa. Diseñar, desarrollar y evaluar estrategias que permitan alcanzar ventajas competitivas con carácter sostenible en base a los recursos poseídos por la empresa. Revisar la gestión de calidad en los procesos de cada uno de los empleados.	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: Las autoras

La junta general actuará en casos de riesgo de permanencia de la empresa, estos pueden ser causados por factores internos o externos, por lo que se reunirán para establecer políticas, planes o proyectos que permitan mitigar, corregir o eliminar cualquier tipo de amenaza para la operadora turística.

6.5.2.2 Gerente

Tabla N° 109: Perfil del Gerente del proyecto.

	Nombre de la Empresa: Mushuck Pakari Tour	
	Nombre del puesto: Gerente	Nivel al que pertenece: Ejecutivo
	Reporta a: Junta general	
Requerimientos mínimos	Educación: Título de tercer nivel en Administración de empresas turísticas, administración de empresas, Ingeniería comercial o carreras afines	
	Experiencia: 2 años	
	Conocimientos: Estructura, diseño, planificación y operación de proyectos turísticos y ecoturísticos, manejo de software computacional, conocimientos en materia de liderazgo y legislación turística, dominio del idioma inglés	
	Rango de edad: 25 a 45 años	
Competencia	Liderazgo Dirección y desarrollo de personas Honestidad Responsabilidad Excelentes relaciones públicas. Ética profesional. Trabajo en equipo Responsabilidad Respeto	
Habilidades	Capacidad de comunicación e interrelación para con el resto del personal. Capaz de dirigir y controlar al personal de sus subniveles organizacionales Hábil para negociar Creatividad para adaptar técnicas de liderazgo.	
Funciones	Representar legalmente a la empresa. Ser la imagen de la empresa ante los clientes, empresas públicas o privadas, entidades del medio turístico, etc. Establecer políticas, objetivos y estrategias para maximizar la rentabilidad Planificar, revisar y ejecutar las operaciones, ventas,	

	<p>marketing, asuntos administrativos y financieros de la empresa.</p> <p>Diseñar, desarrollar y evaluar estrategias que permitan alcanzar ventajas competitivas con carácter sostenible en base a los recursos poseídos por la empresa.</p> <p>Revisar la gestión de calidad en los procesos de cada uno de los empleados.</p> <p>Ser el eje fundamental para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.</p> <p>Tomar decisiones e informarlas a los principales involucrados.</p> <p>Estará encargado de contratar al personal de la empresa así como también ejercerá la facultad de despedir al trabajador que no cumpla sus funciones</p> <p>Recibir los informes de cada departamento y emitir fichas de evaluación de cada uno de los trabajadores de su dependencia</p>	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: Las autoras

El gerente es quien administra y direcciona las actividades de todos los departamentos por lo que debiera receptor, revisar y evaluar los informes que ingresen a su despacho.

6.5.2.3 Recepcionista

El perfil de las recepcionistas de la operadora turística se detalla a continuación.

Tabla N° 110: Perfil de las recepcionistas del proyecto.

	Nombre de la Empresa: Mushuck Pakari Tour	
	Nombre del puesto: Recepcionista multifuncional	Nivel al que pertenece: Apoyo
	Reporta a: Gerencia	
Requerimientos mínimos	Educación: Séptimo nivel de educación superior en administración de empresas turísticas y hoteleras	
	Experiencia: 2 años	
	Conocimientos: manejo de computadores, máquinas de oficina, softwares de reservaciones, dominio de inglés.	
	Rango de edad: Entre 25 a 40 años	
Competencia	Buena presencia Discreción Honradez Amabilidad Puntualidad	

	Excelentes relaciones públicas. Ética profesional	
Habilidades	Buena presencia y predisposición Debe tener un alto nivel de inglés hablado y escrito Disponibilidad de tiempo completo Sensibilidad y comprensión para escuchar a los clientes Agilidad en la solución de problemas Intuición para prevenir inconvenientes antes de que se produzcan Gran desempeño en manejo de softwares de reservaciones Buena atención y orientación al cliente. Habilidad para expresarse verbalmente Buenas relaciones interpersonales	
Funciones	Atender a los clientes que visitan el establecimiento. Monitorear la disponibilidad de los servicios externos que maneja la operadora Ser vocero entre el cliente y el personal de la empresa en cuanto a sugerencias y quejas. Llevar un control en cuanto a los pagos efectuados por concepto de reservaciones. Recibir la correspondencia de Gerencia. Realizar reservaciones de los clientes. Recibir a los clientes. Realizar un servicio post-venta a los clientes. Programar y ejecutar actividades e instrucciones designadas por gerencia Hacer y recibir llamadas concernientes a la empresa Hacer un inventario de los productos y/o servicios que comercializa la empresa Realizar las llamadas telefónicas necesarias, para brindar un excelente servicio y verificar que el área este siempre limpio y en buen estado Controlar y coordinar todas las reservaciones Emitir facturas a los clientes Realizar los cobros Realizar cierres de caja diarios Lleva el registro y organización de los documentos contables y no contables de la operadora turística Entrega de documentos correspondientes a cada estructura ocupacional de la empresa	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: Las autoras

Se ha ubicado dentro del nivel operativo en concordancia a las actividades que desarrolla, estas son parte del area operacional de los productos de la empresa.

6.5.2.4 Guías turísticos

Tabla N° 111: Perfil de los guías de turismo

	Nombre de la Empresa: Mushuck Pakari Tour	
	Nombre del puesto: Guía turístico	Nivel al que pertenece: Operativo
	Reporta a: Recepción	
Requerimientos mínimos	Educación: Tercer nivel de educación superior en áreas turísticas	
	Experiencia: 1 año	
	Conocimientos: Diseño y programación de paquetes turísticos, leyes y normativa referente a turismo, uso de equipos turísticos, primeros auxilios atención al cliente	
	Rango de edad: Entre 25 a 45 años	
Competencia	Liderazgo Dirección y desarrollo de personas Honestidad Responsabilidad Excelentes relaciones públicas. Ética profesional. Trabajo en equipo Responsabilidad Respeto Amabilidad	
Habilidades	Dinamismo y creatividad para programar y diseñar paquetes turísticos Manejo de grupos Excelente comunicación en idioma español e inglés	
Funciones	Su principal función será la de guiar a los turistas en los diferentes tours planificados por la empresa, enseñando los diversos atractivos turísticos. Coordinar horarios e itinerarios ya establecidos. Velar por la seguridad del grupo a su cargo, evitando cualquier accidente. Supervisar el cumplimiento de horarios y la calidad del servicio	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: Las autoras

6.5.2.5 Contador

Tabla N° 112: Perfil del contador del proyecto.

	Nombre de la Empresa: Mushuck Pakari Tour	
	Nombre del puesto: Contador	Nivel al que pertenece: Apoyo o auxiliar
	Reporta a: Gerente	
Requerimientos mínimos	Educación:	Título universitario como contador público o carreras afines
	Experiencia:	2 años
	Conocimientos:	Manejo de paquetería contable
	Rango de edad:	28 a 45 años
Competencia	Responsabilidad Respeto Amabilidad Responsable Puntual Proactivo Trabajar bajo presión Ética profesional	
Habilidades	Amplia experiencia en declaraciones, estados financieros, conciliaciones, actualizado fiscalmente, facturación electrónica, etc.	
Funciones	Llevar el control económico de la empresa. Ejecutar las operaciones financieras de la empresa. Buscar y coordinar fuentes de financiamiento para la empresa Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones Certificar los estados financieros del ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes. Mantener informado a los directivos de la empresa sobre los estados financieros de la empresa, que faciliten la toma de decisiones.	
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

Elaborado por: Las autoras

A través de su función debe coordinar cada una de los flujos de entrada y salida económica y si se presenta un caso de riesgo financiero se deberá reunir con la junta.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

7.1 Introducción

Toda actividad del ser humano generalmente está encaminada a producir impactos, por lo que es importante monitorear el nivel que estos producen, con la creación de una operadora turística en la comunidad Rinconada; para este análisis se aplicará una matriz de evaluación de los resultados que aportará la creación e implementación de la empresa “MUSHUCK PAKARI TOUR”, desde el punto de vista económico, social, cultural y ambiental

7.2 Objetivo

Realizar un análisis cuali-cuantitativo de los impactos que genera la creación y funcionamiento de una operadora turística, a través de matrices de valoración con el fin de garantizar su rentabilidad.

7.3 Metodología empleada

Para la determinación de los impactos definidos en esta investigación, económico, social, ambiental, cultural y general, se empleó la metodología consistente en determinar el grado de incidencia, positiva o negativa, de las áreas o aspectos generales que conforman al proyecto de la operadora turística propuesta. Los detalles de cada uno de los impactos calculados se muestran seguidamente.

7.4 Valoración cualitativa y cuantitativa

Para la valoración cualitativa y cuantitativa de los impactos del proyecto, se empleó una metodología sencilla y muy fácil de aplicar: primeramente, determinar las áreas o

aspectos generales en los que el proyecto tenga mayor incidencia, tanto positiva como negativa. En nuestro caso, se determinaron las áreas económicas, sociales, culturales y ambientales. Posteriormente se seleccionaron los niveles e impactos, como se aprecia a continuación.

Tabla N° 113: Nivel de impacto del proyecto

VALORACIÓN DEL IMPACTO	TIPO DE IMPACTO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: Las autoras

Luego se diseñó la matriz de valoración para cada área de impacto, donde se coloca de forma horizontal los niveles de impacto y de forma vertical los indicadores que permitirán medir dicha área, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 114: Matriz de valoración de impacto.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
TOTAL							

Elaborado por: Las autoras

Luego se procede a asignar un nivel de impacto ya sea este positivo o negativo a cada indicador para luego proceder a sumar los niveles de impacto, los mismos que serán divididos para el número de indicadores establecidos en cada área, consiguiendo así el nivel de impacto para cada área de estudio, aplicando la siguiente expresión.

$$\text{Grado de Impacto} = \frac{\Sigma}{\# \text{ de indicadores}}$$

Finalmente, se realiza el análisis de cada matriz de impacto, como se ilustra a continuación.

7.4.1 Impacto económico

Tabla N° 115: Matriz de impacto económico.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo							X	3
Reactivación de la economía familiar							X	3
Desarrollo del sector							X	3
TOTAL							3	9

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto económico} = \frac{9}{3} \text{ 3,00 Impacto Alto Positivo}$$

Análisis:

- Generación de empleo:** Por medio de la creación de la empresa operadora turística se generarán nuevas fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad y la parroquia, incrementándose de esta forma la calidad de vida de los pobladores de esta región del país.
- Reactivación de la economía familiar:** El puntaje asignado para este indicador es alto y está ligado con el indicador anterior, porque con la generación de nuevos empleos, se incrementará el dinero circulante que permitirá cubrir gran parte de las necesidades de los involucrados en el proyecto, así como de sus familiares.
- Desarrollo del sector:** La implementación de la operadora turística, persigue promocionar y publicitar los atractivos turísticos que posee la parroquia y la comunidad, atrayendo de esta forma a una mayor cantidad de turistas y se incrementen de esta forma los consumos en la zona, propiciando la incorporación de una mayor cantidad de habitantes, a actividades relacionadas con el turismo.

7.4.2 Impacto Social

Tabla N° 116: Matriz de impacto social.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento de la imagen de la comunidad							X	3
Estabilidad Familiar							X	3
Interrelación con diferentes personas						X		2
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto social} = \frac{8}{3} \text{ 2,7 Impacto Alto Positivo}$$

Análisis:

- a) **Mejoramiento de la imagen:** El impacto social es alto positivo, ya que su objetivo principal es mejorar la imagen mediante implementación de rótulos que den a conocer la actividad turística que se desarrolla a la comunidad la Rinconada.
- b) **Estabilidad Familias:** El proyecto permitirá alcanzar una mayor estabilidad familiar, al generarse nuevas fuentes de empleo complementarias a las actividades diarias de la población, provocando mayor permanencia y estabilidad laboral de los trabajadores de la comunidad y la parroquia, reduciéndose el movimiento de estos hacia otras regiones del país, en búsqueda de trabajo y otras oportunidades de vida.
- c) **Interrelación con diferentes personas:** La creación de la operadora turística en la comunidad, garantizará un incremento de los visitantes nacionales y extranjeros con mayor frecuencia anual, que permitirá a su vez a la población, una mayor interrelación con otras personas de diferentes lugares, lo que propiciará la oferta de nuevos servicio.

7.4.3 Impacto Ambiental

Tabla N° 117: Matriz de impacto ambiental.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Conservación de Recursos								
Naturales			X					-1
Contaminación del ambiente			X					-1
Manejo de desechos			X					-1
TOTAL			-3					-3

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{-3}{3} = -1 \text{ Impacto Bajo Negativo}$$

Análisis:

- a) **La conservación de los recursos naturales:** constituye a partir de la creación de la empresa, la posibilidad de que estos se vean afectados por el incremento de los visitantes y del consumo, no obstante, ante esta situación, la empresa incrementará las acciones de capacitación a toda la población y a los visitantes, sobre la necesidad de conservar y proteger el medio natural, a través del desarrollo de un turismo sustentable.
- b) **Contaminación del ambiente:** El nivel de impacto bajo está asociado también, a la posibilidad del incremento de la contaminación ambiental, debido al aumento de las actividades y los servicios que serán ofertados; lo que obliga al desarrollo de la conciencia en los turistas y pobladores, con el objetivo de lograr que seamos todos mucho más amigables con el ambiente.
- c) **Manejo de desechos:** El manejo de desechos posee un nivel de impacto bajo, por lo que la empresa tomará las medidas adecuadas para el tratamiento de mismos, los cuales serán clasificados según su categoría y características, utilizando por ejemplo los orgánicos, como abono para las plantas exteriores de la empresa y reciclando los inorgánicos a través de las instituciones especializadas en esta materia.

7.4.4 Impacto Cultural

Tabla N° 118: Matriz de impacto cultural.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Atención con guías nativo					X			1
Celebraciones, rituales y relatos culturales						X		2
Empoderamiento de las costumbres y Tradiciones de la comunidad.					X			1
TOTAL					2	2		4

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto Cultural} = \frac{4}{3} \text{ 1,3 Impacto Bajo Positivo}$$

Análisis:

- a) **Atención con guías nativo:** La atención en la empresa será en su mayoría con personal nativo de la zona, previamente capacitado, lo que brindará mayor seguridad a los turistas a la hora de realizar los tours por las diferentes áreas de la comunidad.
- b) **Celebraciones, rituales y relatos culturales** El desarrollo de los tours por los diferentes atractivos turísticos de la zona, será complementado con el desarrollo de relatos de fogata, que permitirá a los turistas conocer e interrelacionarse con la cultura de la parroquia Angochagua y la comunidad. Adicionalmente, está previsto que en los periodos vacacionales, principalmente, julio y agosto, se ofrecerán tour en las festividades que realizan los gobiernos locales, como vía para rescatar las tradiciones culturales de la región.
- c) **Empoderamiento de las costumbres y tradiciones de la comunidad:** La promoción en la empresa de las tradiciones y costumbres de la cultura ancestral de la parroquia y la comunidad, permitirá a la población adentrarse mucho más en el conocimiento y defensa de la cultura de la región, la cual ha sufrido un

distanciamiento, principalmente, entre los jóvenes, aspectos que se pretenden rescatar con la implementación de la operadora turística en la comunidad.

7.4.5 Matriz General de Impactos

La matriz general de impactos, representa un resumen de todos los niveles de impacto que generará la implementación en la comunidad la Rinconada de una operadora turística. Esta matriz se muestra a continuación.

Tabla N° 119: Matriz General de impactos.

ASPECTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							X	3
Impacto Económico							X	3
Impacto Ambiental			X					-1
Impacto Cultural					X			1
TOTAL			-1		1		6	6

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Impacto General} = \frac{6}{3} \text{ 2,0 Impacto Medio Positivo}$$

Análisis:

Como resultado del análisis de cada uno de los indicadores de cada impacto, se concluye que el nivel de impacto general es de categoría 2, o sea, medio positivo; lo demuestra que la creación e implementación de la operadora turística en la comunidad la Rinconada es factible, generando de manera general nuevas fuentes de empleo, bienestar familia y social, sin impactar negativamente en el medio ambiente.

CONCLUSIONES

- La comunidad la Rinconada perteneciente a la parroquia Angochagua posee potencial turístico, factores que han sido evaluados a través de fichas técnicas; se ha determinado que el lugar posee bellos paisajes naturales, riquezas cultura y tradición ancestral, es importante resaltar que los comuneros son muy amables y hospitalarios con los visitantes. La ubicación geográfica no solo le ha provisto a la comunidad de riquezas naturales y culturales, puesto que también tiene cercanía al casco urbano y los costos de infraestructura, equipamiento, materia prima son accesibles, todo ello convierte al lugar en una gran atracción para el desarrollo del turismo en esta región del Ecuador.
- Con la fundamentación teórica de las variables de investigación empleadas, se sustentó la parte teórica para implementar la operadora turística “MUSHUCK PAKARI TOUR” en la Rinconada, posterior a la implementación de la empresa se contribuirá al desarrollo económico, social y cultural, mejorando la calidad de vida de sus pobladores de una manera sostenible, es decir se promoverá el desarrollo local con el aprovechamiento de los potenciales turísticos.
- El estudio de mercado determinó la existencia de una demanda insatisfecha en la comunidad, que facilitará el ingreso al mercado con los productos y servicios que ofrecerá la operadora turística, por otra parte se determinó la capacidad de carga de la oferta instalada con las características de los servicios prestados a fin de buscar un producto capaz de satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visiten la zona.
- El estudio técnico permitió delimitar el radio de influencia del proyecto para ello se determinó la macro y micro localización del proyecto, se estableció la infraestructura, equipamientos y materiales que requiere la empresa con sus respectivos presupuestos para inicializar las funciones de la operadora.

- Con el estudio financiero se comprobó la viabilidad económica de la operadora turística, los análisis de los ingresos, egresos, estados financieros proyectados y la evaluación de los principales indicadores económicos de la inversión a ejecutar, demostrándose así la factibilidad con el resultado del VAN que proporciona una cantidad de 28 768.71 dólares americanos de ganancias al termino de los cinco años, teniendo como inversión inicial \$36.743,23, la tasa interna de retorno de 0,34 % y un periodo de recuperación de 3 años con seis meses, que fundamentan la factibilidad de este proyecto en un escenario adecuado, siempre y cuando este no varíe de forma significativa en el tiempo.

- Definida la estructura organizacional y funcional de la operadora turística “MUSHUCK PAKARI TOUR, la cual garantizará el desarrollo de la actividad turística de manera sustentable, evitando el incremento de los agentes contaminantes y reciclando los desechos orgánicos e inorgánicos que se generen, como resultado de las propias actividades de esta empresa.

RECOMENDACIONES

- El Estado ecuatoriano debe incrementar su apoyo al sector turístico, a través del aporte de créditos con bajas tasas de interés, para incentivar la creación de nuevas empresas en el sector turístico.
- Incentivar la creación de nuevos proyectos que impulsen la protección y conservación de las bellezas naturales del Ecuador, a través de alianzas estratégicas con empresas privadas, teniendo en cuenta la capacitación a los pobladores de la zona, el fomento de guías turísticos nativos, a fin de favorecer el desarrollo sostenible del país.
- Se debe considerar un análisis adecuado periódico de los recursos tanto humanos como materiales para la implementación de cualquier emprendimiento de modo que garanticen la prestación de un buen servicio o la elaboración de un producto de calidad.
- Es importante hacer análisis frecuentes de la situación financiera para tomar las decisiones más adecuadas que contribuyan al crecimiento del negocio.
- La creación de la operadora turística “MUSHUCK PAKARI TOUR”, debe tomar en consideración la posibilidad de alojamiento y alimentación que existen en la Rinconada, como apoyo a los productos y servicios que ofrecerá la empresa.
- Quienes realizan proyectos deben tomar en cuenta buscar un equilibrio entre los recursos, costos y beneficios que atrae su actividad, de manera que los impactos negativos se reduzcan.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado Espinel, F., & Ortega Pacheco, D. (2016). *Reglamento Guianza Turística. Acuerdo Interministerial*. Quito: Minsiterio de Turismo.

Araujo, D. (2013). *Proyectos de Inversión*. México: Trillas.

Arboleda, G. (2013). *Proyectos*. Bogotá: Alfaomega.

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República. Quito: Asamblea Nacional Constituyente*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.

Asociación Nacional de Operadores de Turismo . (2017). *Operadores de Turismo Receptivo en el Ecuador*. Quito: Minsiterio de Turismo.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Economía financiera.

Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGraw - Hill.

Baena, D. (2010). *Analisis Financiero*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Banco central del Ecuador. (2018). *Banco central del Ecuador*. Obtenido de Banco central del Ecuador:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201701.pdf>

Bravo, M. (. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.

- Cheza Trejo, Y. L. (2017). *Estudio de Factibilidad para la creación de la Empresa de Turismo Ecológico en la Parroquia Juan Montalvo, en el Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Chicaiza, F. (2013). *Diagnóstico del uso actual y determinación de oportunidades de uso productivo y conservacionista del páramo de la parroquia Angochagua*. Quito: Parroquia Angochagua.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Hernández, S., & Palafox, G. (2012). *Administración*. Mexico: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Balance Anual de desarrollo*. Ibarra: Asamblea Provincia Imbabura.
- INEC. (2018). *Balance anual de estadísticas*. Ibarra: Asamblea Provincia Imbabura.
- Ivanova, A., & R, I. (2012). *Medio Ambiente y Política Turística en Mexico*. Mexico: Turismo y Sociedad.
- Jacome, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Educativos y de Inversión*. Ibarra: Editorial Universitaria.
- Mankiw, G. ((2017). *Principios de Economía*. Mexico: Economía y Sociedad.
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá : Eco Ediciones.
- Miguitama Sancho, M. (2016). *Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Minimarket ubicado en la Parroquia Nueva Loja, Provincia de Sucumbios*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Ministerio de Turismo. (2013). *Requisitos para la Constitución de Operadora Turística*. Quito: Ministerio de Turismo.

Ministerio del Turismo. (2014). *Balance anual*. Quito: Ministerio del Turismo.

MINTUR. (2017). *Ministerio de Turismo*. Quito: Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/>.

Miranda, M. (2010). *Gestión de proyectos*. Bogotá: MM editores.

Morillas, A. (2015). *Muestreo en poblaciones finitas*. Bogotá: Universidad de Bogotá.

Morueco, R. (2014). *Manual Practico de Administración*. Bogotá: Ra-ma Editorial.

OMT. (s.f.). *Informe anual*. Whasington: Organización Mundial del Turismo.

Plan de Desarrollo Territorial . (2016). *Plan de Desarrollo Territorial de la Ciudad de Ibarra*. Ibarra: INE.

Plan Nacional Buen Vivir. (2016). *Plan de desarrollo Integral*. Quito: Asamblea Nacional.

Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Registro de Centros Turísticos Comunitarios. (2009). *Instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios*. Quito: Acuerdo Ministerial 24.

Reglamento de Operación e Intermediación. (2016). *Acuerdo Ministerial 21*. Quito: Lexis.

- Reglamento de Operación Turística de Aventura. (2012). *Reglamento de Operación Turística de Aventura*,. Quito: Ministerio de Turismo.
- Reglamento para Centros Turísticos Comunitarios. (2010). *Acuerdo Ministerial 16*. Quito: Lexis.
- Rodríguez, R. (2012). *Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Sancho, A. (09 de 2011). *Informe Organización Mundial del turismo*. Paris: Organización Mundial del turismo. Obtenido de Informe Organización Mundial del turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sandoval, H. (2015). *Plan de ordenamiento y desarrollo territorial GAD parroquia Angochagua*. Ibarra: GAD Parroquia Angochagua.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2011). *Análisis de la Demanda*. México: McGraw-Hill.
- Simbaña Paucar, V. E. (2013). *Satisfacer el Mercado local Mediante un Estudio de Factibilidad pra la Ampliación de una Tienda a un Minimarket en el sector Norte de la Ciudad de Quito*. Quito: Instituto Tecnológico Cordillera.
- Sistema Integrado de Legislación Ecuatoriana. (2008). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Quito: LEXIS S.A.
- Torres Vinueza, M. (2011). *Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Oro en Bruto a Estados Unidos Periodo 2012 - 2021*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Ulcuango Torres, M. V. (2017). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Transporte Turístico en el Cantón Montufar, Provincia del Carchi*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.

UNWETO. (17 de 07 de 2017). *Organizacion mundial del turismo*. Whasginthon : OMT. Obtenido de Organizacion mundial del turismo: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-09-08/turismo-internacional-2017-presenta-los-mejores-resultados-semestrales-de-l>

www.codeso.com. (3 de 4 de 2004). *www.terrasoe@plus.net.ec*. Recuperado el 21 de 8 de 2018, de www.terrasoe@plus.net.ec.

www.Mercadeo.com. (13 de 08 de 2013). *www. mercadeo.com*. Recuperado el 12 de 6 de 2018, de [www. mercadeo.com](http://www.mercadeo.com).

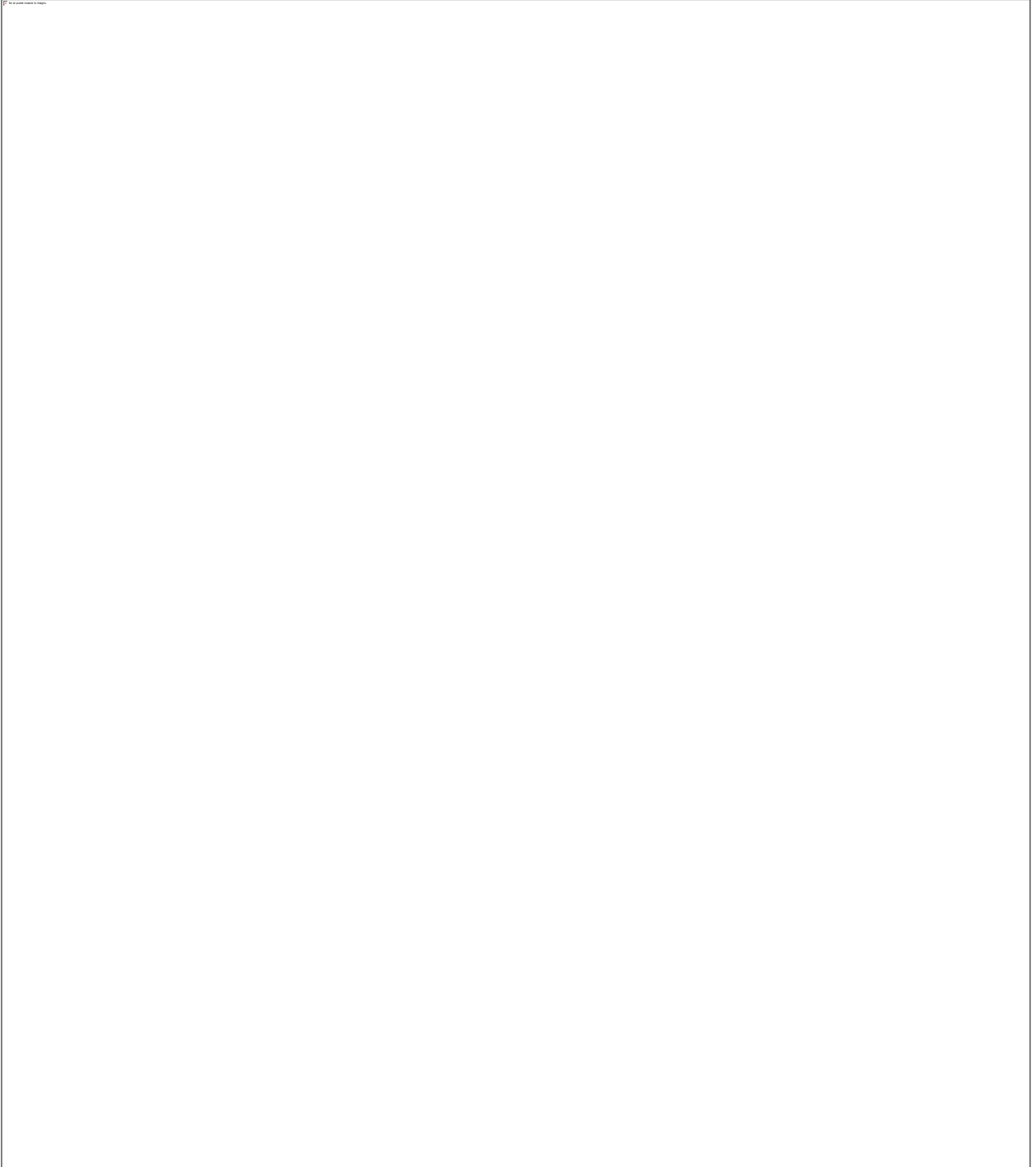
www.wikipedia.or. (4 de 2 de 2012). *http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno*. Recuperado el 22 de 6 de 2018, de http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

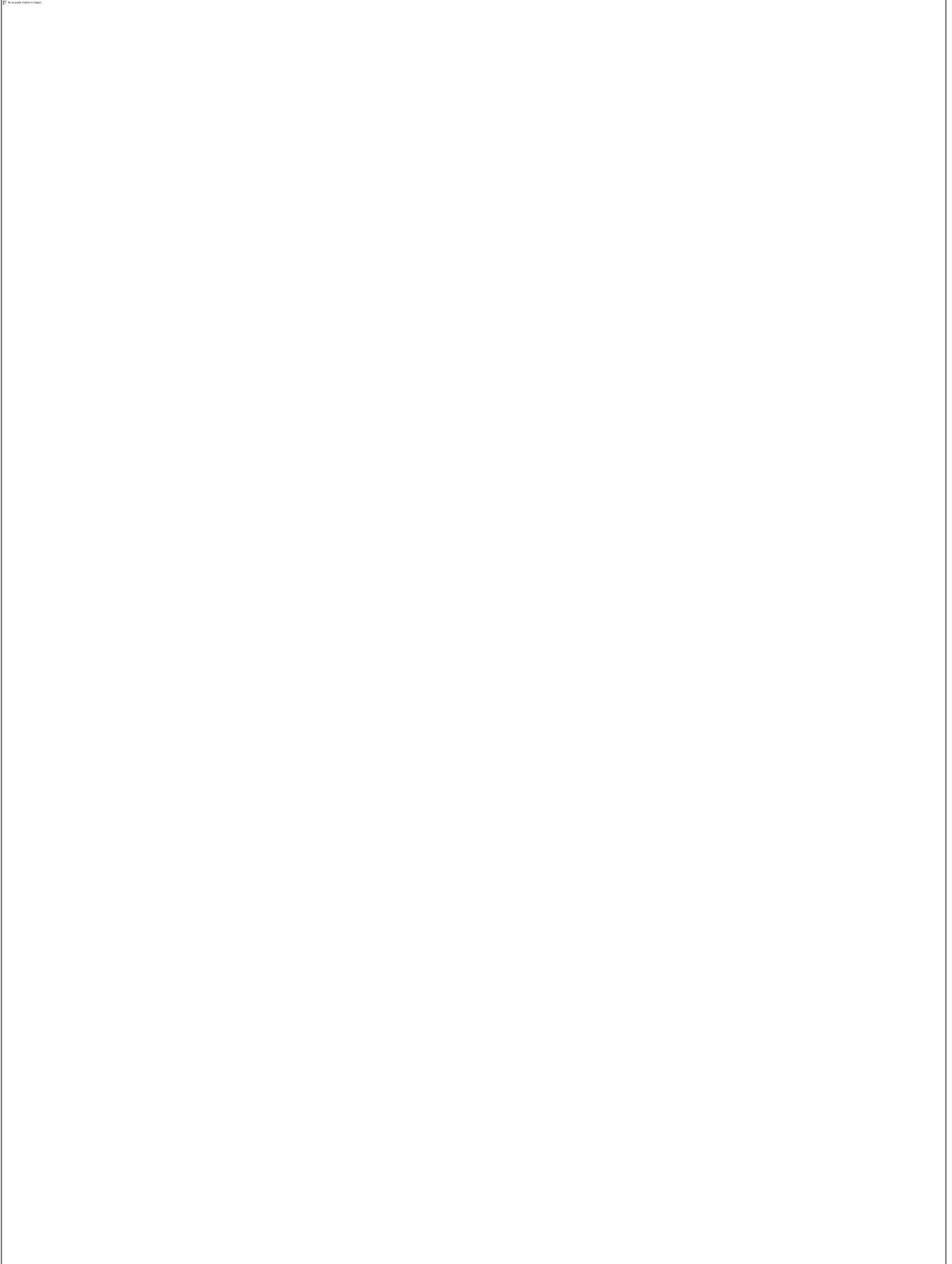
REFERENCIAS LEGALES Y NORMATIVAS

1. BOLETÍN EL CONTADOR Tributación Boletines (2015)
2. LORTI “LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO SRI. (2015).
LORTI.19/11/2016, de SRI Sitio web:
www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/20151228+LRTI.pdf
3. NEA´s Normas Ecuatorianas de Auditoría
4. NEC´s Normas Ecuatorianas de Contabilidad
5. NIIF´s Normas Internacionales de la Información Financiera

ANEXOS

ANEXO 1: Ficha de Observación

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying most of the page below the title. It is intended for the content of the 'Ficha de Observación' (Observation Form).

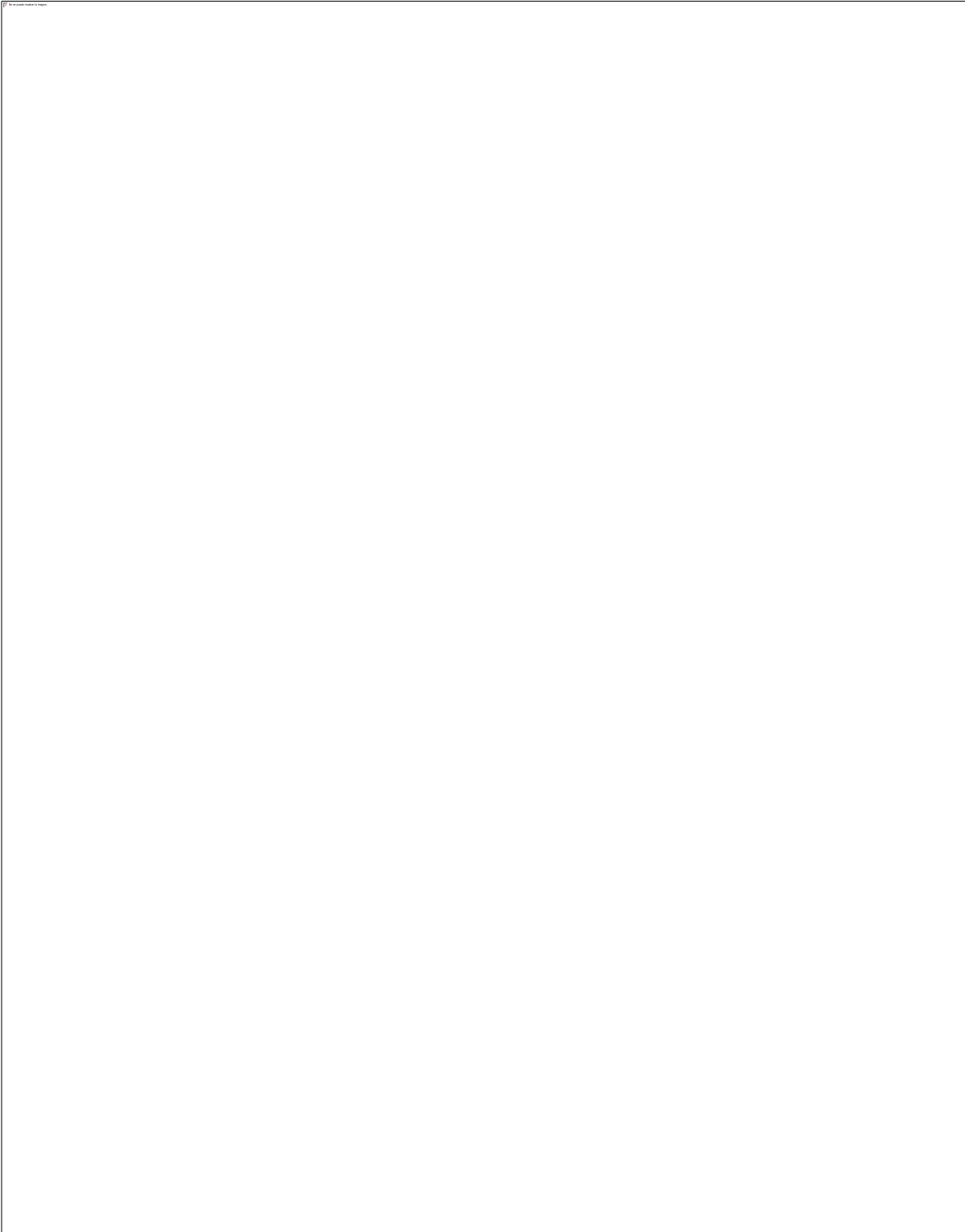


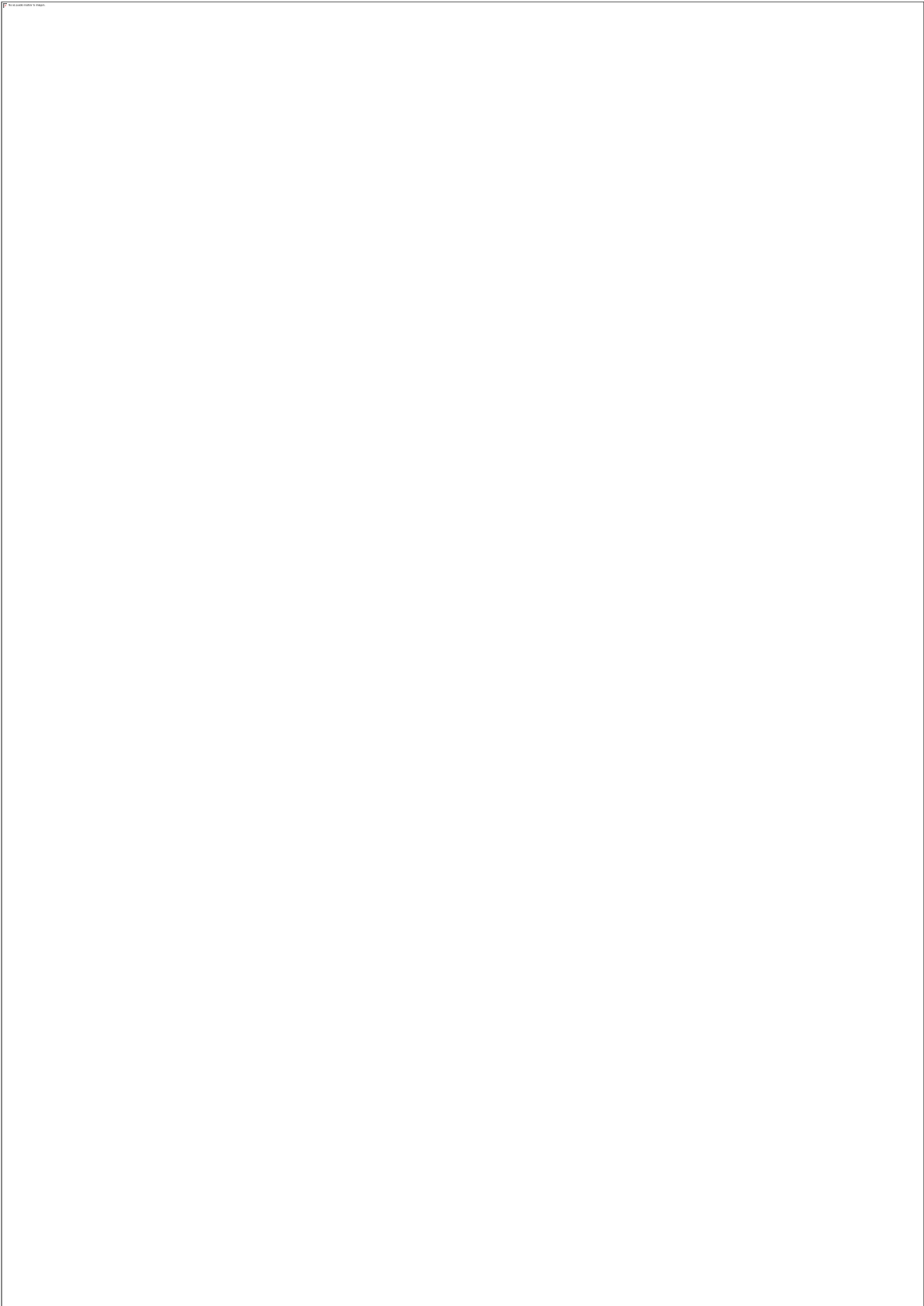




Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Las autoras

ANEXO 2: Encuesta









Elaborado por: Las autoras



Elaborado por: Las autoras

ANEXO 3: Entrevista



Elaborado por: Las autoras



Elaborado por: Las autoras

ANEXO 4: Reglamento Interno

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO PARA LA EMPRESA MUSHUCK PAKARI TOUR

La Operadora Turística “Mushuck PAKari Tour”, legalmente constituida, con domicilio principal en la comunidad La Rinconada en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-** La acta de constitución tiene como objetivo principal la constitución de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”, de conformidad con lo dispuesto en el artículo ... del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.-** El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre OPERADORA y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

- Art.- 3. **VIGENCIA.-** Este reglamento Interno comenzará a regir desde, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.
- Art.- 4. **CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.-** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.
- Art.- 5. **ORDENES LEGÍTIMAS.-** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.
- Art.- 6. **ÁMBITO DE APLICACIÓN.-** El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Operadora “Mushuck Pakari Tour”

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

- Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.
- Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los

memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

- Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour” a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.
- Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

- Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá

llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los número telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a)** Hoja de vida actualizada.
- b)** Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c)** Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d)** Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e)** Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f)** Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g)** Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h)** Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

- Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

- Art.- 14. **CONTRATO ESCRITO.-** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.
- Art.- 15. **PERIODO DE PRUEBA.-** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.
- Art.- 16. **TIPOS DE CONTRATO.-** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

- Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.
- Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.
- Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.
- Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.
- Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.
- Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:
- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
 - b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 31. La gerencia llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones

correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Gerente o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES

DE LAS VACACIONES

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por Gerencia.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinadas en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Gerente de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad
- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

- Art.- 38. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.
- Art.- 39. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.
- Art.- 40. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:
- a) Aportes personales del IESS;
 - b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
 - c) Ordenados por autoridades judiciales.
 - d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
 - e) Multas establecidas en este Reglamento
 - f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

- Art.- 41. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.
- Art.- 42. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

- Art.- 43. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.
- Art.- 44. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

- Art.- 45.** La Gerencia de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por la Junta.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

- Art.- 46. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.
- Art.- 47. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.
- Art.- 48. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

- Art.- 49. Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,

d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 50. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 51. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 52. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 53. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 54. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour” y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour” o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.

9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. . Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.

18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Gerente; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

Art.- 55. Serán derechos de los trabajadores de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”:

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 56. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa

tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.

- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.
- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s)** Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.

- t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y) Fumar en el interior de la empresa.
- z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb) Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográficas o lesivas, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;

- ee)** Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.
- ff)** Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg)** Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador. .
- hh)** Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- ii)** Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

- Art.- 57. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.
- Art.- 58. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arquezos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

- Art.- 59. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.
- Art.- 60. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.
- Art.- 61. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 62. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 63. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 64. La multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes caso:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

- a. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 65. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los siguientes artículos:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.

- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 66. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.

- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g) Encubrir la falta de un trabajador.
- h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
- n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.

- p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
- r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
- v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 67. Los trabajadores de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour” cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato

- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 68. El trabajador que termine su relación contractual con la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”, por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

- Art.- 69. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:
- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
 - b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
 - c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
 - d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
 - e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.

- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 70. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX

SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

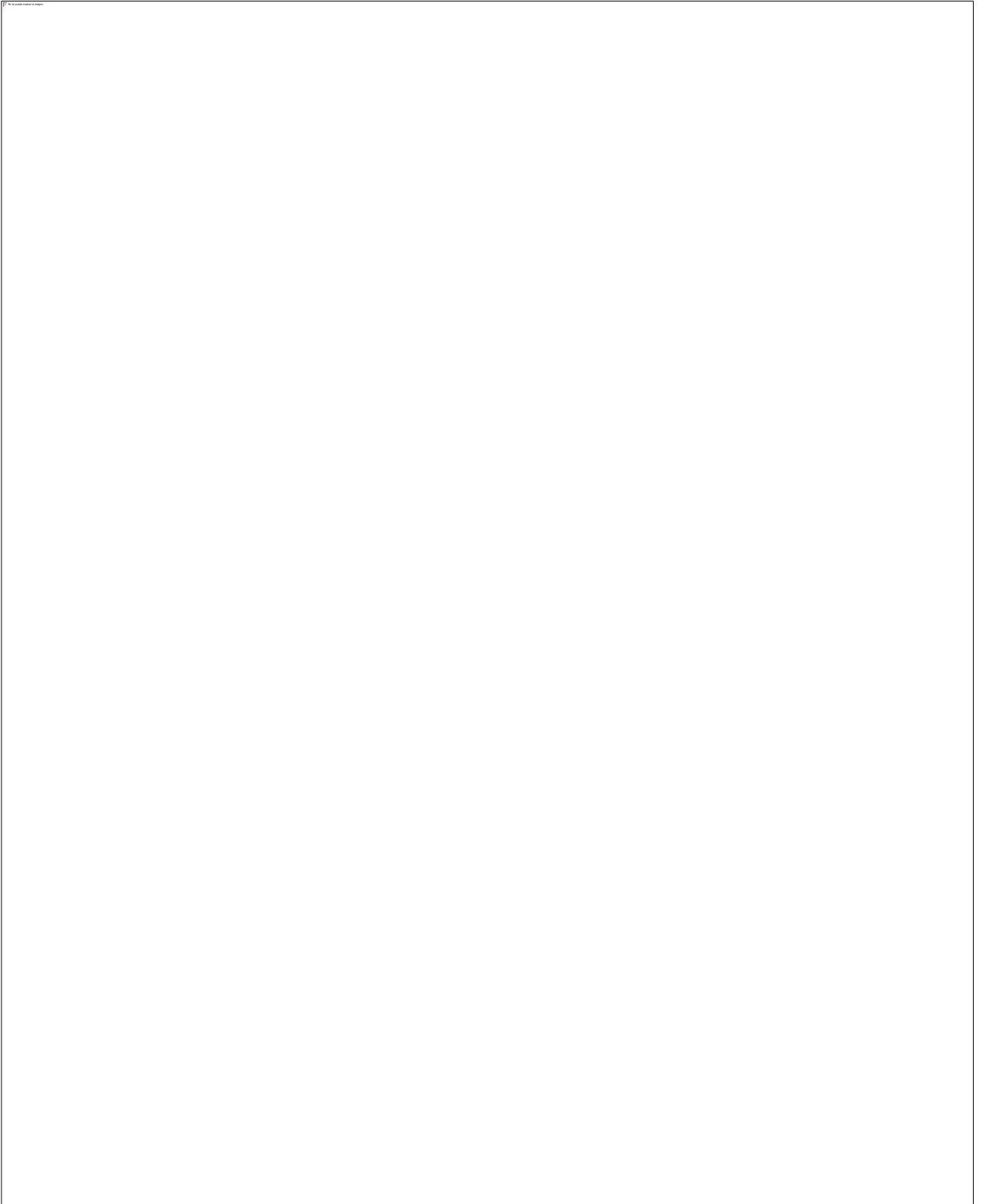
Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de la Operadora turística “Mushuck Pakari Tour”

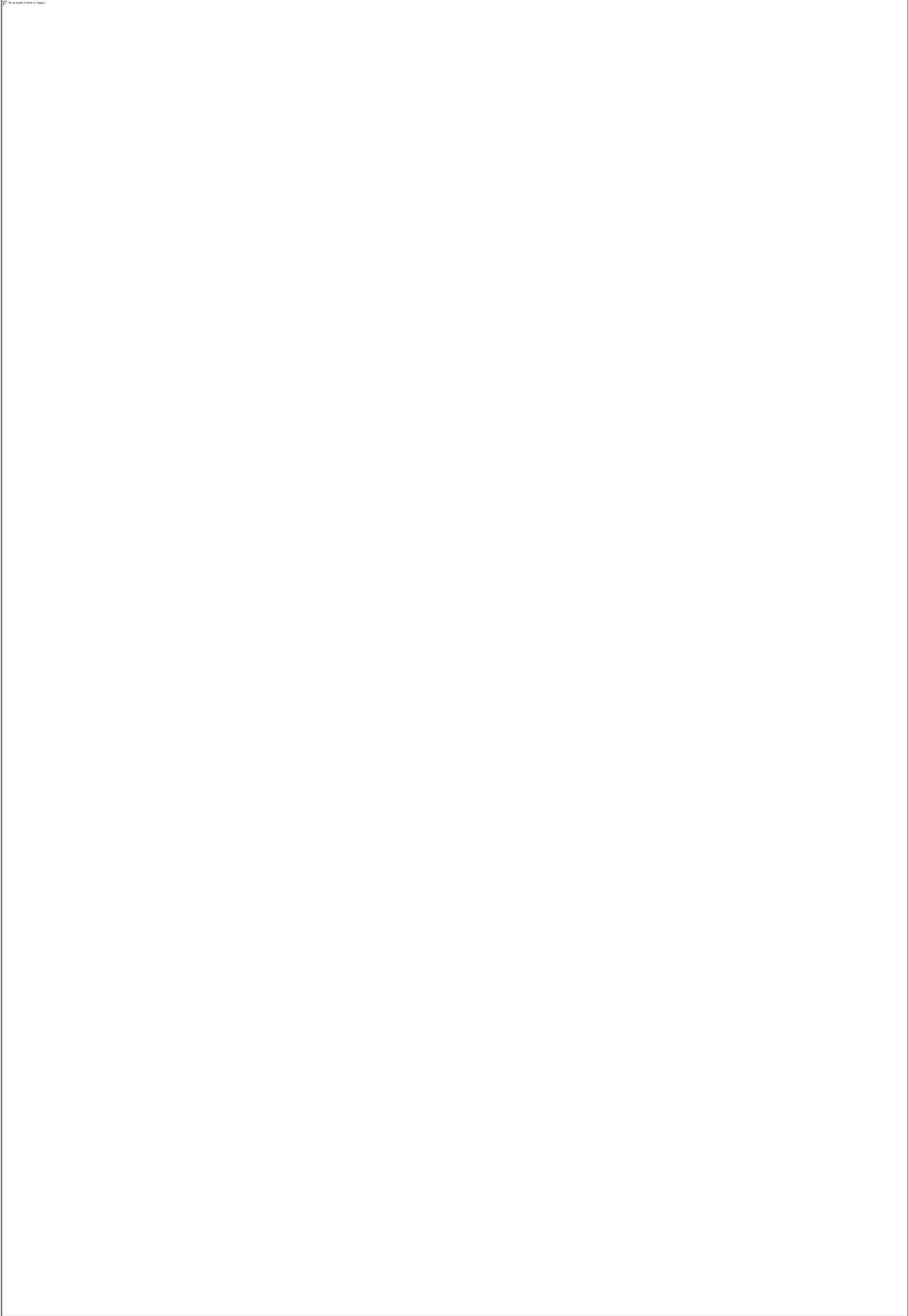
Atentamente,

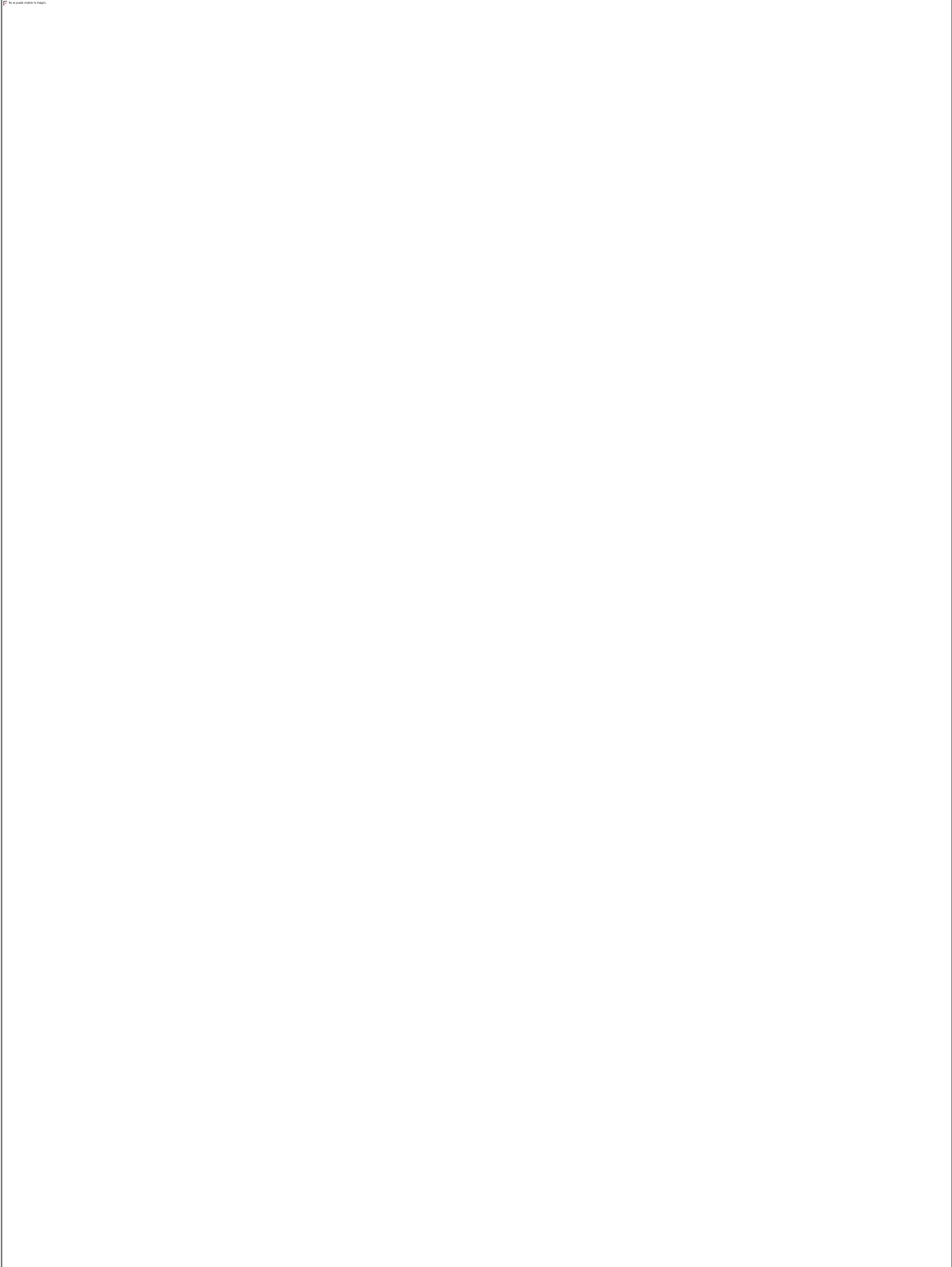
.....

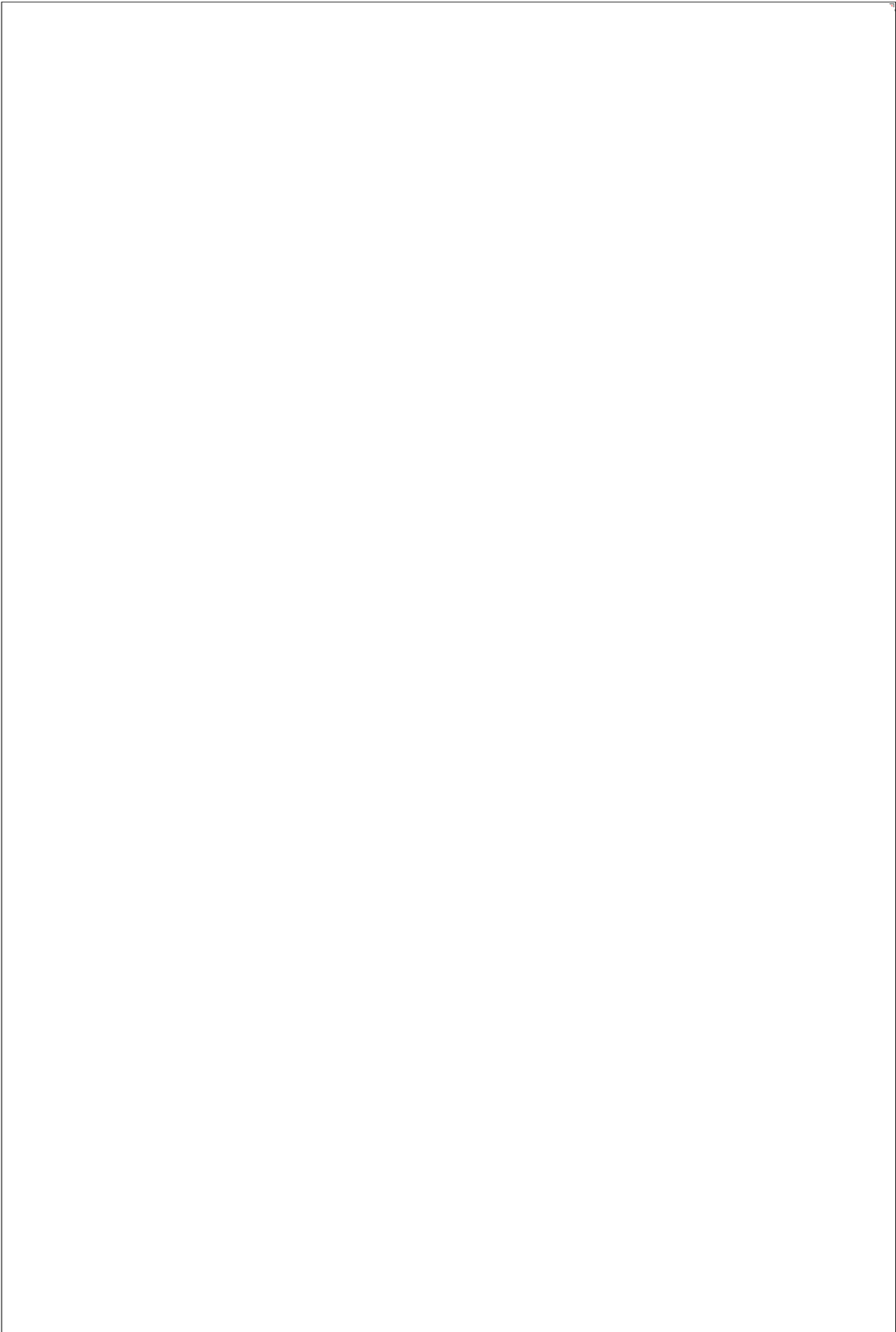
LA GERENCIA

ANEXO 5: Proformas





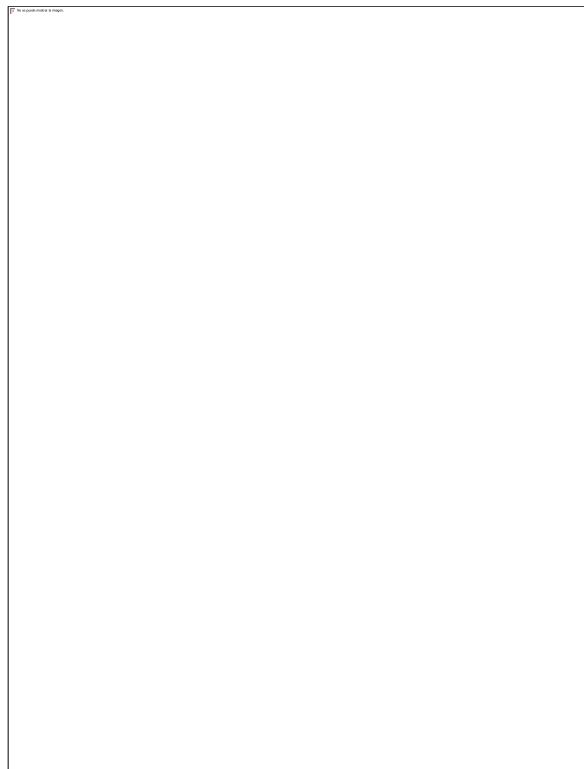




ANEXO 6: Fotografías del trabajo de campo



Fuente: Investigación de campo



Fuente: Investigación de campo