



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTANCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

AUTORA: ROCÍO DEL CARMEN GUANDINANGO CABASCANGO

DIRECTOR: ING. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

IBARRA, ABRIL DEL 2019

RESUMEN EJECUTIVO

La comunidad de Pivarinci, ubicado en la parroquia Eugenio Espejo, perteneciente al cantón Otavalo cuenta con hermosos lugares turísticos como el Lechero y el Lago San Pablo, pero lastimosamente por la falta de interés de parte de la comunidad, no se ha dado el impulso que requiere dicha actividad, motivo por el cual estos lugares están siendo olvidados y descuidados debido a la contaminación provocada por los mismos comuneros.

En la zona de influencia, por el momento no existe un lugar que brinde servicios de acogida, aspecto que favorece la implantación de la Estancia Turística, ya que se encontrará ubicada en un lugar estratégico, es decir la vía principal, y a pocos pasos del Muelle Chicapán, donde se puede disfrutar del Lago San Pablo, además de otros lugares. El proyecto tiene como finalidad potencializar la actividad turística, mediante un servicio de calidad, con una infraestructura adecuada, acorde a las necesidades de los clientes y con el personal debidamente capacitado para atender los requerimientos de los mismos.

La implantación de un nuevo proyecto contribuye al desarrollo económico no solo del propietario sino también de las familias que forman parte del sector, ya que con la llegada de turistas podrán dar a conocer sus habilidades en la elaboración de productos artesanales. De la misma forma el proyecto busca contribuir en el cuidado y conservación de los recursos naturales, mediante la colaboración y participación activa de los organismos competentes, los cuales deben dar mayor realce al tema turístico ya que representa una fuente de desarrollo social, económico y cultural.

ABSTRACT

The community of Pivarinci, located in Eugenio Espejo parish, belonging to the canton of Otavalo, has beautiful tourist sites such as Lechero and San Pablo Lake, but unfortunately, due to the lack of interest on the part of the community, there has not been the momentum it requires such activity, which is why these places are being forgotten and neglected due to the pollution caused by the same villagers.

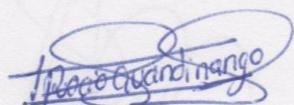
In the area of influence, for the moment there is no place to provide reception services, an aspect that favors the implementation of the Tourist Stay, since it will be located in a strategic place, that is, the main road, and a few steps from the dock. Chicapán, where you can enjoy San Pablo Lake, as well as other places. The purpose of the project is to potentiate the tourist activity, by means of a quality service, with an adequate infrastructure, according to the needs of the clients and with the personnel duly trained to attend the requirements of the same.

The implementation of a new project contributes to the economic development not only of the owner but also of the families that are part of the sector, since with the arrival of tourists they will be able to show their skills in the elaboration of handicraft products. In the same way, the project seeks to contribute to the care and conservation of natural resources, through the collaboration and active participation of the competent agencies, which should give greater prominence to the tourist theme as it represents a source of social, economic and cultural development.

AUTORÍA

Yo, Rocío del Carmen Guandinango Cabascango con cédula de identidad N° 100353656-0, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de Abril del 2019,



Rocío del Carmen Guandinango Cabascango

C.I. 100353656-0

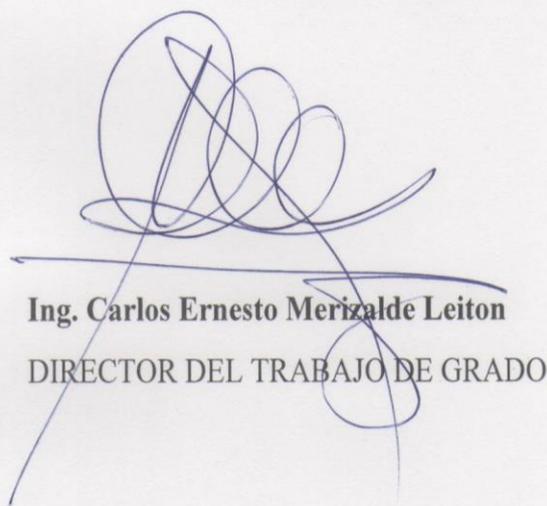
Dr. Carlos Meralde Leiton

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada ROCÍO DEL CARMEN GUANDINANGO CABASCANGO, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTANCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA". Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de Abril del 2019.



Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton
DIRECTOR DEL 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:	100353656-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Guandinango Cabascango Rocío del Carmen		
DIRECCION:	Comunidad de Turuco, Cantón Cotacachi		
EMAIL:	guandinangorocio@gmail.com		
TELEFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0981068665
DATOS DE LA OBRA			
TITULO:	"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTANCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD DE PIVARINCI, PARROQUIA EUGENIO ESPEJO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTOR:	Rocío del Carmen Guandinango Cabascango		
FECHA: AAAAMMDD	2019/04/25		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA		
ASESOR / DIRECTOR:	Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton		

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta 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 saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de abril del 2019

LAS AUTORA:



Rocío del Carmen Guandinango Cabascango

C.I. 100353656-0

Rocío Guandinango

Facultado por resolución del Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, fruto de preparación y constancia, de manera especial a mi esposo TARQUINO y a mi hijo TETSU quienes tuvieron que soportar mis noches de desvelo y mi ausencia durante esta etapa de preparación, a pesar de eso permanecieron a mi lado todo este tiempo brindándome su amor y apoyo incondicional, fueron mi mayor inspiración para mantenerme firme en mi decisión de seguir adelante y cumplir mi meta.

A mis padres RAFAEL y JOSEFINA quienes me apoyaron en el cuidado de mi hijo, desempeñando el papel de padres de su pequeño nieto. El aporte de cada uno de ellos fue mi fortaleza para hacer realidad uno de mis sueños. A la Virgencita del Quinche quien en cada inicio de los semestres me otorgó su bendición para culminar con éxito.

Rocío Guandinango

AGRADECIMIENTO

Agradezco, primeramente a Dios y a la Virgen del Quinche por darme la vida y la sabiduría necesaria para continuar con mi preparación profesional. Agradezco a mi esposo TARQUINO por el sentimiento puro que me ha demostrado todo este tiempo, a mi hijo TETSU por ser la razón de mi existencia y ser el motivo principal de mi constancia. A mis padres por el apoyo incondicional que me demostraron sin interés alguno.

A mis amigas quienes me enseñaron el verdadero significado de la amistad. A mis maestros de la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes con sus conocimientos impartidos han sido parte de este sueño de llegar a culminar mi carrera.

Rocío Guandinango

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ANEXOS	xx
PRESENTACIÓN.....	xxi
JUSTIFICACIÓN	xxiii
OBJETIVOS	xxiv
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
ANTECEDENTES	25
Objetivos.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivos Específicos.....	26
Variables e Indicadores.....	27
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	29
METODOLOGÍA.....	31
DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA.....	31
Marco Legal.....	31
Aspecto Económico	35
Ámbito Social	44
Medios Tecnológicos y Transporte.....	52
Aspecto Medio Ambiental	57
6Infraestructura.....	63
MATRIZ AOR.....	67

OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	68
CAPÍTULO II	70
MARCO TEÓRICO.....	70
INTRODUCCIÓN	70
OBJETIVO GENERAL.....	70
Objetivos Específicos.....	70
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	70
CAPÍTULO III.....	76
ESTUDIO DE MERCADO	76
INTRODUCCIÓN	76
OBJETIVO GENERAL.....	76
Objetivos Específicos.....	76
VARIABLES E INDICADORES.....	76
MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	78
METODOLOGÍA	79
DESARROLLO DE LA MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	79
Servicios a Ofrecer.....	79
Análisis de la Demanda	82
Tabulación y Procesamiento de Datos	87
Análisis de la Oferta.....	98
Análisis de las 4P.....	102
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	104
CAPÍTULO IV.....	106
ESTUDIO TÉCNICO	106
INTRODUCCIÓN	106
OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	106
Objetivo General.....	106
Objetivos Específicos.....	106
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	106
Macro Localización	107
Micro Localización	108
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	110
Recepción.....	110
Restaurante.....	110

Habitaciones.....	111
Área de interacción y convivencia.....	112
TAMAÑO DEL PROYECTO	112
Capacidad.....	112
FLUGOGRAMA DE OPERACIONES	115
INVERSIÓN DEL PROYECTO	119
Inversión Fija	119
Inversión Variable.....	121
CAPÍTULO V	128
ESTUDIO FINANCIERO	128
INTRODUCCIÓN	128
OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO	128
Objetivo General.....	128
Objetivos Específicos.....	128
PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	128
Costo de Servicios.....	129
Gastos Administrativos.....	133
Gasto de Ventas	135
Gasto Depreciación.....	136
Gasto Financiero	136
Resumen de Egresos	137
PRESUPUESTO DE INGRESOS	137
Cantidad de Ventas	137
Precio de Venta.....	138
Ingresos Proyectados	138
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	139
Estado de Situación Inicial.....	139
Estado de Resultados Proyectado	140
Estado de Flujo de Caja Proyectado	141
EVALUACIÓN FINANCIERA	142
Costo de Oportunidad	142
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	142
Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR	142
Beneficio/Costo.....	143

Punto de Equilibrio en Dólares	144
Resumen de la Evaluación Financiera	144
CAPÍTULO VI.....	145
PROPUESTA ORGANIZACIONAL.....	145
INTRODUCCIÓN	145
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL.....	145
Objetivo General.....	145
Objetivos Específicos.....	145
FILOSOFÍA EMPRESARIAL	145
Nombre o Razón Social	145
Misión	146
Visión a Diciembre 2022	146
Logotipo.....	146
Principios y Valores.....	146
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	148
Puestos de Trabajo y Funciones.....	148
PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	155
Hospedaje.....	156
Restaurante.....	156
Turismo	158
ASPECTO LEGAL.....	160
Registro Único del Contribuyente (RUC).....	160
Solicitud de Informe de Uso de Suelo (T10)	161
Permiso de Bomberos	162
Licencia Ambiental.....	163
Ministerio de Turismo.....	163
Reglamento Interno.....	166
CAPÍTULO VII	168
IMPACTOS DEL PROYECTO	168
INTRODUCCIÓN	168
OBJETIVO GENERAL.....	168
METODOLOGÍA.....	168
EVALUACIÓN DE IMPACTOS.....	168
Impacto Económico	169

Impacto Social	170
Impacto Ambiental.....	171
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO	171
CONCLUSIONES	173
RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA	175
ANEXOS	183
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	222

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Índice de Precios al Consumidor	36
Figura N° 2: Evolución del Empleo a nivel Nacional.....	37
Figura N° 3: Ocupaciones de la parroquia Eugenio Espejo.....	37
Figura N° 4: Motivos por los cuales las personas no trabajan.....	38
Figura N° 5: Atractivo turístico - Lago San Pablo.....	39
Figura N° 6: La agricultura una de las actividades de los comuneros.....	40
Figura N° 7: Comercio en la Plaza de Pochos - Ciudad de Otavalo.....	40
Figura N° 8: Manufactura y comercialización en la Plaza de Ponchos.....	41
Figura N° 9: Riesgo País - Índice de Bonos de Países Emergentes (EMBI).....	42
Figura N° 10: Ingreso de Turistas a Ecuador con respecto al mes de marzo año 2018.....	44
Figura N° 11: Vestimenta tradicional de los Indígenas Otavaleños	45
Figura N° 12: Pregón de fiestas – YAMOR OTAVALO	46
Figura N° 13: Fiesta tradicional - Inti Raymi	47
Figura N° 14: Competencia de caballitos de totora en el Lago San Pablo	47
Figura N° 15: La Bandeja de Cuy Asado un plato tradicional	48
Figura N° 16: Plato típico con la bebida tradicional el Yamor.....	48
Figura N° 17: Platillo de Hornado de Otavalo.....	49
Figura N° 18: Población por grupos de edad	50
Figura N° 19: Nivel de Instrucción en la Parroquia.....	52
Figura N° 20: Disponibilidad de Internet – Parroquia Eugenio Espejo.....	54
Figura N° 21: Cooperativa de Transporte trans Otavalo	55
Figura N° 22: Cooperativa de Camionetas Pedro Pareja C.	55
Figura N° 23: Cooperativa de Taxis – Terminal Terrestre de Otavalo.....	56
Figura N° 24: Mirador El Lechero.....	57
Figura N° 25: Vista al Corazón de Imbabura	58
Figura N° 26: Lago de San Pablo o Imbakucha.....	59
Figura N° 27: Lagunas de Mojanda	60
Figura N° 28: Bosque Nativo de Mojanda.....	61
Figura N° 29: Contaminación del Lago San Pablo.....	62
Figura N° 30: Medios de eliminación de la basura en la Parroquia	62
Figura N° 31: Acceso de viviendas al agua según tipo de fuente.....	63
Figura N° 32: Viviendas de la Parroquia con servicio higiénico.....	65

Figura N° 33: Primera etapa del proyecto Malecón	66
Figura N° 34: Entrada de turistas a la Cascada de Peguche	84
Figura N° 35: Entrada de turistas a la R. E. Cotacachi Cayapas	85
Figura N° 36: Nacionalidad de los turistas	87
Figura N° 37: Principal motivo de viaje	88
Figura N° 38: Días de permanencia de los turistas	89
Figura N° 39: Medios que utilizan los turistas para buscar alojamiento	90
Figura N° 40: Sector donde prefieren alojarse los turistas	91
Figura N° 41: El tipo de comida que prefiere el turista	92
Figura N° 42: Aspectos de importancia en un producto turístico.....	93
Figura N° 43: ¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?	94
Figura N° 44: La existencia de una Estancia Turística	95
Figura N° 45: Recursos que destina para actividades turísticas diariamente.....	96
Figura N° 46: Macro localización del proyecto	107
Figura N° 47: Micro localización del proyecto	109
Figura N° 48: Logotipo de la Estancia.....	146
Figura N° 49: Organigrama Estructural de la Estancia.....	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Matriz De Relación Diagnóstica	29
Tabla N° 2 Instituciones Financieras	43
Tabla N° 3 Población total por sexo	49
Tabla N° 4 Comunidades de la parroquia Eugenio Espejo.....	51
Tabla N° 5 Educación en la parroquia	51
Tabla N° 6 Equipos tecnológicos necesarios para el Proyecto	53
Tabla N° 7 Servicio de Transporte – Parroquia Eugenio Espejo.....	56
Tabla N° 8 Procedencia de luz eléctrica de la viviendas de la Parroquia	64
Tabla N° 9 Red vial de la Parroquia	65
Tabla N° 10 Construcción de la Matriz AOOR	67
Tabla N° 11 Matriz de Relación del Estudio de Mercado	78
Tabla N° 12 Entrada de Extranjeros a Ecuador según sexo.....	82
Tabla N° 13 Entrada de Extranjeros por País de Procedencia	83
Tabla N° 14 Entrada de turistas a la Cascada de Peguche	83
Tabla N° 15 Entrada de turistas a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas	84
Tabla N° 16 Nacionalidad de los Turistas	87
Tabla N° 17 Principal motivo de viaje.....	88
Tabla N° 18 Días de permanencia de los turistas	89
Tabla N° 19 Medios que utilizan los turistas para buscar alojamiento.....	90
Tabla N° 20 Sector donde prefieren alojarse los turistas.....	91
Tabla N° 21 El tipo de comida que prefiere el turista.....	92
Tabla N° 22 Aspectos de importancia en un producto turístico	93
Tabla N° 23 ¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?.....	94
Tabla N° 24 La existencia de una Estancia Turística	95
Tabla N° 25 Recursos que destinan para actividades turísticas diariamente.....	96
Tabla N° 26 Demanda potencial	97
Tabla N° 27 Proyección de la Demanda	97
Tabla N° 28 Establecimientos de servicios turísticos / sector rural de Otavalo	98
Tabla N° 29 Capacidad Instalada.....	100
Tabla N° 30 Cálculo proyección de la oferta.....	101
Tabla N° 31 Demanda Insatisfecha.....	102
Tabla N° 32 Análisis de precios de los establecimientos	103

Tabla N° 33 Tamaño del Proyecto.....	112
Tabla N° 34 Simbología	115
Tabla N° 35 Flujograma de Operaciones - Hospedaje	116
Tabla N° 36 Flujograma de Operaciones - Alimentación.....	117
Tabla N° 37 Flujograma de Operaciones - Guianza	118
Tabla N° 38 Área de construcción	119
Tabla N° 39 Vehículo	119
Tabla N° 40 Muebles y Enseres.....	120
Tabla N° 41 Maquinaria y Equipo	121
Tabla N° 42 Equipo de Computación	121
Tabla N° 43 Materia Prima - Alimentación.....	122
Tabla N° 44 Rol de Pagos.....	123
Tabla N° 45 Suministros de Oficina	123
Tabla N° 46 Servicios Básicos.....	124
Tabla N° 47 Insumos de Limpieza	124
Tabla N° 48 Publicidad.....	125
Tabla N° 49 Permisos	125
Tabla N° 50 Capital de Trabajo	126
Tabla N° 51 Financiamiento del Proyecto	126
Tabla N° 52 Tabla de Amortización - Crédito Financiero.....	127
Tabla N° 53 Resumen Inversión Total.....	127
Tabla N° 54 Costo Servicio de Hospedaje.....	129
Tabla N° 55 Costo Servicio de Alimentación - Desayuno	129
Tabla N° 56 Costo Servicio de Alimentación - Almuerzo	130
Tabla N° 57 Costo Servicio de Alimentación - Merienda	131
Tabla N° 58 Costo de Servicio de Guianza	131
Tabla N° 59 Proyección de Costos por Servicio.....	132
Tabla N° 60 Proyección de Costos de Producción	132
Tabla N° 61 Proyección de Sueldos Área Administrativa.....	133
Tabla N° 62 Proyección de Gasto por Servicios Básicos	133
Tabla N° 63 Proyección Suministros de Oficina	134
Tabla N° 64 Proyección Útiles de Aseo	134
Tabla N° 65 Gasto Permisos.....	135
Tabla N° 66 Resumen Proyección Gastos Administrativos	135

Tabla N° 67 Proyección Gasto Ventas	136
Tabla N° 68 Depreciación Activos Fijos	136
Tabla N° 69 Proyección Depreciación (USD).....	136
Tabla N° 70 Tabla de Amortización	137
Tabla N° 71 Resumen Egresos Proyectados	137
Tabla N° 72 Proyección Cantidad de Ventas.....	138
Tabla N° 73 Proyección Precio de Venta	138
Tabla N° 74 Ingresos Proyectados	139
Tabla N° 75 Estado de Situación Inicial	140
Tabla N° 76 Estado de Resultados Proyectado.....	141
Tabla N° 77 Estado de Flujo de Caja Proyectado.....	142
Tabla N° 78 Periodo de Recuperación de la Inversión	142
Tabla N° 79 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno	143
Tabla N° 80 Beneficio/Costo	143
Tabla N° 81 Punto de Equilibrio en Dólares	144
Tabla N° 82 Resumen de la Evaluación Financiera.....	144
Tabla N° 83 Perfil del Administrador	149
Tabla N° 84 Perfil del Contador	150
Tabla N° 85 Perfil del Recepcionista.....	151
Tabla N° 86 Perfil del Cocinero	152
Tabla N° 87 Perfil de Ama de Llaves	153
Tabla N° 88 Perfil del Guía Turístico	154
Tabla N° 89 Perfil del Ayudante de Servicios	155
Tabla N° 90 Servicio de Hospedaje	156
Tabla N° 91 Cronograma de menús por días.....	157
Tabla N° 92 Paquete Turístico que ofrecerá la Estancia	158
Tabla N° 93 Valoración de Impactos.....	169
Tabla N° 94 Impacto Económico.....	169
Tabla N° 95 Impacto Social.....	170
Tabla N° 96 Impacto Ambiental	171
Tabla N° 97 Impacto General del Proyecto	171

ANEXOS

Anexo N° 1 Ficha de Observación	184
Anexo N° 2 Modelo de la Entrevista	185
Anexo N° 3 Modelo de la Encuesta.....	186
Anexo N° 4 Reglamento Interno – Estancia Turística “Kuyaylla Wasi”	188
Anexo N° 5 Proforma Papelería Didáctica	216
Anexo N° 6 Proforma Muebles Confort	217
Anexo N° 7 Simulador de Crédito COAC Chuchuquí Ltda.....	218
Anexo N° 8 Solicitud de Informe de Uso de Suelo	220
Anexo N° 9 Encuesta realizada en la ciudad de Otavalo.....	221

PRESENTACIÓN

El presente trabajo “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Estancia Turística en la Comunidad de Pivarinci, Parroquia Eugenio Espejo, Cantón Otavalo, Provincia De Imbabura”, está enfocado en implantar un sitio de descanso para los turistas, donde además de alimentación, tendrán la oportunidad de recorrer y conocer los diferentes atractivos de la provincia. Para llevar a cabo este proyecto se realizó una investigación amplia, con el fin de obtener la información necesaria que respalde la creación de la estancia, la misma que se expone a través del contenido de los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se desarrollará el estudio diagnóstico mediante el cual se conocerá la situación actual de la zona donde se pretende implantar el proyecto, referente a la creación de la estancia, así como los antecedentes, marco legal, aspecto económico, ámbito social, medios tecnológicos, entre otros temas de importancia. Esta información se obtendrá a través de diferentes técnicas de recolección de datos como son: observación directa, entrevistas, y revisión documental, para luego de ser analizadas determinar aliados, oponentes, oportunidades y posibles riesgos.

En el segundo capítulo se hace referencia a las bases teóricas para obtener un conocimiento sólido sobre el tema a tratar, las cuales se sustentan mediante la investigación bibliográfica de diferentes autores y la lectura comprensiva, con el fin de aclarar la temática del proyecto.

El tercer capítulo se trata del estudio de mercado donde previamente se establecerá una muestra poblacional, con el fin de sustentar de una mejor manera el proyecto, seguidamente se aplicará una encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros, siendo una ayuda para determinar la demanda insatisfecha, características del servicio, proyección de la oferta y la demanda, comercialización y los precios en relación al servicio que se está estudiando.

El cuarto capítulo es el estudio técnico, el cual comprende la macro y micro localización del proyecto, el tamaño, la capacidad instalada, ingeniería del proyecto y el tamaño de la inversión, donde se detallan los recursos materiales, humanos y económicos, necesarios para poner en marcha el proyecto.

En el quinto capítulo se desarrollarán las proyecciones de los estados financieros para posteriormente realizar la evaluación de los correspondientes indicadores que darán a conocer la rentabilidad y factibilidad de la implantación del proyecto.

El sexto capítulo constituye la propuesta organizacional, donde se definirá la filosofía empresarial de la estancia, en la cual constará la misión, visión, valores, principios y políticas, se diseñará el logotipo, la estructura organizacional, la descripción de funciones, entre otros aspectos importantes de legalidad.

El séptimo capítulo hace referencia a la evaluación de los posibles impactos que pudieran ocasionarse con la puesta en marcha del proyecto y como parte final se encuentra las conclusiones y recomendaciones de la investigación, destacándose la factibilidad y sustentabilidad del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

El turismo es una de las fortalezas del Ecuador, al poseer una extensa gama de atractivos, parte de ellos localizados en la provincia de Imbabura, donde se puede disfrutar de la variedad de paisajes, flora y fauna. La parroquia Eugenio Espejo, comunidad de Pivarinci, se encuentra ubicado a orillas del Lago San Pablo, uno de los bellos lugares que posee el país, como consecuencia nace la idea de la implantación de una estancia turística, la cual pretende brindar servicios de hospedaje, alimentación y turismo, tomando en cuenta que son parte de las necesidades básicas del turista al momento de trasladarse a un lugar lejano.

A través de la implantación del proyecto se identifican grupos y personas como beneficiarios directos e indirectos, entre los que serán favorecidos se encuentran: Propietario, Empleados y Clientes.

Es importante recalcar que el proyecto generará desarrollo en la comunidad de influencia, por la presencia de turistas, a los cuales podrán dar a conocer los productos elaborados con sus propias manos como: vestido, alimentación y artesanías, cuyos ingresos serán utilizados para sustento de las familias.

La ejecución de este proyecto tiene como interés principal promover el turismo y establecer normas de concienciación para el cuidado del medio ambiente, con el fin de conservar el hábitat y explorar al máximo cada uno de los atractivos naturales con que cuenta la provincia, además contribuye en el mejoramiento de la economía no solo de la zona sino también del país, al ser reconocido a nivel nacional e internacional por sus encantos naturales.

A través de la creación de la Estancia Turística se busca promover el turismo y aprovechar los atractivos que posee el cantón de Otavalo, mediante la prestación servicios de calidad, con características únicas, demostrando así ser un proyecto original y con impacto social.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una estancia turística en la comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, mediante la utilización de herramientas de investigación, para determinar la viabilidad de la creación del mismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer la situación actual del entorno de la parroquia Eugenio Espejo, para determinar aliados, oponentes, riesgos y oportunidades en la perspectiva de implementación de un proyecto turístico.
2. Estructurar un marco teórico mediante el uso de fuentes de investigación, con la finalidad de conocer los términos y conceptos relacionados con el proyecto.
3. Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado referentes al turismo en la parroquia de Eugenio espejo, cantón Otavalo.
4. Realizar el análisis de las variables del estudio técnico, a través de la determinación de la macro y micro localización, tamaño, ingeniería y los recursos necesarios para la creación de la estancia turística.
5. Conocer la viabilidad económico-financiera de la propuesta.
6. Diseñar la estructura organizacional del proyecto a implementarse.
7. Identificar y valorar los posibles impactos que se podrían generar con la implantación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Imbabura está ubicada en la Sierra Norte del Ecuador, conocida como la “provincia de los Lagos” por la cantidad de lagos que se encuentran dentro de ella, como San Pablo, Cuicocha, y Yahuarcocha, además están presentes en su territorio 11 centros volcánicos, entre los más conocidos están el complejo Imbabura y el Cotacachi - Cuicocha.

Otavalo es una de las ciudades más reconocidas del país por su gente, cultura y tradición, perteneciente a la nacionalidad Kichwa, donde se concentran artesanos y comerciantes, que dan a conocer sus productos elaborados con técnicas de tejido, viéndose reflejado en los tapices, bordados, chompas, telas, hamacas, entre una infinidad de artesanías, además de sus atractivos turísticos.

Uno de los símbolos culturales más importantes del Cantón, es el Lechero, este sitio es considerado un Pucará de valor ancestral, conocido como un Antalaya, sitio estratégico, que en tiempos de guerra era un lugar desde donde se observaba al enemigo según cuenta la leyenda, está ubicado en la Parroquia de Eugenio Espejo, la cual permite tener una visión panorámica del lago San Pablo y su entorno dominada por la presencia del Taita Imbabura.

El turismo representa un aspecto clave para promocionar a la parroquia, mediante el aprovechamiento de sus fortalezas como tradición, cultura y atractivos turísticos, que están siendo potencializados a través de la cooperación del Ministerio de Turismo y organismos competentes tanto nacionales como internacionales tal como, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, mediante los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) para un planeta sostenible, seguro y próspero.

El turista además de conocer nuevos lugares y vivir experiencias diferentes, también necesita de la prestación de servicios de: alimentación, alojamiento y guías turísticos, donde observen las diferentes tradiciones y costumbres que mantiene el sector, ya que son aspectos que llaman la atención de los visitantes. La actividad turística representa una fuente de desarrollo económico y social para la parroquia, por ende es importante fortalecer la calidad

en los servicios, ya que atraen la visita de los turistas y hacen que su permanencia sea placentera.

Por todo lo argumentado, nace la idea de crear una estancia, diseñada para acoger a los turistas que llegan de diferentes lugares, se trata de un espacio que brinde servicios de alimentación, alojamiento y guía turístico, mediante el cumplimiento de los estándares de calidad, para de esta forma contribuir con la potencialidad de la actividad turística.

La Estancia Turística brindará un ambiente acogedor el cual estará rodeado de artículos que revivirán las tradiciones y costumbres de la parroquia, para que los turistas conozcan más sobre el sector, de la misma forma los visitantes serán partícipes de las diferentes actividades que se realizan, entre ellas elaborar la chicha del Yamor, pan de tiesto, siembra, cosecha, entre otros, además de disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece la parroquia Eugenio Espejo.

A continuación se presenta el desarrollo del diagnóstico, el cual da inicio con la identificación de los objetivos, siguiendo con las variables e indicadores para posteriormente identificar los aliados, oponentes, oportunidades y los posibles riesgos que se puedan generar con el proyecto.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la situación actual del sector de influencia, para determinar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades en la perspectiva de implementación de un proyecto turístico.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el marco legal pertinente al sector turístico de la parroquia de Eugenio Espejo.
- Caracterizar los aspectos económicos de la zona de influencia.
- Evaluar el ámbito social del área de investigación.
- Identificar los medios tecnológicos que se pudieran relacionar con el proyecto.
- Caracterizar el aspecto medio ambiental de la parroquia.
- Evaluar la infraestructura de la parroquia que pudiera relacionarse con el turismo.

1.3 Variables e Indicadores

Una vez expuestos los objetivos del diagnóstico, a continuación se presentan las variables con sus correspondientes indicadores para desarrollar en la investigación.

Variable: Marco legal

- Constitución de la República del Ecuador
- Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida
- PLANDETUR
- Ley de Turismo
- Ley de Gestión Ambiental
- Ley de Seguridad Social
- Código Laboral

Variable: Aspecto Económico

- Inflación
- PEA
- Actividades económicas
- Valoración económica de la actividad turística
- Paridad Cambiaria
- Riesgo país
- Financiamiento

Variable: Ámbito social

- Tradición, cultura y gastronomía.
- Características demográficas.
- Nivel de Educación

Variable: Medios Tecnológicos y Transporte

- Tecnologías de comunicación
- Acceso a internet
- Transporte

Variable: Aspecto medio ambiental

- Caracterización del medio ambiente
- Cuencas Hidrográficas y contaminación ambiental
- Manejo de residuos sólidos

Variable: Infraestructura

- Servicios básicos
- Vías de acceso
- Proyectos de Turismo

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla N° 1

Matriz De Relación Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	HERRAMIENTAS	FUENTE
Determinar el marco legal pertinente al sector turístico de la parroquia de Eugenio Espejo.	Marco legal	<ul style="list-style-type: none"> - Constitución de la República del Ecuador - Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida - PLANDETUR - Ley de Turismo - Ley de Gestión Ambiental - Ley de Seguridad Social - Código Laboral 	Revisión documental	<p>Fuente secundaria: Constitución de la República del Ecuador Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida PLANDETUR Ley de Turismo Ley de Gestión Ambiental Ley de Seguridad Social Código Laboral</p>
Caracterizar los aspectos económicos de la zona de influencia.	Aspecto Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Inflación - PEA - Actividades económicas - Valoración económica de la actividad turística. - Paridad cambiaria - Riesgo país - Financiamiento 	Revisión documental	<p>Fuente secundaria: INEC 2010 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019) Banco Central del Ecuador Ministerio de Turismo</p>
Evaluar el ámbito social del área de investigación.	Ámbito Social	<ul style="list-style-type: none"> - Tradición, cultura y gastronomía. - Características demográficas. - Nivel de Educación 	Revisión documental	<p>Fuente secundaria: INEC 2010 PDOT de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019)</p>
Identificar los medios tecnológicos que se pudieran relacionar con el proyecto.	Medios Tecnológicos y transporte	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnologías de comunicación - Acceso a internet - Transporte 	Entrevista Observación directa Revisión documental	<p>Fuente primaria: Ing. Tarquino Morales Parroquia Eugenio Espejo</p> <p>Fuente secundaria:</p>

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	HERRAMIENTAS	FUENTE
Caracterizar el aspecto medio ambiental de la parroquia.	Aspecto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización del entorno. - Cuencas Hidrográficas y contaminación ambiental - Manejo de residuos sólidos 	Entrevista Revisión documental	PDOT de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019) Fuente primaria: Sr. Segundo Maldonado Fuente secundaria: PDOT de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019) Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo Fuente primaria: Sr. Segundo Maldonado Fuente secundaria: PDOT de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019)
Evaluar la infraestructura de la parroquia que pudiera relacionarse con el turismo.	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios básicos - Vías de acceso - Proyectos de Turismo 	Entrevista Revisión documental	PDOT de la Parroquia Eugenio Espejo (2015-2019) INEC 2010

Fuente: Investigación propia

1.5 METODOLOGÍA

El presente proyecto de factibilidad, es un estudio descriptivo, en el cual se aplicarán instrumentos de investigación de fuente primaria y secundaria, de acuerdo al tipo de variable, conforme se detalla a continuación:

La información relacionada con el marco legal se obtendrá de fuente secundaria, es decir mediante revisión documental es decir leyes, documentos y libros en los cuales se señalarán los artículos y enunciados más relevantes, relacionados con el tema turístico.

El aspecto económico representa gran impacto al momento de ejecutar un proyecto, por ende es importante realizar la caracterización del mismo, para lo cual se obtendrá información de fuente secundaria tales como: documentos, libros y documentos de sitios web.

Para evaluar el ámbito social, se obtendrá información de fuente secundaria tales como: documentos de sitios web, artículos y libros.

Para identificar los medios tecnológicos y transporte la información se obtendrá de fuente primaria como: entrevistas y visitas de campo, así como también de fuente secundaria como: documentos, libros y artículos.

Para caracterizar el aspecto ambiental e infraestructura la información necesaria se obtendrá de fuente primaria como visitas de campo y entrevistas así como también de fuente secundaria como, documentos, libros y artículos.

1.6 DESARROLLO DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

1.6.1 Marco Legal

Para caracterizar el marco legal se hará un listado y análisis de los artículos identificados que norman el aspecto turístico entre ellos se encuentran:

- *Constitución de la República del Ecuador*

El ser humano tiene derecho a vivir en un ambiente libre de contaminación. La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Art. 66 numeral 27 señala. “El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza”. La salud de las personas depende mucho de la salud del medio ambiente.

El cuidado y protección del medio ambiente se encuentra en manos del ser humano y sobre él recae la responsabilidad y las sanciones respectivas en caso de incumplimiento. La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Art. 396 señala. “La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas”. El medio ambiente forma parte de los recursos naturales que posee el país y representa una fuente de desarrollo, sobre todo en el aspecto turístico, al ser Ecuador considerado un paraíso natural, razón por la cual se busca proteger y conservar el medio ambiente, a través del cumplimiento de leyes.

- ***Plan Nacional para el Desarrollo Toda una Vida(2017-2021)***

En el Plan Nacional para el Desarrollo conocido como Toda una Vida, el turismo es considerado una de las actividades generadoras de trabajo, además de las artesanías, la confección, los servicios de apoyo y el comercio, ya que son actividades que permiten mejorar los ingresos familiares. Además evitan la migración y reducen la pobreza, de esta forma se busca contribuir en el cambio de la matriz productiva, mediante el cumplimiento de objetivos.

Objetivo 9.-Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo”, de la misma forma en la política 9.4 buscan “Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.(Plan Nacional para el Desarrollo, 2017-2021)

Ecuador posee una belleza natural incomparable, reconocido internacionalmente por su gente, tradiciones y atractivos turísticos marcando la diferencia ante otros países, lo que ha permitido atraer visitantes nacionales y extranjeros permitiendo así, la reactivación el sector turístico. El Plan Nacional para el Desarrollo constituye un aliado, en cooperación de todos los actores en los diferentes niveles de gobierno, así como el sector público y privado.

- ***Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible PLANDETUR (2020)***

Ecuador ha emprendido un proceso ampliamente participativo que involucra a los actores directamente relacionados con el turismo de los sectores privado, comunitario y público, para juntos lograr de forma estratégica que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del

desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado, con equidad, eficacia y eficiencia ecológica.

El PLANDETUR 2020 es parte de la planificación del Ecuador que busca marcar un cambio de época en el aspecto turístico, considerado uno de los elementos fundamentales en la Agenda de país, ya que plantea una forma de gestión que permite concordar el bienestar de la actividad turística con el fin de lograr el desarrollo económico, social y cultural.

El PLANDETUR 2020 propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible mediante el trabajo coordinado de diferentes organismos nacionales e internacionales entre ellos el Ministerio de Turismo, quien basado en territorios y productos turísticos busca satisfacer las necesidades de los turistas, por tal motivo el PLANDETUR es considerado como una oportunidad dentro del ámbito turístico.

- ***Ley de Turismo***

El Turismo representa una de las actividades más importantes para el país ya que constituye una fuente de desarrollo. La Ley de Turismo (2008) en el Art 1 señala. “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios”. Siendo el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana el Ministerio de Turismo, quien es el encargado del control de las actividades en coordinación con otras instituciones, a fin de proteger y conservar los espacios verdes que constituyen parte del patrimonio natural y una de las alternativas de desarrollo económico y social.

La ley de turismo representa un aliado para la ejecución del proyecto, ya que establece la normativa legal en base a la protección del medio ambiente con el fin de reactivar el turismo.

- ***Ley de Gestión Ambiental (2004)***

La política ambiental está encaminada hacia la protección y conservación del medio ambiente, al ser considerado parte del patrimonio natural del Ecuador, como lo determina la ley.

Art. 40 Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o

a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales. (Ley de Gestión Ambiental , 2004)

Para alcanzar los resultados esperados es necesario la integración y participación de la ciudadanía en general, ya que el tema medio ambiental es responsabilidad de todos. En caso de incumplimiento de la ley se aplican sanciones, a fin de mitigar abusos en contra del medio ambiente.

El Ministerio del Ambiente es el encargado de cumplir y hacer cumplir la ley en coordinación con otras instituciones. La Ley de Gestión Ambiental representa un riesgo a la hora de ejecutar un proyecto de turismo, ya que debe realizarse en dirección a los lineamientos señalados, de no cumplirse habrá impedimentos para continuar con el proyecto.

- ***Ley de Seguridad Social***

El éxito de un negocio depende de un buen liderazgo que fomente el bienestar laboral. La Ley de Seguridad Social (2001) en el Art. 1 indica. “Principios Rectores.- El Seguro General Obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia”. Es derecho obligatorio de todas las personas que realicen actividades económicas dependientes e independientes gozar de un seguro social, que les permita beneficiarse de atención médica, medicamentos, prestaciones financieras, entre otros.

Cabe recalcar la importancia de asegurar a todas las personas que formen parte de una empresa o negocio al ser considerado uno de los derechos del trabajador, en caso de incumplimiento se determinan sanciones para el empleador. El ente regulador es el Ministerio de Trabajo quien vela por el cumplimiento de la ley.

La Ley de Seguridad Social constituye un aliado para la ejecución del proyecto turístico, ya que el éxito depende del aporte del personal, quienes se sentirán motivados siempre y cuando se cumplan con sus derechos.

- ***Código de Trabajo***

El empleado y el empleador constituyen una parte fundamental para el desarrollo de una empresa, para lo cual se establecen normas de cumplimiento obligatorio.

Art. 1 El Ambito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren. (Codigo de Trabajo, 2012).

El Codigo de Trabajo establece las obligaciones, derechos y prohibiciones tanto del empleador como tambien del trabajador, indica los parámetros bajo los cuales puede ser contratada una persona y las clausulas a cumplirse dentro del documento. Dicha normativa constituye un aliado para la ejecucion del proyecto turístico, porque guía el comportamiento de los sujetos de una empresa, con el fin de mantener excelentes relaciones laborales, que resultan evidentes en el desempeño de los trabajadores.

1.6.2 Aspecto Económico

- ***Inflación***

El Índice de Precios al Consumidormide la tasa de inflación que registra el país, es decir evalúa la evolución general de precios, que corresponde al conjunto de bienes y servicios de consumo, que son adquiridos por los hogares en un periodo determinado de tiempo.

En el mes de marzo del 2018, la inflación de Ecuador se ubicó en el 0.06%, de acuerdo con el último informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), y la inflación anual (marzo 2017 a marzo del 2018) se encuentra en el -0.21%, que representa el indicador más bajo de los meses de marzo desde el año 2009. El índice inflacionario constituye un riesgo al momento de ejecutar el proyecto, debido a la situación cambiante que se puede presentar con el paso del tiempo.

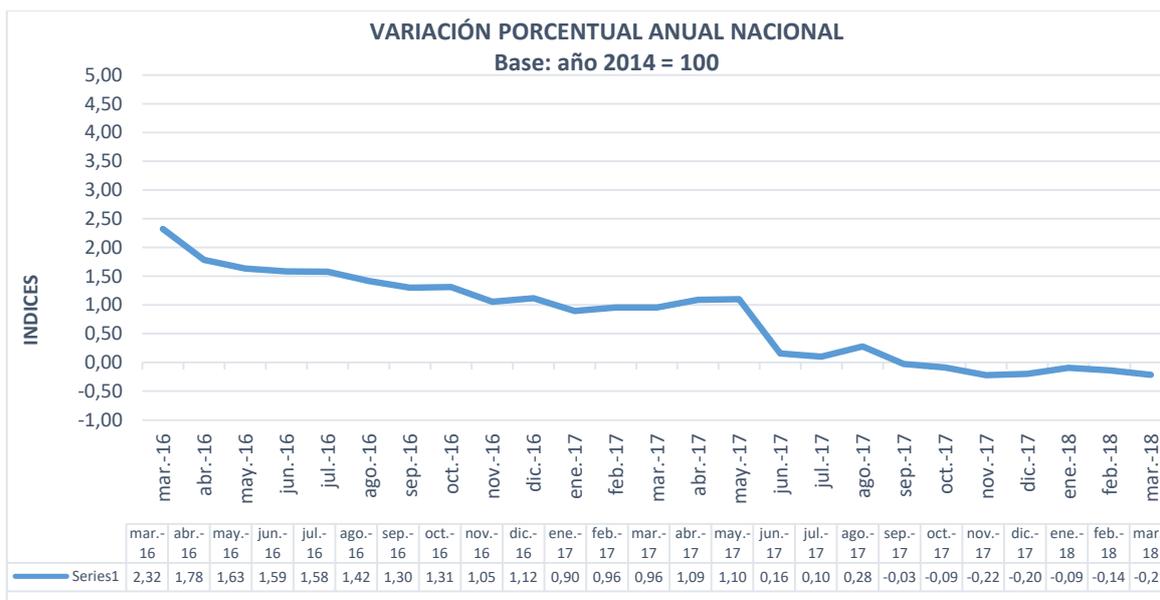


Figura N° 1: Índice de Precios al Consumidor

Fuente:(INEC, 2010)

- ***Población Económicamente Activa PEA***

PEA a nivel Nacional

Según los resultados de la encuesta de marzo del 2018 realizada por el INEC, muestran una reducción anual estadísticamente significativa de la tasa de subempleo a nivel nacional. Así en marzo del 2017 el subempleo fue del 21,14% de la PEA y el mismo mes de 2018 la tasa se ubica en 18.3%, 3,0 p.p. menos que el año anterior.

En cuanto a la tasa de empleo adecuado a nivel nacional presenta un incremento anual estadísticamente significativo 2,6 p.p.; en marzo 2018 fue de 41,16% mientras que en el mismo mes de 2017, fue de 38,5%. Por otro lado la tasa de desempleo, la tasa de empleo no remunerado y la tasa de otro empleo no pleno, no registraron variaciones anuales significativas. A continuación se detalla en el siguiente gráfico.

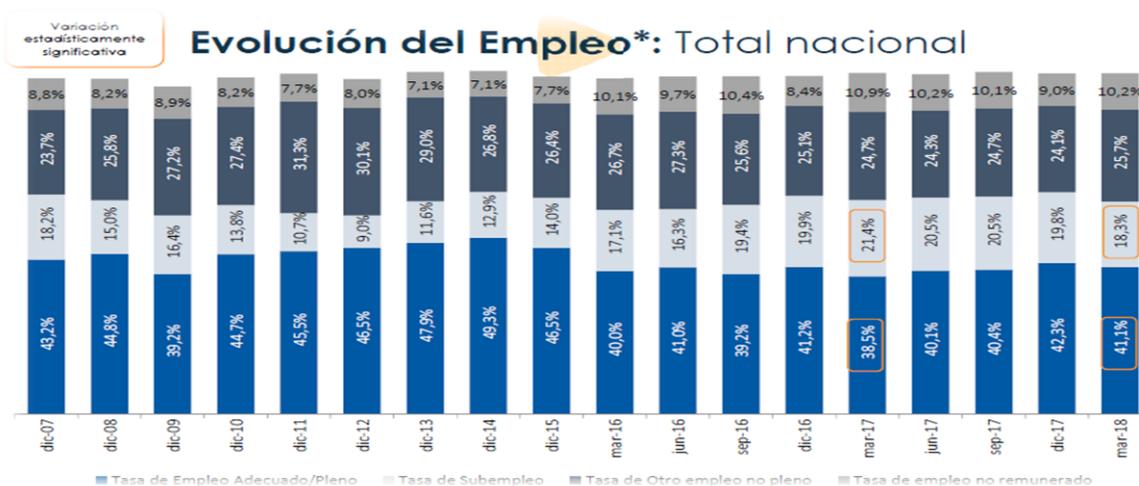


Figura N° 2: Evolución del Empleo a nivel Nacional

Fuente:(INEC, 2010)

PEA de la parroquia Eugenio Espejo

De acuerdo a la información obtenida por el INEC, está compuesta de 2882 habitantes, de los cuales el 39.97% trabajan por cuenta propia, correspondiente a un total de 1152 habitantes, siendo las principales actividades la agricultura, manufactura y comercio, la PEA representa una oportunidad por lo antes expuesto.

Es importante resaltar que dentro de la población ocupada se contempla a las personas que trabajaron al menos una hora, así como también a las personas que realizaron actividades dentro del hogar por un ingreso. En el grafico N° 3 se muestra la rama de ocupaciones de la parroquia Eugenio Espejo.

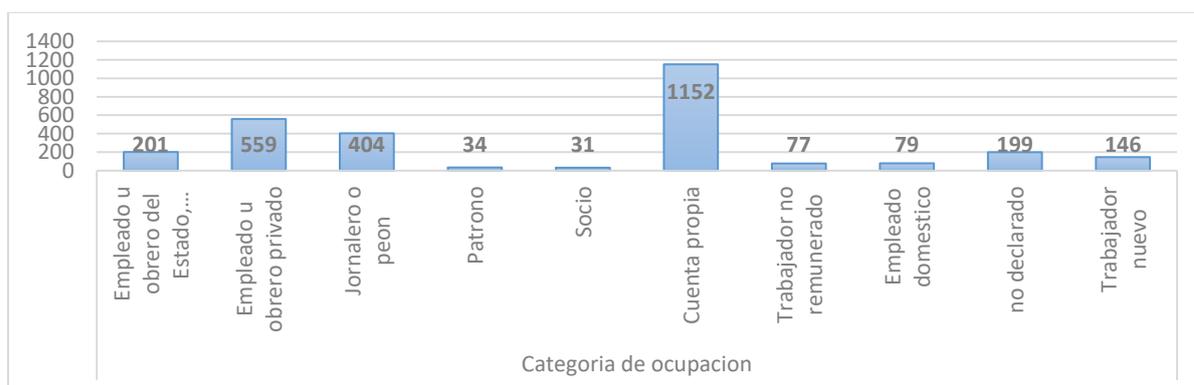


Figura N° 3: Ocupaciones de la parroquia Eugenio Espejo

Fuente:(INEC, 2010)

De acuerdo a la información obtenida del INEC 2010, existe un número determinado de personas que no trabajan, los motivos son: el estudio y actividades del hogar, corresponden a un número total de 2165 jóvenes y 1029 personas respectivamente.

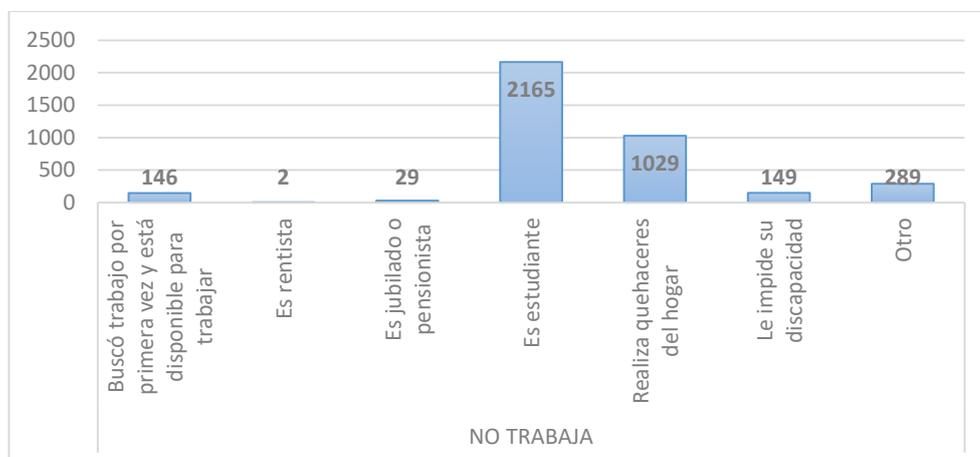


Figura N° 4: Motivos por los cuales las personas no trabajan

Fuente:(INEC, 2010)

- **Actividades Económicas**

- **Actividad Turística**

Otavalo es el principal destino turístico de la sierra norte del país, reconocido a nivel nacional e internacional, por sus atractivos turísticos, comercio, tradición y cultura, ubicados en el área rural y urbana del cantón, que cautivan la visita de viajeros. El turismo es una de las industrias más vitales del cantón, que se va desarrollando con el paso del tiempo, mediante las campañas turísticas realizadas por el gobierno nacional, provincial y local.

La parroquia de Eugenio Espejo posee una inigualable riqueza natural y cultural, que constituye parte fundamental de la actividad turística, la cual representa una fuente de desarrollo económico y social, gracias a la calidad de su gente, atractivos turísticos, tradiciones y costumbres, el turismo también ha permitido fortalecer la actividad artesanal, mediante la comercialización de los productos, que se da lugar en la plaza artesanal conocida como Plaza de Ponchos, en la cual se concentran turistas nacionales y extranjeros, quienes quedan pasmados por la creatividad impregnada en cada uno de los productos.

El fortalecimiento de la actividad turística representa un arduo trabajo de participación coordinada entre el sector público, privado y la sociedad en general, a través del proyecto Geoparque Imbabura con la categorización de la UNESCO, el turismo ecuatoriano logrará ser

reconocido a nivel mundial mediante el rescate de la diversidad cultural, étnica, geológica y turística del sector. La actividad turística representa una oportunidad por los argumentos antes mencionados.



Figura N° 5: Atractivo turístico - Lago San Pablo

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel)

Agricultura y Ganadería

Según los datos obtenidos del INEC, la parroquia Eugenio Espejo realiza varias actividades, entre ellas se encuentran la agricultura y ganadería que representa el 29.84% correspondiente a 860 habitantes, de un total de 2882. La producción agrícola interna es destinada para el autoconsumo, la población basa su alimentación en alimentos producidos en sus terrenos como el maíz, frejol, arvejas, habas, papas, etc.



Figura N° 6: La agricultura una de las actividades de los comuneros

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel)

Comercio

Entre otras actividades se puede señalar el comercio al por mayor y menor que representa el 19.01% de la PEA, que corresponde a 548 habitantes, dicha actividad se desarrolla en torno a la comercialización de productos agrícolas, pero sobre todo a la gran diversidad de la producción manufacturera.



Figura N° 7: Comercio en la Plaza de Pochos - Ciudad de Otavalo

Fuente:Observación directa

Manufactura

El 16% de la población correspondiente a 461 habitantes que se dedican a la industria manufacturera, entre los productos elaborados se encuentran, bolsos, chompas, blusas, alpargatas, monederos, manillas, collares, pulseras, entre otros. La comercialización de dichos productos se realiza en las ferias de la ciudad de Otavalo los miércoles, viernes,

sábado y domingo, de la misma forma existen comerciantes que se desplazan a varias ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato, Riobamba, así como también a los sectores fronterizos como Tulcán y Huaquillas.



Figura N° 8: Manufactura y comercialización en la Plaza de Ponchos

Fuente: Observación directa

- ***Paridad Cambiaria***

Desde el año 2000, empezó a circular el dólar estadounidense como moneda oficial de Ecuador, siendo reemplazada por el sucre debido a la crisis económica e inflacionaria. El dólar al ser una moneda fuerte, frente al mercado internacional ha impulsado el ingreso de inversiones, ya que representa menos riesgo para el país inversor. Lo contrario ocurre con los países con moneda devaluada ya que genera una disminución de las inversiones del exterior debido al riesgo que esto representa.

En el caso de las importaciones de productos y servicios desde los países que mantienen la moneda devaluada se convierten en países competitivos, ya que los precios son más bajos, en comparación con un país de moneda fuerte. La paridad cambiaria depende mucho de la política monetaria de cada país.

- ***Riesgo País***

El riesgo país del Ecuador subió a 602 puntos hasta el 19 de abril del 2018, según los parámetros de medición del Banco de Inversiones JP Morgan de los Estados Unidos, la repercusión se debe a la situación económica, social y política del país, lo cual ha limitado la entrada de inversiones.

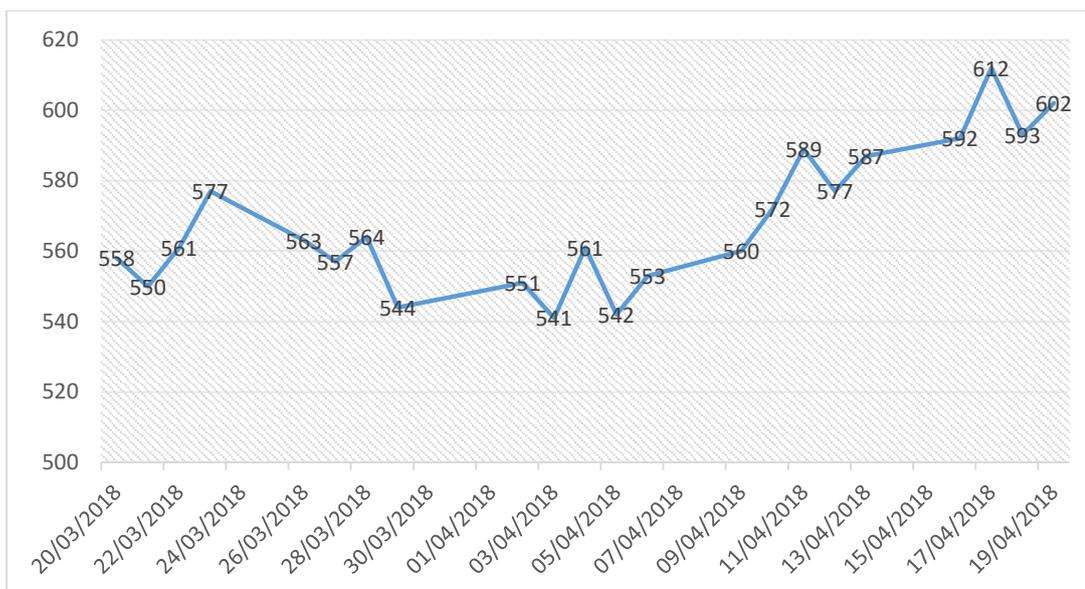


Figura N° 9: Riesgo País - Índice de Bonos de Países Emergentes (EMBI)

Fuente:(Banco Central del Ecuador)

De acuerdo a los últimos datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador se puede identificar que el riesgo país de Ecuador ha aumentado, debido a la inestabilidad política, donde se ha visto despidos y abandonos de puestos por los desacuerdos políticos, el déficit fiscal en donde los gastos son superiores a los ingresos y sobretodo el mal manejo de la deuda externa e interna y el impacto social por los conflictos armados en la zona fronteriza entre Ecuador y Colombia debido al narcotráfico ilegal, se han presentado alertas de bombas, secuestros y asesinatos, ocasionando inseguridad en el país. Estos son factores que han influido mucho en el índice de riesgo país.

- **Financiamiento**

Para analizar los medios de financiamiento se realiza un listado de las instituciones financieras, ubicadas en la ciudad de Otavalo, con el fin de conocer montos, tasas de interés y plazos, es decir conocer las políticas financieras que maneja cada institución.

Tabla N° 2*Instituciones Financieras*

Institución Financiera	Tipo de Crédito	Monto desde	Monto hasta	Tasa	Plazo hasta
BanEcuador	Microempresa	\$50	\$54.900	15%	3 años
Banco del Pacifico	Micro emprendedor		\$30.000	16%	6 años
Banco del Pichincha	Microcrédito	\$50	\$25.000	26.91%	3 años
Cooperativa de Ahorro y Crédito Chuchuquí Ltda	Crédito hipotecario	\$100	\$200.000	11%	6 años
Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui	Microcrédito	\$200	\$20.000	22%	3 años

Fuente: Investigación propia

Para tomar una decisión adecuada, es importante tomar en cuenta el porcentaje de interés que maneja cada institución, la misma que varía de acuerdo al tipo de crédito, al monto y al plazo. Las Instituciones Financieras representan un aliado, ya que brindan facilidades al momento de otorgar créditos.

- ***Valoración económica de la actividad turística***

El ingreso del Turismo a Ecuador ha incrementado en relación al año 2017, de acuerdo a los datos obtenidos por el Ministerio de Turismo. En el mes de marzo del 2018 han ingresado 191.532 personas, con un crecimiento del 62,9% en relación al año 2017. De enero a marzo 2018 se tuvo un total de 567.893 llegadas, que representa el 47% de crecimiento respecto al mismo periodo del año 2017.

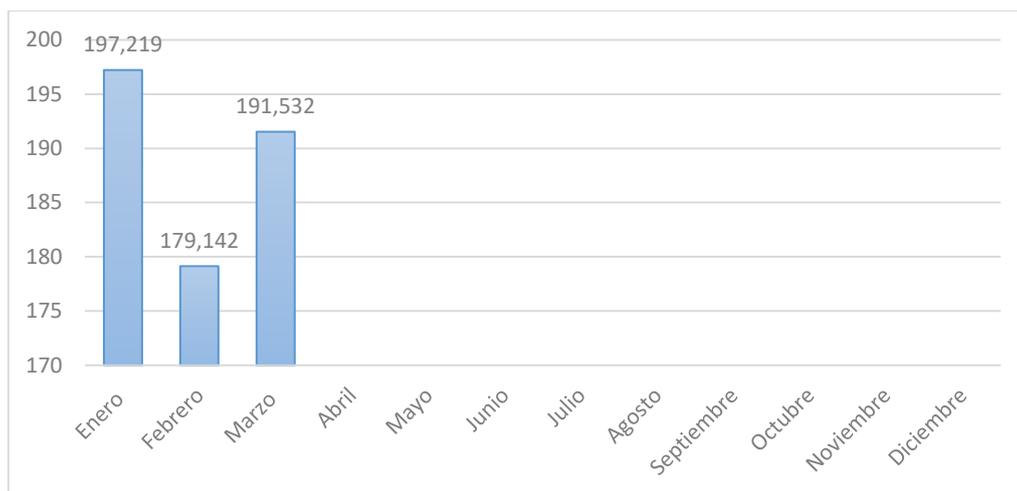


Figura N° 10: Ingreso de Turistas a Ecuador con respecto al mes de marzo año 2018

Fuente:(Ministerio de Turismo , 2018)

En cuanto al ingreso de divisas con respecto al periodo de enero a diciembre del 2017 el ingreso fue de USD 1.663 millones, que representa un crecimiento del 14,8% en relación al año 2016.

1.6.3 **Ámbito Social**

- ***Tradicción, cultura y gastronomía***

Entre las expresiones tradicionales, culturales y gastronómicas se destacan las siguientes:

Comunidad Indígena

El cantón Otavalo está constituido por varias comunidades indígenas, que viven dentro de un territorio donde comparten ideas, tradiciones y costumbres, cuentan con una vestimenta propia, es la más reconocida entre los demás pueblos y nacionalidades del Ecuador, debido a su simbolismo y elegancia, el idioma autóctono es el Kichwa y muchos de ellos se expresan a través de la música.



Figura N° 11: Vestimenta tradicional de los Indígenas Otavaleños

Fuente:(Foros Ecuador.ec)

Fiesta de Yamor

Es una fiesta intercultural, que cuenta con la presencia de muchos turistas nacionales y extranjeros, se realiza en honor a la Virgen María de Monserrat y en agradecimiento a la fecundidad de la Pacha Mama (madre tierra), por la cosecha de maíz utilizado para la elaboración de la chicha tradicional conocida como el Yamor, la cual se prepara en base a 7 tipos de maíz (maíz blanco, maíz negro, maíz amarillo, canguil, morocho, chulpi y jora-maíz fermentado).

Es una festividad que cuenta con la participación de las comunidades aledañas del cantón Otavalo, en la cual se realizan varias actividades entre ellas, el pregón de fiesta, la elección de la reina, festival de música, bendición de la cosecha y la travesía natatoria a la Laguna de San Pablo, es uno de los eventos más importantes que se desarrolla cada año, la travesía inicia en la comunidad de Araque y finaliza en el Muelle Costa Azul o Muelle Chicapán, es un recorrido aproximadamente de una hora, cuenta con la participación de personas nacionales y extranjeras. La fiesta del Yamor representa una oportunidad para el sector turístico ya que son manifestaciones culturales que atraen la visita de turistas.



Figura N° 12: Pregón de fiestas – YAMOR OTAVALO

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Inti Raymi

El Inti Raymi es una festividad tradicional indígena, se celebra en todas las comunidades del cantón Otavalo, en honor a la Madre Tierra (Pachamama), en agradecimiento a las cosechas obtenidas, cada comunidad tiene una fecha y un tiempo de celebración propias, varias comunidades inician el 22 de junio con el baño ritual en los ríos y cascadas sagradas, para cargarse de valor y eliminar las energías negativas que se hayan acumulado en el año, con el propósito de empezar una nueva fiesta del Inti Raymi.

El Inti Raymi o Fiesta del Sol, es un ambiente de danza y música, donde utilizan instrumentos tradicionales e indumentaria propia, cuya melodía da impulso a la celebración, formando grupos de baile que recorren calles y viviendas donde son recibidos con comida y bebidas, esta hermosa tradición actualmente es celebrada no solo por indígenas, sino también por mestizos y turistas extranjeros.



Figura N° 13: Fiesta tradicional - Inti Raymi

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel)

Fiesta del Coraza y Pendoneros

El principal protagonista de esta hermosa fiesta es la comunidad de San Rafael, en la cual se realizan varias actividades como: los pendoneros quienes expresan su baile con banderas color rojo, el coraza un personaje muy importante de la celebración y los caballitos de totora, una actividad deportiva donde participan todas comunidades aledañas al Lago San Pablo, esta festividad cuenta con la presencia de turistas nacionales y extranjeros.



Figura N° 14: Competencia de caballitos de totora en el Lago San Pablo

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel)

- ***Gastronomía***

Cuy Asado

Es uno de los platillos tradicionales del cantón Otavalo, en un inicio resulta un plato un tanto exótico para los extranjeros, quienes luego quedan atraídos por el exquisito sabor, esta bandeja viene acompañada de papas, ensalada y el cuy asado, que se lo prepara a carbón, luego de ser debidamente aliñado.



Figura N° 15: La Bandeja de Cuy Asado un plato tradicional

Fuente:(Otavalo Valle del Amancer)

El Yamor

Es un platillo especial acompañado de tortilla de papa, fritada, mote, ensalada y empanadas, complementándose con la bebida tradicional, chicha de Yamor, que se obtiene de la fermentación de las 7 variedades de maíz, constituye uno de los platos típicos del cantón Otavalo, que lo disfrutaban turistas nacionales y extranjeros.



Figura N° 16: Plato típico con la bebida tradicional el Yamor

Fuente:(Mafla, 2014)

Hornado de Otavalo

Es un exquisito platillo de hornado, acompañado de tortillas, mote, ensalada y ají, este plato tiene gran acogida a nivel nacional y con la participación en el campeonato mundial de hornado a través del Ministerio de Turismo, ha permitido posicionar a Ecuador como un referente gastronómico de Latinoamérica y fortalecer el turismo del país.



Figura N° 17: Platillo de Hornado de Otavalo

Fuente:(Ministerio de Turismo)

- *Características Demográficas*

Población por Sexo

Según el último censo del INEC 2010, la parroquia Eugenio Espejo tiene una población total de 7357 habitantes, de los cuales 3499 son hombres y 3858 son mujeres, lo que evidencia que la población femenina es mayoría en la parroquia.

Tabla N° 3

Población total por sexo

Sexo	Numero	Porcentaje
Hombre	3499	48%
Mujer	3858	52%
Total	7357	100%

Fuente:(INEC, 2010)

Población por Grupo de Edad

El número más alto corresponde a los niños que se encuentran entre los 5 a 9 años con un total de 952 niños, lo que representa el 12,94 % del total de la población de la parroquia, existe un número mínimo de personas de tercera edad que se encuentran entre los 95 a 99 años de edad, que corresponde a 3 personas.

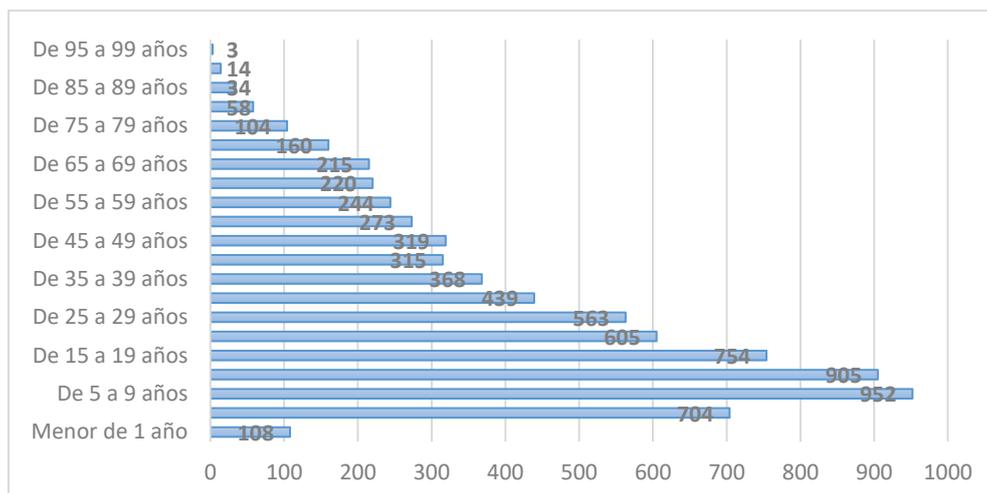


Figura N° 18: Población por grupos de edad

Fuente: (INEC, 2010)

Población por Comunidades de la Parroquia.

Según la información obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Eugenio Espejo del periodo 2015–2019, la parroquia está constituida por 12 comunidades y 9 barrios que pertenecen al centro parroquial, se estima que la comunidad Calpaquí es la más poblada con un número de 380 familias y la comunidad con menor población es la comunidad de Censo Copacabana con 60 familias, la población en general pertenece al pueblo Kichwa.

Tabla N° 4*Comunidades de la parroquia Eugenio Espejo*

Comunidades/Centro parroquial	Familias	Pueblo
Centro Parroquial	350	Kichwa / mestizo
Calpaquí	380	Kichwa / mestizo
Censo Copacabana	60	Kichwa
Chuchuquí	213	Kichwa
Cuaraburu	163	Kichwa
Huacsara	243	Kichwa
Mojandita	63	Kichwa
Arias Pamba	120	Kichwa
Pivarinci	135	Kichwa / mestizo
Pucará Alto	95	Kichwa
Pucará de Velásquez	300	Kichwa
Pucará de Desaguadero	95	Kichwa
Puerto Alegre	79	Kichwa
Total familias	2296 familias	
Total población (promedio 4 miembros por familia)	9584 habitantes	

Fuente:(PDOT, 2015-2019)

- *Nivel de Educación*

Infraestructura Escolar

La parroquia Eugenio Espejo cuenta con instituciones educativas como centros infantiles, jardín de infantes, escuelas y una unidad educativa según el PDOT. Este número de instituciones educativas actualmente se encuentran unificadas de acuerdo a la nueva estructura educativa establecida por el Ministerio de Educación MINEDUC, Zona 1, Distrito Otavalo, la misma que embarca una unidad educativa.

Tabla N° 5*Educación en la parroquia*

Territorio	Nombre de la Institución	Nivel de educación	Total estudiantes	Total docentes
Parroquia Eugenio Espejo	Escuela de Educación Básica Manuel J Calle	Inicial y EGB	1090	45

Fuente:(Ministerio de Educación , 2016-2017)

Nivel de Instrucción

Según los datos del INEC 2010, el 16,70% de la población no tienen un nivel instrucción, los datos reflejan a la población adulta. Sin embargo, existe un buen nivel de educación por cuanto hay un buen número de niños y niñas que asisten a la escuela. Lo triste es que luego el número se reduce por cuanto el porcentaje de estudiantes secundarios es menor, hasta que el nivel de instrucción superior es completado por un número muy escaso de personas.

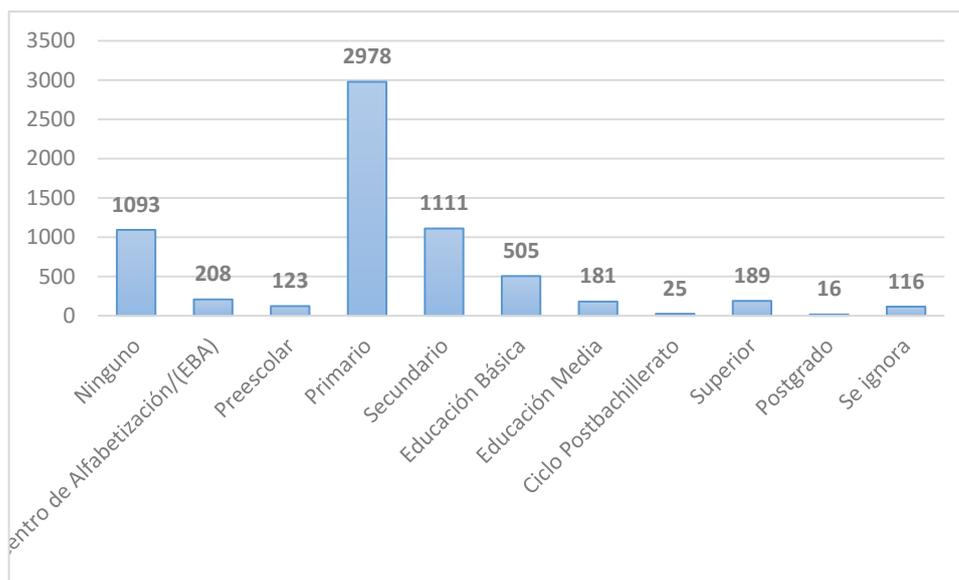


Figura N° 19: Nivel de Instrucción en la Parroquia

Fuente:(INEC, 2010)

El nivel de Educación en la parroquia Eugenio Espejo aún sigue siendo escaso, en la cual intervienen varios factores que impiden la continuación de los estudios, siendo la educación un elemento muy importante para el desarrollo personal y profesional de las personas, ya que les permite fortalecer los conocimientos y habilidades que posee cada persona y por lo mismo constituye un aliado para el aspecto turístico.

1.6.4 Medios Tecnológicos y Transporte

- ***Tecnologías de Comunicación***

Los Equipos tecnológicos constituyen un factor necesario para facilitar la comunicación entre el personal y los clientes, cuando se habla de un negocio o proyecto a implementarse, ya que permiten obtener información oportuna y mantener un servicio de calidad. A continuación se realiza un listado de los equipos considerados más importantes para el desarrollo del proyecto.

Tabla N° 6*Equipos tecnológicos necesarios para el Proyecto*

Equipo tecnológico	Utilización	Marca	Característica
Radio de comunicación	Útil para los guías turísticos, para mantener contacto permanente con el equipo de trabajo	Motorola	Garantía y fácil acceso a los repuestos.
Computador	Útil para procesar información relacionada con el registro de los turistas.	APPLE	Mayor seguridad contra virus, hacker entre otros, además tiene alta gama de procesadores.
Celular - GPS	Útil para comunicarse, tomar fotografías, descargas de aplicaciones necesarias para el área turística como el GPS.	APPLE	Mayor seguridad contra virus, hacker entre otros, además tiene alta gama de procesadores.
Cámaras de seguridad	Útil para la seguridad de los turistas.	DAHUA	- Nitidez en grabaciones. - Costo accesible. - Software para visualización en línea de cualquier teléfono celular o Smartphone.

Fuente: Investigación propia

Los equipos tecnológicos se encuentran disponibles en la empresa ELECTROMASHI, cuyo propietario es el Ing. Tarquino Morales, quien a la vez brinda servicios de mantenimiento. La empresa funciona por más de 5 años, prestando servicios principalmente a Instituciones financieras, en diferentes ciudades como: Ambato, Quito, Ibarra, Otavalo y Cotacachi.

El Software contable es otro de los mecanismos importantes en la ejecución del proyecto, al ser una herramienta que permite conocer la situación financiera del negocio. SADMI-SICMA es uno de los sistemas administrativo contable integrado, proporcionado por la empresa DISISTEMAS, ubicado en la ciudad de Quito, el cual podría ser una de las opciones a tomarse en cuenta.

Acceso a Internet

Según los datos del INEC 2010, el 97,83% de la parroquia de Eugenio Espejo no dispone de internet lo que representa un total de 1.756 viviendas y 2,17% si dispone, lo que resulta evidente que la población de la parroquia aún no considera necesario disponer de este medio.

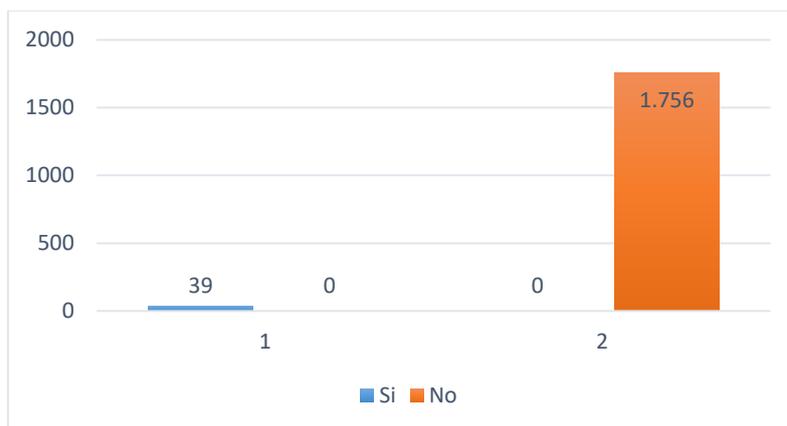


Figura N° 20: Disponibilidad de Internet – Parroquia Eugenio Espejo

Fuente:(INEC, 2010)

Transporte

En punto de concentración de los principales transportes provinciales de la ciudad de Otavalo es el Terminal Terrestre, en donde se encuentran buses, camionetas y taxis, que facilitan la movilización de las personas, entre las cooperativas identificadas se encuentran:

La Cooperativa de Transportes Otavalo, que está constituida por 68 unidades, quienes abarcan las rutas Otavalo, Cajas, Cayambe, El Quinche, Tababela, Pifo, Ruta Viva y Quitumbe, el costo de los pasajes depende de la distancia. En el transporte viajan y llegan varias personas, incluidos turistas nacionales y extranjeros, lo que representa una gran responsabilidad para el conductor, por ende la Agencia Nacional de Transito realiza constantes controles para mayor seguridad.



Figura N° 21: Cooperativa de Transporte trans Otavalo

Fuente: Observación directa

Frente al Terminal Terrestre encuentra estacionada la Cooperativa de Camionetas Pedro Pareja Cisneros, quien cumple 22 años de estar constituida como cooperativa, la misma que está conformada por 42 unidades, abarca rutas alrededor de la ciudad de Otavalo, en el sector urbano y rural, Ibarra, Cotacachi, Cayambe, Quito, entre otras, el costo depende de la distancia y el peso.



Figura N° 22: Cooperativa de Camionetas Pedro Pareja C.

Fuente: Observación directa

La Cooperativa de Taxis es otro de los transportes que facilita la movilización de las personas, se encuentran estacionadas en el terminal terrestre de Otavalo, junto a los puestos

de comidas, en dicha parada se ubican taxis pertenecientes a siete cooperativas diferentes, entre ellas la Cooperativa Unión Otavalo.



Figura N° 23: Cooperativa de Taxis – Terminal Terrestre de Otavalo

Fuente: Observación directa

El servicio de Transporte que cubre las rutas hacia las comunidades de la parroquia Eugenio Espejo, está integrada por 2 cooperativas de transporte de pasajeros y una cooperativa de taxis, a esto se le une el servicio de transporte férreo para realizar recorridos con enfoque turístico, además existe una cooperativa de camionetas para el transporte de productos agrícolas y pecuarios.

Tabla N° 7

Servicio de Transporte – Parroquia Eugenio Espejo

Cooperativas	Rutas
Cooperativa Imbaburapak	Trojaloma, Pucara de Velásquez, Cabecera parroquial, Panamericana Otavalo y viceversa.
Cooperativa de Transporte 8 de septiembre	Quinchuquí, Agato, Peguche, Otavalo, Calpaquí y viceversa.
Cooperativa de Taxis ECOESPEJO	Otavalo, Arias Pamba, Cabecera parroquial de Eugenio espejo, Chuchuquí y viceversa A todas las comunidades

Fuente:(PDOT, 2015-2019)

1.6.5 Aspecto Medio Ambiental

- *Caracterización del medio Ambiente*

La parroquia Eugenio Espejo posee una importante riqueza natural y ecológica, gracias a su ubicación geológica y rango altitudinal, se caracteriza por su hermoso paisaje de singular belleza, apreciado por propios y extraños. Según el Inventario de Atractivos Turísticos realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo, entre los sitios naturales de la parroquia se encuentran:

Rey Loma o El Lechero

Características:

- Conocido como Pucará Rey Loma sitio sagrado.
- Se estima que el árbol tiene aproximadamente 200 años, está rodeado de cultivos de eucalipto y pino.
- Es uno de los 13 árboles de lechero que se encuentran alrededor de la cuenca hidrográfica del Lago San Pablo.
- Es considerado un sitio sagrado, donde se realizan rituales.
- Atractivo turístico apto para realizar turismo místico, turismo cultural y fotografía.
- De fácil acceso por vía terrestre o en automóvil.
- Posee una belleza paisajística única, donde se puede observar el hermoso amanecer y el atardecer.
- Permite apreciar la belleza del valle de Otavalo, el volcán Imbabura y del Lago de San Pablo.



Figura N° 24: Mirador El Lechero

Fuente: Observación directa

Volcán Imbabura

Características:

- Conocido también como Taita Imbabura.
- Es donde se encuentra el corazón del Imbabura.
- Posee una belleza paisajística por su flora y fauna.
- Es un recurso natural apto para practicar picnic, senderismo, camping, fotografía, entre otras actividades de aventura.
- Accesible, se puede llegar por vía terrestre ya sea en bus o vehículo propio.
- Existe la facilidad de ascender a la cumbre, sin necesidad de equipos, ni entrenamiento especial.
- Idóneo para aclimatación a la altura, previo a ascensos mayores.



Figura N° 25: Vista al Corazón de Imbabura

Fuente: Observación directa

Lago San Pablo – Imbakucha

Características:

- Es de origen glaciar y se alimenta por varias vertientes como la de Araque, Itambi y Gallo Pukyu entre otras.
- Es considerado el lago más grande del Ecuador.
- Tiene una superficie aproximada de 5.8 km² y forma parte de la cuenca hidrográfica del Lago San Pablo o Imbakucha con una superficie total de 148.69 km².

- Se encuentra rodeada por los volcanes de Imbabura y Mojanda junto a otras montañas más pequeñas como la loma de Cubilche, Cusín y Rey Loma.
- El lago es el escenario principal donde se realizan varias actividades deportivas.
- El agua no es de consumo humano.



Figura N° 26: Lago de San Pablo o Imbakucha

Fuente: Observación directa

Lagunas de Mojanda

Características:

- Está ubicada a 17 Km del cantón de Otavalo.
- Está formada por tres lagunas grandes y otras pequeñas que generalmente aparecen en épocas de invierno cuando las hondonadas se llenan de agua lluvia.
- Posee una inigualable belleza paisajística.
- Existe una variedad de fauna y flora.
- Apto para realizar actividades de ecoturismo, turismo de aventura y fotografía.
- El aviturismo, que permite ver aves como: los cóndores, curiingue, halcón aplomado y algunas especies de colibríes.



Figura N° 27: Lagunas de Mojanda

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel, 2018)

Bosque Nativo de Mojanda

Características:

- Las laderas del volcán Mojanda son el refugio de varias especies de plantas y animales representativos de los ecosistemas de las montañas.
- Aportan grandes beneficios a la población local, en especial al momento de recolectar el agua lluvia, que luego aparece en vertientes y son utilizados como consumo humano.
- Posee de un hermoso bosque, que puede ser recorrido a través de sus senderos, donde se puede disfrutar de una hermosa flora y fauna.
- Es visitado por estudiantes para realizar investigaciones científicas.
- Posee una variedad de plantas medicinales.
- Apto para realizar actividades de turismo de naturaleza, fotografía y educación ambiental.



Figura N° 28: Bosque Nativo de Mojanda

Fuente:(GADMO - Otavalo Travel, 2018)

- ***Cuencas Hidrográficas y Contaminación Ambiental***

De acuerdo a la información otorgada por el Presidente de la Parroquia Eugenio Espejo Sr. Segundo Maldonado menciona que el Lago San Pablo es contaminado debido a que recibe las aguas servidas de las parroquias que se encuentran alrededor de la Cuenca Hidrográfica como son la parroquia de Eugenio Espejo, San Rafael, Gonzales Suarez y San Pablo.

Además la falta de interés de las personas, al botar basura en el lago, lavar la ropa y la falta de responsabilidad de los hoteles y hosterías que se encuentran ubicadas cerca del lago, ya que contaminan el agua con el diésel de las lanchas y las aguas servidas. La sociedad aun no toma conciencia del riesgo que representa la contaminación ambiental.

La colocación de plantas de tratamiento han permitido disminuir la contaminación, una de las ventajas del Lago es que las aguas mantienen una entrada, que es por la comunidad de Araque y también un desfogue, que es en la caída de la cascada de Peguche, es decir las aguas contaminadas no se mantienen estáticas en el Lago.



Figura N° 29: Contaminación del Lago San Pablo

Fuente: Observación directa

Manejo de Residuos Sólidos

Según datos del (INEC, 2010), en la parroquia Eugenio Espejo el 78,84% de las viviendas envían la basura por el carro recolector lo que representa un total de 1412 viviendas, el 12,17% queman la basura y el 5,42% la arrojan en el terreno baldío o quebrada.

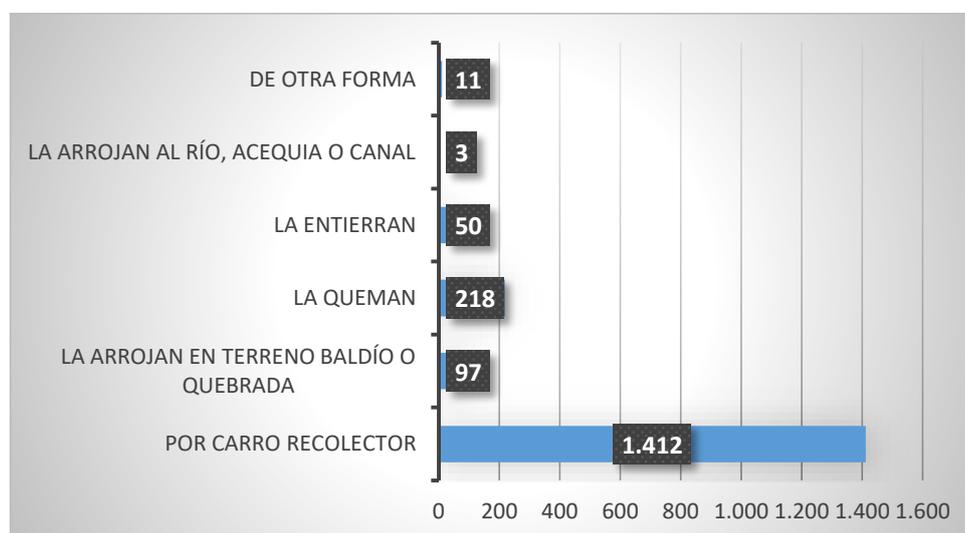


Figura N° 30: Medios de eliminación de la basura en la Parroquia

Fuente:(INEC, 2010)

El manejo adecuado de los residuos se considera como un aliado para el tema turístico, ya que una ciudad limpia promueve una excelente imagen y será considerada un ejemplo a seguir.

1.6.6 Infraestructura

- *Servicios básicos*

La parroquia de Eugenio Espejo cuenta con los servicios básicos indispensables, como agua, energía eléctrica y alcantarillado, que contribuyen en el crecimiento físico, cultural y económico del sector, a continuación de detalla a cada uno de ellos.

Agua

En la Parroquia de Eugenio Espejo, el agua como recurso de consumo humano proviene desde la red pública, en la cual 843 viviendas se benefician con este tipo de conexión. La mayoría de las viviendas tienen acceso al agua de fuente de río, acequia o vertiente que representa un total de 850 viviendas y en número minoritario acceden al agua de otro tipo de fuente.

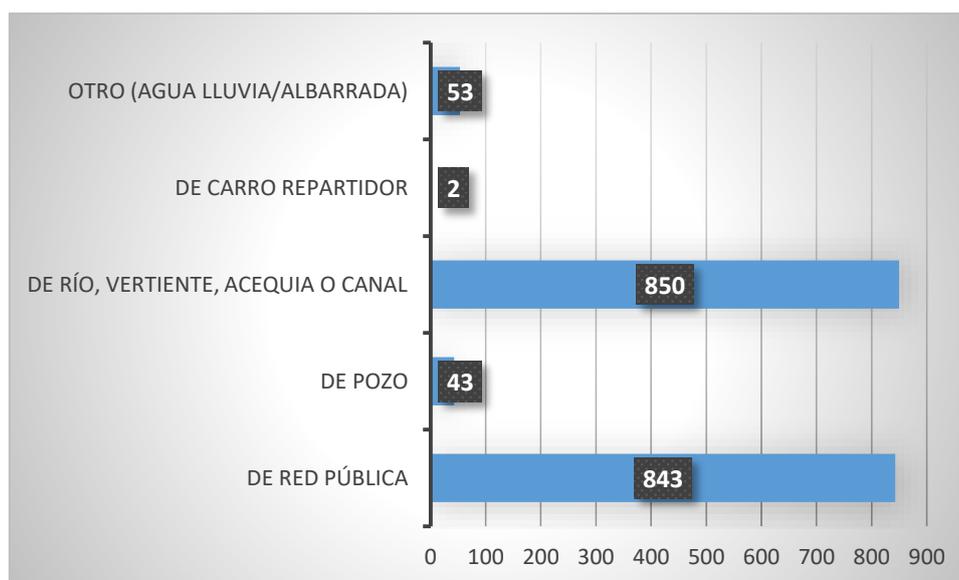


Figura N° 31: Acceso de viviendas al agua según tipo de fuente

Fuente: (INEC, 2010)

Según los datos proporcionados por el INEC 2010, se puede observar que la parroquia tiene un déficit de servicios de agua potable y/o tratada a nivel parroquial, en especial en las comunidades rurales.

Energía Eléctrica

Con respecto a la energía eléctrica, el 93,30% que corresponde a 1671 viviendas cuentan con la red de electricidad de servicio público, y el 6.03% es decir las 108 viviendas no cuentan con este servicio.

Tabla N° 8

Procedencia de luz eléctrica de la viviendas de la Parroquia

Procedencia de Luz eléctrica	Viviendas
Red de empresa eléctrica de servicio publico	1671
Panel Solar	1
Generador de luz (Planta eléctrica)	9
Otro	2
No tiene	108
Total	1791

Fuente:(INEC, 2010)

Referente al alumbrado público, la mayor parte que cuenta con este servicio es el centro parroquial, por estar ubicado en la zona amanzanada y casi sin cobertura de este tipo de servicio son las comunidades rurales.

Alcantarillado

Según los datos del (INEC, 2010), el 41,99% de las viviendas de la parroquia de Eugenio Espejo están conectadas a la red pública de alcantarillado lo que representa un total de 752 viviendas, el 22,45% están conectados a un pozo séptico y el 15,13% no cuenta con ningún tipo de servicio higiénico.

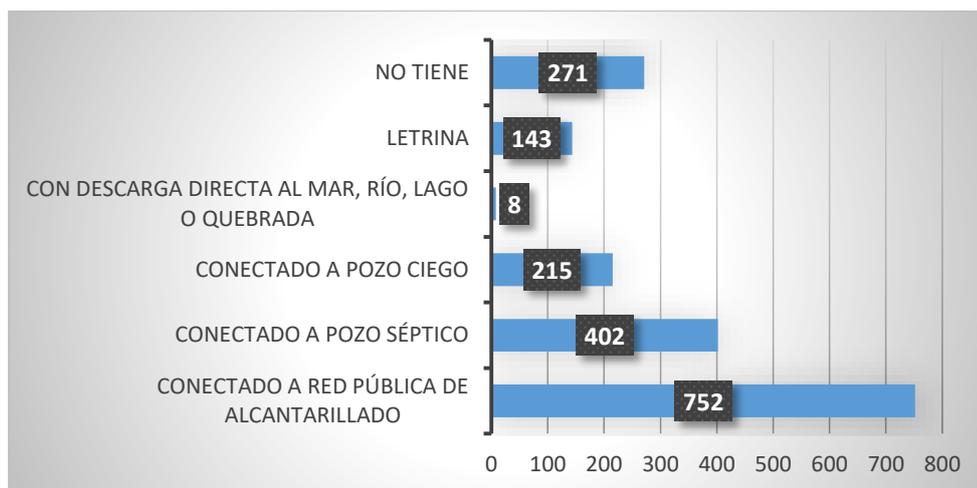


Figura N° 32: Viviendas de la Parroquia con servicio higiénico

Fuente:(INEC, 2010)

Vías de acceso

La red vial de la parroquia Eugenio Espejo está constituida en la mayor parte por vías internas, la longitud aproximada de vías es de 110,01 Km, El eje principal de conexión a esta Parroquia desde y hacia los nodos urbanos cantonales, provinciales y nacionales es la E35, así caracterizada por la Red Nacional de Vías, atraviesa los barrios Calpaquí, Cabecera Parroquial y Puerto Alegre, otro eje principal es la vía secundaria pavimentada que conduce a San Pablo, Gonzales Suarez y conexión a la E35, que conduce a Ibarra o Quito.

Tabla N° 9

Red vial de la Parroquia

Tipo de carretera	Km
Asfaltado	7 Km
Adoquinado	1,7 Km
Empedrado	15,2 Km
Lastrado	3 Km
Camino de tierra	83,2 Km
Total	110,1Km

Fuente:(PDOT, 2015-2019)

El 7,9% se encuentra en buen estado es decir la capa de rodadura es de asfalto y adoquinado, mientras que el 92,10% es de estructura empedrado, lastrado y camino de tierra, misma que se encuentra en mal estado, lo que significa que las vías representan una de las

prioridades para la parroquia, ya que son vías que conectan a centros poblados, servicios sociales básicos, centros de producción agropecuaria y atractivos turísticos, entre otros.

- ***Proyecto de Turismo***

La parroquia de Eugenio Espejo cuenta con el atractivo turístico lago San Pablo, que por mucho tiempo ha sido olvidado, el cual se encuentra rodeado de varias comunidades de la parroquia. El Sr. Segundo Maldonado presidente de la Parroquia da a conocer que, con el fin de reactivar el turismo, se dio a conocer el proyecto Malecón, el mismo que fue revisado, modificado y aprobado por el Municipio de Otavalo conjuntamente con el Ministerio de Turismo. La construcción inició en el año 2017, este proyecto está ubicado en la comunidad de Pucará y representa una oportunidad para el sector.

El proyecto de construcción del Malecón consta de 3 etapas, la primera es la restauración de la Costa Azul, 6 casetas para la venta de artesanías y el parqueadero público, la segunda etapa es la edificación de casetas para la venta de comidas típicas y la tercera etapa es la construcción de un parque recreacional para el entretenimiento de niños y adultos. El costo total de la inversión es de 3 millones de dólares, el cual está dividido por etapas, la primera etapa cubre un monto de 906.867,84 dólares.



Figura N° 33: Primera etapa del proyecto Malecón

Fuente: Observación directa

1.7 MATRIZ AOOD

Tabla N° 10

Construcción de la Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • La vía principal es de primer orden, lo que facilita el acceso a la estancia. • Facilidad en el acceso a fuentes de financiamiento para la ejecución de proyectos. • Disponibilidad de transportes terrestres que facilitan la movilización de los turistas. • El fortalecimiento de la actividad turística mediante la intervención del Ministerio de Turismo en la ejecución de proyectos y publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los montos de financiamiento no siempre cubren la totalidad de inversión del proyecto. • Inseguridad en transportes públicos, debido al aumento de la delincuencia. • Falta de interés y coordinación por parte de las autoridades, para impulsar el turismo en el sector.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • La ley de turismo, implementada con el fin de contribuir con una adecuada práctica turística, mediante el cumplimiento de la misma. • La implementación del plan de turismo, en base al desarrollo de estrategias por un turismo sostenible, mediante la participación activa de los organismos competentes. • La remodelación del Muelle Chicapán denominado el Malecón. • El sector cuenta con bellezas paisajísticas considerados patrimonio natural y cultural. • La ubicación de la estancia es estratégica para el desarrollo turístico. • Flujo de turistas al cantón Otavalo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La inestabilidad económica que atraviesa el país, que afecta la economía de las personas, quienes prefieren reservar sus recursos para posteriores necesidades. • Situación política y social que aumenta el nivel de riesgo país. • Contaminación ambiental, provocada por los mismos comuneros.

Fuente: Investigación propia

1.8 OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

La estancia estará ubicada en la comunidad de Pivarinci, parroquia Eugenio Espejo, cuya vía principal se encuentra debidamente asfaltada, con luminarias necesarias, lo que facilita el ingreso de vehículos públicos y particulares. Para llevar a cabo el proyecto es indispensable la disponibilidad de recursos económicos, por ende se requiere de fuentes de financiamiento las mismas que brindan facilidades para emprender un nuevo proyecto.

Con el paso del tiempo el turismo ha tomado fuerza en el país, ya que cuenta con una variedad de recursos naturales considerados como patrimonio natural, ubicados en diferentes lugares, entre ellos en el cantón Otavalo, donde se encuentra el Lago San Pablo, el Lechero, el Corazón de Imbabura, entre otros. Mediante la participación activa del Ministerio de Turismo como organismo rector de esta actividad, seguirá tomando fuerza el turismo mediante las campañas publicitarias y los proyectos turísticos que se van ejecutando en beneficio del sector y del país.

El Lago San Pablo, ubicado en la parroquia Eugenio Espejo es uno de los recursos naturales que posee el cantón, cuenta con un hermoso muelle, el mismo que ha sido remodelado con el fin de atraer la visita de turistas y mejorar la presentación de la misma y de esta manera incentivarla permanencia del turista en el sector y mejorar la economía del mismo.

El sector de influencia aún no cuenta con lugares de acogida para turistas, por tal motivo es considerado un lugar estratégico, además de que cumplirá con todos los requerimientos que exige la ley, tomando en cuenta que el proyecto busca contribuir con el medio ambiente en su cuidado y conservación.

Al ser el primer proyecto de dicho lugar se espera obtener resultados positivos que no solo sean de beneficio para el propietario, sino también para las familias del sector y mejorar su economía mediante la comercialización de los productos artesanales elaborados a mano, que llaman mucho la atención de los turistas.

La ciudad de Otavalo recibe una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, que requieren de la ayuda de una persona para poder emprender recorridos por varios lugares del cantón, por ende es indispensable la presencia de personas debidamente capacitadas para llevar a cabo una actividad turística, con el compromiso y dedicación que requiere la misma.

Una vez realizado el análisis de las variables anteriormente indicadas, al final se puede definir que sí existe una oportunidad de inversión, ya que la estancia está ligada a cubrir necesidades insatisfechas de los clientes, mediante la prestación de servicios de calidad que cubran cada uno de los requerimientos en cuanto a alimentación, hospedaje y turismo, a través de este proyecto se espera que los mismos turistas sean portavoces de la belleza natural que posee el país y de la atención que han recibido en el sector.

El proyecto tomará fuerza siempre y cuando éste sea ejecutado de una forma positiva, en cumplimiento a lo que exige la ley, no solo en busca de un beneficio personal sino también un beneficio colectivo, donde se demuestre el trabajo en equipo y la participación de todos, de esta manera el proyecto estará encaminado hacia el éxito. El turismo es una de las actividades más hermosas, donde no solo se recorren lugares, sino también se imparten conocimientos de cada una de sus historias.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 INTRODUCCIÓN

El marco teórico del proyecto de factibilidad para la creación de una Estancia Turística, se realizó mediante investigaciones bibliográficas obtenidas de diferentes fuentes y varios autores, que dieron lugar a la fundamentación del contexto del proyecto. Cabe resaltar que las fuentes corresponden a diferentes años, debido a que el tema turístico es abordado desde hace mucho tiempo atrás.

2.2 OBJETIVO GENERAL

Estructurar un marco teórico mediante el uso de fuentes de investigación secundaria.

2.2.1ObjetivosEspecíficos

- Fundamentar el tema de investigación.
- Justificar la implantación del proyecto mediante una base teórica.

2.3 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La actividad turística es considerada una de las alternativas mas importantes para el desarrollo económico de un país, según los autores (BARRERA & BAHAMONDES, 2012) en su revista Interamericana de Ambiente y Turismo sintetiza: El turismo propone una alternativa de desarrollo social y económico, como actividad que despunta como la más intensa y lucrativa de todas las actividades humanas. Ni Internet podrá sustituir el placer de un viaje a un lugar desconocido, la aventura de una noche al aire libre o el degustar de una comida típica o exótica , se prevé incluso que el turismo será en un futuro la actividad económica más importante de planeta, superando incluso al petróleo. (pág. 51)

Por consiguiente el turismo es la actividad que ha crecido más en los últimos años, esto porque la sociedad moderna le da más importancia que en años anteriores al ocio y la recreación, por ende es considerado como una gran fuente de ingreso para las economías, es

unrecurso prácticamente no explotado en su plenitud, pero al mismo tiempo, es un recurso que se puede agotar y desperdiciar si no se le da un buen uso.

(NIETO GONSALEZ, ROMAN SANCHEZ , MUÑOZ , & NASTUTE , 2016) en la revista *el Turismo a nivel mundial* mencionan, en términos de turismo receptor es importante señalar que, para que un país sea relevante en el turismo internacional, debe contar con atractivos turísticos que provoquen que los visitantes acudan a él, lo que se conoce con el nombre de recursos turísticos. En este sentido, se entiende por recurso turístico todo aquello que tiene un núcleo turístico –patrimonio cultural, histórico-monumental, artístico y cultural– que tiene capacidad de atracción turística, ya sea por sí mismo o en combinación con otros. Por lo tanto, un recurso turístico se caracteriza por su capacidad para generar desplazamientos turísticos. (pág. 138)

(NIETO GONSALEZ, ROMAN SANCHEZ , MUÑOZ , & NASTUTE , 2016) así mismo manifiestan, la necesidad del estudio de las tendencias del sector turístico para poder adaptar la oferta turística, sobre todo porque sus cambios pueden llevar un tiempo, en lo que respecta a construcción o ampliación de infraestructuras. Además, la identificación de varios aspectos que caracterizan el turismo de actualidad es una tarea primordial de todas las zonas receptoras de turistas para poder adaptar su oferta al gusto del consumidor en todo momento. (págs. 143-144)

(NIETO GONSALEZ, ROMAN SANCHEZ , MUÑOZ , & NASTUTE , 2016) relatan sobre, la polarización de los gustos de los turistas, entre la búsqueda de la comodidad y el deseo de aventura. En este sentido, se observa un cambio en las motivaciones, tratando de sustituir el tradicional destino de sol y playa por otras alternativas, donde el turista intervenga más en el viaje, desviando el turismo hacia otras opciones más activas, como aventura, deportes y, especialmente, la ecología y la naturaleza (ECOTURISMO). Esta pérdida de atractivo del modelo tradicional de sol y playa está teniendo lugar de forma lenta aunque inexorable, por lo que aquellos países especializados en este tipo de turismo deberían protegerse de esta amenaza tratando de diversificar los servicios que se ofrecen al turista, con lo que además se podría conseguir un beneficio adicional, como es diferenciarse de sus competidores. (pág. 143)

De la misma forma (CASTILLO, HERRERA, & ZAMBRANO, 2018) coinciden en: En el estudio realizado por investigadores ecuatorianos sobre la propuesta innovadora del “Turismo consciente”, y las iniciativas orientadas hacia la promoción del turismo sostenible, los autores

definen el turismo consciente, como “ una alternativa de turismo asociado al postfordismo que trata de diferenciarse del turismo de masas, de sol y playa; comparte la filosofía del turismo alternativo, turismo accesible, turismo sostenible y turismo social; con una definición que engloba la responsabilidad social, la sostenibilidad, el medio ambiente y lo ético” (citado por: LOOR BRAVO, ALEMAN , & PÉREZ, 2018, pág. 101)

Marcar la diferencia en la actividad turística, dejar lo cotidiano atrás y experimentar nuevas vivencias, es en lo que coinciden varios autores, (MONTAÑO ARMENDARIZ , LÓPEZ TORRES , & PÉREZ CONCHA,) señalan, el turismo de naturaleza ha segmentado sus productos turísticos, basado en el interés del turista y las actividades que busca al estar en contacto con la naturaleza; de esta manera para la Secretaria de Turismo en México (SECTUR, 2014), el turismo de naturaleza se integra por la conjunción de: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas declaró al 2017 como el año internacional del turismo sostenible para el desarrollo, refrendando así la contribución de esta actividad a los tres pilares de la sustentabilidad (económico, social y del medio ambiente). En el contexto de la agenda 2030 y de los objetivos para el desarrollo sostenible (ODS) aprobados por la ONU, el turismo figura como meta en tres de esos objetivos; en esta perspectiva, el cometido de este sector debe hacer énfasis en aspectos claves del desarrollo sostenible, como: valores culturales, diversidad y patrimonio, crecimiento económico inclusivo y sostenible e inclusión social (OMT, 2016; ONU 2015) citado por (MONTAÑO ARMENDARIZ , LÓPEZ TORRES , & PÉREZ CONCHA,)

La actividad turística estará encaminada hacia el éxito siempre y cuando se la realice en función del beneficio no solo personal sino también colectivo y tomando como referencia la satisfacción de la clientela en general y llegando a ellos mediante una adecuada implementación de estrategias. (ONWTO, 2016) menciona, de nada sirve contar con un destino accesible si no se transmite la oferta a los potenciales turistas. Incluir la accesibilidad en los canales de promoción habituales es la forma en la que se deben trabajar las estrategias de marketing.

(SANTOS, 1996) señala, “El turismo es uno de los servicios de apoyo a la reproducción de fuerza laboral, al crecimiento progresivo de las relaciones industriales, comerciales y financieras de los diferentes mercados internacionales. Hoteles, restaurantes, agencias de viajes, comunicaciones, ambientes de ocio, instalaciones turísticas sirven de apoyo a la

movilidad de mano de obra empresarial globalizada, es decir, indirectamente sirve de estrategia a la reproducción del capital” (citado por: BRAVO, ALEMÁN, & PÉREZ PÉREZ, 2018, pág. 99)

(UNWTO, 2016) señala, la evolución de las llegadas de turistas internacionales a escala mundial ha pasado de 25 millones en 1950 a casi 1.200 millones en 2015. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 1.260.000 millones en 2015 (1.136.000 millones de euros). (pág. 10)

Actualmente el turismo mueve cada año a miles de millones de viajeros y se estima que la cifra seguirá creciendo a un promedio de un 3,3% anual hasta 2030. Según las previsiones a largo plazo de la OMT, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán hasta alcanzar los 1.800 millones. (UNWTO, 2016, pág. 10)

En 2016, Francia, los Estados Unidos de América, España y China siguieron copando los primeros puestos por llegadas internacionales. En cuanto a ingresos por turismo internacional, los Estados Unidos y España permanecen en cabeza, seguidos de Tailandia, que escaló hasta la tercera posición desde la sexta, y de China, que ocupa el cuarto puesto. (DINERO, 2018)

Francia e Italia avanzaron hasta el quinto y sexto puesto respectivamente en la clasificación de ingresos, mientras que el Reino Unido, México y Tailandia pasaron a los puestos sexto, octavo y noveno en llegadas. China, los Estados Unidos y Alemania lideraron el turismo emisor en sus respectivas regiones en 2016, y se mantuvieron a la cabeza del ranking de gasto en ese orden. (DINERO, 2018).

Ecuador es un país multiétnico y multidiverso se encuentra lugares turísticos impresionantes y tiene la mayor diversidad de especies que aportan al paisaje exótico.

El constante crecimiento demostrado por el turismo en el escenario mundial, también ha impactado al Ecuador que es uno de los países que cuenta entre los de mayor biodiversidad del planeta, lo que ha contribuido en los últimos años al incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales, así lo mencionan (LOOR BRAVO, ALEMAN , & PÉREZ, 2018, pág. 100).

Ecuador se alista para participar en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) 2019, entre el 23 y 27 de enero de 2019, donde presentará sus "cuatro mundos": La sierra

andina, la costa tropical, la exuberante Amazonía y las paradisíacas islas Galápagos. La ministra de Turismo, Rosi Prado, aseguró que en el encuentro, uno de los más importantes de Europa, Ecuador dará a conocer "sus cuatro mundos" y esa "combinación de factores" que lo convierten en un "país maravilloso". Y es que el país andino no sólo ofrece "paisajes maravillosos", sino que suele disfrutar del buen clima durante todo el año, una "moneda manejable" como es el dólar, buenos hoteles y restaurantes pero, sobre todo, "amabilidad" y gestos agradables de su gente hacia los visitantes, añadió. (EL TELÉGRAFO , 2019)

Destinos turísticos tradicionales con una renovada oferta de experiencias gastronómicas y de naturaleza es una tendencia que dominó en los últimos meses del año pasado y se mantendrá durante el 2019. Según los promotores turísticos, varios destinos también invitan a ser saboreados. (EL COMERCIO , 2019)

Millones de personas eligen un destino turístico por su cultura (cocina, celebraciones, rituales, idiomas, etc). Y el el incremento del turismo en muchos países, ciudades y regiones se esta dando gracias al desarrollo de productos vinculados a la "cultura viva" pero, en este mundo globalizado en el que vivimos es imprescindible tomar medidas para preservar y salvaguardar aquellos recursos turísticos que constituyen el ADN de un destino turístico. (TURISMO Y TECNOLOGÍA , 2014)

El turismo, gestionado de forma sostenible, es un gran medio para dar a conocer, revalorizar, volver a poner en práctica y seguir transmitiendo a las siguientes generaciones expresiones culturales que están un poco "dormidas" o que incluso se están perdiendo. (TURISMO Y TECNOLOGÍA , 2014)

El turismo es un generador de empleos. Los productos turísticos con base en el patrimonio cultural intangible pueden dar empleo a personas involucradas directa e indirectamente con el producto turístico. El turismo puede achicar la brecha de desigualdad económica en regiones rurales, puede hacer disminuir la migración de personas de zonas del interior a capitales y ciudades importantes. El turismo puede generar confianza y orgullo a los locales al reivindicar el patrimonio cultural intangible: tradición, fiesta regional, habilidad, etc. (TURISMO Y TECNOLOGÍA , 2014)

Según cuenta Patricio Herrera, del departamento de operaciones y programación turística, el principal interés de estos turistas es adquirir los saberes ancestrales y proteger los entornos naturales. Para éstos turistas y los locales el ecolodge ofrece una amplia propuesta de

actividades, cada una basada en conectar al excursionista a la dinámica y costumbres ancestrales de las comunidades quichuas.(VISTAZO, 2017)

La belleza natural y la gastronomía son los principales atractivos que ofrece Imbabura a los turistas nacionales y extranjeros. Un estudio realizado por la Universidad Técnica del Norte (UTN), de Ibarra, señala que estos son los dos primeros motivos que convocan a más visitantes. Les siguen los atractivos culturales y las artesanías. Esta zona del país es famosa por sus lagos, montañas y valles, matizados por una variedad de climas. Si bien hay sitios concurridos como la Plaza de Ponchos, en Otavalo; y la laguna de Cuicocha, en Cotacachi; ahora también sobresalen nuevos atractivos como la ruta del cordero asado en Angochagua, en la capital imbabureña. Las empanadas de morocho, fritada, carne colorada, cuy frito y el helado de paila encabezan la lista de los productos de mayor agrado para los visitantes. (LÍDERES, 2018)

Todo emprendimiento requiere de perseverancia y sacrificio con el fin de ofertar un producto novedoso de atracción para los turistas. La revista (LÍDERES, 2018) señala, en el turismo mundial, existe una tendencia creciente por preferir destinos turísticos novedosos, que le ofrezcan al viajero experiencias auténticas pero que, al mismo tiempo, le garanticen condiciones adecuadas de servicio y seguridad. En los países andinos todavía resulta complicado identificar y posicionar lugares turísticos que cumplan con estos criterios de novedad, calidad y seguridad, particularmente en las zonas de menor desarrollo, como las rurales.

De acuerdo a las bases teóricas analizadas, todos los autores coinciden en que la actividad turística en una fuente de desarrollo económico para un país, por ende es importante saber aprovechar de los recursos que poseen sin perjudicarlos, ya que son parte del presente y se espera sean también parte del futuro, esto se logrará mediante el trabajo coordinado de todos los organismos competentes. Al momento de querer emprender un negocio es importante saber marcar la diferencia, es decir crear servicios acorde a las necesidades de los clientes, donde prevalezca la cultura y tradición propia del sector, ya que a la mayor parte de turistas les interesa mucho ese aspecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado es una de las etapas más importantes del proyecto, ya que mediante un conocer a los clientes, competidores y el mercado, mediante un proceso sistémico de recolección y análisis de datos e información, de con el fin crear una correcta estrategia de marketing y comprobar si el producto o servicio responde a las necesidades del cliente y mejorar la idea del proyecto.

Dentro del estudio de mercado se desarrollará el análisis de la información, obtenida del procesamiento de datos acerca del comportamiento de la oferta, demanda, precios y las estrategias de comercialización, ya que son factores claves que influyen mucho al momento de tomar una decisión en base a la viabilidad del proyecto.

3.2 OBJETIVO GENERAL

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado referentes al turismo en la parroquia de Eugenio espejo, cantón Otavalo.

3.2.1 Objetivos Específicos

- Caracterizar el servicio que se pretende ofrecer.
- Estudiar a los oferentes que prestan servicios similares en el sector de influencia.
- Determinar el comportamiento de la demanda de servicios turísticos.
- Analizar las 4P de marketing.

3.3 VARIABLES E INDICADORES

Una vez planteados los objetivos del estudio de mercado; de estos, se deducen sus correspondientes variables e indicadores que se desarrollarán en el presente capítulo.

Variable: Servicios a ofrecer

- Estancia turística
- Servicios

Variable: Demanda

- Segmento de mercado
- Nacionalidad de los turistas.
- Motivos del viaje.
- Días de permanencia.
- Sector de preferencia para alojarse.
- Tipo de comida de preferencia
- Aspectos que influyen al momento de seleccionar un producto turístico.

Variable: Oferta

- Establecimientos
- Ubicación
- Categoría
- Capacidad / Alojamiento
- Servicios adicionales
- Proyección de la oferta

Variable: 4P

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.4 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Tabla N° 11

Matriz de Relación del Estudio de Mercado

OBJETIVO ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	HERRAMIENTAS	FUENTE
Caracterizar el servicio que se pretende ofrecer.	Servicios a ofrecer	- Estancia turística - Servicios	Caracterización	Fuente primaria: Comunidad Pivarinci
Determinar el comportamiento de la demanda de servicios turísticos.	Demanda	- Segmento de mercado - Nacionalidad de los turistas. - Motivos del viaje. - Días de permanencia. - Sector de preferencia para alojarse. - Tipo de comida de preferencia - Aspectos que influyen al momento de seleccionar un producto turístico.	Revisión documental Encuesta	Fuente primaria: Clientes Fuente secundaria: Plan de Turismo 2015
Estudiar a los oferentes que prestan servicios similares en el sector de influencia.	Oferta	- Establecimientos - Ubicación - Categoría - Capacidad / Alojamiento - Servicios adicionales - Proyección de la oferta	Observación directa Revisión documental Cálculo	Fuente primaria: Ciudad de Otavalo Fuente secundaria: GAD Municipal de Otavalo
Analizar las 4P de marketig.	4P	- Producto - Precio - Plaza - Promoción	Encuesta Observación directa	Fuente primaria: Clientes Competidores Fuente secundaria: GAD Municipal de Otavalo

3.5 METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la investigación del mercado se aplicarán varias técnicas dependiendo de las variables a desarrollar, con el fin de obtener la suficiente información, útil para la implementación del proyecto. Las metodologías a utilizarse son las siguientes:

Para caracterizar el servicio a ofrecer, se realizará una descripción textual de la estancia turística, de cómo se lo piensa implementar, en cuanto a la infraestructura y de la misma forma se detallará los servicios que se pretende ofrecer.

El análisis de la demanda turística, se realizará mediante el procesamiento de datos obtenidos de la investigación de fuente primaria, es decir la encuesta dirigida a los demandantes, para identificar los gustos y preferencias de los mismos. La misma que se realizará en diferentes lugares de la ciudad de Otavalo, ya que desde allí se direccionan hacia otros lugares para disfrutar de los atractivos. Las encuestas se aplicarán con la ayuda de familiares. Dicha encuesta estará dirigida a turistas nacionales y extranjeros, para lo cual se seleccionará una muestra del total de Turistas que ingresan, según el Plan de Turismo Otavalo (2015), que representa un total de 384 personas, de los cuales el 40% se realizará a turistas nacionales y el 60% a turistas extranjeros.

Para el estudio de la oferta de servicios turísticos, se realizará una investigación de fuente primaria la cual se obtendrá mediante el trabajo de campo, aplicando especialmente la técnica de observación directa. De fuente secundaria, mediante revisión documental y se desarrollará el cálculo de la proyección de la oferta.

La encuesta permitirá además obtener datos de interés, que serán utilizados para el análisis de los precios, plaza, promoción y publicidad del servicio. De la misma forma, se utilizará fuentes de investigación secundaria, mediante documentos, páginas web, redes sociales y revistas que contengan temas de utilidad para la implementación del proyecto.

3.6 DESARROLLO DE LA MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.6.1 Servicios a Ofrecer

- *Descripción breve de la Estancia Turística*

La Estancia Turística será un hermoso lugar, acogedor para turistas nacionales y extranjeros, ubicado en el cantón Otavalo, parroquia Eugenio Espejo, comunidad Pivarinci, a

pocos metros del Lago San Pablo, cuya infraestructura estará conformada de la siguiente manera:

En la entrada principal estará disponible un patio el mismo que podrá ser utilizado como garaje en caso de que el cliente lo requiera, a continuación se encontrará el área de recepción y junto a la misma el restaurante, seguido de un pequeño espacio donde se encontrarán la tulpa (cocina a leña), el horno de ladrillo y una pequeña sala de descanso muy acogedora, y finalmente se encontrarán las habitaciones de alojamiento, las cuales estarán rodeadas de un hermoso jardín.

La construcción de la estancia será con ladrillo visto, ya que este material brinda un entorno más cálido y más resistente, en la parte del techo se utilizará tejas, el tumbado estará cubierto de palos de chonta, el vuelo de la fachada estará sujeta con columnas de madera.

El diseño de la estancia será magnífica, ya que estará rodeada de objetos que revivirán gratos momentos vividos por los abuelos, quienes dejaron valiosas herencias reflejadas en historias, leyendas, costumbres y tradiciones, el objetivo es que la estadía del visitante sea placentera ya que se trata de relacionar al turista con las diferentes actividades que se realizan en la parroquia y a la vez hacerles partícipes de las mismas, con el fin de que vivan experiencias diferentes.

Descripción breve de los servicios

A continuación se detalla los servicios que se pretende ofrecer en la Estancia Turística:

Hospedaje:

Para el descanso del cliente, tendrán a su disposición 6 habitaciones con baño privado, cada habitación tendrá una cama de dos plazas y una litera de plaza y media, es decir tendrá capacidad para 4 personas.

Las camas serán cubiertas con cobijas tejidas por los propios habitantes del sector, de la misma forma las cortinas de las ventanas, en la pared se colgarán cuadros con fotografías que destaquen las tradiciones de la parroquia, los cuartos serán adornados con artesanías entre ellos los atrapa sueños, el propósito es que los visitantes se sientan relajados, cómodos y a gusto con los servicios que se ofrecerán. Fuera de las habitaciones se encontrarán con un hermoso jardín rodeado de flores y dos hamacas que le permitirán disfrutar del ambiente y aspirar un aire fresco.

Alimentación:

La alimentación será variada en la cual se ofrecerán platos típicos, platos naciones y en caso de que el cliente lo requiera se prepararán platos extranjeros, con el fin de deleitar el paladar del cliente y a la vez fortalecer la gastronomía del sector. Entre los platos típicos se encuentran:

- La bandeja de cuy asado, el mismo que será preparado al horno o a la parrilla, estará acompañado con papas, mote, ensalada, tostado, ají y no podría faltar la bebida tradicional chicha de Yamor.
- El plato de fritada, que será preparado en la tulpa (cocina a leña) o en la cocina industrial, se elaborará utilizando cebolla, pimienta, ajo, y las hierbas necesarias para darle un excelente sabor, el plato estará acompañado de tortillas, mote, tostado, ensalada, aguacate, ají y la bebida tradicional.

Guías turísticos

Para proporcionar seguridad y para emitir los conocimientos de las leyendas de los atractivos, la estancia contará con un guíaturístico, que será una persona preparada y correctamente capacitada para brindar un servicio de calidad a los turistas. El guía tendrá la facilidad de comunicarse con los visitantes ya que dominará idiomas esenciales entre ellos: Español, Kichwa, Inglés y Francés, dispondrán de los equipos necesarios como: radio, GPS, cámaras, larga vistas, linternas, entre otros. Se proporcionará paquetes turísticos, que conforma caminatas y paseos, incluirá los implementos necesarios y un refrigerio.

Interacción y convivencia

La idea de este servicio es que los clientes sean partícipes de algunas de las actividades que se llevarán a cabo en la estancia, como elaboración de la chicha del Yamor, amasar pan para posteriormente hornearlo, pan de tiesto, cocinar mote, entre otras, con el fin de dar a conocer el quehacer diario de las personas, además podrán disfrutar de las hermosas tradiciones del sector, estas actividades se desarrollaran de acuerdo a la temporada es decir, en el mes de abril se preparará la fanesca, en el mes de junio las fiestas de San Juan, Septiembre las fiestas del Yamor, entre otras.

3.6.2 Análisis de la Demanda

- *Segmentación de mercado*

Entrada de turistas a nivel nacional

El turismo es una de las actividades mas importantes dentro del país, que se ha ido fortaleciendo mediante la potencialización de los recursos que posee. Según los datos obtenidos de la pagina oficial INEC, con recorte desde el año 2013 hasta el 2017, demuestran que el ingreso de extranjeros a Ecuador, ha ido creciendo con el paso de los años, a diferencia del año 2016 que registra una disminución del ingreso de turistas, debido al terremoto ocasionado en ese año, por lo que se vio afectado el turismo receptivo. En el año 2017 el turismo crece, representa el ingreso de 1'608.473 extranjeros, entre hombres y mujeres.

Tabla N° 12

Entrada de Extranjeros a Ecuador según sexo

Años	Entrada de extranjeros a Ecuador		
	Total	Hombre	Mujer
2013	1,364,057	772,819	591,238
2014	1,556,991	890,493	666,498
2015	1,544,463	888,514	655,949
2016	1,418,159	821,569	596,590
2017	1,608,473	930,589	677,884

Fuente: (INEC, 2017)

Lugar de Procedencia de los turistas extranjeros

A nivel nacional la procedencia de los turistas son de diferentes países del mundo, entre los principales son Colombia con 595,901 entradas, Estados Unidos con 280.766 y Perú con 261.753 según los datos obtenidos en el INEC. A continuación se detalla el número de entradas de extranjeros por país de procedencia actualizado hasta el año 2017.

Tabla N° 13
Entrada de Extranjeros por País de Procedencia

País de Procedencia	2013	2014	2015	2016	2017
Colombia	397,382	421,342	392,291	379,022	595,901
Estados Unidos	254,092	265,655	276,040	278,079	280,766
Perú	263,774	306,367	284,363	268,941	261,753
España	66,264	62,238	60,889	60,877	59,952
Panamá	69,945	77,339	62,082	62,193	57,663
Otros	293,984	352,882	340,772	322,802	352,438
Total	1,364,057	1,556,991	1,544,463	1,418,159	1,608,473

Fuente: (INEC, 2017)

Entrada de turistas a nivel local

Los turistas nacionales y extranjeros constituyen el mercado meta de la Estancia, ya que el proyecto está enfocado a la prestación de servicios turísticos, siendo el turismo un factor fundamental para el desarrollo del sector. Debido a que no existe un número exacto de la cantidad de turistas, nacionales y extranjeros que entran a la ciudad, la oficina de información turística I-TUR indica que una de las referencias utilizadas es la Cascada de Peguche. A continuación se detalla los datos de los primeros seis meses del año 2018.

Tabla N° 14
Entrada de turistas a la Cascada de Peguche

MES	TURISTAS		TOTAL
	NACIONALES	EXTRANJEROS	
ENERO	19.890	1.989	21.879
FEBRERO	21.690	2.414	24.104
MARZO	17.450	2.647	20.047
ABRIL	16.288	1.750	18.038
MAYO	14.378	2.057	16.435
JUNIO	11.235	2.597	13.832
TOTAL	100.931	13.484	114.415

Fuente:(Cascada de Peguche, 2018)

Según los datos obtenidos representados gráficamente demuestran que, el 88% corresponde a turistas nacionales y el 12% turistas extranjeros, quienes son atraídos por visitar los diferentes atractivos del cantón Otavalo.

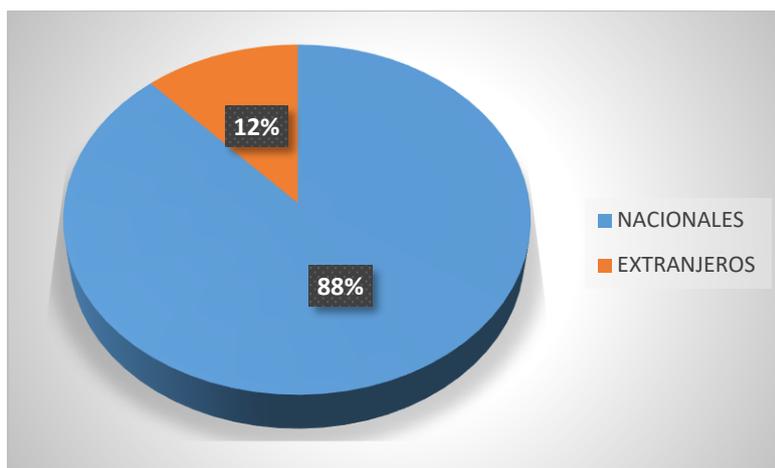


Figura N° 34: Entrada de turistas a la Cascada de Peguche

Fuente:(Cascada de Peguche, 2018)

Otra información importante utilizada como referencia, es la entrada de turistas a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas (RECC), datos obtenidos desde del año 2014 hasta el año 2017, el cual demuestra que el ingreso de turistas nacionales es mayor, con un total de 567.540. El control de ingreso de turistas se realiza a través del Ministerio del Ambiente (MAE). A continuación se detalla la información obtenida por años en la siguiente tabla.

Tabla N° 15

Entrada de turistas a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas

AÑO	TURISTAS			
	NACIONALES	EXTRANJEROS	OPERADORA	TOTAL
2014	111.594	32.125	1.016	144.735
2015	140.121	33.733	14.614	188.468
2016	158.156	28.684	13.806	200.646
2017	157.669	31.239	14.547	203.455
TOTAL	567.540	125.781	43.983	737.304

Fuente:(Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas RECC, 2018)

Gráficamente se lo representa de la siguiente forma, el 77% corresponde a turistas nacionales, el 17% a turistas extranjeros y el 6% corresponden a turistas por operadora.

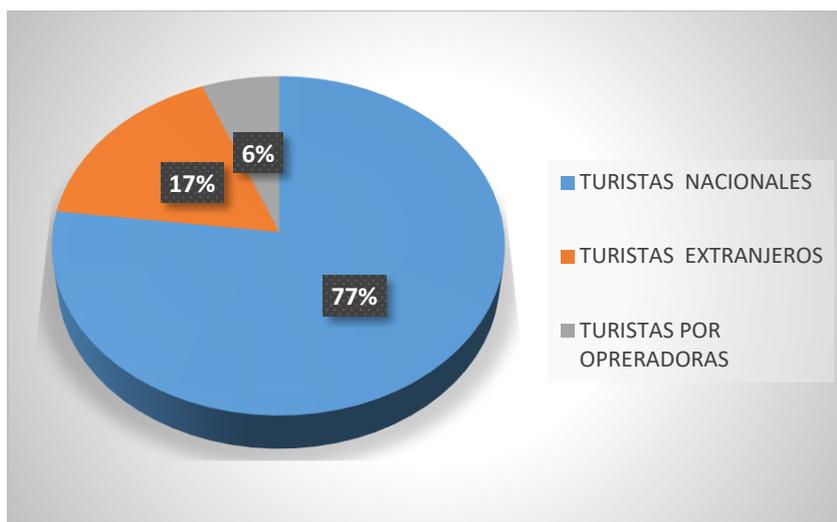


Figura N° 35: Entrada de turistas a la R. E. Cotacachi Cayapas

Fuente: (Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas RECC, 2018)

Como se ha evidenciado en los datos anteriores, el turismo nacional tiene una significancia superior al turismo extranjero, lo que representa la importancia de potencializar el turismo receptivo mediante una adecuada práctica turística.

- ***Marco Muestral o Universo***

Para fijar el universo se tomará como referencia los datos obtenidos del Plan de Turismo Otavalo (2015), el cual estima que reciben un total de 250.000 visitantes al año con fines turísticos entre turistas nacionales y extranjeros. Debido a la falta de información no se ha obtenido datos exactos del número de turistas nacionales y extranjeros, razón por la cual se toma como un solo total.

Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra de turistas se utilizó la siguiente fórmula estadística:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza, cuando no se tiene su valor se toma como relación el 95% de confianza, que equivale a 1.96.

e= Limite de aceptación de error de la muestra con el 5% de margen aceptable.

σ = Desviación estándar de la población, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante 0.5.

$$n = \frac{(250.000)(0.5)^2(1.96)^2}{(250.000 - 1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = 384$$

El tamaño de la muestra es de 384 turistas entre nacionales y extranjeros, a los cuales se aplicará una encuesta con preguntas cerradas de elección única. El 40% será aplicado a turistas nacionales y el 60% a turistas extranjeros, con el fin de conocer sus gustos y preferencias en lo que respecta a turismo y de esa forma fortalecer dichas actividades, incrementar el número de visitas e incentivar al turista a permanecer un tiempo considerable en el sector.

3.6.3 Tabulación y Procesamiento de Datos

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Pregunta 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla N° 16
Nacionalidad de los Turistas

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Nacional	152	40%
Extranjero	232	60%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

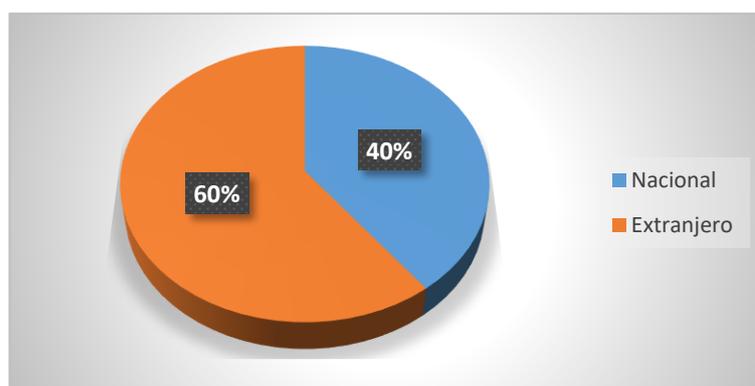


Figura N° 36: Nacionalidad de los turistas

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El mercado turístico de la ciudad de Otavalo está conformado por turistas nacionales y extranjeros, la encuesta fue aplicada al 60% de extranjeros y al 40% nacional, con el fin de potencializar el turismo receptivo, mediante una adecuada practica turística.

Pregunta 2. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Tabla N° 17
Principal motivo de viaje

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Ocio y descanso	84	22%
Contacto con la naturaleza	117	31%
Gastronomía	40	10%
Convivencia familiar	47	12%
Nuevas culturas	61	16%
Otros	35	9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

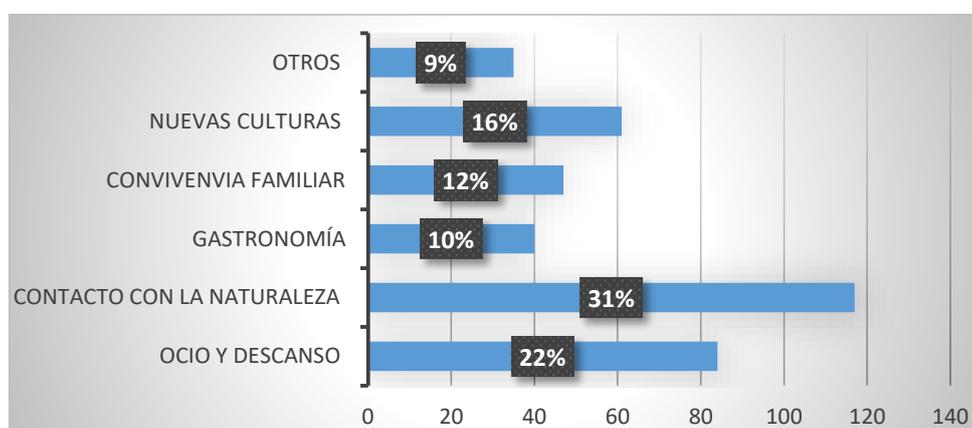


Figura N° 37: Principal motivo de viaje

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

La actividad que más atrae a los turistas es contacto con la naturaleza, que corresponde al 31%, 117 turistas, ya que la ciudad de Otavalo posee una variedad de espacios naturales que representan sitios muy atractivos para los visitantes. Ocio y descanso representa el 22%, donde muchos turistas prefieren lugares alejados de la ciudad para disfrutar de un ambiente tranquilo, al 16% le atrae conocer nuevas culturas y tradiciones que caracteriza a cada sector, al 12% compartir momentos con la familia, el 10% por disfrutar de la gastronomía del sector, y el 9% corresponde a turistas que viajan por motivos diferentes a los indicados, entre ellos: realizar trabajos de investigación, salud y deporte.

Pregunta 3. ¿Cuántos días permanecerá en Imbabura?

Tabla N° 18

Días de permanencia de los turistas

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
1 a 3 días	277	72%
3 a 5 días	66	17%
Más de 5 días	41	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

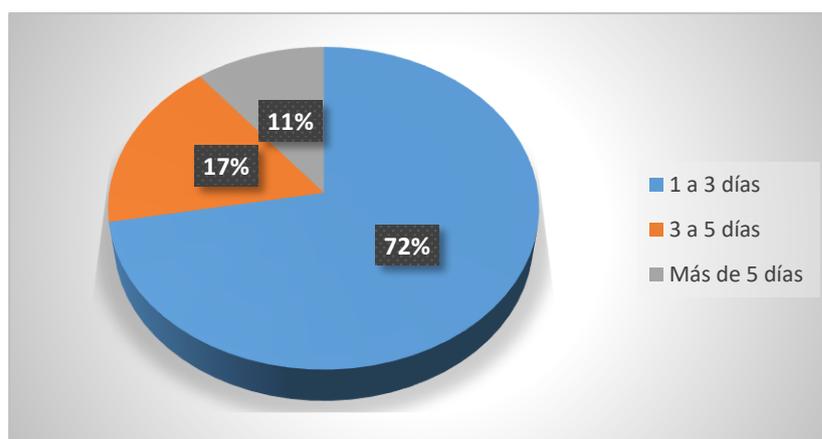


Figura N° 38: Días de permanencia de los turistas

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 72% de turistas consideran suficiente la permanencia de 1 a 3 días para realizar diferentes actividades, el 17% responde de 3 a 5 días ya que estiman que es un tiempo aceptable para conocer y disfrutar los diferentes lugares de la provincia y el 11% que permanece más de 5 días se trata de los jóvenes que viajan por motivos de investigación, pero que también dedican su tiempo libre para realizar actividades turísticas y que necesariamente requieren de un lugar para hospedarse, muchos de ellos prefieren lugares ubicados en el sector rural debido a la comodidad del precio y a la cercanía con el medio ambiente.

Pregunta 4. ¿A la hora de buscar alojamiento que medios utiliza?

Tabla N° 19

Medios que utilizan los turistas para buscar alojamiento

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Internet	151	39%
Agencia de viajes	83	22%
Recomendaciones	61	16%
Medios de comunicación	58	15%
Otros	31	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

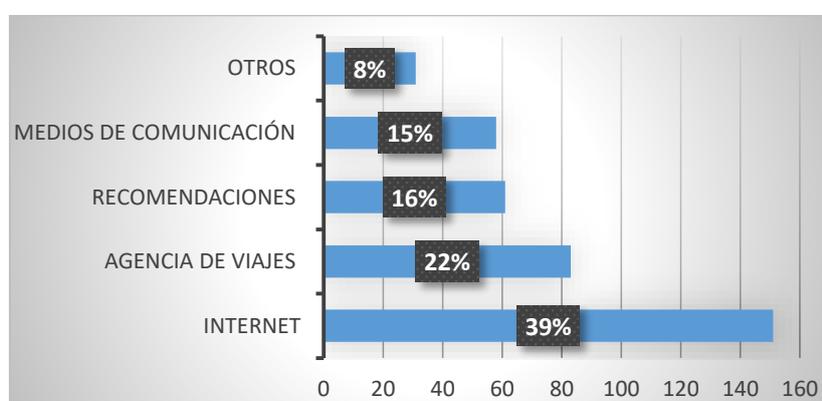


Figura N° 39: Medios que utilizan los turistas para buscar alojamiento

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 43% de los turistas utiliza el internet como una herramienta que les brinda mayor facilidad al momento de buscar el servicio de alojamiento y les proporciona la información necesaria para acceder a otro tipo de productos o servicios, el 22% tramita el hospedaje a través de una agencia de viajes, el 16% se guía a través de recomendaciones, el 15% utiliza los medios de comunicación como: radio, televisión, entre otros, y el 31% utiliza otros medios diferentes a los nombrados.

Pregunta 5. ¿En qué sector prefiere alojarse?

Tabla N° 20

Sector donde prefieren alojarse los turistas

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Urbano	149	39%
Rural	235	61%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

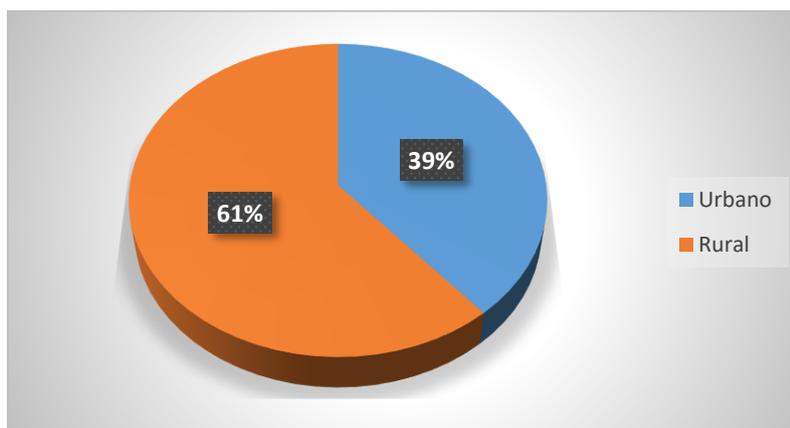


Figura N° 40: Sector donde prefieren alojarse los turistas

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 61% de turistas entre nacionales y extranjeros prefiere alojarse en el sector rural donde puedan disfrutar de la tranquilidad, medio ambiente, atractivos y tradiciones, el 39% prefiere alojarse en el sector urbano ya que consideran importante tener a la mano centros comerciales, tiendas, entre otros.

Pregunta 6. ¿Cuál es el tipo de comida que usted prefiere?

Tabla N° 21

El tipo de comida que prefiere el turista

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Típica	203	53%
Nacional	127	33%
Internacional	54	14%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

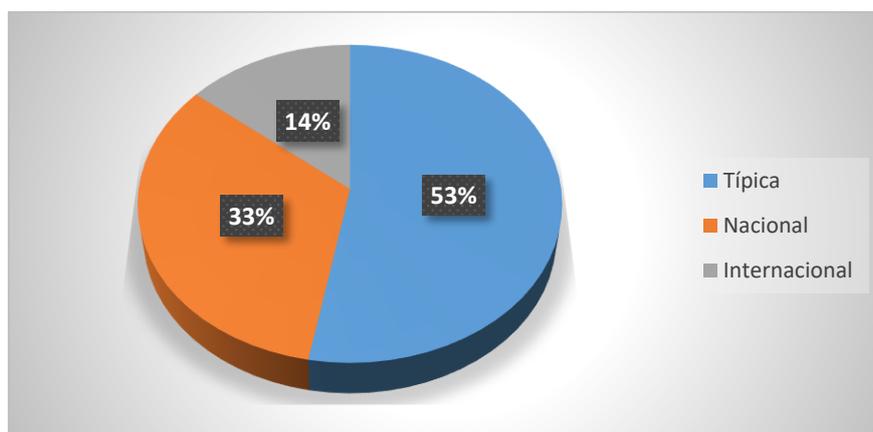


Figura N° 41: El tipo de comida que prefiere el turista

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 53% de turistas prefiere la comida típica, siendo la gastronomía otro de los aspectos que resalta la tradición del sector y forma parte de las nuevas experiencias que pretenden vivir los turistas, el 33% prefiere la comida nacional, y el 14% la comida internacional, pocos de los turistas prefieren conservar los tipos de comida por posteriores malestares de salud.

Pregunta 7. ¿Al momento de seleccionar un producto turístico, a que le da mayor importancia?

Tabla N° 22

Aspectos de importancia en un producto turístico

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Precio	145	38%
Calidad	112	29%
Variedad	51	13%
Lugar	76	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

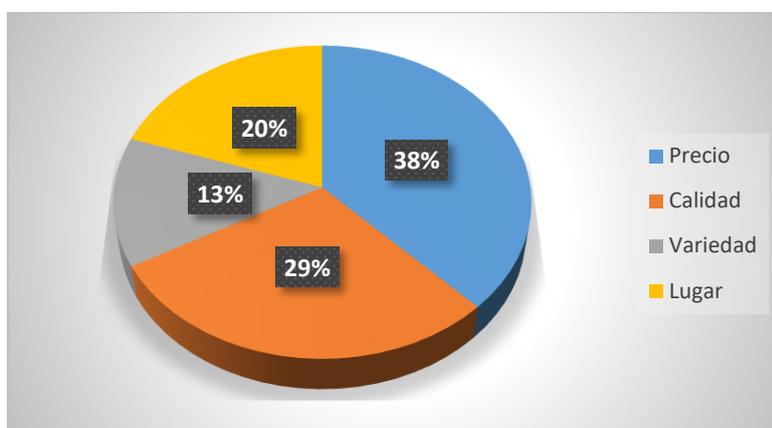


Figura N° 42: Aspectos de importancia en un producto turístico

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 38% de los turistas se fija en el precio al momento de seleccionar un producto turístico ya que buscan comodidad y que estén al alcance de los bolsillos, el 29% toma en cuenta la calidad de un producto o servicio, el 13% busca variedad y el 20% se fija en el lugar. Estos aspectos son fundamentales para el establecimiento de los precios de los servicios a ofertar.

Pregunta 8. ¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?

Tabla N° 23
¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	357	93%
No	27	7%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

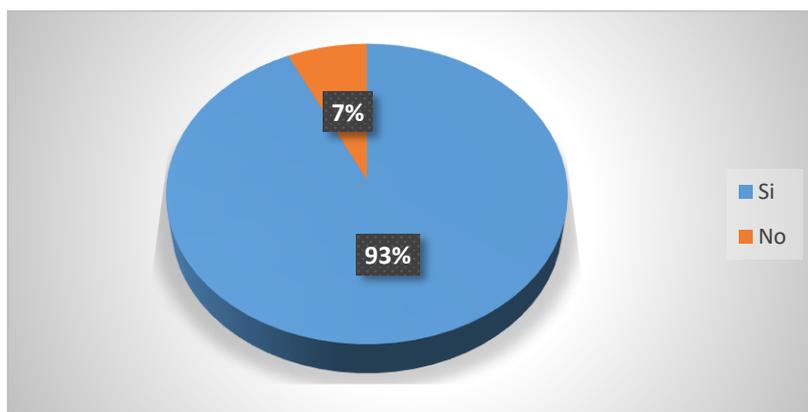


Figura N° 43: ¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

El 93% de los turistas se encuentran en las lista de quienes si han visitado o visitarán el lago San Pablo de Otavalo, ya que es uno de los atractivos turísticos del cantón y muchos de los turistas viajan con intenciones de conocer nuevos lugares, el 7% de los turistas no ha visitado ni visitará en Lago, ya que el tiempo y el motivo de viaje no les da el tiempo requerido.

Pregunta 9. ¿Le gustaría que, en los alrededores del Lago San Pablo, en la parroquia Eugenio Espejo, exista una Estancia Turística que brinde servicios de alojamiento, alimentación y guías turísticos?

Tabla N° 24

La existencia de una Estancia Turística

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	298	78%
No	86	22%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

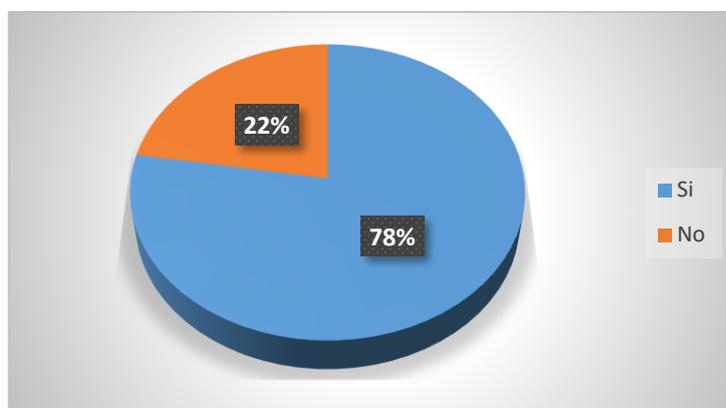


Figura N° 44: La existencia de una Estancia Turística

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

Al 78% de los turistas les gusta la idea de la creación de la estancia turística, ya que consideran importante la existencia de un lugar que acoja a turistas a través de la prestación de servicios de calidad, el 22% no está de acuerdo con el proyecto ya que consideran que no es tan necesario y que será un proyecto que afectará al medio ambiente.

Pregunta 10. ¿Cuánto dinero está usted dispuesto a destinar para actividades turísticas, diariamente?

Tabla N° 25

Recursos que destinan para actividades turísticas diariamente

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
De \$20 a \$30	107	28%
De \$31 a \$40	99	26%
De \$41 a \$50	87	22%
De \$51 en adelante	91	24%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

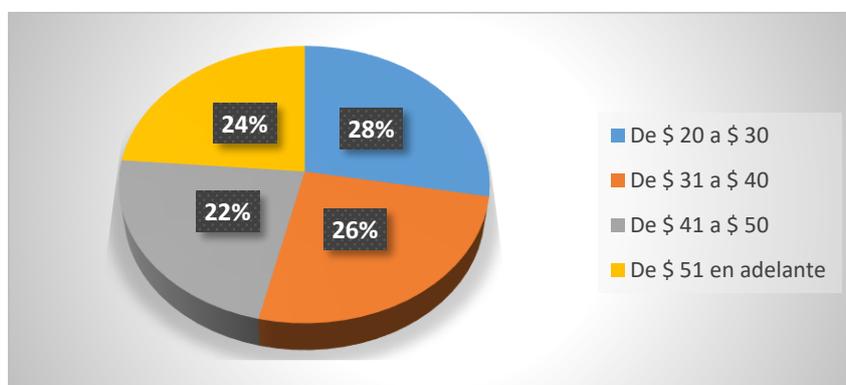


Figura N° 45: Recursos que destina para actividades turísticas diariamente

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros

Análisis:

Las respuestas con respecto a los precios no representan una diferencia significativa ya que el 28% de personas consideran suficiente destinar de \$20 a \$30 diariamente, tomando en cuenta que los viajes lo realizan con varios integrantes de la familia, por lo que se abstienen a gastar más, el 26% destina de \$31 a \$40, incluido alimentación y hospedaje para cada persona. El 22% de \$41 a \$50 de la misma forma incluido alimentación y hospedaje depende mucho de la calidad del servicio y el 24% de \$51 en adelante, dentro de este grupo se encuentran los turistas que están dispuestos a pagar la cantidad que sea necesaria a cambio de un servicio turístico de calidad.

- **Proyección de la demanda**

Tabla N° 26
Demanda potencial

DESCRIPCIÓN	VALOR
Turistas nacionales y extranjeros que visitan Otavalo:	250.000
Porcentaje de preferencia por la propuesta 78%	195.000
Total demanda potencial	195.000

Fuente: Investigación propia

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó el número total de turistas que corresponde a 250.000, debido a que no existe un dato exacto sobre la cantidad de turistas nacionales y extranjeros. La demanda potencial corresponde a 195.000 turistas entre nacionales y extranjeros, quienes acogieron de forma positiva la implementación del proyecto. Para la tasa de crecimiento turística se toma como referencia el porcentaje promedio de incremento del turismo receptivo desde el año 2013 al 2017, correspondiente al 3.62%. El cálculo se realiza con la fórmula de crecimiento poblacional por el método geométrico.

$$P_f = P_o(1 + r)^t$$

Tabla N° 27
Proyección de la Demanda

AÑO	PROCESO	PROYECCIÓN
2018	195.000(1+0.0362)^1	202059
2019	195.000(1+0.0362)^2	209374
2020	195.000(1+0.0362)^3	216953
2021	195.000(1+0.0362)^4	224807
2022	195.000(1+0.0362)^5	232945

Fuente: Investigación propia

Para el año 2018 se proyecta una demanda de 202.059 turistas, los cuales irán aumentando conforme pasan los años, por consiguiente para el año 2022 se proyecta una demanda de 232.945 turistas, lo que representa una oportunidad de inversión.

3.6.4 Análisis de la Oferta

El incremento de la actividad turística del cantón Otavalo y en general en la provincia de Imbabura, ha permitido el asentamiento de varios espacios dedicados a la prestación de servicios turísticos, los mismos que se encuentran ubicados en diferentes lugares del cantón, quienes buscan aprovechar las oportunidades que brindan los recursos naturales, ya que representan una fuente de atracción para los turistas.

Según el Catastro del cantón Otavalo del año 2018, se encuentran registrados 34 establecimientos entre hoteles, hostales y hosterías. Actualmente en la parroquia Eugenio Espejo no existen establecimientos que oferten servicios turísticos, motivo por el cual, para el análisis de la oferta se tomará como referencia 11 establecimientos ubicados en el sector rural del cantón, ya que prestan servicios similares al que se pretende ofrecer.

Tabla N° 28
Establecimientos de servicios turísticos / sector rural de Otavalo

N	Lugar	Ubicación	Categoría	Cap/Alojamiento	Alimentación	Guía Turístico	Interacción y Convivencia	Área BBQ
1	LA CASA SOL	Peguche	Primera	14 hab./40 plazas	5 mesas/36 plazas	√		
2	LAS PALMERAS	Quichinchí	4 estrellas	17 hab./35 plazas	8 mesas/55 plazas			
3	TAMBO INTY	Quichinchí	Segunda	8 hab./30 plazas	10 mesas/40 plazas			
4	ROSE COTTAGE	Mojanda	3 estrellas	8 hab./24 plazas				√
5	CASA MOJANDA	Mojanda	Primera	10 hab./40 plazas	10 mesas/40 plazas	√		
6	LA LUNA DE MOJANDA	Mojanda	Segunda	9 hab./37 plazas	5 mesas/20 plazas	√		√
7	PUERTO LAGO	San Pablo	Primera	27 hab./50 plazas	28 mesas/120 plazas			
8	CABAÑAS DEL LAGO	San Pablo	Primera	26 hab./71 plazas	33 mesas/200 plazas	√	√	
9	HACIENDA CUSÍN	San Pablo	4 estrellas	40 hab./78 plazas	18 mesas/70 plazas	√		
10	SACHA JÍ	San Pablo	Primera	12 hab./28 plazas	9 mesas/36 plazas		√	
11	MEDINA DEL LAGO	San Pablo	5 estrellas	15 hab./47 plazas	10 mesas/40 plazas		√	
TOTAL				480 plazas				

Fuente:(Catastro Cantón Otavalo, 2018)

- ***Establecimientos***

Son 11 establecimientos a los que se ha tomado en cuenta para realizar el respectivo análisis, quienes tienen como principal actividad la prestación de servicios de alojamiento, además de los servicios adicionales que están direccionados hacia turistas nacionales y extranjeros. Cada uno posee un nombre propio y característico, que define al lugar en donde se encuentran ubicados, siendo el recurso natural el principal motivo de atracción para los turistas. Entre los establecimientos se encuentran: La Casa Sol denominada como hostel, Las Palmeras, Tambo Inty, Rose Cottage, Casa Mojanda, La Luna de Mojanda, Puerto Lago, Cabañas del Lago, Hacienda Cusín, Sacha Jí, Medina del Lago definidas como hosterías.

- ***Ubicación***

Los establecimientos se encuentran ubicados en el sector rural del cantón Otavalo, donde se puede disfrutar de una belleza natural, rodeado de montañas, lagunas, flora, fauna, y sobre todo conocer la cultura, tradición y costumbres que caracteriza a cada sector. La ubicación del hostel y las hosterías es un lugar estratégico, que puede ser explotado mediante una adecuada práctica turística, que incentive al turista a permanecer en el sector y disfrutar de los diferentes atractivos turísticos.

- ***Categoría***

Los establecimientos se encuentran categorizados con diferentes denominaciones, que va desde primera categoría hasta 5 estrellas, Hostería Medina del Lago se encuentra en la denominación de 5 estrellas la cual se destaca por ofrecer un nivel de servicio y comodidad superior, lo que le ha permitido alcanzar dicha categorización, cada uno de los establecimientos trabajan en función de la prestación de un servicio de calidad dirigido a turistas nacionales y extranjeros.

- ***Capacidad/Alojamiento***

Para efectos del proyecto se consideran como oferta los productos o servicios que cuentan con la infraestructura necesaria para cubrir las necesidades de los turistas, entre ellos alojamiento, alimentación y servicios básicos, quienes se encuentran ubicados en el sector rural de la ciudad de Otavalo.

La capacidad instalada anual real, se determinará en base a los 360 días del año, tomando en cuenta que la atención en el servicio de hospedaje son las 24 horas del día, de lunes a

domingo, donde cuentan los periodos de temporada, festivos y fines de semana. Según el Ministerio de Turismo la provincia de Imbabura en el servicio de hospedaje tiene el 40% de ocupación semanal, este dato se tomará en cuenta para el cálculo de la capacidad instalada.

Tabla N°29
Capacidad Instalada

DESCRIPCIÓN	VALOR
Capacidad instalada, en número de plazas (camas) en los 11 establecimientos analizados.	480
40% de ocupación semanal	192
Ocupación estimada por año:	192*360 = 69.120

Fuente: Investigación propia

Cabe recalcar que no todas las plazas son ocupadas, ya que según el Ministerio de Turismo, la tasa de ocupación es del 40% semanal, generalmente los fines de semana, lo que demuestra que existe una falta de buenas prácticas turísticas.

- ***Servicios adicionales***

Se realiza un listado de los servicios complementarios de turismo que ofrecen los establecimientos analizados. De acuerdo a la información obtenida se determinó los siguientes resultados:

El 100% de los establecimientos ofrecen el servicio de alimentación, la Hostería Cabañas del Lago cuenta con el mayor número de mesas correspondiente a 33, es, cuya capacidad es de 200 plazas. El 45% presta el servicio de guías turísticos, quienes se encargan de encaminar el recorrido de los turistas hacia los lugares de preferencia de cada uno.

El 27% realiza actividades de interacción y convivencia, dentro de este aspecto se ha tomado en cuenta a los establecimientos que ofrecen actividades deportivas como: cabalgatas, ski, kayak, entre otros y el 18% de los establecimientos cuenta con áreas de BBQ que son espacios aptos para realizar parrilladas al aire libre. A través de este análisis se determinó que la estancia deberá potencializar todos los servicios a ofertar mediante una adecuada práctica turística y un servicio de calidad.

- **Proyección de la oferta**

La proyección de la oferta se realizará en función de la tasa de crecimiento del PIB, para lo cual se utiliza la fórmula de crecimiento poblacional por el método geométrico, que según el Banco Central del Ecuador obtuvo un crecimiento del 3 % en el año 2017. A continuación se realiza el cálculo de proyección de la oferta para los próximos cinco años.

$$P_f = P_o(1 + r)^t$$

Dónde:

P_f = Proyección de año f a estimar.

P_o = Población conocida

r = Tasa de crecimiento de la población

t = Número de años a estimar

Tabla N° 30
Cálculo proyección de la oferta

AÑO	PROCESO	PROYECCIÓN
2018	$69120(1+0,03)^1$	71194
2019	$69120(1+0,03)^2$	73329
2020	$69120(1+0,03)^3$	75529
2021	$69120(1+0,03)^4$	77795
2022	$69120(1+0,03)^5$	80129

Fuente: Investigación propia

Para el año 2022 se estima una proyección de 80.129 plazas, según el porcentaje de crecimiento del PIB.

- **Demanda Insatisfecha**

Luego de analizar la demanda y la oferta del sector turístico, de los establecimientos ubicados en el sector rural del cantón Otavalo, se puede determinar que existe un mercado potencial para los servicios que brindará la Estancia Turística, como se indica a continuación:

Tabla N° 31
Demanda Insatisfecha

AÑO	PROYECCION DEMANDA	PROYECCION OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	202059	71194	130865
2019	209374	73329	136044
2020	216953	75529	141424
2021	224807	77795	147011
2022	232945	80129	152816

Fuente: Investigación propia

Con los resultados obtenidos de las proyecciones de oferta y demanda, se procede a calcular la demanda insatisfecha la cual representa un número importante, que pretende ser cubierta con la implantación de la estancia, de acuerdo a la capacidad instalada de la misma. Estas proyecciones se realizaron en base al análisis de los establecimientos más cercanos, pero cabe recalcar que en la parroquia no existen establecimientos que presten servicios similares, lo que significa una importante oportunidad de mercado.

3.6.5 Análisis de las 4P

- ***Producto***

En este caso se trata de la implantación de una Estancia Turística que contará con la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y guías turísticos, dirigidos hacia turistas nacionales y extranjeros, quienes al momento de llegar al lugar de destino requerirán de un lugar de descanso, para posteriormente continuar con el recorrido, conocer y experimentar nuevas vivencias diferentes a las cotidianas.

En el cantón de Otavalo se encuentran registrados 34 establecimientos quienes prestan servicios similares a los que se pretende ofrecer, entre ellos se encuentran clasificados en hoteles, hostales y hosterías, quienes de la misma forma direccionan los servicios hacia los turistas nacionales y extranjeros.

- ***Precio***

Cantidad de recursos que designan para actividades turísticas

De acuerdo a la encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros el 28% está dispuesto a destinar una cantidad de entre 20 a 30 dólares, por ende es importante tomar en cuenta la

capacidad económica de los clientes para determinar el precio de los servicios, cabe recalcar que esa cantidad de recursos no siempre podrá cubrir todos los servicios pero sí una parte, dependiendo de los gustos y preferencias de los mismos.

Precios de servicios o productos similares

De acuerdo a la información obtenida de los establecimientos los precios bordean dependiendo del tipo de habitación que deseen utilizar los clientes, entre sencillas, dobles, triples o suite, la mayoría de precios incluyen alimentación e impuestos. En caso de existir mucha demanda las habitaciones tienden a subir de precio, generalmente ocurre los fines de semana. A continuación se detalla los precios de los establecimientos ubicados en el área rural de la ciudad de Otavalo.

Tabla N° 32
Análisis de precios de los establecimientos

N°	ESTABLECIMIENTO	PRECIO EN USD DESDE
1	LA CASA SOL	\$ 25
2	LAS PALMERAS	\$ 91.50
3	TAMBO INTY	\$ 45
4	ROSE COTTAGE	\$ 14
5	CASA MOJANDA	\$ 70
6	LA LUNA DE MOJANDA	\$ 12
7	PUERTO LAGO	\$ 65
8	CABAÑAS DEL LAGO	\$ 135
9	HACIENDA CUSÍN	\$ 110
10	SACHA JÍ	\$ 88
11	MEDINA DEL LAGO	\$ 186

Fuente:(Otavalo Travel , s.f.)

La hostería Mediana del Lago categorizada como 5 estrellas tiene el precio más alto que corresponde a 186 dólares en lo que respecta a hospedaje, seguido de Cabañas del Lago con un precio de 135 dólares. El precio más bajo es de 12 dólares, de la hostería La Luna Mojanda que corresponde a habitaciones compartidas para grupos grandes es decir un dormitorio para 11 personas.

- **Plaza**

Las empresas o establecimientos intermediarios que permiten dar a conocer los servicios son: a través de la página web del GAD Municipal de Otavalo, que contiene un espacio destinado específicamente para el aspecto turístico denominado Otavalo Travel, la página del Ministerio de Turismo quien de la misma forma transmite información necesaria sobre

turismo y la oficina ITUR de Otavalo siendo éste un centro de concentración para los turistas quienes se acercan en busca de todo tipo de información.

- **Promoción**

Para dar a conocer el servicio se asistirá a diferentes eventos, ferias y exposiciones relacionadas con el turismo, con el fin de presentar los servicios que ofrecerá la estancia, de la misma forma se aplicará la estrategia de publicidad.

- **Publicidad**

El objetivo principal de la estancia es posicionarse en la mente de los clientes mediante la utilización de los medios publicitarios más comunes entre los cuales se encuentran:

Internet.- A través de páginas web, mails, redes sociales.

Medios de comunicación.- Radio, rótulo

Documental.- Afiches, volantes

3.7 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para llevar a cabo un proyecto es necesario realizar el análisis del mercado con el fin de conocer la oferta y demanda ya que son los principales factores que influyen en la toma de decisiones.

Luego de haber realizado la investigación y análisis de los establecimientos que prestan servicios similares a los que se pretende ofrecer, se determinó que, la mayoría se encuentran ubicados en el sector urbano, existe la falta de involucramiento en el aspecto turístico ya que se trata de darle más fuerza, con el fin de retener a los turistas para que conozcan los diferentes lugares de la provincia y así decidan incrementar su tiempo de permanencia.

En lo que respecta a la demanda, resultó difícil encontrar datos certeros de la cantidad de turistas que ingresan al cantón de Otavalo, ya que aún no existe una plataforma propia o una institución que se encargue meramente del área turística, por lo que se tomaron datos referentes para facilitar el análisis. Sin embargo es importante mencionar que la cantidad de visitantes representa un número importante que debe ser aprovechado.

El análisis de precios se llevó a cabo con la información obtenida de la encuesta y de los establecimientos ubicados en el sector rural, de los cuales se pudo evidenciar que en su

mayoría son altos, es importante tomar en cuenta que dichos precios dependen del tamaño de la infraestructura y de la variedad de servicios, lo que define la categorización del lugar.

La estrategia de comercialización más utilizada y la que mayor resultados ha proporcionado es el internet, ya que ha facilitado la propagación de información acerca de un producto o servicio, de la misma forma en cuanto a pagos y reservaciones.

Luego de haber analizado cada uno de los factores que influyen en el estudio de mercado, se puede determinar que el proyecto es factible.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo constituye una parte fundamental, ya que permite obtener información cualitativa y cuantitativa del proyecto turístico. A través de la información obtenida se podrá determinar la factibilidad de la implementación del proyecto mediante un adecuado análisis del tamaño de la inversión.

El contenido del presente capítulo se basará en el análisis del tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto técnico, necesario para el inicio del proyecto, para lo cual también requerirá la información obtenida en el capítulo anterior.

4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Objetivo General

Análisis las variables del estudio técnico, a través de la determinación de la macro y micro localización, tamaño, ingeniería y los recursos necesarios para la creación de la estancia turística.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Ubicar el proyecto de manera macro y micro localización, con la finalidad de identificar el lugar donde estará ubicado el proyecto.
- Analizar el tamaño y la capacidad instalada del proyecto, tomando como base la información obtenida en el estudio de mercado.
- Estructurar la ingeniería del proyecto.
- Determinar el tamaño de la inversión para el inicio del proyecto.

4.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación física del proyecto es uno de los aspectos de importancia para el buen funcionamiento de la misma, ya que estará determinada por las vías de acceso, los servicios

básicos disponibles, área de terreno adecuado, vista natural de la zona y comodidad para los turistas.

4.3.1 Macro Localización

- *Mapa de la macro localización*

La estancia turística estará localizada en:

- **Continente:** Sudamérica
- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Otavalo
- **Parroquia:** Eugenio Espejo
- **Comunidad:** Pivarinci



Figura N° 46: Macro localización del proyecto

Fuente: (Google Maps , 2018)

La Estancia Turística estará localizada en Ecuador quien se encuentra situado en la parte noroeste de América del Sur, que limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico. Ecuador posee 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonia y la región Insular, el proyecto estará ubicado en la región Sierra que se extiende de norte a sur por la Cordillera de los Andes. Dentro de la región sierra se encuentra la provincia de Imbabura que limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, por el occidente con Esmeraldas y al este con Sucumbíos.

El proyecto estará localizado en el cantón San Luis de Otavalo, ubicado al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital de Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra. El cantón de Otavalo está constituido por 11 parroquias, dos urbanas y nueve rurales, el proyecto estará ubicado en la parroquia rural Eugenio Espejo, ubicada a 2 kilómetros al este de la parroquia de Otavalo y a 30 kilómetros de la capital provincial Ibarra. La comunidad de Pivarinci forma parte de la parroquia Eugenio Espejo donde estará situada la estancia turística.

4.3.2 Micro Localización

Para definir el lugar idóneo de la ubicación de la estancia turística se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- ***Disponibilidad de la infraestructura***

Para la implementación del proyecto se utilizará una propiedad familiar, ya que cuenta con el espacio suficiente para dar inicio al proyecto. La propiedad está ubicada en un lugar estratégico, ya que a pocos metros se encuentra el malecón, donde se puede disfrutar de una vista panorámica del Lago San Pablo y otros atractivos disponibles.

- ***Vías principales de fácil acceso***

Las vías principales para llegar a la estancia turística se encuentran totalmente asfaltadas, lo que facilita la movilización de los turistas, ya sea en vehículo propio, transporte público o mediante caminatas.

- ***Servicios básicos disponibles***

La comunidad Pivarinci cuenta con todos los servicios básicos, agua, luz, alcantarillado, lo que facilitará el funcionamiento del proyecto, ya que permitirá tener una operatividad normal, y así ofrecer un servicio de calidad.

- *Servicios similares*

Actualmente en la Parroquia Eugenio Espejo no existen establecimientos que ofrezcan servicios de alojamiento sin embargo como se ha descrito en el estudio de mercado se consideró ciertos establecimientos que ofrecen servicios similares que podrían ser parte de la competencia.

- *Mapa de la micro localización*

Una vez analizadas las variables a continuación se procede a mostrar la ubicación del proyecto, el mismo que se localizará en la parroquia Eugenio Espejo, en la comunidad Pivarinci.

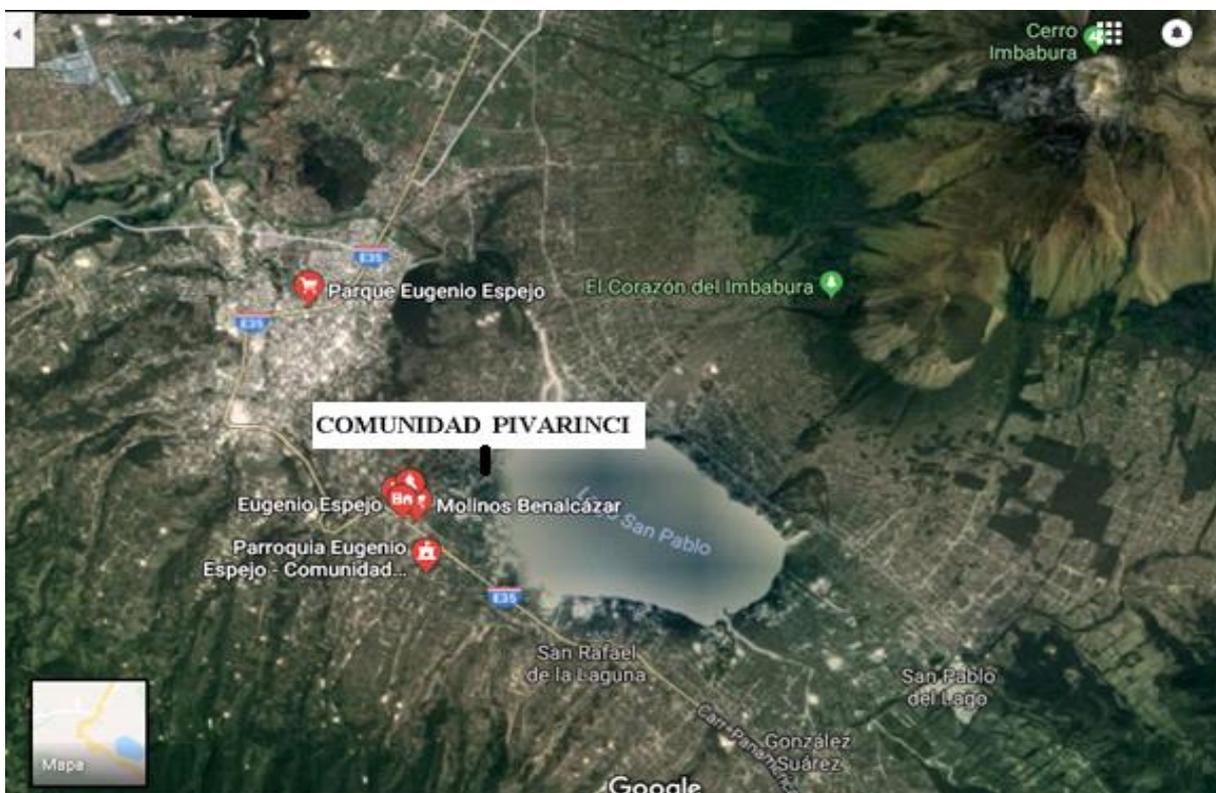


Figura N° 47: Micro localización del proyecto

Fuente:(GEOportal Otavalo, 2018)

La Estancia Turística estará ubicada en la vía principal de la parroquia Eugenio Espejo, en la comunidad Pivarinci, a 900 metros de la panamericana Norte E-35, a 2 minutos en vehículo propio y a 12 minutos caminando. La distancia del terminal terrestre de Otavalo a la parroquia Eugenio Espejo es de 6.7 km, a 10 minutos en vehículo propio y en transporte

público el tiempo de viaje es de 20 minutos. La vía es totalmente asfaltada, la Estancia estará ubicada a 550 metros del Muelle San Pablo, a 7 minutos caminando.

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

4.4.1 Recepción

En la entrada principal se encontrará el área de recepción, es la primera imagen de la estancia, la misma que se encontrará debidamente presentable, adornada con cuadros y artesanías, que destaquen el trabajo y esfuerzo de las personas que lo elaboran.



Figura N° 48: Área de Recepción/Imagen 3D

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

4.4.2 Restaurante

En área de alimentación tendrá disponible 4 mesas de 3 sillas cada una y 4 mesas de 8 sillas, es decir tendrá capacidad para 40 personas, de la misma forma se encontrarán 4 sillas para comodidad de losbebes. Las mesas serán adornadas con manteles de colores vivos, que transmitan energía positiva al lugar, además de los cuadros y artesanías.



Figura N°49: Área de Restaurant

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

4.4.3 Habitaciones

La estancia contará con 6 habitaciones disponibles para el servicio de hospedaje, en cada habitación se encontrará una cama de 2 plazas, una litera de plaza y media, un velador, una televisión y un sillón, todo estará a disposición de los clientes. Fuera de las habitaciones se encontrará con un pequeño patio con sillas de descanso y hamacas.



Figura N° 50: Área de Alojamiento

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

4.4.4 Área de interacción y convivencia

Seguido del restaurante se encontrará el área de interacción y convivencia, un pequeño y acogedor lugar diseñado con madera y tejas, con una sala de descanso. En el lugar se encontrará el horno construido con ladrillo, una estufa y un espacio para realizar parrilladas.



Figura N° 51: Área de Interacción y Convivencia

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

4.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.5.1 Capacidad

La Estancia Turística se construirá en una propiedad familiar, la misma que consta de un área total de 966.52 m², entre una casa construida y un terreno. El área de construcción de la estancia será de 293.46 metros cuadrados, en la cual se encontrarán 6 habitaciones con capacidad para 4 personas por habitación es decir un total de 24 personas, el área de restaurante tendrá una capacidad para 40 personas. A continuación se detalla una tabla del tamaño del proyecto y el plano arquitectónico.

Tabla N° 33

Tamaño del Proyecto

Áreas	m²
Habitaciones	120.30
Recepción, cocina y restaurante	121.86
Horno	15.37
Lavado y secado	27.93
TOTAL	293.46

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

IMPLANTACION GENERAL

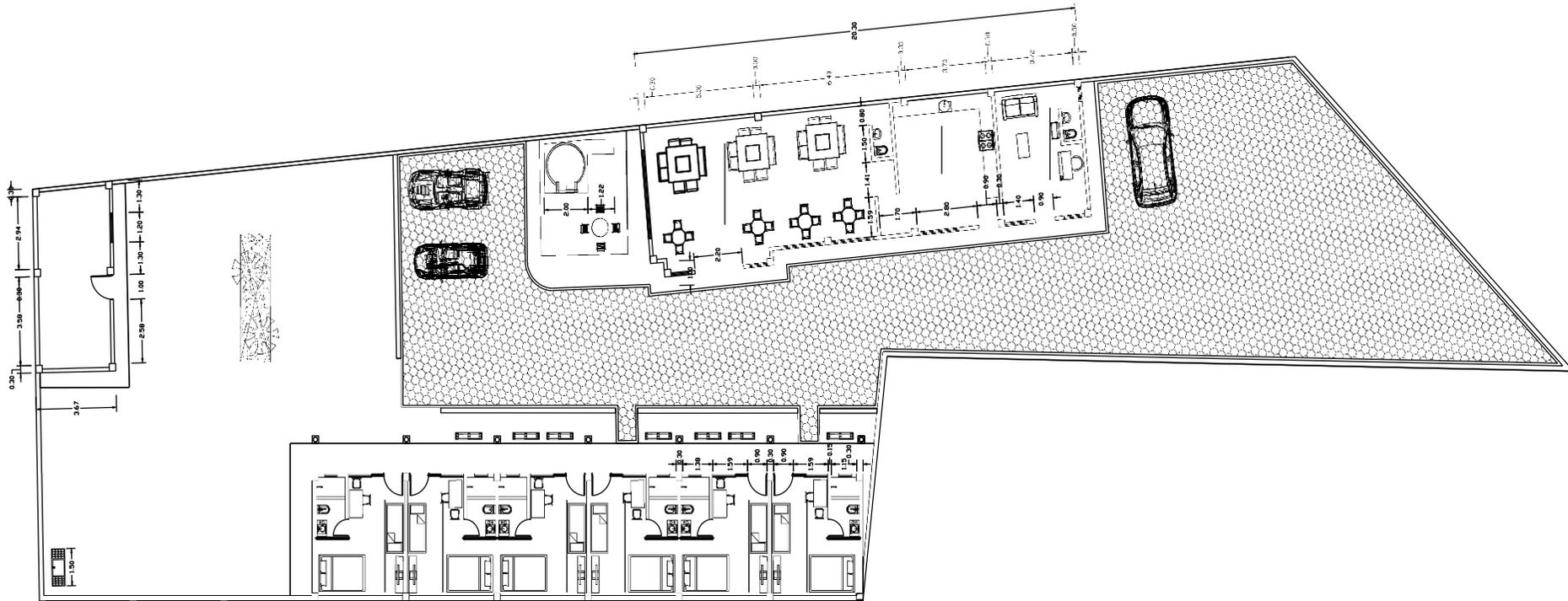


Figura N° 52:Plano Arquitectónico Implantación General

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

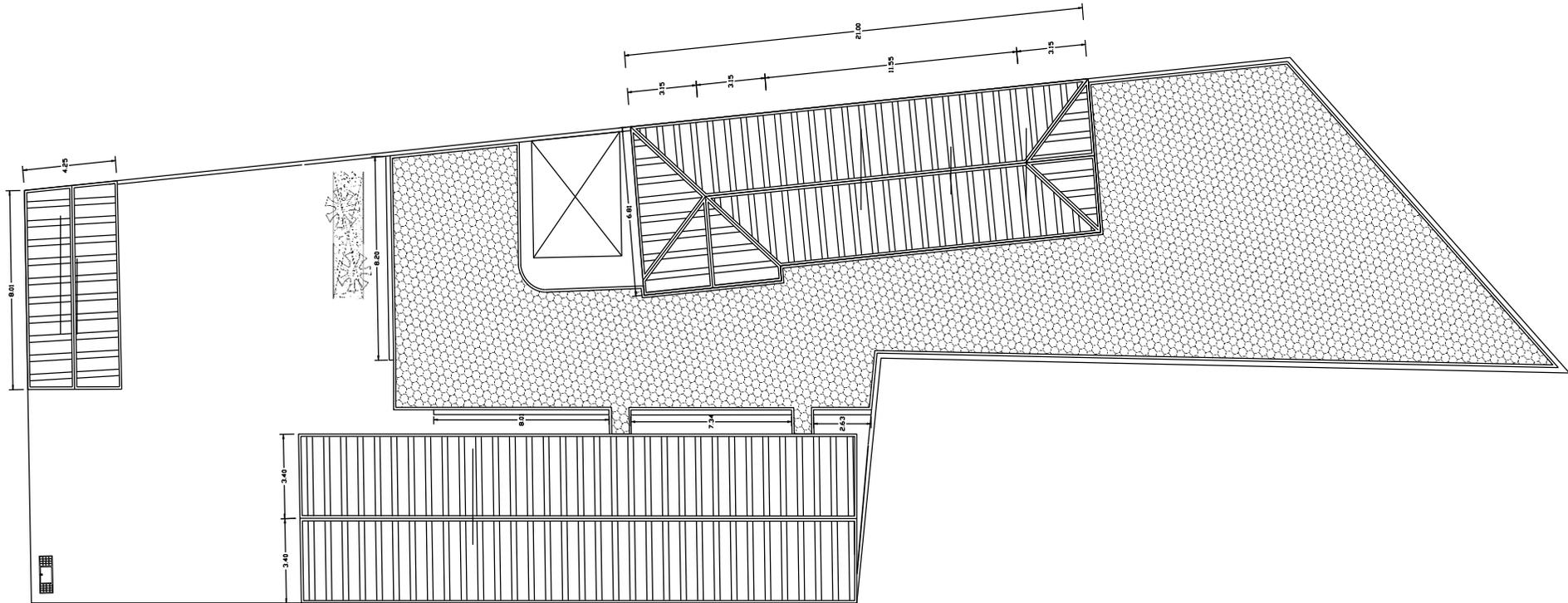
IMPLANTACION GENERAL / CUBIERTA

Figura N° 53: Plano Arquitectónico / Cubierta

Elaborado por: Ing. Civil José Luis Bonilla

4.6 FLUGOGRAMA DE OPERACIONES

Para determinar el proceso de las actividades que se llevarán a cabo en la estancia turística, se diseñaron los flujogramas de operaciones, en el cual se muestra de forma detalla las actividades que se desarrollaran para cada operación. A continuación se detalla el significado de la simbología plasmada en los flujogramas.

Simbología del flujograma de operación

Tabla N° 34
Simbología

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN
	Operación simple
	Operación combinada
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Verificación y Control

A continuación se muestran los flujogramas de procesos de los servicios que se pretende ofrecer a través de la estancia turística, representada en tiempos estimados.

Tabla N° 35
Flujograma de Operaciones - Hospedaje

	ACTIVIDADES		TIEMPO PREVISTO MINUTOS
1.	Recibir y dar la bienvenida a los turistas.		2 minutos
2.	Dar a conocer los servicios y las formas de pago.		5 minutos
3.	Verificar la disponibilidad de habitaciones.		5 minutos
4.	Comunicar al cliente sobre la disponibilidad.		2 minutos
5.	Solicitar la documentación necesaria.		2 minutos
6.	Registrar al cliente en la base de datos.		10 minutos
7.	Elaborar una ficha de pedidos.		2 minutos
8.	Entregar la llave de la habitación designada.		1 minuto
9.	Llevar al cliente a la habitación designada.		10 minutos
10.	Verificar que la habitación se encuentre con los materiales de aseo.		5 minutos
11.	Cambiar de sabanas y toallas.		10 minutos
12.	Hacer la limpieza de la habitación.		30 minutos
13.	Archivo de documentos.		3 minutos
	TOTAL		87 Minutos

La persona encargada de realizar las funciones de mesero se encargará de realizar varias actividades, en la siguiente tabla se detalla las más comunes, ésta área trabaja en coordinación con el área de cocina con el fin de prestar un excelente servicio.

Tabla N° 36
Flujograma de Operaciones - Alimentación

	ACTIVIDADES		TIEMPO PREVISTO MINUTOS
1.	Preparar la comida.		90 minutos
2.	Recibir y dar la bienvenida a los turistas.		2 minutos
3.	Dar a conocer el menú del día.		5 minutos
4.	Tomar nota del pedido.		1 minuto
5.	Solicitar el pedido.		1 minuto
6.	Puesta de mesa.		3 minutos
7.	Preparar los alimentos.		10 minutos
8.	Entregar el pedido.		2 minutos
9.	Limpiar la mesa y cambiar de sábanas.		10 minutos
10.	Llevar los platos a la cocina.		3 minutos
11.	Lavar los platos		10 minutos
12.	Registra en la ficha de pedidos		2 minutos
13.	Archivo de documentos.		3 minutos
	TOTAL		142 Minutos

Las actividades de los guías turísticos cuentan con tiempos más extensos, debido a la distancia del viaje, en la tabla siguiente se encuentran detalladas las actividades con el tiempo previsto expresado en minutos.

Tabla N° 37
Flujograma de Operaciones - Guianza

	ACTIVIDADES		TIEMPO PREVISTO MINUTOS
1.	Recibir y dar la bienvenida a los turistas.		2 minutos
2.	Dar a conocer los paquetes turísticos.		10 minutos
3.	Tomar nota del paquete requerido.		1 minuto
4.	Solicitar los implementos necesarios.		3 minutos
5.	Dar las indicaciones necesarias a los turistas.		10 minutos
6.	Registro de datos		5 minutos
7.	Realizar el recorrido ida y vuelta según el paquete seleccionado.		300 minutos
8.	Registrar la actividad en la ficha de pedidos.		2 minutos
9.	Archivar la documentación.		3 minutos
	TOTAL		268 Minutos

4.7 INVERSIÓN DEL PROYECTO

El área total de construcción será de 293.46 m², cuyo costo se determinará de acuerdo al costo promedio de construcción por m², que corresponde a \$230, lo que significa que la inversión total será de \$ 67.495,80. La misma que irá creciendo de acuerdo al incremento de los turistas.

A continuación se detalla los precios de los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento y operatividad de la estancia.

4.7.1 Inversión Fija

- **Construcción**

El precio de construcción se realizará en base al costo promedio de construcción por m², la misma que corresponde a \$ 230, como lo manifiesta el profesional de Ingeniería Civil.

Tabla N° 38
Área de construcción

Descripción	Valor en USD
293.46 m ² de construcción	67.495,80

Fuente: Ing. José Luis Bonilla

- **Vehículo**

Se realizará la compra de una furgoneta marca Hyundai H-1, la cual dispondrá con el espacio suficiente para trasladar a los turistas al destino programado y con la comodidad que ellos merecen.

Tabla N° 39
Vehículo

Descripción	Valor en USD
Furgoneta Hyundai H-1 año 2018, para 8 pasajeros.	40.590

Fuente: Investigación propia

- **Muebles y Enseres**

Para proporcionar un servicio de calidad, la estancia requerirá de muebles y enseres que se encontraran ubicados en las diferentes áreas del lugar, misma que incrementará conforme crezca la estancia. A continuación se detalla los rubros necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 40
Muebles y Enseres

Rubro	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Casillero para llaves	1	123.00	123.00
Cajones o mueble para archivar los documentos	1	125.00	125.00
Estación de trabajo	1	245.00	245.00
Botiquín de primeros auxilios	1	18.00	18.00
Comedor de 4 sillas	4	210.00	840.00
Comedor de 8 sillas	3	260.00	780.00
Silla para bebe	4	32.00	128.00
Manteles, cubremanteles, servilletas	30	12.00	360.00
vajilla, cristalería, cubertería	200	0.50	100.00
Aparador o vajillero	2	12.00	24.00
Litera de 1 ½	6	170.00	1020.00
Cama de 2 plazas	6	70.00	420.00
Colchón Imperial 2 plazas	6	100.00	600.00
Colchón Imperial 1 ½	12	80.00	960.00
Juego de sábanas Pintex 2 plazas	6	19.00	114.00
Juego de sábanas Pintex 1 1/2	12	17.00	204.00
Almohadas de plumón	24	4.50	108.00
Edredón 2 plazas	6	19.00	114.00
Edredón 1 ½	12	17.00	204.00
Frazadas	24	12.00	288.00
Cortinas	6	6.00	36.00
Veladores con 4 cajones	6	48.00	288.00
Silla o sillón	6	75.00	450.00
Cuadros y adornos para una imagen y ambientación adecuada	12	12.00	144.00
Espejo	7	20.00	140.00
Papelera limpia con bolsa plástica	7	3.00	21.00
Ganchos o percheros	7	3.00	21.00
Cortina para la ducha	7	8.00	56.00
Decoración	1	75.00	75.00
Sala de madera	1	580.00	580.00
Hamacas	3	12.00	36.00
TOTAL			8622.00

Fuente: Investigación propia

- ***Maquinaria y Equipo***

La prestación de un servicio de calidad se complementará con la adquisición de maquinaria y equipo, necesarios para llevar a cabo varias actividades.

Tabla N° 41
Maquinaria y Equipo

Rubro	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Teléfono, fax e internet	1	150.00	150.00
Congelador Indurama	1	425.00	425.00
Sistema de extracción de olores en la cocina	1	330.00	330.00
Equipamiento y utensilios necesarios	1	479.50	479.50
Cocina industrial	2	440.00	880.00
Cocina con horno	1	520.00	520.00
Parrilla	1	125.00	125.00
Lavadora	3	470.00	1410.00
Mesones de planchado	2	24.00	48.00
Televisión	8	112.00	896.00
GPS	1	124.00	124.00
Binoculares	5	5.00	25.00
Cámara fotográfica	1	285.00	285.00
Radio	1	119.00	119.00
Infocus	1	540.00	540.00
Combustible y Lubricantes	1	1600.00	1600.00
TOTAL			7956.50

Fuente: Investigación propia

- *Equipo de computación*

Para obtener información necesaria y rápida, la estancia requerirá de equipos de computación los mismos que serán utilizados específicamente para actividades de la estancia.

Tabla N° 42
Equipo de Computación

Detalle	Cantidad	Valor
Computador	1	660.00
Impresora EPSON	1	550.00
Impresora de impacto para recibos	1	450.00
Total		1660.00

Fuente: Investigación propia

4.7.2 Inversión Variable

- *Materia Prima*

En la siguiente tabla se detalla los productos que serán utilizados para elaboración del desayuno, almuerzo, merienda, y refrigerios, tomando como referencia los precios que se encuentran establecidos en el mercado y la cantidad que se requerirá en forma anual.

Tabla N° 43
Materia Prima - Alimentación

Med.	Detalle	Cantidad	Precio	Total
Litros	Leche	3888	0.85	3,304.80
Unid.	Pan	19440	0.20	3,888.00
Unid.	Queso	1080	2.80	3,024.00
Libra	Moras	1080	1.50	1,620.00
Libra	Azúcar	1080	1.00	1,080.00
Frasco	Café/aromática	540	3.00	1,620.00
Unid.	Huevo	38880	0.15	5,832.00
Litros	Aceite	360	2.80	1,008.00
Unid.	Pollo	1944	6.00	11,664.00
	Hiervas	1080	1.50	1,620.00
	Zanahoria	1080	1.00	1,080.00
Libra	Arrocillo	1080	1.50	1,620.00
	Ajo	1080	0.50	540.00
Frasco	Condimentos	1080	1.00	1,080.00
Libra	Carne	3888	2.80	10,886.40
Libra	Arroz	2160	1.50	3,240.00
Frasco	Aliños	540	1.00	540.00
	Tomate	1080	1.00	1,080.00
	Cebolla	1080	1.00	1,080.00
	Tomate	1080	1.50	1,620.00
Libra	Sal	1080	1.00	1,080.00
				58,507.20

Fuente: Investigación propia

- **Remuneraciones**

La estancia contará con la ayuda de los mismos familiares que estarán debidamente preparadas para desempeñar las funciones que sean asignadas. El personal percibirá el sueldo básico y todos los beneficios de ley.

Tabla N° 44
Rol de Pagos

CARGO	N°	Sueldo Mensual	Sueldo anual	Aport. patronal anual	13°	14°	Fondos de reserva	Vacaciones	Total
Administrativo				12.15%			8.33%		
Administrador	1	450.00	5,400.00	656.10	450.00	450.00	450.00	225.00	7,631.10
Contador	1	450.00	5,400.00	656.10	450.00	450.00	450.00	225.00	7,631.10
Total Administrativo	2	900.00	10,800.00	1,312.20	900.00	900.00	900.00	450.00	15,262.20
Operativo									
Cocinero	1	386.00	4,632.00	562.79	386.00	386.00	386.00	193.00	6,545.79
Ama de llaves	1	386.00	4,632.00	562.79	386.00	386.00	386.00	193.00	6,545.79
Guía turístico	1	386.00	4,632.00	562.79	386.00	386.00	386.00	193.00	6,545.79
Ayudante de servicios	1	386.00	4,632.00	562.79	386.00	386.00	386.00	193.00	6,545.79
Total Operativo	4	1,544.00	18,528.00	2,251.15	1,544.00	1,544.00	1,544.00	772.00	26,183.15
Total Adm. y Oper.	6	2,444.00	29,328.00	3,563.35	2,444.00	2,444.00	2,444.00	1,222.00	41,445.35

Fuente: Investigación propia.

- *Suministros de oficina*

Se requerirá de varios materiales necesarios para ejecutar adecuadamente las actividades de la estancia.

Tabla N° 45
Suministros de Oficina

Rubro	Cantidad	P. Unitario	Precio total
RECEPCION			
Bolígrafo	12	0.35	4.20
Cuaderno para registro	12	1.25	15.00
Resma de papel	12	3.65	43.80
Caja de chips	24	0.35	8.40
Caja de grapas	24	1.40	33.60
Archivadores	12	2.00	24.00
Portapapeles	1	13.45	13.45
Corrector	6	0.60	3.60
Perforadora	3	4.14	12.42
Grapadora	3	5.95	17.85
GUIANZA			
Pizarra de tiza líquida	2	22.11	44.22
Borrador de pizarra	6	0.50	3.00
Marcadores	24	0.65	15.60
Total			239.14

Fuente: Investigación propia

- *Servicios básicos*

La estancia requerirá de los servicios básicos para un adecuado funcionamiento de las áreas de trabajo.

Tabla N° 46
Servicios Básicos

Detalle	V. Mensual	V. Anual
Agua	45.00	540.00
Luz	175.00	2,100.00
Teléfono	55.00	660.00
Alcantarillado	25.00	300.00
Gas	24.00	288.00
Internet	150.00	1,800.00
		5,688.00

Fuente: Investigación propia

- *Insumos de limpieza*

Para el aseo y limpieza diaria de las instalaciones será necesario disponer de insumos de limpieza, la cantidad necesaria para cubrir los requerimientos de la estancia.

Tabla N° 47
Insumos de Limpieza

Rubro	Cantidad	Precio Unit.	T. Mensual	T. Anual
Jabón para baño	330	0.50	165.00	1,980.00
Cloro frascos	2	4.00	8.00	96.00
Escobas	4	1.75	7.00	84.00
Trapeadores	4	3.50	14.00	168.00
Detergente	4	3.00	12.00	144.00
Limpiones frasco	4	3.50	14.00	168.00
Shampoo	330	0.25	82.50	990.00
Papel higiénico	750	0.35	262.50	3,150.00
Toallas	24	4.00	96.00	1,152.00
				7,932.00

Fuente: Investigación propia

- **Publicidad**

Para dar a conocer el servicio será necesario disponer de servicios de publicidad, para propagar la información hacia los turistas, para lo cual se utilizará los medios radiales más conocidos y escuchados, volantes y la página web para una transmisión nacional e internacional.

Tabla N° 48

Publicidad

Rubro	Cantidad	Valor
Volantes, afiches	2000	130.00
Página web	1	400.00
Radio	8	250.00
Rótulo	1	1200.00
		1980.00

Fuente: Investigación propia

- **Permisos para la puesta en marcha**

Para el funcionamiento adecuado y de acuerdo a los reglamentos establecidos se solicitará los tramites respectivos, siguiendo el adecuado proceso.

Tabla N° 49

Permisos

Rubros	V. Anual
Registro Actividad Turística	350.00
Permisos de los bomberos	345.00
Permiso Sanitario	175.00
Rótulos y Publicidad Exterior	450.00
Pago patente municipal	600.00
Trámite Legal	500.00
	2420.00

Fuente: Investigación propia

Capital de Trabajo

A continuación se detalla el conjunto de recursos que son indispensables para cumplir con las operaciones normales de la estancia, en un tiempo determinado, en este caso se realizará para 3 meses.

Tabla N° 50
Capital de Trabajo

Descripción	Parcial	Total
COSTO DE PRODUCCION		96,221.83
Hospedaje	21,255.50	
Alimentación	45,368.39	
Guianza	29,597.93	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		31,541.34
Remuneración	15,262.20	
Suministros de oficina	239.14	
Servicios Básicos	5,688.00	
Insumos de limpieza	7,932.00	
Permisos	2,420.00	
GASTO DE VENTAS		1,980.00
Publicidad	1,980.00	
TOTAL		129,743.17
Capital de Trabajo 3 meses		32,435.79

Fuente: Investigación propia

Financiamiento del proyecto

Para poner en marcha la estancia turística se requerirá de una inversión total que asciende a \$158.760,09 dólares, de los cuales \$41.760,09 corresponde a recursos propios y \$117.000 será financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chuchuquí Ltda, la cual otorga facilidades de crédito, a una tasa de interés baja.

Tabla N° 51
Financiamiento del Proyecto

Descripción	Porcentaje %	Valor
Inversión propia	26.30%	41,760.09
Financiamiento	73.70%	117,000.00
Total	100%	158,760.09

Fuente: Investigación propia

Crédito Financiero

Capital:	117000.00
Interés:	11%
Plazo:	6
Interés mensual:	0.009166667
Cuota mensual:	\$ 2,226.9872
Numero de cuotas:	72
Total intereses	\$ 43,343.08

Tabla N° 52
Tabla de Amortización - Crédito Financiero

Año	Interés	Amortización capital	Abonos	Saldo
0				117,000.00
1	12,149.75	14,574.10	26,723.85	102,425.90
2	10,463.25	16,260.60	26,723.85	86,165.30
3	8,581.59	18,142.26	26,723.85	68,023.05
4	6,482.19	20,241.66	26,723.85	47,781.39
5	4,139.85	22,584.00	26,723.85	25,197.39
6	1526.46	25197.39	26723.847	0.00

Fuente: Investigación propia

Inversión Total

A continuación se muestra el resumen de total de inversión que se necesitará para implantación y funcionamiento del proyecto.

Tabla N° 53
Resumen Inversión Total

Detalle	Periodo	Valor Total	Total Inversión
Inversiones Fijas			126,324.30
Construcción	1	67,495.80	
Vehículo	1	40,590.00	
Muebles y Enseres	1	8,622.00	
Maquinaria y Equipo	1	7,956.50	
Equipo de computación	1	1,660.00	
Inversión Variable			32,435.79
Capital de Trabajo	3 meses	32,435.79	
Inversión total			158,760.09

Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se analizará el aspecto financiero del proyecto turístico, mediante el desarrollo de la proyección de ingresos y egresos, con el fin de determinar la viabilidad financiera y sustentar la implementación de la estancia, además de tener una visión clara al momento de tomar una decisión de inversión. Para no exceder en las expectativas de éxito de la propuesta, se manejará un criterio conservador, especialmente en la proyección de ingresos.

Los presupuestos que se presentan en el contenido de este capítulo son: infraestructura, adquisición de vehículo, equipo de computación, muebles y enseres, maquinaria y equipo, insumos de limpieza, entre otros de egresos, más la correspondiente presupuestación de ventas. Con dicha información se determinará el análisis de los indicadores financieros para definir la viabilidad del proyecto.

5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

5.2.1 Objetivo General

- Conocer la viabilidad económico-financiera de la propuesta.

5.2.2 Objetivos Específicos

- Estructurar los presupuestos proyectados de egresos e ingresos
- Estructurar los estados financieros proyectados
- Aplicar los evaluadores financieros
- Determinar la viabilidad del proyecto mediante el análisis de los indicadores.

5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS

A continuación se detalla la proyección de los rubros de egresos a los cuales es necesario incurrir para desarrollar las actividades planteadas en el proyecto. Para realizar las proyecciones se toman como referencia el porcentaje de incremento salarial de los últimos 5

años, correspondiente a 4% que será utilizado en la proyección de sueldos. La variación de la tasa de inflación de igual manera se tomará como datos referenciales de los últimos 5 años, que corresponde al 3%, el cual será utilizado en la proyección relacionada con los precios de los productos.

5.3.1 Costo de Servicios

Los costos de producción corresponden a las erogaciones de dinero en Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y los CIF que son necesarias para llevar a cabo las diferentes actividades operativas de la estancia. A continuación se detalla la proyección de dichos costos, efectuados en base a la tasa de inflación.

- *Costo Servicio de Hospedaje*

Tabla N° 54
Costo Servicio de Hospedaje

HOSPEDAJE	
MOD	2.04
MOD	2.04
CIF	3.92
Servicios Básicos	1.96
Suministros oficina	0.66
Aseo	1.17
Depreciación	0.14
COSTO TOTAL	5.96

Fuente: Investigación propia

- *Costo Servicio de Alimentación*

Tabla N° 55
Costo Servicio de Alimentación - Desayuno

DESAYUNO	
MPD	1.32
Taza de leche	0.17
Pan	0.20
Queso	0.14
Vaso de jugo	0.10
Azúcar	0.07
Café/aromática	0.20
Huevo	0.30
Aceite	0.14
MOD	0.74
MOD	0.74

CIF		0.42
Gas	0.06	
Agua	0.11	
Luz	0.17	
Depreciación	0.09	
COSTO TOTAL		2.47

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 56
Costo Servicio de Alimentación - Almuerzo

ALMUERZO		
MPD		2.29
SOPA		
Pollo	0.60	
Hiervas	0.075	
Zanahoria	0.05	
Arrocillo	0.15	
Ajo	0.025	
Condimentos	0.05	
SECO		
Carne	0.56	
Arroz	0.17	
Aliños	0.05	
Tomate	0.07	
Cebolla	0.07	
Aceite	0.13	
Jugo	0.10	
Azúcar	0.07	
Aceite	0.14	
MOD		0.74
MOD	0.74	
CIF		0.42
Gas	0.06	
Agua	0.11	
Luz	0.17	
Depreciación	0.09	
COSTO TOTAL		3.45

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 57
Costo Servicio de Alimentación - Merienda

MERIENDA		
MPD		
SECO		1.66
Pollo	0.60	
Hiervas	0.075	
Zanahoria	0.05	
Arroz	0.17	
Ajo	0.025	
Tomate	0.07	
Cebolla	0.07	
Aceite	0.14	
BEBIDA		
Café	0.20	
Pan	0.20	
Azúcar	0.07	
MOD		0.74
MOD	0.74	
CIF		0.36
Agua	0.11	
Luz	0.17	
Depreciación	0.09	
COSTO TOTAL		2.76

Fuente: Investigación propia

- *Costo Servicio de Guianza*

Tabla N° 58
Costo de Servicio de Guianza

GUIANZA		
MPD		0.49
Refrigerio	0.49	
MOD		25.11
MOD	25.11	
CIF		3.12
Agua	0.35	
Suministros	0.23	
Depreciación	2.54	
COSTO TOTAL		28.72

Fuente: Investigación propia

Los costos de producción de cada servicio turístico se han proyectado de acuerdo a la tasa de inflación promedio, igualmente obtenida para el precio, así mismo de acuerdo al método de crecimiento exponencial.

Tabla N° 59
Proyección de Costos por Servicio

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Hospedaje	5.96	6.11	6.26	6.42	6.58	6.74
Desayuno	2.47	2.53	2.60	2.66	2.73	2.80
Almuerzo	3.45	3.53	3.62	3.71	3.81	3.90
Merienda	2.76	2.83	2.90	2.97	3.04	3.12
Guianza	28.72	29.44	30.17	30.93	31.71	32.50
Total	43.35	44.43	45.55	46.69	47.86	49.06

Fuente: Investigación propia

A continuación, se presenta el resumen de costos de producción de acuerdo a la cantidad que se proyecta vender.

Tabla N° 60
Proyección de Costos de Producción

Hospedaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Cantidad	3888	4029	4175	4327	4483	4646
Costo	5.96	6.11	6.26	6.42	6.58	6.74
Total	23,162.84	24,604.84	26,136.60	27,763.73	29,492.16	31,328.18
Desayuno						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Costo	2.47	2.53	2.60	2.66	2.73	2.80
Total	16,015.70	17,012.75	18,071.87	19,196.93	20,392.03	21,661.54
Almuerzo						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Costo	3.45	3.53	3.62	3.71	3.81	3.90
Total	22,333.70	23,724.08	25,201.01	26,769.89	28,436.45	30,206.75
Merienda						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Costo	2.76	2.83	2.90	2.97	3.04	3.12
Total	17,858.90	18,970.70	20,151.71	21,406.25	22,738.89	24,154.50
Guianza						
Cantidad	1296	1343	1392	1442	1494	1549
Costo	28.72	29.44	30.17	30.93	31.71	32.50
Total	37,214.81	39,531.60	41,992.63	44,606.87	47,383.86	50,333.73
TOTAL	116,585.94	123,843.97	131,553.84	139,743.69	148,443.39	157,684.70

Fuente: Investigación propia

5.3.2 Gastos Administrativos

- **Gasto de personal**

Los gastos de personal corresponden a los sueldos y beneficios de ley que percibirán el administrador y el personal de contabilidad. Para la proyección se tomará como referencia el porcentaje de incremento de sueldos de los últimos 5 años, que corresponde al 4%.

Tabla N° 61
Proyección de Sueldos Área Administrativa

Área	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Administrativo						
Administrador	7,181.10	7,631.10	7,920.38	8,220.62	8,532.24	8,855.68
Contador	7,181.10	7,631.10	7,920.38	8,220.62	8,532.24	8,855.68
Total	14,362.2	15,262.2	15,840.7	16,441.2	17,064.4	17,711.3
Administrativo	0	0	5	4	9	6

Fuente: Investigación propia

- **Gasto Servicios Básicos**

Los gastos por servicios básicos se han proyectado en base al porcentaje de variación de la tasa de inflación de los últimos 5 años, que corresponde al 3%.

Tabla N° 62
Proyección de Gasto por Servicios Básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Agua	540.00	553.54	567.43	581.66	596.25	611.20
Luz	2,100.00	2,152.67	2,206.66	2,262.00	2,318.73	2,376.88
Teléfono	660.00	676.55	693.52	710.91	728.74	747.02
Alcantarillado	300.00	307.52	315.24	323.14	331.25	339.55
Gas	288.00	295.22	302.63	310.22	318.00	325.97
Internet	1,800.00	1,845.14	1,891.42	1,938.86	1,987.48	2,037.33
Total	5,688.00	5,830.66	5,976.89	6,126.79	6,280.45	6,437.96

Fuente: Investigación propia

- **Gasto Suministros de Oficina**

Los gastos por concepto de suministros de oficina se han proyectado igualmente en base a la tasa de inflación.

Tabla N° 63
Proyección Suministros de Oficina

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
RECEPCION						
Bolígrafo	4.20	4.31	4.41	4.52	4.64	4.75
Cuaderno para registro	15.00	15.38	15.76	16.16	16.56	16.98
Resma de papel	43.80	44.90	46.02	47.18	48.36	49.58
Caja de chips	8.40	8.61	8.83	9.05	9.27	9.51
Caja de grapas	33.60	34.44	35.31	36.19	37.10	38.03
Archivadores	24.00	24.60	25.22	25.85	26.50	27.16
Portapapeles	13.45	13.79	14.13	14.49	14.85	15.22
Corrector	3.60	3.69	3.78	3.88	3.97	4.07
Perforadora	12.42	12.73	13.05	13.38	13.71	14.06
Grapadora	17.85	18.30	18.76	19.23	19.71	20.20
	176.32	180.74	185.28	189.92	194.69	199.57
GUIANZA						
Pizarra de tiza liquida	44.22	45.33	46.47	47.63	48.83	50.05
Borrador de pizarra	3.00	3.08	3.15	3.23	3.31	3.40
Marcadores	15.60	15.99	16.39	16.80	17.22	17.66
	62.82	64.40	66.01	67.67	69.36	71.10
Total	239.14	245.14	251.29	257.59	264.05	270.67

Fuente: Investigación propia

- **Gasto Útiles de Aseo**

Parte de los útiles de aseo serán utilizados en el área administrativa, de la misma forma se han proyectado con la tasa de inflación mencionada anteriormente.

Tabla N° 64
Proyección Útiles de Aseo

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Jabón para baño	1,980.00	2,029.66	2,080.56	2,132.74	2,186.23	2,241.06
Cloro frascos	96.00	98.41	100.88	103.41	106.00	108.66
Escobas	84.00	86.11	88.27	90.48	92.75	95.08
Trapeadores	168.00	172.21	176.53	180.96	185.50	190.15
Detergente	144.00	147.61	151.31	155.11	159.00	162.99
Limpiones frasco	168.00	172.21	176.53	180.96	185.50	190.15
Shampoo	990.00	1,014.83	1,040.28	1,066.37	1,093.12	1,120.53
Papel higiénico	3,150.00	3,229.00	3,309.99	3,393.00	3,478.10	3,565.33
Toallas	1,152.00	1,180.89	1,210.51	1,240.87	1,271.99	1,303.89
Total	7,932.00	8,130.93	8,334.86	8,543.90	8,758.18	8,977.83

Fuente: Investigación propia

- **Gasto permisos**

A continuación se detalla la lista de permisos que serán necesarios solicitar para la puesta en marcha de la estancia, los mismos que será proyectada en base a la variación de la tasa de inflación que corresponde al 3%.

Tabla N° 65
Gasto Permisos

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Registro Actividad Turística	350.00	358.78	367.78	377.00	386.46	396.15
Permisos de los bomberos	345.00	353.65	362.52	371.61	380.93	390.49
Permiso Sanitario	175.00	179.39	183.89	188.50	193.23	198.07
Rótulos y Publicidad Exterior	450.00	461.29	472.86	484.71	496.87	509.33
Pago patente municipal	600.00	615.05	630.47	646.29	662.49	679.11
Trámite Legal	500.00	512.54	525.39	538.57	552.08	565.92
	2,420.00	2,480.69	2,542.91	2,606.69	2,672.06	2,739.08

Fuente: Investigación propia

- **Resumen de la Proyección de Gastos Administrativos**

A continuación se detalla en forma resumida los gastos administrativos, los mismos que serán de utilidad para la obtención de los balances.

Tabla N° 66
Resumen Proyección Gastos Administrativos

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Remuneración	14362.20	15262.20	15840.75	16441.24	17064.49	17711.36
Servicios básicos	5688.00	5830.66	5976.89	6126.79	6280.45	6437.96
Suministros de Oficina	239.14	245.14	251.29	257.59	264.05	270.67
Útiles de aseo	7932.00	8130.93	8334.86	8543.90	8758.18	8977.83
Permisos	2420.00	2480.69	2542.91	2606.69	2672.06	2739.08
Total	30641.34	31949.62	32946.69	33976.20	35039.22	36136.90

Fuente: Investigación propia

5.3.3 Gasto de Ventas

En lo que respecta a gasto de ventas, se encuentra la remuneración del personal de recepción, dicha función será desempeñada por el administrador, por tal motivo el sueldo ha sido distribuido como gasto administrativo y como gasto de ventas, se ha proyectado en base a la tasa de incremento salarial y la parte de publicidad en base a la tasa inflación.

Tabla N° 67
Proyección Gasto Ventas

Rubro	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Volantes, afiches	130.00	133.26	136.60	140.03	143.54	147.14
Página web	400.00	410.03	420.32	430.86	441.66	452.74
Radio	250.00	256.27	262.70	269.29	276.04	282.96
Rótulo	1,200.00	1,230.10	1,260.95	1,292.57	1,324.99	1,358.22
Total	1,980.00	2,029.66	2,080.56	2,132.74	2,186.23	2,241.06

Fuente: Investigación propia

5.3.4 Gasto Depreciación

A continuación se presentan las depreciaciones realizados de los activos fijos que formarán parte de la estancia turística.

Tabla N° 68
Depreciación Activos Fijos

Activos	Valor	Vida útil (años)	Depreciación anual
Construcción y edificaciones	67495.8	60	674.96
Vehículo	40590.00	5	7306.20
Maquinaria y Equipo	7956.50	10	716.09
Equipo de computo	1660.00	3	553.33
Muebles y Enseres	8622.00	10	862.20
Total	126324.30		10112.78

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 69
Proyección Depreciación (USD)

Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Construcción y edificaciones	674.96	674.96	674.96	674.96	674.96	674.96
Vehículo	7306.20	7306.20	7306.20	7306.20	7306.20	7306.20
Maquinaria y Equipo	716.09	716.09	716.09	716.09	716.09	716.09
Equipo de computo	553.33	553.33	553.33	553.33	553.33	553.33
Muebles y Enseres	862.20	862.20	862.20	862.20	862.20	862.20
Total	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78

Fuente: Investigación propia

5.3.6 Gasto Financiero

Para la implantación del proyecto, se requiere una fuente de financiamiento, el mismo que será solicitado a la Cooperativa de Ahorro y crédito Chuchuquí Ltda, de acuerdo a la

investigación financiera, el monto aprobado sería de \$117.000 dólares, crédito hipotecario, para un plazo de 6 años, pagos mensuales, con una tasa de interés del 11%.

Tabla N° 70
Tabla de Amortización

Año	Interés	Amortización capital	Abonos	Saldo
0				117,000.00
1	12,149.75	14,574.10	26,723.85	102,425.90
2	10,463.25	16,260.60	26,723.85	86,165.30
3	8,581.59	18,142.26	26,723.85	68,023.05
4	6,482.19	20,241.66	26,723.85	47,781.39
5	4,139.85	22,584.00	26,723.85	25,197.39
6	1526.46	25197.39	26723.847	0.00

Fuente: Investigación propia

5.3.7 Resumen de Egresos

A continuación se detalla el resumen de costos y gastos necesarios para la ejecución de las actividades operativas y administrativas de la estancia.

Tabla N° 71
Resumen Egresos Proyectados

Resumen Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costo Producción	116,585.94	123,843.97	131,553.84	139,743.69	148,443.39	157,684.70
Gastos Administrativos	30,641.34	31949.62	32946.69	33976.20	35039.22	36136.90
Gasto Ventas	1,980.00	2,029.66	2,080.56	2,132.74	2,186.23	2,241.06
Gasto Depreciación	10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78
Gasto Financiero	12,149.75	10,463.25	8,581.59	6,482.19	4,139.85	1526.46
Total	171,469.81	178,399.27	185,275.47	192,447.60	199,921.48	207,701.90

Fuente: Investigación propia

5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

5.4.1 Cantidad de Ventas

En la cantidad de ventas se estima recibir un total de 54 personas a la semana, es decir 18 por día, generalmente en los días viernes, sábado y domingo. La cantidad de ventas ha sido proyectada de acuerdo al porcentaje de variación del turismo receptivo de los últimos 5 años,

hasta el año 2017, según los últimos datos que arroja el Ministerio de Turismo, que corresponde al 4%.

Tabla N° 72
Proyección Cantidad de Ventas

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Hospedaje	3888	4029	4175	4327	4483	4646
Desayuno	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Almuerzo	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Merienda	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Guianza	1296	1343	1392	1442	1494	1549
	24624	25517	26442	27401	28395	29425

Fuente: Investigación propia

5.4.2 Precio de Venta

El precio de venta está estimado en base a la capacidad económica de los turistas, tomando como referencia las respuestas obtenidas en la encuesta realizada en uno de los capítulos. El precio de venta está proyectado en base a la tasa de inflación.

Tabla N° 73
Proyección Precio de Venta

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Hospedaje	17	17.43	17.86	18.31	18.77	19.24
Desayuno	3.85	3.95	4.05	4.15	4.25	4.36
Almuerzo	5.45	5.59	5.73	5.87	6.02	6.17
Merienda	4.35	4.46	4.57	4.69	4.80	4.92
Guianza	48.25	49.46	50.70	51.97	53.28	54.61
Total PVP	78.9	80.88	82.91	84.99	87.12	89.30

Fuente: Investigación propia

Los precios de venta están establecidos según el porcentaje de gastos que representa el 25% el mismo que se obtiene del balance de resultados, de la misma forma se estableció un porcentaje de utilidad, para el servicio de hospedaje el 40%, alimentación 10% y Guianza el 15%.

5.4.3 Ingresos Proyectados

En la siguiente tabla se muestra la proyección total de los servicios, calculados en forma semanal, mensual y anual, dicha proyección se realiza en base a la tasa de inflación y a la tasa de variación del ingreso de turistas.

Tabla N° 74
Ingresos Proyectados

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Hospedaje						
Cantidad	3888	4029	4175	4327	4483	4646
Precio	17.00	17.43	17.86	18.31	18.77	19.24
Total Anual	66,096.00	70,210.79	74,581.74	79,224.81	84,156.93	89,396.10
Desayuno						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Precio	3.85	3.95	4.05	4.15	4.25	4.36
Total Anual	24,948.00	26,501.13	28,150.95	29,903.48	31,765.12	33,742.64
Almuerzo						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Precio	5.45	5.59	5.73	5.87	6.02	6.17
Total Anual	35,316.00	37,514.59	39,850.05	42,330.90	44,966.20	47,765.56
Merienda						
Cantidad	6480	6715	6959	7211	7472	7743
Precio	4.35	4.46	4.57	4.69	4.80	4.92
Total Anual	28,188.00	29,942.84	31,806.92	33,787.05	35,890.46	38,124.81
Guianza						
Cantidad	1296	1343	1392	1442	1494	1549
Precio	48.25	49.46	50.70	51.97	53.28	54.61
Total Anual	62,532.00	66,424.91	70,560.18	74,952.88	79,619.06	84,575.72
TOTAL	217,080.00	230,594.26	244,949.84	260,199.13	276,397.76	293,604.83

Fuente: Investigación propia

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.5.1 Estado de Situación Inicial

En el siguiente estado se detalla la cuenta de activos considerados importantes para la puesta en marcha del proyecto, la cuenta de pasivos que corresponde a las obligaciones adquiridas y el patrimonio que representa el capital propio.

Tabla N° 75
Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Financiera			
Expresado en USD dólares			
Activos		Pasivos	
Activos corrientes		Pasivos no corrientes	
Efectivo	32,435.79	Obligaciones no corrientes	117,000.00
Propiedad, Planta y Equipo		Total pasivos	117,000.00
Construcción	67,495.80		
Vehículo	40,590.00		
Maquinaria y Equipo	7,956.50		
Equipo de computación	1,660.00		
Muebles y Enseres	8,622.00		
		Patrimonio	
		Capital	41,760.09
		Total Patrimonio	41,760.09
Total activos	158,760.09	Total Pasivos + Patrimonio	158,760.09

Fuente: Investigación propia

5.5.2 Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados proyectado muestra la utilidad generada, determinada con el ingreso por ventas, restado los costos de producción y los gastos efectuados para el funcionamiento del proyecto, al ser una empresa constituida como persona natural el Impuesto Retenido se calculará en base a la tabla proporcionada por el SRI del año 2018.

Tabla N° 76
Estado de Resultados Proyectado

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas Netas	217,080.00	230,594.26	244,949.84	260,199.13	276,397.76	293,604.83
(-) Costos de Producción	116,585.94	123,843.97	131,553.84	139,743.69	148,443.39	157,684.70
(=) Utilidad Bruta	100,494.06	106,750.29	113,396.00	120,455.44	127,954.37	135,920.13
(-) Gastos administrativos	30,641.34	31,949.62	32,946.69	33,976.20	35,039.22	36,136.90
(-) Gastos de ventas	1,980.00	2,029.66	2,080.56	2,132.74	2,186.23	2,241.06
(-) Gasto Depreciación	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78	10112.78
(=) Utilidad operacional	57,759.95	62,658.24	68,255.97	74,233.73	80,616.13	87,429.39
(-) Gastos financieros (Intereses)	12,149.75	10,463.25	8,581.59	6,482.19	4,139.85	1,526.46
(=) Utilidad antes de la Part. Trabaj.	45,610.20	52,194.99	59,674.38	67,751.54	76,476.28	85,902.93
(-)15% Part. Trabajadores	6,841.53	7,829.25	8,951.16	10,162.73	11,471.44	12,885.44
(=) Utilidad Neta antes del Imp.	38,768.67	44,365.74	50,723.22	57,588.81	65,004.84	73,017.49
(-) Impuesto causado	971.83	996.20	1,021.19	1,046.80	1,073.05	1,099.96
(=) Utilidad Neta	37,796.84	43,369.54	49,702.04	56,542.01	63,931.79	71,917.53

Fuente: Investigación propia

Cabe recalcar la existencia del artículo 9.1 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno LORTI, que se trata de la Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de Inversiones nuevas y productivas, donde se encuentra entre los proyectos prioritarios el turismo, a quienes brindan el apoyo necesario para su puesta en marcha.

5.5.3 Estado de Flujo de Caja Proyectado

El Estado de Flujo de Caja proyectado muestra movimientos por ingresos y salidas del efectivo, durante el periodo de 6 años programados, este flujo representa la base para llevar a cabo la evaluación financiera.

Tabla N° 77
Estado de Flujo de Caja Proyectado

Estado de Flujo de Efectivo Proyectado								
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Utilidad Neta		37,796.84	43,369.54	49,702.04	56,542.01	63,931.79	71,917.53	
(+) Depreciaciones		10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78	10,112.78	
(-) Inversiones	(158,760.09)							
(+) Amortización crédito		(14,574.10)	(16,260.60)	(18,142.26)	(20,241.66)	(22,584.00)	(25,197.39)	
(+) Valor de rescate								70,554.84
Flujo de Caja	(158,760.09)	33,335.52	37,221.72	41,672.56	46,413.13	51,460.57	56,832.91	70,554.84

Fuente: Investigación propia

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1 Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad se ha determinado en base a la inversión propia y financiada, dando como resultado el 10%, Este índice mide el costo que se pierde o gana por dejar de invertir en otro proyecto u oportunidad.

5.6.2 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión es de 5 años, 10 meses, es decir en ese tiempo se espera obtener de vuelta los recursos invertidos en el proyecto.

Tabla N° 78
Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Flujo de efectivo	Flujo acumulado
1	30,392.10	30,392.10
2	30,938.80	61,330.90
3	31,579.90	92,910.80
4	32,066.75	124,977.55
5	32,414.72	157,392.27
6	32,637.82	190,030.09

Fuente: Investigación propia

5.6.3 Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR

El cálculo de VAN permite conocer si después de descontar la inversión inicial, se obtendría alguna ganancia, si el VAN da como resultado un valor mayor que 0, quiere decir

que el proyecto es factible, de lo contrario no sería prudente invertir. El cálculo del TIR es un valor porcentual que determina la rentabilidad del proyecto, se calcula con los flujos de efectivo, es aquella tasa que permite que el VAN se iguale a 0.

Tabla N° 79
Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Indicador	Valor
VAN	\$ 68,210.39
TIR	20%

El VAN corresponde a \$ 68,210.39 dólares, que es un valor superior a 0, lo que quiere decir que la inversión si es factible. El TIR representa una tasa del 20%, es superior a la tasa de descuento, lo que quiere decir que el proyecto es rentable.

5.6.4 Beneficio/Costo

El cálculo del beneficio/costo determina cual será la ganancia que se obtendrá en base a los ingresos sobre los costos. Es decir el ingreso por cada dólar invertido.

Tabla N° 80
Beneficio/Costo

AÑO	INGRESOS	COSTOS
1	217,080.00	116,585.94
2	230,594.26	123,843.97
3	244,949.84	131,553.84
4	260,199.13	139,743.69
5	276,397.76	148,443.39
6	293,604.83	157,684.70
	\$ 1,097,691.65	\$ 589,531.10
Beneficio Costo	1.86	

Fuente: Investigación propia

El beneficio costo corresponde a \$1.86 dólares, es decir por cada dólar invertido se obtendrá un ingreso de 0.86 ctvs.

5.6.5 Punto de Equilibrio en Dólares

Tabla N° 81
Punto de Equilibrio en Dólares

Punto de equilibrio en dólares	
Descripción	Valor
Costos y gastos fijos	45,671.09
Costos variables	96,221.83
Ventas	217,080.00
Punto de Equilibrio	82,032.35

Fuente: Investigación propia

El punto de equilibrio indica el nivel donde los ingresos se igualan a los costos, en este caso se debe vender \$82,032.35 dólares, para poder cubrir los costos y gastos. En ese punto no se genera pérdidas ni ganancias.

5.6.6 Resumen de la Evaluación Financiera

A continuación se detalla el resumen de los indicadores financieros que permiten evaluar la rentabilidad del proyecto y la factibilidad del mismo.

Tabla N° 82
Resumen de la Evaluación Financiera

Herramienta	Valor
Costo de oportunidad	10%
Período de recuperación de la inversión	5 años, 10 meses
VAN	68,210.39
TIR	20%
Costo beneficio	1.86
Punto de Equilibrio dólares	82,032.35

Fuente: Investigación propia

Según la evaluación financiera realizada determina que, el proyecto si es viable económica y financieramente, porque el periodo de recuperación es de 5 años 10 meses, el VAN calculado es de \$68,210.39 es decir mayor que 0, demuestra la viabilidad del proyecto. El TIR representa el 20% una tasa superior al costo de oportunidad. El beneficio/costo indica que se obtendrá 0.86 ctvs., de ingreso por cada dólar invertido y el punto de equilibrio obtener ingresos de \$82,032.35 para cubrir los costos y gastos.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.1 INTRODUCCIÓN

La importancia de este capítulo radica en disponer de una estructura organizacional apropiada para que sea eficiente la ejecución del proyecto, mediante el análisis del aspecto estratégico, organizacional y legal, ya que son elementos base, para alcanzar los objetivos planteados por la estancia.

El contenido del capítulo estará basado en la estructura organizacional mediante la determinación de: misión, visión, valores, políticas, organigrama estructural, procesos internos, perfil del talento humano necesario y requisitos legales, entre otros aspectos.

6.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.2.1 Objetivo General

Diseñar la estructura organizacional del proyecto a implementarse.

6.2.2 Objetivos Específicos

- Definir la filosofía empresarial de estancia turística.
- Diseñar logotipo de la estancia.
- Elaborar la estructura organizacional
- Describir las funciones de talento humano.
- Plantear los procesos básicos a implementarse.
- Identificar el aspecto legal para el correcto manejo de la estancia.

6.3 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

6.3.1 Nombre o Razón Social

La denominación social de la estancia turística se registrará bajo el nombre "Kuyaylla Wasi", que tiene como significado "Casa Hermosa", caracterizada por el ambiente acogedor, donde recoge las costumbres y tradiciones del sector.

6.3.2 Misión

Brindar servicios de turismo con calidad y valor cultural del entorno imbabureño, con criterios de sostenibilidad, con el fin de fortalecer la actividad turística, mediante el apoyo del personal debidamente capacitado.

6.3.3 Visión a Diciembre 2022

La Estancia Turística “Kuyaylla Wasi” estará posicionada en el mercado y será reconocida a nivel nacional e internacional, por sus buenas prácticas turísticas, amigables con el entorno y difusoras de la cultura nacional.

6.3.4 Logotipo

A continuación se muestra la imagen publicitaria de la estancia turística "Kuyaylla Wasi".



Figura N° 48: Logotipo de la Estancia

6.3.5 Principios y Valores

- **Familiaridad**

Los clientes serán atendidos amablemente, con el fin de hacerlos sentir como en casa, dentro de un ambiente acogedor y familiar, es decir se los integrará en las actividades diarias para que conozcan, disfruten y se conecten con el medio ambiente y con la gente.

- **Respeto**

Dentro del ambiente laboral existirá el respeto mutuo, sobre todo en el área de Gerencia, ya que desde allí se imparte el ejemplo, hacia los trabajadores y clientes. Es decir aceptar con delicadeza la personalidad y decisión de los clientes en cuanto a gustos y preferencias.

- **Honradez**

Los recursos económicos y materiales, tanto del personal de la estancia, como también de los clientes serán totalmente resguardados, ya que permitirán mantener un servicio de calidad catalogado por la demostración de los valores inculcados.

- **Educación**

El area de recepción y el personal en general de la estancia, recibirá a los clientes con un fraterno saludo de bienvenida, de la misma forma serán tratados atentamente en todos los aspectos.

- **Lealtad**

No se divulgará información acerca de los clientes y de la empresa, cualquier información o hechos suscitados antes, durante y después de la prestación del servicio deberán ser tratados internamente. De la misma forma las diferentes áreas de la estancia deberán proteger cualquier tipo de información.

- **Cooperación.**

Todas la actividades deberán contar con la participación de todo el personal, mediante un adecuado trabajo en equipo, con el fin de proporcionar un servicio de calidad.

- **Políticas**

- * Se desarrollará un ambiente de trabajo adecuado donde perdure el respeto y el trabajo en equipo.
- * Se promoverá la permanente capacitación del personal, en todas las áreas administrativas y operativas, con el fin de incrementar los conocimientos que contribuyan en el desarrollo de la estancia.
- * Se proporcionará incentivos a los trabajadores por el buen desempeño de las funciones.
- * Se elaborará procedimientos de control interno.
- * Se realizarán actividades recreativas para motivar al personal.
- * Se informará de los servicios de la estancia, a traves de los medios de comunicación más utilizados por la sociedad en general.
- * Se proporcionará porcentajes de descuento por un mínimo de 5 clientes.

- * Se comprometerá a proteger y conservar el medio ambiente, mediante una adecuada práctica turística, además se realizarán charlas dirigidas a los clientes sobre temas relacionados.
- * Se conservará la vestimenta propia del personal de la estancia, con el fin de rescatar las tradiciones y costumbres de los mismos.

6.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama de la estancia está diseñado de forma vertical, el mismo que se encuentra dividido por:

- Nivel administrativo
- Nivel Operativo

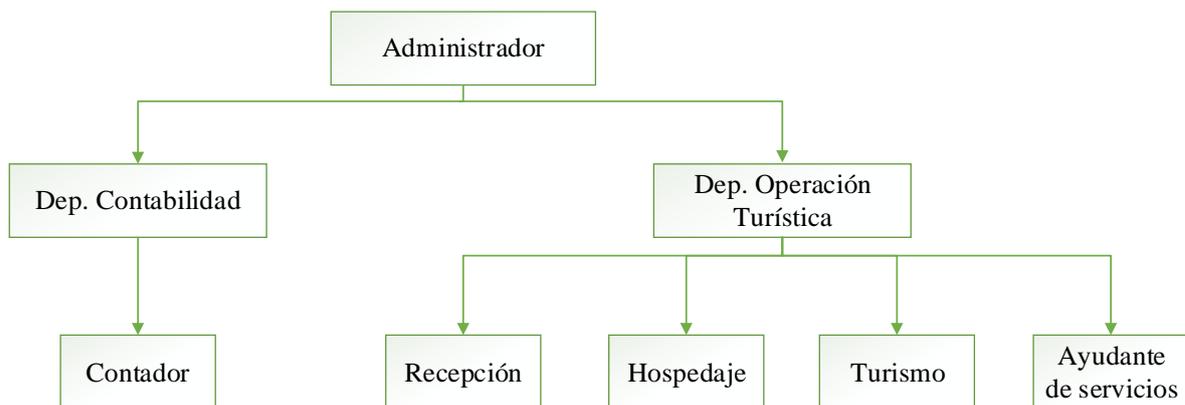


Figura N° 49: Organigrama Estructural de la Estancia

6.4.1 Puestos de Trabajo y Funciones

La estancia Kuyaylla Wasi estará conformada por diferentes puestos de trabajo, los mismos que deberán cumplir ciertos requerimientos para ocupar un puesto de trabajo. A continuación se detalla las principales funciones, habilidades, valores, requisitos y competencias técnicas que debe cumplir el personal.

Tabla N° 83
Perfil del Administrador

	PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
PUESTO:	Administrador
MISIÓN:	Desarrollar estrategias que permitan alcanzar el éxito de la empresa, mediante las buenas prácticas empresariales.
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Liderar la estancia Kuyaylla Wasi * Organizar la estructura de la empresa, en cuanto a funciones y cargos. * Dirigir la hostería, con la colaboración del personal en general. * Controlar el adecuado cumplimiento de las funciones. * Detectar cualquier tipo de inconvenientes y buscar la solución manera conjunta. * Coordinar las actividades con el personal de la estancia y establecer estrategias de mejora. * Analizar la situación financiera, administrativa, personal entre otros. * Comunicar las decisiones tomadas en función del desarrollo de la estancia. * Planificar las actividades a realizarse para la correcta ejecución. * Motivar al personal para obtener mejores resultados. 	
HABILIDADES DEL PERSONAL	
<ul style="list-style-type: none"> * Liderazgo * Facilidad de comunicación * Capacidad para supervisar y manejar al personal * Pensamiento estratégico * Actitud para saber enfrentar y solucionar inconvenientes * Habilidad para la toma de decisiones en función del cumplimiento de los objetivos 	
VALORES	
<ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad * Honradez * Lealtad * Respeto * Perseverancia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Título en Administración de Empresas o carreras afines.
Experiencia:	Mínimo 2 años
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento en Administración. * Conocimiento en computación, manejo correcto de las principales herramientas. * Nivel alto o medio en inglés. * Disponibilidad de tiempo. 	

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 84
Perfil del Contador

		PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
PUESTO:	Contabilidad	
MISIÓN:	Proporcionar información contable financiera de forma oportuna para la toma de decisiones.	
PRINCIPALES FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> * Llevar el control diario de las transacciones económicas generadas en la estancia. * Preparar los Estados Financieros dentro de la fecha prevista. * Presentar e informar sobre la situación financiera de la estancia. * Custodiar la documentación como respaldo de las transacciones. * Realizar los pagos fiscales, municipales y laborales en las fechas establecidas, con el fin de evitar inconvenientes futuros. * Colaborar con la estancia dando sugerencias en el aspecto económico, para el buen desarrollo de la estancia. * Llevar el control de los recursos materiales y económicos. * Estar en constante actualización sobre las normativas contables. 		
HABILIDADES PARA CON EL PERSONAL		
<ul style="list-style-type: none"> * Capacidad para la toma de decisiones. * Dedicación * Facilidad de comunicación * Capacidad para manejar la situación financiera. * Habilidad para analizar, detectar problemas y sugerir soluciones. 		
VALORES		
<ul style="list-style-type: none"> * Compromiso * Transparencia * Responsabilidad * Honradez * Lealtad * Respeto 		
REQUISITOS		
Nivel Académico:	Título en Contabilidad y Auditoría.	
Experiencia:	Mínimo 1 año	
COMPETENCIAS TÉCNICAS		
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento actualizado de las normas contables. * Manejo de software contable y tributario. * Conocimiento en computación, manejo correcto de las principales herramientas. 		

Fuente: Investigación propia

La Hosteria estará conformada por el área administrativa y área operativa. A continuación se detalla el perfil del personal.

Tabla N° 85
Perfil del Recepcionista

		PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI	
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
PUESTO:		Recepcionista	
MISIÓN:		Captar turistas mediante una atención de calidad.	
PRINCIPALES FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> * Recibir a los turistas atentamente y proporcionarles la información que requieran. * Guiar a los turistas al lugar seleccionado. * Atender de forma oportuna a los llamados del turista. * Coordinar actividades con el personal indicado. * Llevar el control de los registros de ingreso, actividades y salida de los turistas. * Comunicar sobre los requerimientos de las diferentes áreas. * Presentar informes en las fechas establecidas. * Asistir a reuniones y capacitaciones, determinadas por la máxima autoridad. 			
HABILIDADES DEL PERSONAL			
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimientos en Turismo. * Facilidad de comunicación. * Sociabilidad * Creatividad * Habilidad para trabajar en equipo. * Participación. 			
VALORES			
<ul style="list-style-type: none"> * Respeto * Compromiso * Transparencia * Responsabilidad * Honradez * Lealtad * Carisma * Perseverancia 			
REQUISITOS			
Nivel Académico:		Bachiller en cualquier especialidad	
Experiencia:		Profesional en carreras afines.	
		Mínimo 6 meses	
COMPETENCIAS TÉCNICAS			
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento de los atractivos turísticos del sector. * Manejo de idiomas extranjeros, como principal el inglés. * Habilidad de comunicación. 			

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 86
Perfil del Cocinero

	PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
PUESTO:	Cocinero
MISIÓN:	Preparar platillos que satisfagan el paladar de los turistas.
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Preparar los alimentos de acuerdo al cronograma. * Conservar los alimentos en lugares idóneos. * Realizar inventario de los productos y solicitar en caso de requerirlos. * Coordinar las actividades con el personal indicado. * Comunicar de los inconvenientes que se pudieran suscitar. * Realizar la limpieza del área de cocina. 	
HABILIDADES DEL PERSONAL	
<ul style="list-style-type: none"> * Habilidad para sazonar. * Creatividad. * Habilidad para trabajar en equipo. 	
VALORES	
<ul style="list-style-type: none"> * Respeto * Transparencia * Responsabilidad * Honradez * Carisma * Perseverancia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller en cualquier especialidad Profesional en carreras afines.
Experiencia:	Mínimo 6 meses
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimientos en gastronomía. * Habilidad de comunicación. 	

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 87
Perfil de Ama de Llaves

		<p align="center">PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI</p>
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
PUESTO:	Ama de Llaves	
MISIÓN:	Encaminar al turista hacia una habitación confortable que cuente con los implementos necesarios.	
PRINCIPALES FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> * Recibir a los turistas atentamente. * Trasladar a los turistas a la habitación seleccionada. * Atender de forma oportuna a los llamados del turista. * Coordinar las actividades con el personal. * Comunicar sobre los requerimientos de las diferentes habitaciones. * Inspeccionar que las habitaciones se encuentren en las condiciones adecuadas. * Mantener las habitaciones debidamente aseadas. 		
HABILIDADES DEL PERSONAL		
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimientos en el área de trabajo. * Facilidad de comunicación. * Habilidad para trabajar en equipo. 		
VALORES		
<ul style="list-style-type: none"> * Respeto * Amabilidad * Transparencia * Responsabilidad * Honradez * Lealtad * Carisma * Paciencia 		
REQUISITOS		
Nivel Académico:	Bachiller en cualquier especialidad	
Experiencia:	Mínimo 3 meses	
COMPETENCIAS TÉCNICAS		
<ul style="list-style-type: none"> * Manejo de idiomas extranjeros, como principal el inglés. * Habilidad de comunicación. 		

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 88
Perfil del Guía Turístico

	PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
PUESTO:	Guía Turístico
MISIÓN:	Motivar al turista a explorar los atractivos de la provincia y sus historias.
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Planificar y diseñar un cronograma de actividades. * Guiar a los turistas al destino programado. * Atender a los requerimientos de los turistas de forma oportuna. * Coordinar las actividades con el personal necesario. * Comunicar sobre las actividades a desarrollarse. 	
HABILIDADES DEL PERSONAL	
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento de los atractivos e historias. * Conocimientos en Turismo. * Facilidad de comunicación. * Sociabilidad * Creatividad * Habilidad para trabajar en equipo. 	
VALORES	
<ul style="list-style-type: none"> * Compañerismo * Amabilidad * Respeto * Compromiso * Responsabilidad * Honradez * Lealtad * Carisma 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller o técnico en cualquier especialidad Profesional en carreras afines.
Experiencia:	Mínimo 6 meses
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento de los atractivos turísticos del sector. * Manejo alto del idioma inglés y medio el francés * Habilidad de comunicación. 	

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 89
Perfil del Ayudante de Servicios

	PARROQUIA EUGENIO ESPEJO COMUNIDAD PIVARINCI
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
PUESTO:	Ayudante de Servicios
MISIÓN:	Brindar apoyo a las áreas que lo requieran.
PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> * Responder a los requerimientos del personal y de los turistas. * Recorrer las diferentes áreas de la hostería. * Atender de forma oportuna al llamado del personal. * Coordinar actividades con el personal necesario. * Facilidad de trabajar en equipo. * Comunicar sobre los requerimientos de las diferentes áreas. 	
HABILIDADES DEL PERSONAL	
<ul style="list-style-type: none"> * Carismático * Sociable * Creativo * Habilidad para trabajar en equipo. * Participativo. 	
VALORES	
<ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad * Respeto * Compromiso * Lealtad * Carisma * Honradez * Transparencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller en cualquier especialidad
Experiencia:	Mínimo 6 meses
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento en atención de hosterías o áreas similares. * Manejo básico del idioma de inglés. * Orientación al autocuidado y orden. 	

Fuente: Investigación propia

6.5 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

La Estancia Kuyaylla Wasi ofrecerá servicios de hospedaje, alimentación y turismo, enfocados en proporcionar al turista un lugar acogedor, placentero y cómodo, con el fin de satisfacer sus necesidades. A continuación se detalla los servicios:

6.5.1 Hospedaje

La estancia Kuyaylla Wasi contará con un total de 6 habitaciones, cada una dispondrá de:

Tabla N° 90
Servicio de Hospedaje

	Habitación con una cama de dos plazas, una litera y con baño privado. Televisión con TV cable, acceso a internet.
Beneficios adicionales	
	Atención las 24 horas del día.
	Parqueadero libre.
	Área verde para desarrollar diferentes actividades y compartir con los turistas.
	Horno, para elaborar diferentes productos de acuerdo a lo programado.
	Será permitido el ingreso de mascotas.

Elaborado por: La autora

6.5.2 Restaurante

La estancia Kuyaylla Wasi ofrecerá el servicio de alimentación, el cual estará constituido con un total de 10 mesas cada una con 4 sillas, es decir cuya capacidad será de 40 personas. Se preparan diferentes tipos de menú para deleitar el paladar de los turistas, basados en comidas típicas, nacionales y por pedidos especiales se preparan platos internacionales. A continuación se detalla el cronograma de menús, elaborado por días, los cuales podrán variar de acuerdo a la solicitud de los turistas.

Tabla N° 91
Cronograma de menús por días.

Días	Desayuno	Almuerzo	Merienda
Lunes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Café ✓ Pan con queso ✓ Huevos ✓ Jugo de tomate ✓ Seco de pollo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de pollo de campo ✓ Seco de pollo asado ✓ Jugo de tomate ✓ Postre: Ensalada de frutas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Café ✓ Seco con pechuga frita
Martes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Leche ✓ Tostada ✓ Tortilla de huevo con salchicha ✓ Jugo de guanábana ✓ Seco con carne al jugo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de Quinua ✓ Tortillas con fritada ✓ Avena fría ✓ Postre: Frutillas con crema 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Avena con naranjilla ✓ Seco con carne molida
Miércoles	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agua aromática ✓ Pan con mortadela ✓ Tortilla de huevo con verduras ✓ Jugo de papaya ✓ Arroz relleno 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de chuchuca ✓ Arroz relleno ✓ Limonada ✓ Postre: Pastel de naranja 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arroz de leche ✓ Arroz relleno
Jueves	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chocolate ✓ Pan de Tiesto ✓ Tortilla de quinua con huevo ✓ Jugo de melón ✓ Seco de carne de res 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Caldo de patas ✓ Seco con Carne frita ✓ Jugo de frutillas ✓ Postre: Dulce de higo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chocolate ✓ Arroz con carne al jugo
Viernes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colada morada ✓ Sándwich de pollo ✓ Tortilla de huevo con atún ✓ Jugo de mora ✓ Seco de chivo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de arroz cebada ✓ Seco con chuleta ✓ Jugo de tomate ✓ Postre: Pan de tiesto con miel 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Leche ✓ Seco de chivo
Sábado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arroz de leche ✓ Sándwich de atún ✓ Huevos revueltos ✓ Jugo de naranjilla ✓ Seco de pollo asado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Yahuarlocro ✓ Papas con cuy ✓ Chicha del Yamor ✓ Postre: Zambo de dulce 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colada de avena ✓ Mote con fritada
Domingo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Avena con leche ✓ Empanada de queso ✓ Huevos tibios o duros ✓ Jugo de Guayaba ✓ Seco con chuleta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de pollo ✓ Mote con hornado ✓ Chicha del Yamor ✓ Postre: Queso con miel 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colada de mote ✓ Seco de pollo con verduras

Fuente: Investigación propia

6.5.3 Turismo

Las actividades turísticas se desarrollarán en base a un cronograma debidamente planificado y coordinado por el personal competente y con las autorizaciones correspondientes. Se contará con todos los implementos necesarios para que el viaje sea seguro y placentero.

Tabla N° 92
Paquete Turístico que ofrecerá la Estancia

DIA 1	
Lugar	Detalle
<p>Caminata: - Cerro Imbabura</p> 	<p>Distancia: 20.5 km. Tiempo: 4 horas con 33 minutos. Hora de salida: 05:00 am Lugar de destino: 09:00 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata y ascenso al volcán Imbabura. • Explicación geológica. • Explicación de las tradiciones y costumbres. • Fotografías <p>Refrigerio: 10:30 am Hora de retorno: 12:00 am</p>
DIA 2	
<p>Paseo: - Laguna de Mojanda</p> 	<p>Distancia: 44.9 km. Tiempo: 1 hora con 19 minutos. Hora de salida: 08:00 am Lugar de destino: 09:19 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ascenso corto al Cerro Fuya Fuya • Visitar el lago Caricocha o lago hombre. • Visitar el Lago Huarmicocha o lago mujer • Visitar el lago Yanacocha o laguna negra • Explicación geológica • Fotografías <p>Refrigerio: 10:30 am Hora de retorno: 12:00 am</p>
<p>Paseo: - Plaza de Ponchos</p>	<p>Distancia: 46 km. Tiempo: 1 hora con 40 minutos. Hora de salida: 14:30 pm Lugar de destino: 16:00 pm Refrigerio: 16:15 pm Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrer la feria artesanal. • Explicación de las costumbres y tradiciones. • Visitar la casa de turismo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Transmitir la leyenda de la plaza de ponchos. <p>Hora de retorno: 18:00pm</p>
DIA 3	
<p>Caminata: - El Lechero</p> 	<p>Distancia: 2 km Tiempo: 40 minutos. Hora de salida: 08:00 am Lugar de destino: 8:40 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografías • Explicación geológicas • Explicación de las tradiciones y costumbres. <p>Hora de Retorno: 9:40 am</p>
<p>Caminata: - Parque del Cóndor</p> 	<p>Distancia: 2.4 km Tiempo: 45 minutos. Lugar de salida: 09:40 am Lugar de destino: 10:20 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recorrer los espacios. • Conocer las especies de animales. • Fotografías. <p>Hora de Retorno: 11:20 am</p>
<p>Caminata: - Cascada de Peguche</p> 	<p>Distancia: 1.4 km Tiempo: 35 minutos. Hora de salida: 11:20 am Lugar de destino: 11:50 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografías • Recorrer el sendero • Explicación geológica, • Explicación de las tradiciones y costumbres. • Almuerzo especial parrillada en el cascada. <p>Hora de Retorno: 15:00 pm</p>
DIA 4	
<p>Paseo:</p>	<p>Distancia: 21.6 km Tiempo: 32 minutos. Hora de salida: 08:00 am</p>

<p>- Laguna de Cuicocha</p> 	<p>Lugar de destino: 08:32 am Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explicación geológica. • Recorrido por los senderos de la Laguna. • Fotografías <p>Refrigerio: 11:00 am Hora de Retorno: 11:30 am</p>
<p>Paseo: - Laguna de Yahuarcocha</p> 	<p>Distancia: 42.4 km Tiempo: 1 hora con 4 minutos. Hora de salida: 11:30 am Lugar de destino: 12:34 Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata por alrededor de la laguna. • Visita al Mirador el Arcángel. • Explicación geológica • Fotografías. • Almuerzo especial en el Restaurante el Conquistador

Elaborado por: La autora

6.6 ASPECTO LEGAL

6.6.1 Registro Único del Contribuyente (RUC)

Para obtener el RUC, deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos Ruc

- Cedula original
- Pasaporte y Visa, original y copia
- Correo electrónico vigente
- Número de teléfono

Requisitos generales para ubicación del domicilio y establecimientos del contribuyente.

- Código CUEN (Código Único Electrónico Nacional), se encuentra registrado en la planilla de servicio electrónico.
- Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono.
- Copia Factura o estados de cuenta correspondientes a telefonía móvil, televisión pagada (TV cable), servicio de internet.
- Copia Estado de cuenta Bancario o Tarjeta de Crédito.
- Copia Comprobante de impuesto predial.
- Copia de Contrato o factura de arrendamiento.
- Copia de Escritura de compra y venta del inmueble (inscrita en el Registro de la propiedad).

Nota: La vigencia de los requisitos será de cualquiera de los doce (12) meses anteriores a la fecha de inscripción.

6.6.2 Solicitud de Informe de Uso de Suelo (T10)

Dirección De Planificación Territorial Y Proyectos

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Director de Planificación con 1 timbre.
- Copia del pago del impuesto predial del año en curso.
- Copia de escritura debidamente registrada en el registro de la propiedad o contrato de arrendamiento.
- Certificado de no adeudar al Municipio actualizado, del solicitante.
- Copia de la cedula y certificado de votación del solicitante.
- Croquis de la distribución del mobiliario y maquinaria dentro del local.

Nota 1: En caso de establecimientos con mayor concentración de personas, deberá detallar en el croquis adicionalmente el aforo (capacidad ocupacional) y señalar principales accesos y salidas de emergencia.

Nota 2: Coordinar inspección.

Tiempo de obtención del resultado: 10 días laborales

Consideraciones importantes que se deben tomarse en cuenta para la obtención del permiso de uso de suelo.

Actividades y Servicios en general

1. Pared, piso y techo en buen estado.
2. Baterías sanitarias con sus insumos.
3. Instalaciones eléctricas con: Canaletas o manguera de protección.
4. Instalaciones hidrosanitarias en buen estado.
5. Iluminación y ventilación natural.
6. Ventilación mecánica, según se requiera será: extractor de olores o ventiladores.
7. Señalética: números de emergencia (ECU 911), extintor, botiquín, baño, salida, capacidad del lugar.
8. Extintor contra incendios: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
9. Detector de humo: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
10. Botiquín de primeros auxilios con insumos.
11. Detector de gas: En áreas que cuenten con cilindros de gas.
12. Ropa y equipo de seguridad.
13. Orden y limpieza del lugar.
14. Tachos de basura (separación de desechos).
15. Equipos de protección y conservación de alimentos: Refrigeradoras, congeladores, vitrinas, etc.
16. Croquis de ubicación del local: Calle principal y referencias del lugar.

6.6.3 Permiso de Bomberos

Requisitos:

- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de RUC o RISE con la dirección de establecimiento actualizada donde se encuentra ubicado el local.
- Copia de impuesto predial.
- Original o copia del último permiso de bomberos.
- En el caso de ser artesano calificado presentar copia de la calificación artesanal.

Actividades nuevas, discotecas, bares, karaokes, residenciales, casa de hospedajes, hostales, hosterías, hoteles, lubricadoras, gasolineras y actividades que según su nivel de riesgo que requieran de:

- Permiso de uso de suelo.
- Permiso de la ARCH.
- Permiso de medio ambiente.

6.6.4 Licencia Ambiental

Tipo de Servicio:Restaurante

- Permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copia del RUC del establecimiento. (En caso de cambio de propietario o dirección).
- Copias de cedula y certificado de votación del propietario. (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- Certificado de capacitación en base a la manipulación de alimentos.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Permiso de Bomberos)

6.6.5 Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo a través de su página web da a conocer los requisitos necesarios para ejercer la actividad turística mediante la tramitación de todos los documentos legales. Tales como:

- **Registro de la Actividad Turística**

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), manifiesta que:

Art. 4.- Ejercicio de la actividad.- Para ejercer la actividad turística de alojamiento es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y demás

normativa vigente. El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la Ley. (pág. 5)

Requisitos previos al Registro

Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos:

- En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
- Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;
- Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
- Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;
- Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;
- Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;
- Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.

• Licencia Única Anual de Funcionamiento

- Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:
 - Pago del impuesto predial.
 - Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
 - Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
 - Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped.

En el caso de que el Gobierno Autónomo Descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de los establecimientos de alojamiento, la Autoridad Nacional de Turismo otorgará de manera gratuita un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en este Reglamento.

- **Registro de Alimentos y Bebidas**

Descripción: Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: Servicio de alimentos y bebidas.

Requisitos: Personas Naturales

- Registro único de contribuyentes (R.U.C.) (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).
- Cédula de identidad (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).
- Papeleta de votación (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en Infodigital).
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Descargue aquí el Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

- **Credencial de Guía Nacional de Turismo**

Requisitos:

Para legalizar el servicio de alimentación y turismo, de la hostería Kuyaylla Wasi, es importante contar con los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo (2015), los mismos que se detallan a continuación.

- Solicitud requiriendo el registro correspondiente, que incluya una foto tamaño carnet;
- Título profesional mínimo de nivel técnico superior en guía de turismo o título profesional en una rama afín conforme lo dispuesto en el reglamento correspondiente, emitido por una Institución de Educación Superior legalmente reconocida por la autoridad competente. En el caso de las personas que posean un título profesional en una rama afín y que no cuenten con la formación de guía nacional, deberán contar con una certificación en competencias laborales para guianza turística de conformidad a lo dispuesto en el reglamento correspondiente;
- Certificado que acredite la aprobación mínimo del nivel B1 (nivel intermedio) de conocimiento de al menos un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas, de conformidad a lo establecido por el reglamento, y demás disposiciones que emita la Autoridad Nacional de Turismo, o justificar el conocimiento del idioma extranjero, en el caso de lengua materna. Se podrá aplicar estas alternativas conforme a lo establecido en el reglamento y por la Autoridad Nacional de Turismo;
- Certificado de aprobación del curso de primeros auxilios (mínimo 30 horas académicas), mismo que deberá estar vigente al momento de la renovación; y,
- Pagar la tasa para la obtención de la credencial de guía nacional de turismo.

6.6.6 Reglamento Interno

El reglamento interno de trabajo es un documento de suma importancia en toda empresa, debido a que se convierte en una norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador.

El Reglamento Interno de Trabajo, siempre que no afecte los derechos mínimos del trabajador, es una herramienta indispensable para resolver los conflictos que se llegaren a presentar dentro de la empresa, es una sustentación normativa o regulatoria que ampara una decisión sancionatoria.

El reglamento interno del trabajo, se encarga de contemplar aquellos aspectos no contemplados de forma expresa por la ley, o que simplemente han quedado al libre albedrío de las partes. Ver Anexo 4

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 INTRODUCCIÓN

Se desarrollará el análisis de los posibles efectos que se pueden presentar con la implementación del proyecto, ya sean negativos o positivos. Para lo cual se desarrollará una matriz de evaluación de impactos, utilizando los indicadores necesarios, los mismos que serán tabulados con una ponderación de: alta, media, o baja, tanto positiva como también en forma negativa.

7.2 OBJETIVO GENERAL

Identificar y valorar los posibles impactos que se podrían generar con la implantación del proyecto.

7.3 METODOLOGÍA

Se desarrollará el análisis de los posibles efectos que se pueden presentar con la implementación del proyecto, ya sean negativos o positivos. Para lo cual se desarrollará una matriz de evaluación de impactos, utilizando los indicadores necesarios, los mismos que serán tabulados con una ponderación de: alta, media, o baja, tanto positiva como también en forma negativa.

Pasos a seguir de la metodología:

1. Identificar los indicadores
2. Valorar los indicadores de impacto
3. Aplicación de la formula
4. Analizar los impactos

7.4 EVALUACIÓN DE IMPACTOS

A continuación se detalla la tabla de evaluación de riesgos con la respectiva valoración:

Tabla N° 93
Valoración de Impactos

Nivel de Impacto	Valoración
Impacto Alto Positivo	3
Impacto Medio Positivo	2
Impacto Bajo Positivo	1
No hay Impacto	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Alto Negativo	-3

Fuente: Investigación propia

7.4.1 Impacto Económico

Tabla N° 94
Impacto Económico

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Dinamización económica							X	3
Empleo						X		2
Aumento de turismo							X	3
Disminución de la migración.					X			1
Mejora la inversión local						X		2
TOTAL								11

Fuente: Investigación propia

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } 2.2$$

ANÁLISIS:

La implantación de la estancia, tendrá un impacto medio positivo en el aspecto económico, ya que a través de la estancia se obtendrá una rentabilidad económica que permitirá cubrir los gastos, costos, inversión y obtener utilidad, todo esto, mediante una adecuada práctica turística, que satisfaga las necesidades de los clientes.

La hostería será una fuente generadora de empleo, ya que requerirá del conocimiento y colaboración de las personas que forman parte del sector, donde se desarrollan varias actividades que aún nos han sido explotadas, como es el caso de la elaboración de artesanías, siendo esta una de las actividades que atrae a los turistas y que puede disminuir la migración de las personas.

7.4.2 Impacto Social

Tabla N° 95
Impacto Social

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Autoestima							X	3
Cohesión comunitaria.						X		2
Desarrollo de las familias.						X		2
Mejora de la educación						X		2
Cultura.						X		2
TOTAL								11

Fuente: Investigación propia

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{11}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } 2.2$$

ANÁLISIS:

En el aspecto social el impacto es medio positivo, ya que se fortalecerá la participación de un líder quien guiará el desempeño de cada uno de los colaboradores y será quien se encargue de fomentar lazos de amistad, mediante un verdadero trabajo en equipo, donde no solo intervendrá el personal de la estancia, sino también la comunidad en general.

7.4.3 Impacto Ambiental

Tabla N° 96
Impacto Ambiental

Factores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Contaminación del agua.			X					- 1
Daño de áreas verdes.				X				0
Manejo de desechos sólidos.				X				0
Salud humana				X				0
Protección de los recursos naturales				X				0
TOTAL								- 1

Fuente: Investigación propia

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } \frac{-1}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto: } -0.2$$

ANÁLISIS:

El impacto ambiental representa una ponderación baja negativa, porque lo que se busca es evitar en lo posible la contaminación de los recursos naturales, siendo estos uno de los pilares fundamentales para atraer a los turistas. En la Hostería se desarrollarán charlas y capacitaciones sobre el cuidado y conservación del medio ambiente, con el fin de concientizar y cambiar la mentalidad de las personas con respecto al manejo de los desechos, que con el tiempo pueden afectar la salud de los seres humanos.

7.5 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Una vez evaluados los impactos uno por uno, a continuación se presenta un análisis general de los impactos:

Tabla N° 97
Impacto General del Proyecto

Factores	Valor Negativo	Valor Positivo	Total
Económico		2	2
Social		2	2
Ambiental	-1		-1
TOTAL			3

Fuente: Investigación propia

Nivel de Impacto: $\frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$

Nivel de Impacto: $\frac{3}{3}$

Nivel de Impacto: 1

ANÁLIS GENERAL:

El análisis general del proyecto representa un nivel de impacto bajo positivo, en lo que respecta el aspecto económico, la implantación del proyecto simboliza una fuente de desarrollo tanto para el propietario como también para la sociedad en general, en lo social se verá reflejado en la integración de muchas personas de diferentes lugares donde se podrá intercambiar conocimientos, cultura y experiencias. El aspecto ambiental representa un factor muy valioso para fomentar el turismo, ya que son los recursos naturales los que llaman la atención de los turistas.

CONCLUSIONES

Para llevar a cabo el trabajo de investigación fue necesario realizar trabajos de campo, encuestas, investigaciones documentales y sitios web donde en mucho de los casos la información fue limitada debido a que no existen datos actualizados y específicos, por lo que se utilizó datos referenciales para facilitar el desarrollo del proyecto.

El estudio diagnóstico se desarrolló con el fin de conocer el entorno de la parroquia Eugenio Espejo, Comunidad Pivarinci, lugar donde se implantará el proyecto. Mediante el estudio realizado se determinó que en dicho lugar no existen establecimientos de hospedaje, siendo un servicio muy solicitado por los turistas que visitan el Muelle del Lago San Pablo.

A través del marco teórico se conoció diferentes perspectivas en cuanto al turismo nacional e internacional, donde cada autor coincide en que el turismo es una de las actividades más importantes que posee un país, el cual necesita ser potencializado de forma correcta.

Mediante el análisis de la oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización, se determinó que en la parroquia no existen lugares que presten servicios similares, la afluencia de turistas es significativa, lo que favorece la implantación del proyecto, mediante una adecuada práctica turística.

Con el estudio técnico se determinó la micro y macro localización del proyecto y demás requerimientos técnicos que conllevan el buen funcionamiento de la estancia, con el fin de conocer el tamaño de la inversión para dar inicio al proyecto, dicha información también facilitó el desarrollo del estudio financiero mediante la proyección de ingresos y gastos. De la misma forma se realizó la evaluación económico financiera para determinar la viabilidad de proyecto.

Luego de realizar los análisis y evaluaciones pertinentes en los anteriores capítulos, se procedió a desarrollar la propuesta organizacional, en la cual se definió la filosofía empresarial, el diseño del Logo, la estructura del organigrama, el perfil del personal administrativo y operativo, y la base legal para el correcto funcionamiento del proyecto. Como capítulo final se realizó el análisis y evaluación de los impactos, los mismos que dieron como resultado un nivel de impacto bajo positivo.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, se recomienda ejecutar el proyecto, que no solo quede plasmado en documentos, ya que se trata de un negocio que genera rentabilidad, siendo el turismo una de las actividades más importantes de la provincia que con el tiempo se ira fortaleciendo mucho más.

El servicio de alojamiento, alimentación y turismo es demandado por los turistas que visitan el Muelle del Lago San Pablo, por ende es importante aprovechar la oportunidad que se presenta en el mercado, ya que en la Comunidad Pivarinci no existen establecimientos que brinden servicios similares.

Fomentar el turismo mediante una adecuada practica turística, el primer paso viene desde la cabeza de la estancia, quien debe sentirse seguro y confiado de lo que está haciendo, del proyecto que está emprendiendo, ya que de eso depende mucho la actitud del personal y el ambiente. Un turista se sentirá feliz y cómodo siempre y cuando exista una actitud positiva, que se ve reflejada en la calidad de la atención y del servicio.

Asistir a las capacitaciones necesarias para ejecutar un excelente trabajo, tanto en el área administrativa como también en el área operativa, ya que los conocimientos obtenidos serán un aporte más para el desarrollo del proyecto.

Diseñar estrategias de comercialización que permitan captar y mantener a los turistas potenciales, utilizando los datos obtenidos en el estudio de mercado, el cual demuestra que existe una demanda insatisfecha que debe ser aprovechada, con el fin de dinamizar la economía del sector.

Registrar y controlar los movimientos económicos de la estancia mediante la elaboración de los estados financieros quienes deberán ser evaluados para la toma de decisiones en base al mejoramiento positivo de la estancia.

Cuidar, preservar y potencializar los recursos naturales de la provincia, mediante una participación activa, con respecto al tema de responsabilidad social, donde es importante tomar conciencia sobre el valor que tiene el medio ambiente, ya que de eso dependerá el ingreso de turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Cantú, G. G. (1992). *Contabilidad Financiera* . México: McGRAW-HILL.
- Córdoba Padilla , M. (2012). *Gestión Financiera* . Colombia : Ecoe Ediciones .
- Enjarque , J. (2016). *Marketing y Gestión de Destinos Turísticos* . Madrid: Pirámide.
- Flórez Uribe , J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Colombia: Ecoediciones.
- Gallego, J., & Peyrolón Melendo , R. (2004). *Diccionario de Hostelería* . España : Paraninfo.
- Gurría , M. (2002). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Jiménez Bulla , L. H. (2009). *ECOTURISMO Oferta y desarrollo sistémico regional* . Bogotá: ECOE.
- Lavados Montes, H., Massad Abud, C., & Berríos Arroyo, R. (2016). *Introducción al análisis económico*. México: Cengage Learning.
- Lobato, F. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Iberia: Macmillan.
- Machín, C. A. (2001). *Marketing y Turismo*. España : SÍNTESIS .
- MARTÍNEZ, V. (2016). *Administración de lo simple a lo complejo*. Buenos Aires: Pluma Digital.
- Mochón Morcillo , F., & Carreón Rodríguez , V. (2014). *MacroEconomía* . México : McGraw Hill Education.
- Ojeda García , C., & Mármol Sinclair, P. (2016). *Marketing Turístico*. España: Paraninfo, SA.
- Palafox Muñoz, A. (2005). *Turismo Teoría y praxis* . México: Plaza y Valdes.
- Picazo, C. (2014). *Procesos de Guía y Asistencia Turística*. Madrid: Síntesis S.A.
- Ramos Mendoza, J. R., & Gonzáles Guerrero, P. E. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico: Patria .
- REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS* . (09 de ENERO de 2008).
Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>

ROMERO TERNERO , M. J. (2014). *PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS*. MÉXICO: IC EDITORIAL . Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4499230>.

Sancho , A. (1994). *Introducción al Turismo OMT*.

Sociás Salvá, A. (2017). *Contabilidad Financiera* . España : Pirámide .

Valdivieso, M. B. (2005). *Contabilidad General* . Quito-Ecuador : NUEVODIA .

Villarreal Navarro , J. (2013). *Ingeniería Económica* . Colombia : PEARSON .

Warren , C., Reeve, J., & Duchac, J. (2010). *Contabilidad Financiera* .México: Cengage Learning.

Wo Ching, A. V., & Rhodes Espinoza, A. (2007 (reimp. 2009)). *Manejo y Conducción de Grupos de Ecoturistas*. México: Trillas.

Banco Central del Ecuador . (s.f.). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>

Calderón , L. (2 de Junio de 2016). *Imbabura Paisajes* . Obtenido de <http://blog.espol.edu.ec/lesjald/corazon-de-imbabura/>

Constitucion de la Republica del Ecuador . (2008).

ElCodigo de Trabajo . (2012).

El Comercio . (s.f.). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/afull/terremoto-ecuador-tsunami-explicacion-sismos.html>

Enriquez Guevara, P. (17 de Abril de 2013). *Etnias del Ecuador* . Obtenido de <http://pamenriquez.blogspot.com/2013/04/pueblo-otavalo.html>

Foros Ecuador.ec. (29 de Marzo de 2018). Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/149922-vestimenta-de-otavalo-traje-t%C3%ADpico-de-hombres-y-mujeres-de-otavalo>

GADMO - Otavalo Travel. (2018). Obtenido de <http://www.otavalo.travel/sitios-y-lugares-turisticos-de-otavalo/mirador-el-lechero.html>

GADMO. (2015). Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/>

INEC. (2010).

Instituto Geofísico EPN. (2018). Obtenido de <http://www.igepn.edu.ec/>

Ley de Gestión Ambiental . (2004).

Ley de Seguridad Social . (2001).

Ley de Turismo. (2008).

Mafla, J. (29 de Agosto de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/otavalo-agradece-pacha-mama-yamor.html>

Ministerio de Educación . (2016-2017).

Ministerio de Turismo . (Marzo de 2018). Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_marzo-2018.pdf

Otavalo Market. (s.f.). Obtenido de <https://www.pinterest.se/pin/49961877092336112/?lp=true>

Otavalo Valle del Amancer. (s.f.). Obtenido de <https://pruebawebuniandes.weebly.com/platos-tipicos.html>

PDOT - OTAVALO. (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf

(2015-2019). *PDOT*. Otavalo .

Plan Nacional para el Desarrollo. (2017-2021).

ViajandoX Ecuador . (s.f.). Obtenido de <https://www.ec.viajandox.com/search.php?search=cascada+de+peguche>

METE , M. R. (Marzo de 2014). *SCIELO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/>

PORTO PÉREZ, J., & GARDEY , A. (2013). *DEFINICIÓN.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/impacto/>

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS . (09 de ENERO de 2008).

Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>

ROMERO TERNERO , M. J. (2014). *PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS TURISTICOS*. MÉXICO: IC EDITORIAL . Obtenido de

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4499230>.

(Julio de 2018). Cascada de Peguche. Otavalo.

Catastro Cantón Otavalo . (2018). Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/>

GAD Municipal de Otavalo. (2014-2019). Obtenido de Otavalo: <http://www.otavalo.travel/>

INEC. (2017). Obtenido de Entradas y Salidas Internacionales : <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/migracion/>

Otavalo travel. (s.f.). Obtenido de <http://www.otavalo.travel/directorio-de-servicios/hoteles-hosterias-hospedaje-de-otavalo/item/62-hosteria-medina-del-lago.html>

Otavalo Travel . (s.f.). Obtenido de <http://www.otavalo.travel/>

(6 de Julio de 2018). Reserva Ecologica Cotacachi Cayapas RECC.

COAC "Chuchuquí" Ltda. (8 de Septiembre de 2018). Solicitud de Crédito. (R. Guandinango, Entrevistador)

Es. Scribd. (s.f.). Obtenido de Simbolos de Diagrama de Flujo: <https://es.scribd.com/doc/94310656/Simbolos-de-Diagrama-de-Flujo>

GEOportal Otavalo. (2018). Obtenido de http://geoportal.otavalo.gob.ec/geo_otavalo/visores/consultas_publicas/index.html

Google Maps . (2018). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Provincia+de+Imbabura/@0.4513177,-78.7229557,10z/data=!4m5!3m4!1s0x8e2a3ca1785b375d:0xf7db73d8e67a536b!8m2!3d0.3499768!4d-78.1260129>

SlidePlayer . (2014). Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/3883429/>

Agencia Nacional de Regulación, C. y. (Agosto de 2014). *Control Sanitario* . Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

Ministerio de Turismo. (2015). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/>

Reglamento de Alojamiento Turístico . (18 de Febrero de 2016). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Servicio de Rentas Internas SRI. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>

(s.f.). Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoaccesiblewebaccesible.pdf>

Agencia Nacional de Regulación, C. y. (Agosto de 2014). *Control Sanitario* . Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

BARRERA , C., & BAHAMONDES, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado. *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO*, 50-56.

BENSENY, G. (2007). *REDALYC*. Obtenido de EL TURISMO EN MÉXICO. APRECIACIONES SOBRE EL TURISMO EN ESPACIO: <https://www.redalyc.org/pdf/276/27611202.pdf>

BRAVO, L. L., ALEMÁN, A. A., & PÉREZ PÉREZ, M. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: . *ECA SINERGIA* , [file:///C:/Users/pana/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/pana/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20(2).pdf).

Castillo, Herrera, & Zambrano. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR. *Revista ECA Sinergia*, 97-108.

DINERO. (15 de Enero de 2018). *Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT*. Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169>

EL COMERCIO . (5 de ENERO de 2019). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-propuestas-atraccion-turismo-gastronomia.html>

EL TELÉGRAFO . (19 de ENERO de 2019). Obtenido de <https://www.letelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/ecuador-turismo-fitur>

Enjarque , J. (2016). *Marketing y Gestión de Destinos Turísticos* . Madrid: Pirámide.

Es. Scribd. (s.f.). Obtenido de Simbolos de Diagrama de Flujo: <https://es.scribd.com/doc/94310656/Simbolos-de-Diagrama-de-Flujo>

Flórez Uribe , J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Colombia: Ecoediciones.

LÍDERES. (10 de DICIEMBRE de 2018). Obtenido de Naturaleza y comida, imanes de Imbabura: <https://www.revistalideres.ec/lideres/imbabura-turismo-naturaleza-gastronomia-investigacion.html>

Lobato, F. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Iberia: Macmillan.

LOOR BRAVO, L., ALEMAN , A., & PÉREZ, P. M. (20 de Abril de 2018). *LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ECUADOR*. Obtenido de [file:///C:/Users/pana/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/pana/Downloads/1195-13-3506-1-10-20180701%20(3).pdf)

Machín, C. A. (2001). *Marketing y Turismo*. España : SÍNTESIS .

MARTÍNEZ, V. (2016). *Administración de lo simple a lo complejo*. Buenos Aires: Pluma Digital.

METE , M. R. (Marzo de 2014). *SCIELO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/>

Mg. Benseny, G. (2007). EL TURISMO EN MÉXICO. APRECIACIONES SOBRE EL TURISMO EN ESPACIO. *Redalyc*, 13-34.

MOLINA. (1987).

MONTAÑO ARMENDARIZ , A., LÓPEZ TORRES , V., & PÉREZ CONCHA, J. (s.f).

ANFECA. Obtenido de TURISMO DE NATURALEZA Y EMPRENDIMIENTO:

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/8.05.pdf>

NIETO GONSALEZ, J., ROMAN SANCHEZ , I., MUÑOZ , D., & NASTUTE , P. (2016).

International Journal of Scientific Managment Tourism. Obtenido de EL TURISMO

A NIVEL MUNDIAL: [file:///C:/Users/pana/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/pana/Downloads/Dialnet-ElTurismoANivelMundial-5665915.pdf)

<ElTurismoANivelMundial-5665915.pdf>

Ojeda García , C., & Mármol Sinclair, P. (2016). *Marketing Turístico*. España: Paraninfo,

SA.

ONWTO. (2016). *Organizacion Mundial del Turismo*. Obtenido de

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoaccesiblewebaccesible.pdf>

ROMERO TERNERO , M. J. (2014). *PRODUCTOS, SERVICIOS Y DESTINOS*

TURISTICOS. MÉXICO: IC EDITORIAL . Obtenido de

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=4499230>.

Sancho , A. (1994). *Introducción al Turismo OMT*.

SANTOS. (1996). 72.

TURISMO Y TECNOLOGÍA . (31 de JULIO de 2014). Obtenido de

[https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/4110-el-](https://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/4110-el-desafio-de-preservar-el-patrimonio-cultural-intangible-a-traves-del-turismo)

<desafio-de-preservar-el-patrimonio-cultural-intangible-a-traves-del-turismo>

UNWTO. (2016). *Word Tourism Organization* . Obtenido de

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_2017012

<6.pdf>

VISTAZO. (19 de MAYO de 2017). Obtenido de TURISMO VIVENCIAL, UN CONTACTO
CON LA CULTURA: <https://www.vistazo.com/seccion/tendencias-turismo/turismo/turismo-vivencial-un-contacto-con-la-cultura>

ANEXOS

Anexo N° 1
Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Comunidad: Pivarinci				
Motivo: Implantación de un proyecto				
Día: Septiembre 16 del año 2018			Hora: 13:00 pm	
ASPECTOS			VALORACION	
			SI	NO
1	¿Es un lugar turístico?		X	
2	¿Posee atractivos turísticos?		X	
3	¿Cuenta con los servicios básicos necesarios?		X	
4	¿La vía de acceso se encuentra en buenas condiciones?		X	
5	¿Cuenta con transporte público para movilizarse?		X	
6	¿La contaminación es nula?			X
7	¿Existen establecimientos de hospedaje en el sector?			X
8	¿Existen nuevos proyectos turísticos?			
9	¿Existe afluencia de turistas?		X	
10	¿Existe apoyo de las autoridades para la apertura de nuevos proyectos?		X	
11	¿Existe interés de los comuneros para realizar actividades turísticas?		X	
12	¿La distancia desde el centro de la ciudad de Otavalo es accesible para los turistas?		X	
			9	2

Fuente: Trabajo de Campo

Anexo N°2
Modelo de la Entrevista

MODELO DE ENTREVISTA

DIRIGIDA: al Sr. Segundo Maldonado

PRESIDENTE DE LA PARROQUIA EUGENIO ESPEJO

TEMA: Turismo, proyectos y contaminación

1. ¿Cuál es su periodo de Administración?
5. ¿Cuál es la historia del Lago San Pablo?
2. ¿Cuándo inició la construcción del proyecto Malecón?
3. ¿Qué les motivó a solicitar dicho proyecto?
4. ¿En qué consiste en proyecto?
5. ¿A través del proyecto se busca el desarrollo de las familias de la comunidad?
6. ¿Cuál es el objetivo principal de la implantación del proyecto?
7. ¿Están previstos otros proyectos para el sector?
8. ¿Cuál es el impacto de contaminación en el Lago San Pablo?
9. ¿Cuáles son los principales factores de contaminación?
10. ¿Qué medidas se están tomando para evitar la contaminación?
11. ¿Existe concienciación por parte de los comuneros acerca del cuidado y conservación del medio ambiente?

Fuente: Trabajo de Campo

Anexo N° 3
Modelo de la Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Objetivo: Conocer las preferencias y comportamiento de turistas en Imbabura-Otavaló.

Trabajo de investigación con fines académicos.

1.- ¿Cuál es su nacionalidad?

Nacional ()

Extranjero ()

País..... ()

2.- ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Ocio y descanso () Convivencia familiar ()

Contacto con la naturaleza () Nuevas culturas ()

Gastronomía () Otros ()

3.- ¿Cuántos días permanecerá en Imbabura?

1 a 3 días ()

3 a 5 días ()

Más de 5 días ()

4.- ¿A la hora de buscar alojamiento que medios utiliza?

Internet () Medios de comunicación ()

Agencia de viajes () Otros ()

Recomendaciones ()

5.- ¿En qué sector prefiere alojarse?

Urbano () Rural ()

6.- ¿Cuál es el tipo de comida que usted prefiere?

Típica

Nacional

Internacional

7.- ¿Al momento de seleccionar un producto turístico, a que le da mayor importancia?

Precio

Variedad

Calidad

Lugar

8.- ¿Ha visitado o visitará el Lago San Pablo de Otavalo?

Si

No

9.- ¿Le gustaría que, en los alrededores del Lago San Pablo, en la parroquia Eugenio Espejo, exista una Estancia Turística que brinde servicios de alojamiento, alimentación y guías turísticos?

Si

No

10.- ¿Cuánto dinero está usted dispuesto a destinar para actividades turísticas, diariamente?

De \$ 20 a \$ 30

De \$ 41 a \$ 50

De \$ 31 a \$ 40

De \$ 51 en adelante

Fuente: Trabajo de campo

Anexo N° 4

Reglamento Interno – Estancia Turística “Kuyaylla Wasi”

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

La Empresa “Kuyaylla Wasi”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Otavalo, parroquia Eugenio Espejo, Comunidad Pivarinci, 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 2° 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 con el carácter de obligatorio para todos los, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

- Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-** La estancia Kuyaylla Wasi, tiene como objetivo principal brindar servicios de hospedaje, alimentación y turismo de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Turismo y el Reglamento General, en cumplimiento de 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 La Estancia Turística “Kuyaylla Wasi” 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 11 de Marzo del 2019, fecha en que es aprobado por el Ministerio de Trabajo.
- 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, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Estancia “Kuyaylla Wasi”.

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 personal 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 estancia 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 estancia.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Estancia es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la estancia 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 ciudad de Ibarra.

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 estancia.
- 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.
- 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.

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.

Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, 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 Departamento de Recursos Humanos 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 los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

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 determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o 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

Art.- 38. 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, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 39. 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.- 40. 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.- 41. 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.- 42. 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.- 43. 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.- 44. 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.- 45. 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.- 46. El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

- Art.- 47. 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.- 48. 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.- 49. 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.- 50. 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.- 51. 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.- 52. 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.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 54. 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

1.1.1 OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de reglamentos, 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 estancia 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 estancia 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 este 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 estancia 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 Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; 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.- 56. Serán derechos de los trabajadores de la estancia “Kuyaylla Wasi”

- 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 estancia.

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 57. 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, higiénicas 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 pornográfico o lesivo, 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

1.1.2 DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

- Art.- 58. 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.- 59. 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

1.1.3 DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 60. 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.- 61. 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.- 62. 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.- 63. 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.- 64. 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.- 65. 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

Art.- 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 67. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos 172, 329, del Código de Trabajo.

Son además faltas leves:

- 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.- 68. 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 que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos 169, 172, 173 y 174, serán sancionados 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.- 69. Los trabajadores de la estancia “Kuyaylla Wasi” 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.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con la empresa, 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.- 71. 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.- 72. 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.

1.1.4 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 ciudad de Otavalo.

Atentamente,

Rocío Guandinango

Administradora de la Estancia “Kuyaylla Wasi”

Anexo N° 5
Proforma Papelería Didáctica

PAPELERIA DIDACTICA

Proforma

No. 0000000191

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Fecha: 2018/08/09

Dirección:

Vendedor: AS AS

Referencia:

Ciudad:

Teléfono

Observación:

Código	Descripción	UM	Cantidad	Bonif.	Precio U.	%	Dseto.	Total
C0050305	ArchivadO SuperiorLomo8	UN	1.00	0	1.7857	0.00	0.000	1.7800 *
C0050302	ArchivadT Superior	UN	1.00	0	1.6500	0.00	0.000	1.6500 *
A0680105	PapB ond75GrmsOfic.Repropal	UN	1.00	0	0.0103	0.00	0.000	0.0100
A0370304	EsfMAzuMedBic(24)	UN	1.00	0	0.3125	0.00	0.000	0.3100 *
A0540308	LapizMNoricaHB Staedtler(12)	UN	1.00	0	0.2232	0.00	0.000	0.2200 *
A0050501	BorradorMaderaPizarron(12)	UN	1.00	0	0.4911	0.00	0.000	0.4900 *
A0600207	MarcdeNEgTLiqPelikan426	UN	1.00	0	0.5804	0.00	0.000	0.5800 *
C0280308	PerfPeqKW-Trio9IBO	UN	1.00	0	3.6975	0.00	0.000	3.6900 *
C0150104	EngrampMG rKW-Trio5716	UN	1.00	0	5.3125	0.00	0.000	5.3100 *
A0470107	GrapasN°26/6*5000undKW-Trio	UN	1.00	0	1.2500	0.00	0.000	1.2500 *
A0080510	CalculadC CasioCS AX-120B	UN	1.00	0	13.8158	0.00	0.000	13.8100 *
C0110105	ClipsMetálicoAlex-L/Az	UN	1.00	0	0.3482	0.00	0.000	0.3400 *
C0490201	OrganizMA crimEscri3Pzs.	UN	1.00	0	4.1518	0.00	0.000	4.1500 *
C0490101	PapeleraArtic/243 2Serv	UN	1.00	0	12.0304	0.00	0.000	12.0300 *
A0190301	C.Masking24MMX40m3M	UN	1.00	0	1.3393	0.00	0.000	1.3300 *
C0360108	TijeraEssentialsSoft17cm BLMaped	UN	1.00	0	2.3400	0.00	0.000	2.3400 *
A0050203	BorradorEPZ20Pelikan	UN	1.00	0	0.2054	0.00	0.000	0.2000 *
A0950103	PizarraT.Liq.80x60cms.	UN	1.00	0	19.7381	0.00	0.000	19.7300 *
A0260404	CuadMA cad100C Andaluz(40)	UN	1.00	0	1.1161	0.00	0.000	1.1100 *

PAPELERIA
DIDACTICA
SUMINIS.
COMPUJA
RUC 171352133001
Aixa A. de @

Total Imponible (*):	70.39	Descuentos:	.00	Recargos:	.00
Total No Imponible:	.01	Valor del IVA:	8.45	Total General	78.85
Son: SETENTA Y OCHO , 85/100					

Anexo N° 6
Proforma Muebles Confort



MUEBLES CONFORT

Ing. Gaby Elizabeth Méndez Villarreal

RUC. 1003337852001

Dir. Av. Pérez Guerrero 7-44 y Sánchez
Telf. 062 951 680 / Ibarra - Ecuador

PROFORMA

Nº 0001037

Cliente: Rocio Guandinango

RUC/ C.I.: 1003536560001

Fecha: 10-08-2018

Dirección: Ojavallo

Cant.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
18	Literas M. C. M. Cexar. 1 1/2	140.	3,060.
18	Camas Eco. 2P.	40.	1,260.
18	Imperial 135 x 23	100	1,800
36	Imperial 105 x 23	80	2,880.
18	Sábanas Pinter. 2P.	19	342
36	Sábanas Pinter 1 1/2	17	612
18	Edredon 2P	19	342
36	Edredon 1 1/2	17	612
12	Benedic Jennie 45.	210 =	2520
18	Velador 2 40	62 =	1116
6	Mesas de BB	32	192
2	Silla Grematoria c/Br	85 =	170
1	Archivador	125.	125
1	Estorami de trabajo 1.50	245 =	245
1	Mesa de Meider. 1.00 x 2.40	180 =	180
1	Mesa Horizontal. 105 x 90	110 =	110
72	Plu 45.60 Avaz Plomón	4.50	324
1	Arreglo Silla Catalina	480 =	480
18	Foco 70.	135 =	2430
Precios incluye IVA			

SUBTOTAL \$.	
I.V.A. 0 %	
I.V.A. %	
TOTAL \$.	18800

Muebles Confort

Recibí Conforme

Original: Cliente
Copia: Emisor

Anexo N° 7
Simulador de Crédito COAC Chuchukuí Ltda



SIMULADOR DE CREDITO

CAPITAL 117,000.00
INTERES 11.00%
PLAZO 72.00
FECHA 07-sep-18

ENCAJE

CUOTA	FECHA PAGO	SALDO CAPITAL	CAPITAL	INTERES	seguro desgravame	CUOTA
		117,000.00				
1	07-sep-18	115,845.51	1,154.49	1,072.50	-	2,226.99
2	07-oct-18	114,680.44	1,165.07	1,061.92	-	2,226.99
3	06-nov-18	113,504.69	1,175.75	1,051.24	-	2,226.99
4	06-dic-18	112,318.17	1,186.53	1,040.46	-	2,226.99
5	05-ene-19	111,120.76	1,197.40	1,029.58	-	2,226.99
6	04-feb-19	109,912.38	1,208.38	1,018.61	-	2,226.99
7	06-mar-19	108,692.92	1,219.46	1,007.53	-	2,226.99
8	05-abr-19	107,462.29	1,230.64	996.35	-	2,226.99
9	05-may-19	106,220.37	1,241.92	985.07	-	2,226.99
10	04-jun-19	104,967.07	1,253.30	973.69	-	2,226.99
11	04-jul-19	103,702.28	1,264.79	962.20	-	2,226.99
12	03-ago-19	102,425.90	1,276.38	950.60	-	2,226.99
13	02-sep-19	101,137.82	1,288.08	938.90	-	2,226.99
14	02-oct-19	99,837.93	1,299.89	927.10	-	2,226.99
15	01-nov-19	98,526.12	1,311.81	915.18	-	2,226.99
16	01-dic-19	97,202.29	1,323.83	903.16	-	2,226.99
17	31-dic-19	95,866.32	1,335.97	891.02	-	2,226.99
18	30-ene-20	94,518.11	1,348.21	878.77	-	2,226.99
19	29-feb-20	93,157.54	1,360.57	866.42	-	2,226.99
20	30-mar-20	91,784.50	1,373.04	853.94	-	2,226.99
21	29-abr-20	90,398.87	1,385.63	841.36	-	2,226.99
22	29-may-20	89,000.53	1,398.33	828.66	-	2,226.99
23	28-jun-20	87,589.39	1,411.15	815.84	-	2,226.99
24	28-jul-20	86,165.30	1,424.08	802.90	-	2,226.99
25	27-ago-20	84,728.16	1,437.14	789.85	-	2,226.99
26	26-sep-20	83,277.85	1,450.31	776.67	-	2,226.99
27	26-oct-20	81,814.24	1,463.61	763.38	-	2,226.99
28	25-nov-20	80,337.22	1,477.02	749.96	-	2,226.99
29	25-dic-20	78,846.66	1,490.56	736.42	-	2,226.99
30	24-ene-21	77,342.43	1,504.23	722.76	-	2,226.99
31	23-feb-21	75,824.42	1,518.01	708.97	-	2,226.99
32	25-mar-21	74,292.49	1,531.93	695.06	-	2,226.99
33	24-abr-21	72,746.51	1,545.97	681.01	-	2,226.99
34	24-may-21	71,186.37	1,560.14	666.84	-	2,226.99
35	23-jun-21	69,611.92	1,574.45	652.54	-	2,226.99
36	23-jul-21	68,023.05	1,588.88	638.11	-	2,226.99
37	22-ago-21	66,419.60	1,603.44	623.54	-	2,226.99
38	21-sep-21	64,801.46	1,618.14	608.85	-	2,226.99
39	21-oct-21	63,168.49	1,632.97	594.01	-	2,226.99
40	20-nov-21	61,520.55	1,647.94	579.04	-	2,226.99
41	20-dic-21	59,857.50	1,663.05	563.94	-	2,226.99
42	19-ene-22	58,179.20	1,678.29	548.69	-	2,226.99
43	18-feb-22	56,485.52	1,693.68	533.31	-	2,226.99

44	20-mar-22	54,776.32	1,709.20	517.78	-	2,226.99
45	19-abr-22	53,051.45	1,724.87	502.12	-	2,226.99
46	19-may-22	51,310.77	1,740.68	486.30	-	2,226.99
47	18-jun-22	49,554.13	1,756.64	470.35	-	2,226.99
48	18-jul-22	47,781.39	1,772.74	454.25	-	2,226.99
49	17-ago-22	45,992.40	1,788.99	438.00	-	2,226.99
50	16-sep-22	44,187.01	1,805.39	421.60	-	2,226.99
51	16-oct-22	42,365.07	1,821.94	405.05	-	2,226.99
52	15-nov-22	40,526.43	1,838.64	388.35	-	2,226.99
53	15-dic-22	38,670.93	1,855.49	371.49	-	2,226.99
54	14-ene-23	36,798.43	1,872.50	354.48	-	2,226.99
55	13-feb-23	34,908.76	1,889.67	337.32	-	2,226.99
56	15-mar-23	33,001.77	1,906.99	320.00	-	2,226.99
57	14-abr-23	31,077.30	1,924.47	302.52	-	2,226.99
58	14-may-23	29,135.19	1,942.11	284.88	-	2,226.99
59	13-jun-23	27,175.27	1,959.91	267.07	-	2,226.99
60	13-jul-23	25,197.39	1,977.88	249.11	-	2,226.99
61	12-ago-23	23,201.38	1,996.01	230.98	-	2,226.99
62	11-sep-23	21,187.07	2,014.31	212.68	-	2,226.99
63	11-oct-23	19,154.30	2,032.77	194.21	-	2,226.99
64	10-nov-23	17,102.89	2,051.41	175.58	-	2,226.99
65	10-dic-23	15,032.68	2,070.21	156.78	-	2,226.99
66	09-ene-24	12,943.50	2,089.19	137.80	-	2,226.99
67	08-feb-24	10,835.16	2,108.34	118.65	-	2,226.99
68	09-mar-24	8,707.49	2,127.66	99.32	-	2,226.99
69	08-abr-24	6,560.32	2,147.17	79.82	-	2,226.99
70	08-may-24	4,393.47	2,166.85	60.14	-	2,226.99
71	07-jun-24	2,206.76	2,186.71	40.27	-	2,226.99
72	07-jul-24	0.00	2,206.76	20.23	-	2,226.99

44	20-mar-22	54,776.32	1,709.20	517.78	-	2,226.99
45	19-abr-22	53,051.45	1,724.87	502.12	-	2,226.99
46	19-may-22	51,310.77	1,740.68	486.30	-	2,226.99
47	18-jun-22	49,554.13	1,756.64	470.35	-	2,226.99
48	18-jul-22	47,781.39	1,772.74	454.25	-	2,226.99
49	17-ago-22	45,992.40	1,788.99	438.00	-	2,226.99
50	16-sep-22	44,187.01	1,805.39	421.60	-	2,226.99
51	16-oct-22	42,365.07	1,821.94	405.05	-	2,226.99
52	15-nov-22	40,526.43	1,838.64	388.35	-	2,226.99
53	15-dic-22	38,670.93	1,855.49	371.49	-	2,226.99
54	14-ene-23	36,798.43	1,872.50	354.48	-	2,226.99
55	13-feb-23	34,908.76	1,889.67	337.32	-	2,226.99
56	15-mar-23	33,001.77	1,906.99	320.00	-	2,226.99
57	14-abr-23	31,077.30	1,924.47	302.52	-	2,226.99
58	14-may-23	29,135.19	1,942.11	284.88	-	2,226.99
59	13-jun-23	27,175.27	1,959.91	267.07	-	2,226.99
60	13-jul-23	25,197.39	1,977.88	249.11	-	2,226.99
61	12-ago-23	23,201.38	1,996.01	230.98	-	2,226.99
62	11-sep-23	21,187.07	2,014.31	212.68	-	2,226.99
63	11-oct-23	19,154.30	2,032.77	194.21	-	2,226.99
64	10-nov-23	17,102.89	2,051.41	175.58	-	2,226.99
65	10-dic-23	15,032.68	2,070.21	156.78	-	2,226.99
66	09-ene-24	12,943.50	2,089.19	137.80	-	2,226.99
67	08-feb-24	10,835.16	2,108.34	118.65	-	2,226.99
68	09-mar-24	8,707.49	2,127.66	99.32	-	2,226.99
69	08-abr-24	6,560.32	2,147.17	79.82	-	2,226.99
70	08-may-24	4,393.47	2,166.85	60.14	-	2,226.99
71	07-jun-24	2,206.76	2,186.71	40.27	-	2,226.99
72	07-jul-24	0.00	2,206.76	20.23	-	2,226.99

Anexo N° 8
Solicitud de Informe de Uso de Suelo



GOBIERNO AUTÓNOMO
 DESCENTRALIZADO
 MUNICIPAL DE OTAVALO

SOLICITUD DE INFORME DE USO DE SUELO (T10)

DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y PROYECTOS

Otavalo, _____ de _____ de 201

Arquitecto
 Pedro Manuel Ramirez
 DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN (S)
 Presente. -

Por medio del presente, solicito muy comedidamente la emisión del Informe de Uso de Suelo para la actividad correspondiente, de acuerdo a los siguientes datos:

TIPO DE ACTIVIDAD:

Nombre de la actividad
 (opcional): _____

Nombre del propietario
 de la actividad: _____

Cédula o RUC: _____

Dirección de la actividad: _____

Sector: _____

Clave Catastral (local): _____

SÓLO PARA LOCALES CLAUSURADOS

LOCAL CLAUSURADO: Sí () NO () *

*Posee una puerta secundaria para el ingreso al local Sí () NO ()

*Para casos de locales clausurados y que no cuenten con un segundo acceso para el local, los horarios de inspección se coordinarán con la Dirección de Planificación y la Policía Municipal.

Confirmando que tengo conocimiento de los requerimientos básicos que deben cumplirse de acuerdo a la actividad solicitada.

Atentamente,

Firma: _____

Nombre: _____

Dirección: García Moreno # 505 / Telf: 06 2 920 - 460 / 06 2 924 - 366
 Fax: 06 2 920 - 404 / www.otavalo.gob.ec
 OTAVALO - ECUADOR

Nueva
OTAVALO
 ADMINISTRACIÓN
 2014 - 2019

Anexo N° 9
Encuesta realizada en la ciudad de Otavalo



Fuente: Trabajo de Campo



Fuente: Trabajo de campo

GLOSARIO DE TÉRMINOS

A continuación se detallan los términos encontrados en el contexto del proyecto, los mismos que están siendo conceptualizados de acuerdo a las teorías de los diferentes autores.

Estancia

El tiempo de permanencia en un hotel y los recursos que destina para satisfacer una necesidad. (GALLEGO & PEYROLÓN MELENDO , 2004).

Empresa

Según LOBATO (2009), “la empresa es la organización de los recursos necesarios que, a partir de la combinación de los diferentes medios de producción, pone a disposición del público bienes y servicios susceptibles de cubrir sus necesidades, con el ánimo de alcanzar una serie de objetivos previamente definidos, entre los cuales destaca el ánimo de obtener beneficios económicos.” (pág. 43)

La empresa es un conjunto de personas, quienes contribuyen con recursos materiales y económicos, esfuerzos físicos y mentales, para el alcance de los objetivos planteados, mediante la prestación adecuada de bienes y servicios, enfocados hacia la satisfacción de necesidades.

Turismo

RAMOS MENDOZA & GONZÁLES GUERRERO (2014) definen, “en su sentido más simple, sólo es una serie de actividades recreativas; pero también desplazamientos no relacionados con el recreo, convenciones, ferias, congresos, negocios, etc. Es lo que resulta de ejercer las actividades recreativas que hacen las personas durante sus viajes y estancias a otros lugares distintos de donde viven por un periodo mayor de 24 horas y menor de un año y en forma estricta no deben estar vinculados con motivos de remuneración.”(pág. 40)

El turismo es realizar actividades de distracción en lugares diferentes al habitual, por un tiempo determinado, no mayor a un año, el cual no debe estar enfocado en actividades de negocio sino en conocer, experimentar y disfrutar del lugar, es decir alejarse por un momento de lo cotidiano.

Tipos de Turismo

- ***Turismo de Naturaleza***

Según PALAFOX MUÑOZ (2005), “el turismo sustentable, ecoturismo o turismo de la naturaleza es: viaje a hábitats naturales con el fin determinado de crear un entendimiento de la historia cultural y natural perteneciente a ese ambiente, con énfasis en el cuidado de no alterar la integridad del ecosistema, al mismo tiempo que produce beneficios económicos para la gente y gobiernos nativos que fomentan la preservación de los recursos inherentes de los ambientes en el lugar y en otros lugares.” (pág. 141)

El turismo de naturaleza es fortalecer la relación del ser humano con el medio ambiente, mediante el cuidado y conservación de los recursos naturales, propios del país, ya que constituyen una importante fuente de desarrollo económico y social.

- ***Turismo Comunitario***

Es una actividad turística, donde el principal protagonista es la comunidad, la misma que busca relacionar al turista con el medio ambiente, a la vez comparten conocimientos sobre las tradiciones, cultura, leyendas y gastronomía. El objetivo principal es que los turistas vivan experiencias únicas y diferentes.

- ***Turismo rural***

PICAZO (2014) menciona, “las estancias que se realizan en alojamientos tradicionales distintos en cada comunidad autónoma, buscando la tranquilidad que da la lejanía de los núcleos urbanos densamente poblados y el reencuentro con la naturaleza. Pueden ofrecer actividades complementarias, excursiones, hípica, contacto con los animales, talleres de elaboración de queso, vino, etc.”(pág. 29)

Situarse en un lugar apto para hospedaje, donde predomine la naturaleza, las tradiciones y costumbres del sector, un espacio diseñado para despejar la mente y apoderarse de energías positivas que transmite el medio ambiente.

- ***Ecoturismo***

JIMÉNEZ BULLA (2009) afirma, “el ecoturismo como aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la

conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales.” (pág. 4)

WO CHING & RHODES ESPINOZA,(2009) definen, “podemos definir el ecoturismo como una actividad turística que involucra el viaje responsable a áreas silvestres, promueve una mayor comprensión de la cultura y el ambiente del sitio visitado, y genera oportunidades económicas que hacen que la conservación de los recursos naturales signifique un gran beneficio para las comunidades locales.” (pág. 10)

Los dos autores se asemejan en la conceptualización del término, refiriéndose a viajar a un lugar rodeado de recursos naturales, protegidos mediante una práctica de concientización, que cuenta con la participación de todas las personas, para asegurar la conservación de los mismos, ya que representan un medio de desarrollo para el sector.

Turista

RAMOS MENDOZA & GONZÁLES GUERRERO (2014) señalan: “todos los visitantes que pernoctan por lo menos una noche en un lugar que no es su residencia y cuyos motivos de viaje pueden ser por una de las siguientes razones: viaje de placer, distracción, vacaciones, estudios, religión, deporte (competiciones), negocios, reuniones, familia, conferencias, congresos, salud, religión o misión.”(pág. 36)

Respecto a lo conceptualizado, se trata de aquellas personas que se dirigen a un lugar diferente al habitual con el fin de desarrollar actividades de relajación, trabajo o visitas a familiares.

Destino Turístico

ENJARQUE (2016) afirma, “un destino turístico es un área en la que los turistas pueden pernoctar y en donde existen servicios y facilidades a su disposición, aunque dicho territorio no posea ni una estructura ni una imagen turística que haya sido construida con el marketing.” (pág. 25)

Según lo afirmado anteriormente, es un espacio a donde los turistas pueden llegar y en el cual tienen la facilidad de acceder a ciertos servicios, lugar que ha sido reconocido sin la intervención de marketing.

Atractivos Turísticos

GURRÍA (2002) sostiene, “todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención.” (pág. 48)

Es decir son aquellos espacios que cuentan con características especiales, que hacen que el turista decida visitarlo.

Producto Turístico

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR(2016) afirma, “el producto turístico esta formado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones, con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que se denomina turista. Podría decirse que el producto turístico es la respuesta a unas necesidades a través de experiencias.” (pág. 55)

De acuerdo a lo afirmado por los autores, se trata de la oferta de bienes y servicios dirigidos hacia los demandantes, que en este caso se trata de turistas, quienes eligen la mejor alternativa, por la cual estarían dispuestos a pagar sin ningun tipo de inconveniente, siempre y cuando el producto cubra sus necesidades.

Ecología

WO CHING & RHODES ESPINOZA (2007) menciona, “en realidad, la palabra ecología proviene del griego oikos, casa, logos, tratado. Los organismos no viven solos; siempre están rodeados de otros seres vivos con quienes comparten el medioambiente. La ecología es la rama de la ciencia que estudia las interrelaciones entre los seres vivos y su medioambiente. Por tal razón, al decir “proteger la ecología” se estaría realmente diciendo “proteger el estudio de las interrelaciones entre los seres vivos y su ambiente”. Lo correcto es decir “proteger el medioambiente”. (pág. 36)

Se trata de estar en contacto con el medio ambiente, contribuir en el cuidado del mismo y cambiar la perspectiva de muchas personas.

Lagos y Lagunas

WO CHING & RHODES ESPINOZA (2007) señalan, “cuerpos de agua quieta formados por el derretimiento de bloques de hielo o por el bloque u obstrucción de un río, Las plantas y algas realizan su fotosíntesis en la capa superior del lago. En las capas más profundas, donde hay poca luz, viven organismos que se alimentan de materia orgánica en descomposición. Los lagos sufren eutroficación (enverdecimiento) cuando tiene exceso de nutrientes. Esto ocurre a veces por el lavado de fertilizantes de tierras de cultivo cercano o por el depósito de desechos; el color verdoso que adquieren ocurre por la proliferación de algas. Este no es un problema meramente estético, sino que causa la reducción en la cantidad de oxígeno disponible y pueden morir muchos peces. Al igual que los ríos, los lagos y las lagunas proveen agua fresca para muchos animales.” (pág. 49)

Los lagos se forman de las cuencas hidrográficas, que vienen desde las altas montañas, representa un líquido vital para los animales y plantas, que se esta viendo afectado por la contaminación.

Mercado

LAVADOS MONTES, MASSAD ABUD, & BERRÍOS ARROYO (2016) afirma, “Por mercado se entiende, generalmente, un lugar físico donde las personas que demandan en función de sus necesidades y de acuerdo con su capacidad de compra (los demandantes) y quienes ofrecen bienes y servicios con el objetivo de lograr sus objetivos (los oferentes) intercambian un producto por otro (mercado de trueque) o dinero por bienes.” (pág. 115)

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) indica, “el concepto de transacción lleva al concepto de mercado. Podemos definirlo desde dos perspectivas:”

1. Lugar en que se encuentran la oferta y la demanda o los clientes y las empresas.
2. Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto que pueden operar con un vendedor. (pág. 7)

De lo anterior expuesto se puede afirmar, que se trata de un lugar donde intervienen personas que ofrecen bienes y servicios y demandantes quienes lo adquieren de acuerdo a su capacidad económica.

Oferta Turística

ROMERO TERNERO(2014) expresa “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo.” (pág. 24)

MOCHÓN MORCILLO & CARREÓN RODRÍGUEZ (2014) señalan, “el lado de la oferta está representado por los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Al igual que hicimos con la demanda, cuando distinguimos entre demandar y comprar, ahora debemos precisar la diferencia entre ofrecer y vender. Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta muestra las intenciones de venta de los productores. Conviene distinguir entre oferta y *cantidad ofrecida*. La cantidad ofrecida de un bien es lo que los vendedores quieren y pueden vender.” (pág. 62)

En tal sentido, se puede decir que la oferta es la capacidad que una empresa tiene para producir bienes y servicios con la finalidad de que estos sean adquiridos por los demandantes y de esta manera obtener rentabilidad.

Demanda Turística

ROMERO TERNERO (2014) señala “la demanda turística es aquella que abarca el conjunto de consumidores que viajan y se desplazan para consumir productos y servicios turísticos a los que les mueven diferentes intereses, deseos y necesidades.” (pág. 19)

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) define, “la demanda es el deseo de adquirir un producto específico en función de la capacidad de compra determinada, es decir, cuando los deseos están respaldados por un poder adquisitivo suficiente, se convierte en demanda.” (pág. 6)

Asi mismo, MOCHÓN MORCILLO & CARREÓN RODRÍGUEZ (2014) señalan, “*Demandar* significa estar dispuesto a comprar; mientras que *comprar* es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. Un individuo demanda algo cuando lo desea y además posee los recursos necesarios para tener acceso a él. La cantidad demandada es la cantidad de un bien o servicio que los compradores quieren y pueden comprar.” (pág. 55)

En relación a lo expuesto, se puede decir que la demanda es contar con la capacidad para adquirir un bien o servicio, con el fin de satisfacer una necesidad.

Precio

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) mencionan, “desde el punto de vista de marketing se puede definir el precio como la: <<cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar, por la adquisición o utilización de un producto o servicio>>. Es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado. El precio no es solo lo que se paga por el producto o servicio, sino que debe ser un concepto más amplio que engloba, además, el sacrificio del consumidor, sacrificio entendido no solo por su aspecto cuantitativo (dinero), sino también por los esfuerzos no monetarios asociados a la compra y al consumo (el tiempo utilizado para obtener el producto o servicio, el esfuerzo requerido y las molestias que ocasiona el conseguirlo).” (pág. 74)

De acuerdo a lo expuesto, el precio es la capacidad económica que tienen los consumidores y que están dispuestos a pagar a cambio de un bien o servicio, siempre y cuando satisfaga sus necesidades.

Publicidad

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) afirman, “la publicidad es un instrumento de comunicación de masas, de carácter impersonal, unilateral, remunerado y controlado, por el cual una empresa se dirige a un público objetivo, que tiene como finalidad la difusión de informaciones, el desarrollo (producir o cambiar) de actitudes y comportamientos y la inducción a la compra de un determinado producto o servicio. Desde el punto de vista del marketing la publicidad da a conocer o recuerda el producto, servicio o marca con el fin de no solo de informar, sino de influir en su compra o aceptación.” (pág. 104)

Por tanto, la publicidad es una estrategia utilizada por las empresas o negocios para dar a conocer un producto o bien, el mismo que se espera sea aceptado y adquirido.

Promoción de Ventas

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) señalan, “la promoción de ventas se define como aquel instrumento del mix de comunicación comercial que ofrece incentivos

económicos o materiales, con el fin de estimular la demanda a corto plazo de un producto o servicio, mediante acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. Puede ir dirigida a distintos públicos: consumidores, intermediarios, fuerza de ventas (vendedores) o prescriptores.” (pág. 112)

De acuerdo a lo expuesto, es tratar de apresurar la venta de un bien o servicio, incorporando mecanismos que llamen la atención del consumidor.

Canal de Distribución

De acuerdo a los autores OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) “para llegar del productor del servicio al consumidor final, el bien o servicio elaborado debe pasar a través de algún medio. Este medio es el canal de distribución. El término <<canal>> sugiere un camino o ruta por el que circula el flujo de productos o servicios desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final. En definitiva, el canal es el camino que pone en contacto al productor del servicio con el consumidor final. Suele estar integrado por intermediarios que actúan en los mercados emisores.” (pág. 92)

De lo anterior se puede afirmar que es la vía por la cual se dirige el productor de un bien o servicio hasta llegar al consumidor.

Marketing

Según, OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) “el marketing es una de las herramientas de mayor utilidad en la gestión de las empresas. Permite desarrollar acciones para lograr mayor competitividad y favorece la orientación al cliente, satisfaciendo sus necesidades de una manera prolongada con la finalidad de fidelizarlo y lograr así una rentabilidad para la empresa.” (pág. 4)

Con relación a lo expuesto, es una estrategia utilizada por las empresas para retener a los clientes a través de una adecuada práctica comercial y mediante la satisfacción de sus necesidades.

Calidad

OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) expresan, “calidad es el grado de aceptación o satisfacción que proporciona un producto o servicio a las necesidades y expectativas del cliente. El concepto de calidad tiene como objetivo la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios y productos que se ofrecen al mismo. El concepto de

calidad total en empresas de servicios turísticos, responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento de la empresa.” (pág. 200)

Por tanto y de acuerdo al autor, se trata de darle a un bien o servicio características especiales que le den valor al producto para que sea aceptado por los clientes, es un esfuerzo constante para mantener la estabilidad de la empresa.

Posicionamiento

MACHÍN (2001) se refiere a que “el posicionamiento es la percepción que tienen los clientes reales y potenciales de un producto o servicio a través de la imagen que proyecta y de las necesidades que satisface.”

“El objetivo del posicionamiento es conseguir crear la posición deseada del producto en relación con los competidores en la mente del público.”(pág. 92)

Elementos del posicionamiento

Los tres elementos del posicionamiento son:

- **Imagen:** personaliza y ofrece garantías al consumidor.
- **Beneficio:** es la promesa que se hace al consumidor.
- **Diferenciación:** elementos que facilitan la elección.

Por otra parte, OJEDA GARCÍA & MÁRMOL SINCLAIR (2016) lo definen “el posicionamiento se puede definir como la imagen percibida por los consumidores de un producto en relación con los productos que compiten directamente con él y con los que pueda ofertar la misma empresa. El primer aspecto de importancia es que, efectivamente, el posicionamiento es una batalla de percepciones entre el producto o servicio de la empresa y el de los competidores.” (pág. 40)

Por los conceptos expuestos, se puede definir posicionamiento como, la imagen que queda pernoctada en la mente de los consumidores, de acuerdo a la calidad del bien o servicio, que representa un enfrentamiento constante con la competencia, para lograr estancar el producto en el mercado.

Presupuesto

Según, SOCÍAS SALVÁ (2017) expresa que “en las empresas es habitual y aconsejable elaborar un presupuesto en el que queden reflejados los objetivos a cumplir y los medios a utilizar, valorados económicamente. En estos casos, más que un presupuesto global de la empresa, se elaboran diferentes presupuestos teniendo en cuenta los aspectos organizativos de la entidad. Por ejemplo, se habla de presupuesto de inversiones, presupuesto de ventas, etc. Evidentemente, esta información es de carácter interno, por lo que la empresa no tiene la obligación de publicar ni comunicar a terceras personas.” (pág. 377)

Asi mismo, CÓDOBA PADILLA (2012) señala que, “los presupuestos son documentos administrativos dentro de la función de planificación, que se computan por anticipado para proyectar en términos monetarios los ingresos, gastos e inversiones relacionados con el cumplimiento de determinadas funciones de la empresa, dirigidas todas hacia el logro de objetivos, prefijados y que se cumplirán mediante la integración de un conjunto de esfuerzos en los cuales intervendrán recursos humanos, materiales y financieros. Generalmente se preparan por períodos, que van de 1 a 5 años.” (pág. 121)

De acuerdo a lo antes expuesto, el presupuesto es realizar una lista de recursos económicos, financieros, humanos y materiales, a utilizarse para llevar a cabo un proyecto o actividad en un tiempo determinado, dichos recursos son estimaciones proyectadas que se realizan para que consten dentro de la planificación.

Inversión

CÓDOBA PADILLA (2012) señala “es toda materialización de medios financieros en bienes, para ser utilizados en el proceso productivo de una empresa y que los desembolsos de recursos financieros son destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios períodos económicos.” (pág. 248)

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se trata de destinar los recursos económicos necesarios para adquirir un bien, que será utilizado dentro de la empresa, para complementar el desarrollo de las actividades.

Financiación

SOCÍAS SALVÁ (2017) señala “el término financiación se refiere a obtención de recursos, recursos que son materializados, esto es, invertidos en la estructura económica de la

empresa. Conocido, por tanto, el binomio Financiación-Inversión que se refleja en el balance de situación, respectivamente en el pasivo más el patrimonio neto y en el activo, es objeto de este apartado el estudio de los orígenes o fuentes de recursos para la empresa.” (pág. 233)

Por tanto, financiación o financiamiento se cataloga como, el hecho de otorgar dinero a una empresa, organización o persona , con el fin de que sea invertido en el funcionamiento o puesta en marcha de una empresa o negocio.

Capital de Trabajo

Según FLÓREZ URIBE (2010) manifiesta que “corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes.” (pág. 80)

Por otro lado, CÓDOBA PADILLA (2012) señala “el capital de trabajo es la capacidad líquida que necesita una organización para afrontar los gastos operativos que aseguren su funcionamiento y representa el flujo financiero a corto plazo, participando en el estudio de la estructura financiera.” (pág. 188)

Por consiguiente, se refiere a los recursos que se encuentran disponibles para un tiempo determinado y que son utilizados para cubrir los gastos que se generan en el negocio.

Contabilidad

VALDIVIESO (2005) conceptualiza, “contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.” (pág. 1)

Por otra parte, CANTÚ (1992) define “la contabilidad es un medio para brindar información en relación a las actividades financieras realizadas por una persona o por una organización pública o privada. Antes de que se desarrollara la contabilidad, los negociantes del mundo antiguo advirtieron la necesidad de registro de sus transacciones de negocios, deudas e impuestos, y para ello utilizaron un sistema de registro muy rudimentario. Con el tiempo, estas técnicas de registro mejoraron y se desarrollaron métodos sencillos de teneduría de libros, los cuales evolucionaron gradualmente hasta llegar a los métodos modernos, más complejos, que se usan en la actualidad; y la contabilidad fue conocida como “el idioma de los negocios”. (pág. 5)

De acuerdo a lo citado por los autores, se puede definir que, la contabilidad es una herramienta que permite y facilita el registro de los movimientos económicos, originados en el transcurso de un periodo de tiempo.

Estados Financieros

Según el autor VALDIVIESO (2005) menciona que “los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía.” (pág. 201)

De la misma forma el autor WARREN , REEVE, & DUCHAC (2010) señala “después que las transacciones de registran y se resumen, se preparan reportes para los usuarios, Los reportes contables que proporcionan esta información se llaman estados financieros. Los principales estados financieros de una empresa de propiedad individual son el estado de resultados, el estado de variaciones en el capital contable, el balance general y el estado de flujo de efectivo.” (pág. 15)

De acuerdo a lo señalado por los autores, los estados financieros se originan de las transacciones económicas de la empresa, se desarrolla al cierre de un ciclo contable, permite obtener una información resumida que facilita su interpretación y es un apoyo para la toma de decisiones.

Estado de Resultados

Según, SOCÍAS SALVÁ (2017) señalan “la cuenta de pérdidas y ganancias nos informa de cómo se ha obtenido la renta, ofreciendo información de la aplicación de los recursos en el proceso productivo (gastos) durante un ejercicio, y del origen de los recursos del mismo (ingresos), así como de las pérdidas sufridas y de los beneficios obtenidos. Como sabemos, en las entidades no lucrativas el resultado se encuentra en un segundo término, pero sí es relevante conocer los gastos e ingresos que se ha producido en un ejercicio, sobre todo para la comparación con los previstos, así como la justificación de las desviaciones.” (pág. 371)

El autor VALDIVIESO (2005) manifiesta “denominado también Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos; Estado de Operaciones, etc. Se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa. (pág. 201)

Así como también el autor, VILLARREAL NAVARRO (2013) indica “el estado de pérdidas y ganancias reporta el desempeño de las operaciones y actividades de una empresa en términos de sus ingresos y egresos durante un periodo determinado. El estado de pérdidas y ganancias registra la utilidad o pérdida de la empresa en un periodo contable. Nótese que, a diferencia del balance general, el estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero periódico que suministra información de ingresos, egresos y utilidad en un periodo contable y no a una fecha de cierre contable. Es también conocido como P y G, estado de resultados de rentas y gastos.” (pág. 12) Para determinar la utilidad o pérdida es necesario conocer los siguientes elementos:

- Ingresos
- Costos de ventas o costos de producción
- Gastos de operación
- Otros ingresos y otros gastos

Con lo conceptualizado por los autores, se trata de un estado financiero que proporciona información acerca de los gastos e ingresos y la utilidad generada en un periodo de tiempo, el mismo que puede ser presentado en el momento que sea solicitado, para el respectivo análisis.

Balance General

SOCÍAS SALVÁ (2017) indica que “el balance de situación ofrece las aplicaciones (inversión) y los orígenes (financiación) de los recursos relacionados con la riqueza que tiene la entidad en un momento determinado. Esta información se elabora al finalizar el ejercicio, siendo habitual presentarlo siguiendo un determinado orden para facilitar su interpretación.” (pág. 370)

VILLARREAL NAVARRO (2013) conceptualiza “es el reporte contable que refleja la situación financiera y económica de una empresa en una fecha determinada. Metafóricamente se dice que el balance general es una fotografía o radiografía de la empresa, toda vez que muestra su situación financiera en determinada fecha. El balance general es una forma conveniente y sistemática de organizar tres elementos fundamentales de las finanzas de una empresa:” (pág. 4)

- Activos
- Pasivos

- Patrimonio

Por consiguiente, es un informe financiero contable que muestra de forma detallada los activos, pasivos y patrimonio correspondientes a una fecha determinada.

Estado de Flujo de Efectivo

Según SOCÍAS SALVÁ (2017) define “el estado de flujos de efectivo es un estado contable muy útil para tomar decisiones ya que presenta la corriente monetaria de la empresa. Recordemos que la cuenta de pérdidas y ganancias nos muestra cómo se ha conseguido el resultado a través de la corriente económica, es decir, gastos e ingresos. Para la determinación del resultado se aplican criterios que, si bien están claramente recogidos en el PGC, siempre tienen un determinado componente de subjetividad. El estado de flujos de efectivo presenta la corriente monetaria, es decir, cobros y pagos. En este estado se puede apreciar la capacidad que tiene la empresa para generar tesorería, elemento que es fácilmente entendible incluso por usuarios que no tienen conocimientos sobre contabilidad. Sin embargo para analizar la empresa no sólo tenemos que ver la generación de tesorería sino también cómo se obtienen los resultados.” (págs. 389-390)

Por otro lado el autor VALDIVIESO (2005) señala “este estado financiero se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.”

“El Estado de Flujo de Efectivo reemplaza al Estado de Cambios en la Posición Financiera utilizado anteriormente, por cuanto satisface en forma más adecuada y oportuna la necesidad de información de los usuarios; tiene la misma importancia y obligatoriedad del Estado de Situación Económica (Pérdidas y Ganancias), del Estado de Situación Financiera (Balance General) y del Estado de Ganancias Retenidas (Superávit).” (pág. 210).

Por cuanto, se puede decir que es un estado financiero muy útil y necesario, ya que permite conocer la variación económica de la empresa, es decir los cobros realizados y los pagos generados, la cual necesita de una adecuada interpretación para la correcta toma de decisiones.

Relación Beneficio/Costo

FLÓREZ URIBE (2010) expresa “este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución se

esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.” (págs. 130-131)

Por otra parte el autor VILLARREAL NAVARRO (2013) manifiesta “la relación beneficio/costo es uno de los indicadores de bondad económica más utilizados en el estudio de proyectos del sector público, así como también del sector privado. Matemáticamente, se expresa como una relación entre los beneficios o ingresos del proyecto y sus costos o egresos. Como este método incorpora el valor del dinero en el tiempo, todos los beneficios y costos deben convertirse a una unidad monetaria equivalente o común: VP, VF o valor anual equivalente (VA).” (pág. 103)

La relación beneficio/costo es igual a:

$$\frac{B}{C} = \frac{VP \text{ Ingresos}}{VP \text{ Egresos}}$$

De lo anterior expuesto, señala que se trata del análisis de los ingresos o beneficios generados con los egresos o costos a los cuales hay que incurrir para producir, es importante establecer una comparación para conocer la estabilidad de la empresa.

Valor Actual Neto o Valor Presente Neto

METE (2014) afirma “el Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.” (pág. 69)

VILLARREAL NAVARRO (2013) señala “tal como su nombre lo sugiere, el VPN es el cálculo en pesos de hoy ($t = 0$) que se obtiene al sumar todos los flujos positivos y negativos asociados a un proyecto/ inversión. Al tratarse de una suma en valor presente (pesos de hoy $t = 0$), se requiere, además de los flujos de caja del proyecto (inversión), una tasa de descuento o costo de oportunidad ($i\%$) para poder calcular el valor equivalente de los flujos a pesos del momento cero.” (pág. 80)

En ambas citas expuestas se evidencia que los autores coinciden en que el VAN es un indicador financiero, relacionado con los beneficios que la empresa espera obtener y el monto de inversión de la misma.

Tasa Interna de Retorno

VILLARREAL NAVARRO (2013) expresa “es probablemente el indicador de bondad económica más conocido; sin embargo, a pesar de su uso generalizado y de la valiosa información que provee, es sin duda el más difícil de interpretar y el más inadecuadamente utilizado. La TIR pretende responder a la pregunta ¿cuál es la rentabilidad efectiva periódica de un proyecto/inversión?.” (pág. 89)

De la misma forma el autor FLÓREZ URIBE (2010) concuerda “el TIR permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocio antes de iniciar cualquier inversión. Si este llena las expectativas del inversionista, hará una realidad el plan de negocio. Si por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no invertirán en el plan de negocio.” (pág. 130)

METE (2014) define “es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0.” (pág. 71)

De acuerdo a lo expuesto por los autores, la TIR es una tasa que permite tomar una decisión de si es factible o no realizar una inversión.

Alojamientos Hoteleros

- ***Hotel***

Según el REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS (2008) Art. 8.- “Es hotel todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y que reúna, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

- **Hostal**

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS (2008) señala en su Art. 17.- Hostal.- “Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.” (pág. 7)

- **Hostería**

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS (2008) en su Art. 23.- Hostería.- “Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación pública en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.” (pág. 8)

De acuerdo a lo mencionado en los artículos, son establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alojamiento, del mismo modo pueden ofrecer servicios complementarios como alimentación y recreación, son categorizados de acuerdo al cumplimiento de lo establecido en el reglamento.

Misión

MARTÍNEZ (2016) sintetiza “que la misión es la razón de ser de la organización. Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la organización.” (pág. 87)

Por tanto expresa, el motivo por el cual impulsó la creación de la empresa, es decir lo que le mueve a desarrollar determinada actividad.

Visión

MARTÍNEZ(2016) expresa “la visión abre un espacio para que cada persona y cada organización sueñen qué quieren ser, adonde quieren llegar.” (pág. 89)

Se trata de, ver hacia el futuro, caminar hacia donde quiere llegar, tomando en cuenta los aspectos necesarios que permitirán alcanzar los sueños.

Valores

MARTÍNEZ (2016) señala “los valores son las reglas de comportamiento de la organización. Es como los miembros se ven a sí mismos y como quieren ser vistos. Esto normalmente está expresado oficialmente en la filosofía organizacional e incluso es publicada en distintos lugares, como manual de la organización, páginas web, carteles declaratorios de valores.” (págs. 171-172)

Es decir se trata de las características especiales que destacan el comportamiento de una persona, dentro de una empresa u organización.

Organigrama

MARTÍNEZ(2016) define “es la representación gráfica de la estructura de una organización. Allí podemos ver los distintos niveles, los distintos tipos de relaciones de autoridad (línea, staff y funcional) y los criterios de departamentalización utilizados.” (pág. 155)

Por tanto, es realizar la distribución de los rangos empresariales en forma gráfica, con el fin de facilitar su interpretación.

Impacto

PORTO PÉREZ & GARDEY (2013) señalan “el golpe anímico causado por una noticia sorpresiva o desconcertante y el efecto producido por un acontecimiento en la opinión pública se conocen como impacto.

De acuerdo a lo expuesto, el impacto es lo que causa la ejecución de una determinada actividad, ya sea en forma positiva o negativa.