



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CASA
DE HUÉSPEDES PATRICIA MORALES, EN LA COMUNIDAD
TURUCU, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

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

AUTORA:

DAYANA VICTORIA BRAVO MORALES

DIRECTOR:

ING. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

Ibarra, Marzo 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto denominado “Estudio de Factibilidad para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales en la Comunidad Turucu, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura” está enfocado en el servicio de hospedaje turístico cuyo mercado se encuentra dirigido a visitantes extranjeros que deseen conocer las culturas y tradiciones indígenas, la gastronomía y los maravillosos paisajes turísticos que posee actualmente nuestro país, además de aprender a convivir como familia. El estudio tiene como finalidad conocer la factibilidad de ampliar la infraestructura de la Casa de Huéspedes, creando nuevas áreas que garanticen la satisfacción plena de los turistas ofreciendo nuevos servicios turísticos a la disposición de los gustos y preferencias de los extranjeros. De igual manera, potenciar el sector turístico como fuente primordial en la economía del país, en función a las políticas y objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, que busca aportar al cambio en las relaciones de poder con el fin de promover la participación social; como segundo eje programático a cerca de las libertades y capacidades para el Buen Vivir que pretende erradicar los problemas de pobreza y desigualdad; finalmente examina la transformación al cambio de la matriz productiva con el objetivo de mejorar el sistema económico para convertirlo en un sistema social y solidario.

La metodología utilizada en el análisis de los resultados estadísticos de las encuestas y el análisis financiero, sirvieron para comprobar la factibilidad del proyecto y determinar cuan idóneo es la propuesta de ampliación para fomentar el desarrollo de la actividad turística como un establecimiento que brinde hospedaje, alimentación y servicios complementarios, que le permita diferenciarse del resto de Casas de Huéspedes otorgando al mismo un valor agregado al servicio y de esta manera cubrir la demanda insatisfecha en calidad y variedad de servicios prestados en compañía de la naturaleza y la comunidad. En contexto, con lo anterior mencionado el proyecto atraerá a turistas extranjeros, lo que favorece al desarrollo económico de los anfitriones del alojamiento turístico y habitantes del sector que presten sus servicios para el mejoramiento y progreso del Albergue Patricia Morales, además de favorecer al desarrollo turístico de la comuna.

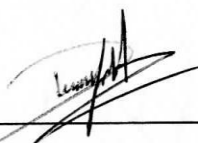
EXECUTIVE SUMMARY

This project called "Feasibility Study for the extension of the Guest House Patricia Morales in the Turucu Community, Canton Cotacachi, Province of Imbabura" is focused on the tourist accommodation service whose market is aimed at foreign visitors wishing to know the Cultures and traditions, gastronomy and the wonderful tourist landscapes that our country currently has, as well as learning to live together as a family. The study aims to know the feasibility of expanding the infrastructure of the Guest House, creating new areas that guarantee the full satisfaction of tourists by offering new tourist services to the disposition of the tastes and preferences of foreigners. Likewise, to promote the tourism sector as a primary source in the country's economy, according to the policies and objectives of the National Plan for Good Living, which seeks to contribute to the change in power relations in order to promote social participation; As the second programmatic axis to the freedoms and capacities for the Good Living that aims to eradicate the problems of poverty and inequality; Finally examines the transformation to the change of the productive matrix with the objective of improving the economic system to turn it into a social and solidarity system.

The methodology used in the analysis of the statistical results of the surveys and the financial analysis served to verify the feasibility of the project and to determine how suitable the proposal of expansion is to promote the development of the tourist activity as an establishment that provides accommodation, food And complementary services, allowing it to differentiate itself from the rest of Guest Houses, granting it an added value to the service and thus to meet the unsatisfied demand in quality and variety of services provided in the company of nature and the community. In context, with the aforementioned, the project will attract foreign tourists, which favors the economic development of the hosts of the tourist accommodation and inhabitants of the sector who render their services for the improvement and progress of the Guest House Patricia Morales, in addition to favor tourism development of the commune.

AUTORÍA

Yo, Bravo Morales Dayana Victoria, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100362651-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de total responsabilidad de la autora **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CASA DE HUÉSPEDES PATRICIA MORALES, EN LA COMUNIDAD TURUCU, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, que se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas tomadas en cuenta en este documento.



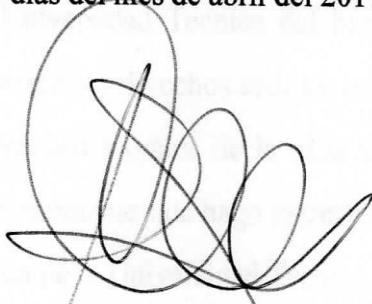
Bravo Morales Dayana Victoria

C.C. 100362651-0

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director de Trabajo de Grado, presentado por la Señorita Bravo Morales Dayana Victoria, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CASA DE HUÉSPEDES PATRICIA MORALES, EN LA COMUNIDAD TURUCU, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 4 días del mes de abril del 2017



Ing. Carlos Ernesto Merizalde Leiton
DIRECTOR DE TESIS DE GRADO
C.C. 100163565-3

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

Yo, **Bravo Morales Dayana Victoria**, con cédula de identidad **Nro. 100362651 - 0**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“Estudio de Factibilidad para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales en la Comunidad Turucu, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en el formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Bravo Morales Dayana Victoria

C.C. 100362651-0

Ibarra, a los 4 días del mes de abril del 2017

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional determina la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en el proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad:	1003626510
Apellidos y Nombres:	Bravo Morales Dayana Victoria
Dirección:	Secundino Peñafiel 6-56 y Carlos Proaño
Email:	daya2455@hotmail.com
Teléfono Fijo:	062585917
Teléfono Móvil:	0992026850
DATOS DE LA OBRA	
Título:	“Estudio de Factibilidad para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales en la Comunidad Turucu, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura”
Autora:	Bravo Morales Dayana Victoria
Fecha:	4 de abril del 2017
Programa:	Pregrado
Título por el que opta:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
Director:	Ing. Carlos Merizalde

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo Bravo Morales Dayana Victoria, con cédula de identidad Nro. 100362651-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad de material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIA

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 es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume 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 4 días del mes de abril del 2017

LA AUTORA



Bravo Morales Dayana Victoria

C.C. 100362651-0

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo enmarcado en el proyecto a Dios por permitirme seguir adelante y construir en mí una persona correcta, por darme fuerza para continuar en cada proceso de lucha como estudiante y llenar de bendiciones en mi vida personal.

A mis padres y hermanos por brindarme siempre su apoyo incondicional, entregando toda su confianza en mí, lo que ha llenado mi corazón de felicidad e inspiración para culminar mi carrera con éxito.

A mis familiares más cercanos por demostrarme su apoyo, cariño y preocupación durante mi trayectoria estudiantil, especialmente a mis tíos Hugo Vallejo y Amaide Bolaños quienes con amor supieron brindarme su mano cuando más lo necesité y creer en mí en cada instante de mi vida.

Dayana Bravo M.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fe y perseverancia para alcanzar mi más grande sueño y culminar con éxito el proyecto.

A mi familia que es lo más importante que tengo, porque a pesar de los difíciles momentos supieron estar conmigo para brindarme su amor, apoyo y confianza en cada paso de mi vida.

A Patricia Morales y Rumiñahui Anrango por darme toda su confianza para realizar el proyecto, por abrirme sus puertas y principalmente por brindarme el corazón de su hogar.

De igual manera agradezco a mi director de tesis Ing. Carlos Merizalde quien a lo largo de este periodo ha puesto a prueba mis aptitudes en el desarrollo del tema, el cual he finalizado con éxito.

A mis compañeros y amigos por formar parte de mi trayectoria estudiantil y por el constante apoyo brindado.

Dayana Bravo M.

INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial ha presentado un gran crecimiento y diversificación en los últimos años, convirtiéndose en uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez a nivel mundial, siendo para muchos países el motor que impulsa su economía.

Latinoamérica es una región con una gran variedad de destinos turísticos, que brindan al turista una extraordinaria oferta de recursos culturales, históricos, patrimoniales, naturales y paisajísticos, por lo que puede llegar a captar gran cantidad de turistas, generando más beneficios económicos y sociales para su población.

El presente proyecto de investigación denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CASA DE HUÉSPEDES PATRICIA MORALES EN LA COMUNIDAD TURUCU, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA” está estructurado en siete capítulos que se describen a continuación.

El primer capítulo consiste en el desarrollo del diagnóstico situacional del Albergue Patricia Morales, en donde se identifica la ubicación geográfica, el entorno turístico, las políticas de apoyo al turismo, las políticas económicas financieras, la situación socio cultural, e infraestructura. La información requerida se obtuvo tanto de fuentes primarias tales como: la observación directa, entrevista con el propietario del albergue, habitantes del sector que ofrecen sus servicios turísticos; así como de fuentes secundarias, entre las que se destacan datos provenientes del Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, GAD Municipal de Cotacachi, Ministerio de Turismo y la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-SENPLADES; además, se realiza el análisis de cada uno de los indicadores para diseñar la Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).

El segundo capítulo denominado marco teórico hace referencia a las bases teóricas científicas, las mismas que sustentan la información necesaria en el desarrollo del estudio de factibilidad. Los términos se encuentran detallados conforme al área que pertenecen, sabiendo que éstos son utilizados en el desarrollo del trabajo de grado. La información recopilada fue construida a través de una investigación bibliográfica-

documental relacionada con el turismo sustentable, en la cual se aportó con interpretaciones, criterios y adecuaciones teóricas de acuerdo al tema tratado.

En el tercer capítulo se desarrolló el estudio de mercado para analizar cada una de las variables de mercado y condiciones económicas, para ello se realizó una encuesta dirigida a los turistas que se han hospedado en el Albergue Patricia Morales, pues constituyen en primera instancia el mercado meta al que va dirigido el servicio; la observación directa e investigación bibliográfica también permitieron examinar la información obtenida para determinar la oferta y demanda del servicio a brindar y de esta manera, identificar las características del servicio que se pretende ofertar y mejorar los servicios que actualmente oferta la Casa de Huéspedes.

El cuarto capítulo contiene el estudio técnico el cual analiza y determina la ubicación más beneficiosa para el proyecto, a través de la macro y micro localización. Además, se identificó el tamaño, distribución de áreas, equipos e inversiones para la ampliación y operatividad del negocio. Este estudio se realizó con asesoría del Ing. Alex García, ingeniero civil, de libre profesión, quien con su amplio conocimiento otorgó información acerca del diseño estructural y arquitectónico de la edificación, además de la intervención de un maestro mayor como es el Sr. Patricio Montenegro, experto en el área de construcción quien apoyó con sus conocimientos indispensables para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales.

Siendo el quinto capítulo el estudio financiero, se realizó la evaluación financiera y económica, detallando los aspectos necesarios para el normal funcionamiento de la microempresa, como son: propiedad planta y equipo, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos y gastos y el análisis financiero para determinar si la ampliación del alojamiento turístico en cuestión es factible o no para su ejecución.

En el sexto capítulo se diseñó de la propuesta organizacional que consiste en establecer los aspectos de planificación estratégica como: misión, visión, principios y valores, organigrama estructural y funcional, aspectos de legalización y requisitos de constitución, para el adecuado funcionamiento del alojamiento turístico en el cantón Cotacachi.

En el capítulo siete, se analizó los posibles impactos que generará el proyecto en los ámbitos: económico, social, cultural y ambiental, de acuerdo con todos los estudios anteriormente elaborados, en donde se analizaron cada uno de los aspectos que integran cada tipo de impacto concebido.

Finalmente se plantea conclusiones y recomendaciones obtenidas en el desarrollo del proyecto, esperando que esta información sirva de referencia para futuras investigaciones

ANTECEDENTES

Ecuador es conocido como el “Mejor Destino Turístico” por poseer grandes y maravillosas fuentes de belleza natural a lo largo de su territorio, así como una magnífica biodiversidad de flora y fauna, grandes riquezas en cultura, folclore y tradiciones, por lo que se presenta al país como una alternativa de generación de valor a través de la explotación sustentable y racional del turismo interno. En la actualidad el turismo se encuentra posicionado como el tercer mayor ingreso económico seguido de las exportaciones no petroleras como el banano y camarón. El turismo en el 2015 reportó 1.173,80 millones de dólares, pero al 2016 disminuyó un 9,14%, siendo la causa principal el terremoto del 16 de abril del mismo año, por lo que se pretende volver a impulsar el turismo y recuperar la confianza que los turistas históricamente han tenido para visitar los atractivos turísticos que tiene el país. (MINTUR, 2016)

En el último año se reflejó una disminución en el flujo de turístico, pero a pesar de la crisis coyuntural actual que ha sufrido Ecuador, el turismo sigue siendo la tercera potencia económica no petrolera que genera un gran desarrollo económico en la región, que aun siendo un territorio pequeño es considerado como uno de los 12 países más mega diversos del mundo y con gran potencial para esta industria, convirtiéndose así en una oportunidad para emprender y mejorar la economía del país.

Imbabura es una provincia, ubicada en la sierra norte del Ecuador, que tiene diversos destinos turísticos, atractivos a la vista de los visitantes extranjeros. Los paisajes andinos, se encuentran conformados por lagos y lagunas, cerros, ríos, bosques andinos, y una gran variedad de flora y fauna. Los hermosos lagos y lagunas han hecho que se la conozca como la Provincia de los Lagos. También es conocida por sus volcanes y las comunidades indígenas que se asientan en ella, y que conservan las manifestaciones culturales, costumbres, ritos y tradiciones.

La ubicación de la provincia de Imbabura favorece el desarrollo del turismo porque está ubicada a una distancia relativamente corta (90km, 2horas) de la ciudad de Quito, principal centro de turismo receptor del país. La conectividad es otro elemento que favorece la afluencia de turistas de esta provincia, su principal vía de acceso es la “Panamericana”. Ésta vía de primer orden conecta tres puntos ejes en el norte del país:

Quito, Otavalo y Tulcán; actualmente está en buenas condiciones y tiene buena afluencia de transporte público.

Existe también una amplia red de caminos de segundo y tercer orden en las zonas rurales, que permiten llegar en vehículo a casi todos los atractivos sin mayor dificultad y durante todo el año. El corredor: Quito – Otavalo – Cotacachi – Cuicocha - San Antonio, es un recorrido casi obligatorio para los turistas que llegan a la provincia.

El cantón Cotacachi, considerada Capital Musical del Ecuador por el fervor que expresa su pueblo ante la música, por la cual se denomina etimológicamente como Castillo de Luz por la combinación de sus elementos naturales, culturales y especialmente artesanales, convirtiendo al cantón como el más próspero de la provincia. Cotacachi se encuentra ubicado en el sur occidente de la provincia de Imbabura, en las faldas del volcán del mismo nombre. La ciudad cuenta con zonas ecológicas de turismo como son la zona sub tropical de Intag y la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas muy visitada por turistas nacionales y extranjeros. Las principales actividades económicas de este cantón son el turismo y la producción agraria y manufacturera en cuero y tejidos.

Por consecuente el proyecto de ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales, se desarrolla en la comunidad Turucu, en donde se da el servicio de hospedaje a visitantes de diferentes partes del mundo, rescatando el desarrollo turístico de la comunidad como su cultura, costumbres, tradiciones y vivencias entre turistas y habitantes de la comuna.

La importancia que respecta al proyecto incluye el contacto respetuoso con el patrimonio natural e histórico, así como también la interrelación con la cultura y la comunidad rural. La práctica de esta actividad trae múltiples beneficios que permiten mejorar la situación actual del país, así como también generar grandes flujos de recursos económicos a las personas proveedoras del servicio e inolvidables experiencias a quienes lo practican.

En ese contexto, y fundamentalmente considerando las comunidades, se plantea el presente proyecto como una alternativa turística para los visitantes extranjeros que visitan la Comunidad de Turucu, con motivo de realizar turismo rural, permitiéndoles vivenciar las culturas y tradiciones indígenas y a la vez, descansar en un ambiente familiar.

JUSTIFICACIÓN

Ejecutar un estudio para determinar la factibilidad de ampliación Albergue Patricia Morales, ubicada en la Comunidad Turucu, provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, con el fin de ampliar la infraestructura creando nuevas instalaciones que serán indispensables para diversificar los servicios y mejorar los existentes. El proyecto se justifica por tener valor teórico, utilidad metodológica, fomentar el desarrollo económico de la familia, y potenciar el sector turístico como fuente primordial en la economía del país, en función a las políticas y objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir que busca, aportar al cambio en las relaciones de poder el cual parte del respeto a la autonomía de las organizaciones sociales y se reconoce el papel del Estado para promover la participación social; como segundo eje programático a cerca de las libertades y capacidades para el Buen Vivir se acentúa en erradicar los problemas de pobreza y desigualdad desde una mirada multidimensional y potencia la enorme riqueza que en el Ecuador representando la diversidad en sus variadas expresiones para alcanzar la igualdad en ella; y como tercer eje estructurarte del Plan Nacional para el Buen Vivir es la transformación al cambio de la matriz productiva cuyo enfoque es mejorar el sistema económico para que efectivamente se convierta en un sistema social y solidario en el que converjan la economía de mercado, la economía pública y la economía popular y solidaria. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2014)

La ejecución del proyecto contribuirá al desarrollo económico de la comunidad Turucu y el Cantón Cotacachi, por cuanto el turismo otorga mayores posibilidades de influir en el país y competir con los demás cantones dentro de la actividad económica turística debido a que, ante la crisis que afronta el país, es necesaria la búsqueda de nuevas formas para dinamizar la economía; de igual manera aporta la oportunidad de conocer a profundidad sobre el turismo rural, cultural y tradicional a turistas extranjeros, recatando así los saberes ancestrales.

Con la presente investigación, se pretende brindar apoyo oportuno al propietario del Albergue Patricia Morales con el aporte de ideas, acciones y estrategias para convertir el negocio en una Casa de Huéspedes que dé cabida a una mayor cantidad de turistas para que disfruten del turismo rural, y a su vez, los ingresos económicos de los anfitriones

aumenten en forma considerable. De igual manera se busca el fortalecimiento de las manifestaciones culturales indígenas y las relaciones interculturales del sector.

Tomando en cuenta todas estas consideraciones, el estudio para la ampliación de las Casa de Huéspedes, en la comunidad Turucu, perteneciente al Cantón Cotacachi, se pre visualiza como un acierto para aprovechar una oportunidad de negocio, con la diversificación de servicios y mejoramiento en sus instalaciones, por lo que es posible realizar su ampliación y de esta manera brindar un servicio turístico de calidad, por lo que se puede predecir que presentará una factibilidad positiva.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales situada en la Comunidad Turucu, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el diagnóstico situacional del sector, caracterizando el entorno interno y externo de la Comunidad Turucu para identificar los aliados, oponentes, oportunidades, oportunidades y riesgos para el desarrollo del proyecto.
- Elaborar un marco teórico que fundamente los contenidos de los diferentes temas que se utilizarán en el proyecto, a través de la indagación de fuentes bibliográficas y documentales, que permita entender y sustentar la investigación.
- Desarrollar el estudio de mercado para identificar las preferencias de los consumidores además de la oferta y demanda existente en base a los servicios que ofrece el proyecto.
- Estructurar el estudio técnico que determine el tamaño óptimo del proyecto en función a la capacidad económica del mercado, la infraestructura física y la organización requerida.
- Realizar el estudio financiero del proyecto para analizar los costos de producción, gastos administrativos, de venta, y financieros, depreciaciones y distribución de los recursos necesarios, para determinar el monto requerido de inversión y la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar la propuesta organizacional que permita delimitar los aspectos importantes del proyecto turístico: misión, visión, principios, valores, orgánico funcional y aspectos legales para legalizarse como una Casa de Huéspedes.
- Determinar los principales impactos que puede provocar el desarrollo del presente proyecto, tomando en cuenta los aspectos: económico, socio cultural, educativo y ambiental, para potencializar o mitigar las consecuencias de los mismos.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
ANTECEDENTES	XIV
JUSTIFICACIÓN.....	XVI
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XVIII
CAPITULO I.....	29
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	29
1.1. ANTECEDENTES	29
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	30
1.3. VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS.....	31
1.4. Matriz de relación diagnóstica.....	32
1.5. Desarrollo de variables e indicadores	37
1.6. Construcción de la matriz aoor.....	63
1.7. Determinación de la oportunidad de inversión.....	64
CAPÍTULO II.....	65
2. MARCO TEÓRICO.....	65
2.1. Introducción.....	65
2.2. Objetivo del marco teórico	65
2.3. Conceptualización de los términos turísticos	66
2.4. Estudio de mercado	72
2.5. Estudio técnico	76
2.6. Estudio económico	78
2.7. Estructura organizacional	81

2.8. Impactos	83
CAPITULO III	85
3. ESTUDIO DE MERCADO	85
3.1. Introducción.....	85
3.2. Objetivos del estudio de mercado.....	85
3.3. Variables e indicadores.....	86
3.4. Matriz de relación del estudio de mercado.....	88
3.5. Mercado turístico.....	91
3.6. Variables de macro segmentación	93
3.7. Variables de micro segmentación.....	96
3.8. Demanda.....	98
3.9. Oferta.....	114
3.10. Estimación de la demanda insatisfecha	117
3.11. Precio.....	118
3.12. Comercialización.....	119
3.13. Conclusiones del estudio	120
CAPÍTULO IV	122
4. ESTUDIO TÉCNICO	122
4.1. Introducción.....	122
4.2. Objetivos del estudio técnico.....	122
4.3. Localización del proyecto.....	123
4.4. Instalaciones	127
4.5. Diseño de la infraestructura actual	128
4.6. Dimensión de las instalaciones para ampliación de infraestructura.....	132
4.7. Tamaño del proyecto	135
4.8. Inversiones requeridas	136
CAPITULO V	142
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	142
5.2. Objetivos del estudio financiero	142
5.3. Ingresos.....	143
5.4. Egresos	145
5.5. Financiamiento	151
5.6. Depreciación y amortización.....	154
5.7. Estados financieros proyectados.....	155

5.8. Evaluación financiera	160
CAPITULO VI	167
6. Propuesta organizacional.....	167
6.1. Introducción.....	167
6.2. Objetivos organizacionales	167
6.3. Tipo de empresa.....	167
6.4. Filosofía empresarial	169
6.5. Estructura organizacional	172
6.6. Identificación de puestos y funciones.....	173
6.7. Descripción de procesos y procedimientos	190
6.8. Proyección al portafolio de servicios.....	204
6.9. Titularidad de propiedad de la empresa.....	206
6.10. Reglamento de alojamiento turístico	212
CAPITULO VII.....	214
7. Impactos	214
7.1. Introducción.....	214
7.2. Objetivos de impactos ambientales	214
7.3. Parámetros de evaluación	215
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	223
BIBLIOGRAFÍA	227

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Variables e indicadores diagnósticos	31
Tabla N° 2: Matriz de relación diagnóstica	32
Tabla N° 3: Matriz aoor.....	63
Tabla N° 4: Variables e indicadores del mercado	86
Tabla N° 5: Matriz del estudio de mercado	88
Tabla N° 6: Ingreso de turistas extranjeros a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	92
Tabla N° 7: Porcentaje de crecimiento anual de entrada de turistas extranjeros al Cantón Cotacachi.....	93
Tabla N° 8: Idiomas que hablan los turistas	99
Tabla N° 9: Frecuencia de viajes de los turistas a Ecuador	100
Tabla N° 10: Tipo de hospedaje de preferencia de los turistas	101
Tabla N° 11: Medio de comunicación utilizado por el turista para la elección del hospedaje.....	102
Tabla N° 12: Aspectos que considera el turista al momento de acceder al servicio de alojamiento.....	103
Tabla N° 13: Número de veces que el turista se ha hospedado en el albergue Patricia Morales.....	104
Tabla N° 14: Número de personas que regularmente acompañan al turista cuando viaja	105
Tabla N° 15: Personas que acompañan generalmente al turista cuando viaja.....	106
Tabla N° 16: Gasto promedio individual diario del turista en el destino turístico (usd).....	107
Tabla N° 17: Tiempo de permanencia del turista en el último viaje en el albergue Patricia Morales.....	108
Tabla N° 18: Principal motivo para la visita del turista extranjero	109
Tabla N° 19: Tipo de comida que quisieran degustar los turistas en el albergue.....	110
Tabla N° 20: Servicios que contrataría el turista.....	111
Tabla N° 21: Recomendaciones para mejorar el servicio	112
Tabla N° 22: País de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el albergue Patricia Morales.....	113
Tabla N° 23: proyección de la demanda de turistas extranjeros que visitaron el Cantón Cotacachi.....	114
Tabla N° 24: Proyección de la oferta de casa de huéspedes en el Cantón Cotacachi	114
Tabla N° 25: Competencia actual.....	115

Tabla N° 26: Proyección de la demanda insatisfecha	117
Tabla N° 27: Demanda del proyecto a captar.....	117
Tabla N° 28: Análisis de precios	118
Tabla N° 29: Proyección del precio del proyecto.....	119
Tabla N° 30: Parroquias del Cantón Cotacachi	124
Tabla N° 31: Sectorización de las comunidades por parroquias	124
Tabla N° 32: Dimensión actual de las instalaciones	128
Tabla N° 33: Servicios ofertados.....	131
Tabla N° 34: Dimensión de las instalaciones para ampliación	132
Tabla N° 35: Servicios a implementarse en las nuevas instalaciones	135
Tabla N° 36: Infraestructura civil (usd).....	137
Tabla N° 37: Muebles y enseres (usd).....	137
Tabla N° 38: Equipo de oficina (usd).....	138
Tabla N° 39: Equipo de computación (usd)	138
Tabla N° 40: Maquinaria y equipo (usd).....	139
Tabla N° 41: Vehículo (usd).....	139
Tabla N° 42: Gastos de constitución (usd).....	139
Tabla N° 43: Inversión diferida total (usd).....	140
Tabla N° 44: Capital de trabajo (usd).....	140
Tabla N° 45: Inversión total (usd)	140
Tabla N° 46: Financiamiento de la inversión (usd).....	141
Tabla N° 47: Requerimiento de talento humano (usd).....	141
Tabla N° 48: Flujo turístico (usd).....	143
Tabla N° 49: Ingreso por servicios (usd).....	144
Tabla N° 50: Otros ingresos operacionales	145
Tabla N° 51: Datos materia prima consolidada (usd).....	146
Tabla N° 52: Salario por contrato ocasional de mano de obra directa (usd).....	146
Tabla N° 53: Datos materia prima indirecta consolidada (usd).....	147
Tabla N° 54: Sueldo por concepto de mano de obra indirecta (usd).....	148
Tabla N° 55: Costos indirectos de fabricación	148
Tabla N° 56: Costos de producción consolidados (usd).....	148
Tabla N° 57: Remuneraciones administrativas (usd)	149
Tabla N° 58: Suministros de oficina (usd)	149
Tabla N° 59: Mantenimiento de computadores (usd).....	149

Tabla N° 60: Otros gastos administrativos	149
Tabla N° 61: Gastos administrativos consolidados anuales (usd).....	150
Tabla N° 62: Gastos publicidad (usd)	150
Tabla N° 63: Tabla de amortización (usd)	151
Tabla N° 64: Porcentajes de depreciación (usd).....	154
Tabla N° 65: Proyección depreciación (usd).....	154
Tabla N° 66: Proyección de la amortización (usd).....	154
Tabla N° 67: Resumen de egresos	155
Tabla N° 68: Balance general año 0 (usd).....	156
Tabla N° 69: Estado de resultados integral proyectado sin ampliación (usd).....	157
Tabla N° 70: Estado de resultados integral proyectados con ampliación (usd)	158
Tabla N° 71: Estado de flujo de efectivo proyectado (usd).....	159
Tabla N° 72: Costo de capital (k) usd	160
Tabla N° 73: Valor actual neto (usd).....	161
Tabla N° 74: Tasa interna de retorno (usd)	162
Tabla N° 75: Beneficio costo (usd)	163
Tabla N° 76: Punto de equilibrio.....	164
Tabla N° 77: Período de recuperación de la inversión (usd).....	165
Tabla N° 78: Resumen de la inversión	166
Tabla N° 79: Organigrama estructural del albergue Patricia Morales	173
Tabla N° 80: Requerimiento personal - Gerente	174
Tabla N° 81: Requerimiento personal - Asesor tributario.....	176
Tabla N° 82: Requerimiento personal - Recepcionista polivalente.....	178
Tabla N° 83: Requerimiento personal - Personal de limpieza	181
Tabla N° 84: Requerimiento personal - Ayudante de mantenimiento	183
Tabla N° 85: Requerimiento personal - Tallerista en idioma kichwua y música folclórica..	185
Tabla N° 86: Requerimiento personal - Tallerista danza y teatro folclórico; dibujo y pintura.....	187
Tabla N° 87: Requerimiento personal - Tallerista en arte textil y bordados	189
Tabla N° 88: Flujograma de procesos – Taller en arte textil y bordados	200
Tabla N° 89: Portafolio de servicios	204
Tabla N° 90: Persona natural no obligada a llevar contabilidad	206
Tabla N° 91: Pago de cuotas régimen impositivo simplificado ecuatoriano (rise)	208
Tabla N° 92: Permisos de funcionamiento	209

Tabla N° 93: Requerimientos de infraestructura para casa de huéspedes	212
Tabla N° 94: Matriz de valoración de impactos	216
Tabla N° 95: Matriz de valoración de impacto económico	216
Tabla N° 96: Matriz de valoración de impacto social	218
Tabla N° 97: Matriz de valoración de impacto cultural	219
Tabla N° 98: Matriz de valoración de impacto ambiental.....	220
Tabla N° 99: Resumen de la matriz de valoración de impacto	221

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Mapa de localización del cantón.....	37
Gráfico N° 2: Mapa de vías para llegar a turucu	38
Gráfico N° 3: Vía de acceso a la comunidad turucu	39
Gráfico N° 4: Iglesia la matriz de Cotacachi.....	40
Gráfico N° 5: Museo de las culturas.....	40
Gráfico N° 6: La casa de las culturas	41
Gráfico N° 7: Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas.....	41
Gráfico N° 8: Laguna cuicocha	42
Gráfico N° 9: Lagunas de piñan	42
Gráfico N° 10: Balneario de nangulvi - intag.....	43
Gráfico N° 11: Comunidad de turucu.....	43
Gráfico N° 12: Capilla de turucu.....	44
Gráfico N° 13: Plato de cuy asado con papas.....	44
Gráfico N° 14: Mote pelado	45
Gráfico N° 15: Elaboración de la chicha de jora - Cotacachi.....	45
Gráfico N° 16: Plato de carnes coloradas	46
Gráfico N° 17: Horno a leña.....	47
Gráfico N° 18: Caldo de gallina de campo.....	47
Gráfico N° 19: Talabartería	47
Gráfico N° 20: Albergue Patricia Morales	92
Gráfico N° 21: Principales mercados turísticos al ecuador	94
Gráfico N° 22: Perfil general del turista-colombia.....	94
Gráfico N° 23: Perfil general del turista-estados unidos	95
Gráfico N° 24: Perfil general del turista-perú	95
Gráfico N° 25: Perfil general del turista-canadá	96
Gráfico N° 26: Perfil general del turista-alemania	97
Gráfico N° 27: Perfil general del turista-francia	97
Gráfico N° 28: Idioma de que hablan los turistas.....	99
Gráfico N° 29: Frecuencia de viajes de los turistas a ecuador	100
Gráfico N° 30: Tipo de hospedaje preferido por los turistas.....	101
Gráfico N° 31: Medio de comunicación para informarse del lugar de hospedaje para el turista extranjero.....	102

Gráfico N° 32: Aspectos que considera el turista al momento de acceder al servicio de alojamiento	103
Gráfico N° 33: Número de veces que el turista extranjero se ha hospedado en el albergue Patricia Morales.....	104
Gráfico N° 34: Número de personas que regularmente acompañan al turista cuando viaja	105
Gráfico N° 35: Personas que acompañan generalmente al turista cuando viaja	106
Gráfico N° 36: Gasto promedio individual diario del turista (usd)	107
Gráfico N° 37: Permanencia de los turistas en su último viaje en el apm.....	108
Gráfico N° 38: Principal motivo para la visita de los turistas extranjeros	109
Gráfico N° 39: Tipo de comida que quisieran degustar los turistas en el albergue.....	110
Gráfico N° 40: Servicios que contrataría el turista.....	111
Gráfico N° 41: Recomendaciones para mejorar el servicio	112
Gráfico N° 42: País de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el albergue Patricia Morales.....	113
Gráfico N° 43: Mapa del territorio del cantón Cotacachi.....	123
Gráfico N° 44: Croquis albergue Patricia Morales.....	125
Gráfico N° 45: Vista panorámica de la comunidad turucu.....	126
Gráfico N° 46: Albergue Patricia Morales vista frontal.....	127
Gráfico N° 47: Plano actual del albergue Patricia Morales.....	128
Gráfico N° 48: Infraestructura instalada destinada a los turistas	129
Gráfico N° 49: Plano de ampliación visión 2d del albergue	133
Gráfico N° 50: Ampliación de baño privado.....	134
Gráfico N° 51: Logotipo y slogan de la casa de huéspedes	170
Gráfico N° 52: Flujograma de procesos - recepción y alojamiento	191
Gráfico N° 53: Flujograma de procesos – alimentación	192
Gráfico N° 54: Flujograma de procesos – servicio de lavandería	193
Gráfico N° 55: Flujograma de procesos – visita turística por Cotacachi	194
Gráfico N° 56: Flujograma de procesos – tours a caballo.....	195
Gráfico N° 57: Flujograma de procesos – taller de danza y teatro folclórico	196
Gráfico N° 58: Flujograma de procesos – taller de música folclórica	197
Gráfico N° 59: Flujograma de procesos – taller de pintura.....	198
Gráfico N° 60: Flujograma de procesos – taller de idioma kichwa	199
Gráfico N° 61: Flujograma de procesos – elaboración de retratos.....	201

Gráfico N° 62: Flujograma de procesos para grupos de turistas – presentación de danza y teatro humazapas	202
Gráfico N° 63: Flujograma de procesos – cobros por servicios prestados de hospedaje	203
Gráfico N° 64: Flujograma de procesos-servicios de limpieza	203

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1.ANTECEDENTES

En Imbabura la actividad turística se ha desarrollado en gran potencia por sus diversos destinos turísticos, que son atractivos para los visitantes extranjeros, los cuales se sienten encantados por la gran diversidad de paisajes y culturas, entre los principales atractivos turísticos se puede nombrar a el volcán Cotacachi, la laguna de Cuicocha y lagunas de Piñán, además del centro de la ciudad donde se puede observar la confección de artículos en cuero, sitios arqueológicos y por su puesto la riqueza cultural de las comunidades andinas.

El Cantón Cotacachi, cuenta con zonas ecológicas de turismo como son la zona sub tropical de Intag y la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas muy visitada por turistas nacionales y extranjeros, además. En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas, además de la buena infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación; estos factores han sido importantes para que el cantón se lo considere eminentemente turístico.

Turucu es una comunidad indígena pequeña que se encuentra ubicada a 1,5km del centro de Cotacachi. En el año 2013 el proyecto es apoyado y manejado por Rumiñahui Anrango (hijo de Alberto Anrango), ex presidente de la Organización “UNORCAC” y su esposa, Patricia Morales, quienes trabajan en la recepción de turistas extranjeros por medio de páginas web o recomendaciones de los visitantes extranjeros, con la finalidad de albergar y convivir con ellos en un ambiente familiar en el “Albergue Patricia Morales”.

Sin embargo, este negocio familiar no se encuentra legalmente registrado ante el Ministerio de Turismo y GAD Municipal de Cotacachi, debido a que no cumple con el requerimiento de infraestructura ya que de acuerdo Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo una casa de huéspedes “*cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado*”. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015), siendo este un requisito indispensable para su legalización, se plantea adecuar las habitaciones ya que en la actualidad cuenta con baño compartido, y de esta manera

mejora el servicio de hospedaje cumpliendo con las condiciones adecuadas para el alojamiento.

El presente diagnóstico se efectuó con el propósito caracterizar los aspectos geográficos, sociocultural, económico, turístico y de infraestructura que permita a la Casa de Huéspedes desarrollarse en el ámbito de alojamiento turístico, ya que según datos obtenidos de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas se registró un incremento turístico del 20,07% al año 2016, es por ello que se pretende determinar las características del entorno interno y externo del Albergue Patricia Morales mediante la investigación documental y de campo, aplicando encuestas a turistas extranjeros que han sido hospedados; de igual manera entrevistas a los propietarios de la Casa de Huéspedes y a posibles asociados, con el objetivo de mejorar la infraestructura y brindar diversificación de servicios, confortabilidad y calidad. Los resultados del diagnóstico identificarán la alternativa diagnóstica que presenta el proyecto, el cual está enfocado a la información desplegada de los objetivos del diagnóstico, variables e indicadores.

1.2.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

- Efectuar el diagnóstico situacional del sector, caracterizando el entorno interno y externo de la Comunidad Turucu para identificar los aliados, oponentes, oportunidades, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar el espacio geográfico donde se implementará el proyecto.
- Identificar los atractivos turísticos de la zona a investigar.
- Analizar la Normativa Legal relacionada al Ambiente y Turismo vigente.
- Analizar la situación económica del sector y determinar el presupuesto de ingresos, costos y gastos para establecer la rentabilidad del proyecto.
- Analizar el aspecto social de la Comunidad de Turucu y la situación cultural de la Casa de Huéspedes.
- Identificar la tecnología necesaria para desarrollar el proyecto.

1.3.VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS.

Las siguientes variables e indicadores fueron motivo de análisis:

Tabla N° 1: Variables e indicadores diagnósticos

VARIABLE	INDICADOR
Ubicación geográfica.	<ul style="list-style-type: none">• Límites• Ubicación• Extensión• Clima• Vías de acceso
Entorno turístico	<ul style="list-style-type: none">• Turismo• Atractivos turísticos• Gastronomía• Talabartería
Políticas de apoyo al turismo	<ul style="list-style-type: none">• Ley del Turismo• Ley de Medio Ambiente• Ley Orgánica de Fomento al Emprendimiento• Ley Orgánica De Empresas Públicas• Plan Nacional del Buen Vivir• Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador• Modelo de desarrollo sustentable
Políticas económicas financieras	<ul style="list-style-type: none">• Población Económicamente Activa• Principales actividades económicas• Crisis coyuntural actual• Situación actual de la Casa de Huéspedes• Perspectivas de crecimiento turístico en la comunidad
Situación socio-cultural	<ul style="list-style-type: none">• Identidad• Costumbres y tradiciones• Prácticas culturales de la Casa de Huéspedes
Tecnología	<ul style="list-style-type: none">• Equipo de computación• Servicio de Internet

Elaborado por: La Autora

1.4.MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

A continuación, se presenta la matriz diagnóstica donde se establece la relación entre los objetivos, variables, indicadores, técnicas y las fuentes.

Tabla N° 2: Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Caracterizar el entorno interno y externo de la Comunidad de Turucu para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos con el propósito de implementar la Casa de Huéspedes Patricia Morales.	Determinar el espacio geográfico donde se implementará el proyecto	Ubicación geográfica	Límites	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Ubicación	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Extensión	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Climas	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Vías de acceso	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
				Observación Directa	Comunidad Turucu

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
	Identificar los atractivos turísticos de la zona a investigar	Entorno turístico	Turismo	Investigación	Plan de Manejo Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas
				Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi.
					GAD Municipal de Cotacachi.
			Atractivos Turísticos	Investigación	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi.
				Documental	GAD Municipal de Cotacachi.
				Observación Directa	Ciudad de Cotacachi
			Gastronomía	Investigación	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi.
				Documental	GAD Municipal de Cotacachi.
				Observación Directa	Sitios web
					Ciudad de Cotacachi
			Talabartería	Observación Directa	Comunidad Turucu
					Sitios web
		Ciudad de Cotacachi			

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
	Analizar la Normativa legal con relación al ambiente y turismo vigente.	Políticas de apoyo al turismo	Ley del Turismo	Investigación Documental	Reglamento Oficial a la Ley de Turismo
			Ley de Medio Ambiente	Investigación Documental	Reglamento Oficial a la Ley de Gestión Ambiental
			Ley Orgánica De Empresas Públicas	Investigación Documental	Reglamento Oficial a la Ley Orgánica de Empresas Públicas
			Plan Nacional del Buen Vivir	Investigación Documental	Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)
			Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Ecuador	Investigación Documental	PLANDETUR2020-Ministerio de Turismo
			Modelo de desarrollo sustentable	Investigación Documental	Documentos de GAD Municipal de Cotacachi

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
	Analizar la situación económica del Cantón Cotacachi y determinar el presupuesto de ingresos, costos y gastos para establecer la rentabilidad del proyecto.	Políticas económicas y financieras	Población Económicamente Activa	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Principales actividades económicas	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
			Crisis Coyuntura actual	Investigación Documental	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. GAD Municipal de Cotacachi.
				Entrevista	Propietario Lic. Rumiñahui Anrango
			Situación actual de la Casa de Huéspedes.	Entrevista	Propietario Lic. Rumiñahui Anrango
				Observación Directa	Albergue Patricia Morales
			Perspectivas de crecimiento turístico en la comunidad.	Entrevista	Lic. Alberto Anrango
					Sr. Gustavo Vaca
					Grupo de Música & Danza Humazapas

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
	Analizar el aspecto social de la Comunidad de Turucu y la situación cultural de la Casa de Huéspedes.	Situación Socio Cultural	Identidad	Investigación Documental	Sitios web
				Observación Directa	Ciudad de Cotacachi Comunidad Turucu
			Costumbres y Tradiciones	Investigación Documental	Sitios web
				Observación Directa	Comunidad Turucu
			Prácticas culturales de la Casa de Huéspedes.	Entrevista	Propietario Lic. Rumiñahui Anrango
				Observación Directa	Albergue Patricia Morales
	Identificar la infraestructura actual de la casa de huésped.	Tecnología	Equipo de computación	Observación Directa	Albergue Patricia Morales
			Servicio de internet	Observación Directa	Albergue Patricia Morales

Elaborado por: La Autora

1.5.DESARROLLO DE VARIABLES E INDICADORES

En este punto se desarrollan las variables e indicadores del diagnóstico situacional:

1.5.1. Ubicación geográfica

- **Limites**

Según el Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011) menciona: “Los límites político administrativos del Cantón Cotacachi, son: al norte: el cantón Urcuquí y la provincia del Carchi, Al sur: el cantón Otavalo y provincia de Pichincha. Al este: los cantones: Urcuquí y Antonio Ante. Al oeste: la provincia de Esmeraldas”. (pág. 2)

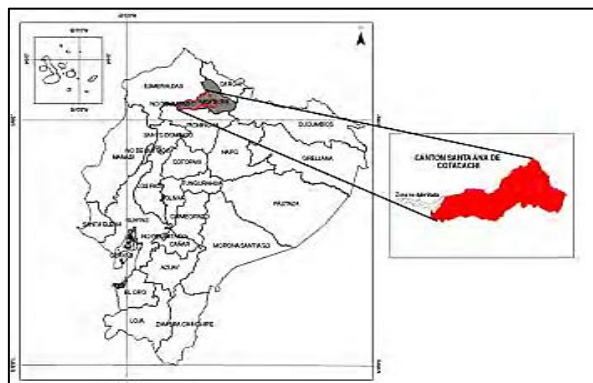
Turucu, por su parte es una comunidad indígena de Cotacachi, que limita al norte con el Barrio “San Miguel”, al sur con el Barrio “Húmedo “al este con el Barrio “El Ejido” y al Oeste el cerro Cotacachi.

- **Ubicación**

De acuerdo al informe final del Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011), el cantón se encuentra localizado en las faldas del volcán Cotacachi con un área de 1725 km² aproximadamente, el cual limita al suroccidente la provincia de Imbabura y al norte de la ciudad de Quito. (pág. 2)

La Comunidad de Turucu se encuentra ubicada a 1, 2 km al sur Oeste de la cabecera cantonal de Cotacachi, en un espacio de aproximadamente 2 kilómetros de Cotacachi.

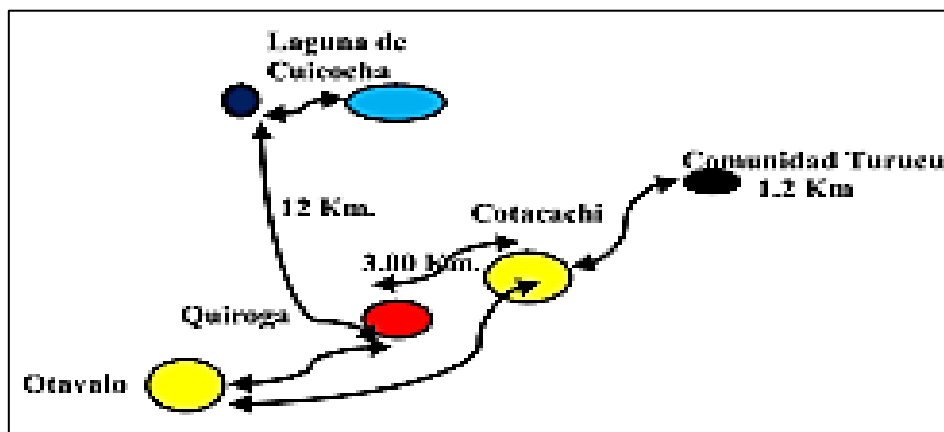
Gráfico N° 1: Mapa de localización del Cantón



Fuente: (PDOT, 2011)

A continuación, se presenta la ubicación del Albergue Patricia Morales:

Gráfico N° 2: Mapa de vías para llegar a Turucu



Fuente: (Cuesta/Buitrón, 2012)

→ **SIMBOLOGÍA**

Cabecera Cantonal.....	●
Cabecera Parroquial.....	●
Comunidad.....	●
Punto Georeferencial.....	●
Lago o laguna.....	●

→ **RUTAS**

<u>Circuito a Cotacachi, Turucu</u>	
Distancia Promedio.....	1,2km
Tiempo de viaje promedio.....	20'
<u>Circuito a Cotacachi, a la laguna de Cuicocha</u>	
Distancia Promedio.....	12km

• **Extensión**

El Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011), indica que, Cotacachi se constituye como el cantón más extenso de la provincia de Imbabura. El Cantón cuenta con una superficie de 1725 km²

• **Clima**

Según el Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011), menciona:

El Cantón Cotacachi, tiene variedad de climas debido a que cuenta con varios pisos climáticos que son los que determinan las temperaturas y precipitaciones del sector. Las temperaturas de la zona andina, donde se encuentra la Comunidad de Turucu, fluctúa entre 15° C y 20°C y en la zona subtropical de Intag, entre 25 °C y 30° C. La precipitación promedio en la zona andina es de 500 milímetros (mm) y 1000 milímetros (mm) al año, En la zona subtropical de Intag el promedio es más alto y

llega a los 3000 mm al año, debido al buen nivel de cobertura vegetal que tiene este sector. (pág. 29)

- **Vías de acceso**

En Imbabura existen 1865,75 km de vías, de ellas el 42 % que corresponde a 783,50 km, se encuentran en el Cantón Cotacachi.

A la Comunidad de Turucu, se puede llegar de la siguiente manera: se arriba en bus al terminal de Cotacachi, de ahí se paga un taxi con un costo de \$1,25 o \$1,50 dólares

Se sigue por la vía panamericana, que se encuentra en buen estado, hasta la entrada al Barrio El Ejido, se prosigue por la carretera asfaltada hasta llegar a la comunidad Turucu.

Gráfico N° 3: Vía de acceso a la Comunidad Turucu



Fuente: Observación Directa

1.5.2. Entorno turístico.

- **Turismo**

El Gobierno Local, es el ente encargado de la planificación, control y promoción del desarrollo turístico del cantón. El Ministerio de Ambiente es otro actor, dentro del área turística, muy importante, ya que se encuentra a cargo de la administración del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, entre las que se encuentra la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas. La Corporación Provincial de Turismo, se ha constituido como un espacio de cooperación público-privado para la promoción turística Además el sector privado ha conformado la Cámara Provincial de Turismo, la cual agrupa a la mayor parte de las actividades turísticas de la provincia de Imbabura. Las propuestas y proyectos de desarrollo turístico del Cantón Cotacachi, han sido lideradas por el

Gobierno Local de Cotacachi, la Asamblea Cantonal, la UNORCAC y la DECOIN, que han sido los principales gestores y beneficiarios de las actividades turísticas cantonales. (Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, 2011, pág. 63)

- **Atractivos turísticos**

Los turistas extranjeros y nacionales que visitan Cotacachi, tienen la posibilidad de visitar los siguientes lugares y atractivos turísticos:

→ **Iglesia La Matriz**

La iglesia La Matriz en el centro del Cantón Cotacachi, tiene un estilo neo clásico, y se puede notar una combinación de la arquitectura griega y romana. En el altar mayor está la imagen de Santa Ana que es considerada la patrona de la ciudad.

Gráfico N° 4: Iglesia La Matriz de Cotacachi



Fuente: (Viajando X, 2014)

→ **Museo de las Culturas**

El llamado “Museo de las Culturas”, está ubicado en pleno centro histórico de Cotacachi. En este museo se ha recopilado la historia e identidad cultural del cantón. Se exhiben aspectos arqueológico, etnográfico, artesanal y musical de Cotacachi.

Gráfico N° 5: Museo de las culturas



Fuente: (AME, 2016)

→ **La Casa de las Culturas**

La Casa de las Culturas constituye un significativo proyecto cultural que evidencia el pluralismo cultural y la diversidad étnica de Cotacachi. Su objetivo principal es revalorizar las identidades culturales y manifestaciones artísticas y culturales del cantón.

Gráfico N° 6: La Casa de las Culturas



Fuente: (AME, 2016)

→ **Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas**

El Sistema de Área Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, (2017) identifica a la Reserva Cotacachi-Cayapas como una de las áreas de mayor riqueza florística y faunística del Ecuador, la cual está ubicada en la zona baja en Esmeraldas; y en la zona alta en Imbabura. Constituye la zona de conservación más importante de los andes occidentales del Ecuador, pertenece a la región biogeográfica del Chocó. La vegetación se caracteriza por la presencia de árboles de madera como de caoba, guayacán, roble y balsa. Especies como el pumamaqui, el quishuar, romerillo, la chuquiragua (flor del andinista), entre otras se pueden encontrar en la zona alta. Con respecto a la fauna, existen nutrias, tigrillos, oso andino, jaguares, armadillos, curiangues, el cóndor andino y la gaviota andina, y muchas otras especies. Esta zona encierra uno de los ecosistemas más ricos del planeta.

Gráfico N° 7: Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas



Fuente: (AME, 2016)

→ **Laguna de Cuicocha**

La laguna de Cuicocha o Tsuicocha, es parte de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, es llamada la “Laguna de los Dioses”. Está ubicada a 12 km al sur oeste del cantón. Está a una altitud de 3068 m.s.n.m. Se encuentra formada por un cráter antiguo al pie del volcán Cotacachi. En la laguna resaltan dos islotes llamados Teodoro Wolf y José María Yerovi.

La laguna de Cuicocha representa uno de los destinos turísticos más visitados en el país, debido a su belleza extraordinaria y su riqueza en flora y fauna.

Gráfico N° 8: Laguna Cuicocha



Fuente: Observación Directa

→ **Lagunas de Piñan**

Es un conjunto lacustre, compuesto por innumerables lagunas de variados tamaños donde sobresalen las lagunas de Donoso, Susacocha y Cristococha. Este conjunto de lagunas se encuentra a 65 km de Cotacachi y es posible practicar en ella distintas actividades como pesca deportiva de trucha, fotografías, trekking, camping, además se pueden observar distintas especies de aves, como patos punteados, palometas de páramo y patillos.

Gráfico N° 9: Lagunas de Piñan



Fuente: (AME, 2016)

→ **Balneario Nangulví**

El balneario de Nangulví, es un complejo de aguas termales, que se encuentran en la zona de Intag. Estas aguas tienen propiedades curativas en especial para enfermedades de tipo respiratoria y artrítica.

Gráfico N° 10: Balneario de Nangulvi - Intag



Fuente: (AME, 2016)

→ **La Comunidad de Turucu**

Turucu es una comunidad andina de Cotacachi, su nombre proviene de geografía del sector que es de lodo, pantanoso y húmedo. La comunidad fue fundada el 12 de mayo de 1938, o se le conoce con el nombre de Eloy Alfaro. En la comunidad se puede realizar actividades de turismo rural como son recorridos por la comunidad a la capilla, por las calles y senderos convivencia familiar, de agroturismo, artesanal y de recorridos hacia los atractivos turísticos. El turista contempla el paisaje natural andino a más de compartir con los comuneros el idioma, costumbres, fiestas, creencias, tradiciones, vestimenta, atuendos, etc.

Gráfico N° 11: Comunidad de Turucu



Fuente: Observación Directa

→ **La capilla de Turucu**

Está ubicada en el centro de la Comunidad de Turucu y es lugar de visita de los turistas extranjeros que visitan la comunidad.

Gráfico N° 12: Capilla de Turucu



Fuente: Observación Directa

- **Gastronomía.**

→ **El cuy**

Según Ramírez, (2003) el cuy,

“Es un roedor simpático conocido en el extranjero como el conejillo de indias, es uno de los animales domesticados nativos de la zona. Los cuyes se comen principalmente en fiestas y en ocasiones especiales como bautizos, bodas y agasajos a compadres. Típicamente se crían estos roedores en las cocinas de las casas, aunque algunas familias tienen casitas o corrales especiales para criar cuyes a mayor escala”.
(pág.79)

Gráfico N° 13: Plato de cuy asado con papas



Fuente: Observación Directa

El cuy, es considerado un plato típico en Ecuador, Perú y Colombia. Originario de la cordillera de los Andes, el cuy es importante en la alimentación ya que contiene niveles altos de Omega . Es una tradición comer el cuy asado en horno o en carbón, el olor a leña y los ingredientes para sazonarlo, especialmente el ajo le dan un delicioso sabor. Se lo sirve acompañado de papas y mote.

→ **El mote**

El mote pelado, es el grano de maíz luego de ser hervido y cocido, se lo sirve pelado como guarnición, acompañando el cuy, hornado y fritada. También hay en las comunidades lo que se llama el mote choclo, que es el choclo desgranado y cocido.

Gráfico N° 14: Mote Pelado



Fuente: Observación Directa

→ **La chicha de jora**

La chicha, es una bebida ancestral, heredada de los antepasados aborígenes, de maíz o arroz. Es muy famosa en la serranía andina y en la provincia de Imbabura, en Cotacachi la llamada Chicha de Jora, que es una deliciosa bebida hecha con fermento de maíz de jora, que es una variedad especial de maíz, endulzada con panela.

Gráfico N° 15: Elaboración de la chicha de Jora - Cotacachi



Fuente: Observación Directa

Bebida tradicional en Cotacachi, inclusive las fiestas de septiembre se las ha llamado tradicionalmente las Fiestas de la Jora, en referencia a la chicha elaborada en este Cantón.

→ **La “mazamorra”**

Es una colada de maíz tradicional de las comunidades indígenas, algunas veces se incluye presas de gallina y cuy, se la sirve en las fiestas, reuniones, en San Juan y San Pedro.

→ **Las carnes coloradas.**

Un importante plato típico del Cantón Cotacachi, son las llamadas “carnes coloradas”, en el cual el componente principal es la carne de cerdo. Se lo acompaña junto con mote, papas, tostado de tiesto, salsa de queso, empanadas de dulce, aguacate. Estas carnes son servidas con chicha de Jora.

Gráfico N° 16: Plato de carnes coloradas



Fuente: Observación Directa

→ **Caldo de gallina de “campo”**

La gallina que es cuidada en los terrenos de las comunidades es cocinada en leña, esto le da un sabroso sabor, se lo acompaña con papas o yuca, tostado y ají. La preparación tradicional en horno de leña, lo que le da al caldo de gallina de campo un sabor sabroso y especial.

Gráfico N° 17: Horno a leña



Fuente: Observación Directa

Gráfico N° 18: Caldo de gallina de campo

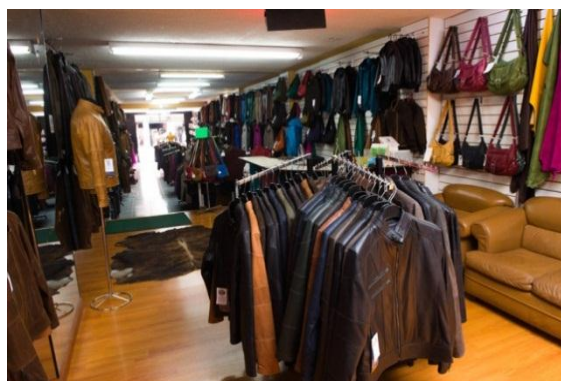


Fuente: Observación Directa

- **Talabartería**

El pueblo de Cotacachi es conocido también por la confección de artículos en cuero como chaquetas, zapatos, billeteras, carteras, sombreros, cinturones, entre otros, los cuales se caracterizan por ser artículos de alta calidad y con innovadores diseños que se venden a lo largo de la avenida 10 de Agosto, en el centro de la ciudad.

Gráfico N° 19: Talabartería



Fuente: Observación Directa

1.5.3. Políticas de apoyo al turismo

- **Ley de Turismo**

Según la Ley de Turismo, Art. 1, (2008), sostiene que *“la 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. (pág. 1)*

Por ello, el Ministerio de Turismo acorde a las disposiciones de la Constitución Política de la República, busca facilitar el desarrollo turístico del país mediante una adecuada coordinación dentro los sectores inmersos, la protección de los derechos del buen vivir, respeto de los derechos de la naturaleza y generación de mayores oportunidades de ingresos y empleo para los ecuatorianos.

- **Ley de Medio Ambiente**

Según la Ley de Gestión Ambiental, Art. 10, (2004)

Las instituciones del Estado con competencia ambiental forman parte del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental y se someterán obligatoriamente a las directrices establecidas por el Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable. Este Sistema constituye el mecanismo de coordinación transectorial, integración y cooperación entre los distintos ámbitos de gestión ambiental y manejo de recursos naturales; subordinado a las disposiciones técnicas de la autoridad ambiental. (pág. 3)

En el caso de Cotacachi, el modelo de desarrollo implementado por el GAD municipal busca un desarrollo económico, social y productivo que minimice los impactos ambientales, tal como lo estipulan las normas y preceptos establecidos en la Ley del Medio Ambiente de la República del Ecuador.

- **Ley Orgánica De Empresas Públicas**

Ley Orgánica de Empresas Públicas, Art. 5, (2009), señala: *... “la creación de empresas públicas se hará por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados”*

El Gobierno Local de Cotacachi, realizó un convenio de transferencia de competencias con el Ministerio de Turismo, mediante el cual Órgano Rector, traslada las atribuciones de planificar, fomentar, incentivar, regular, controlar y sancionar , incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística en la jurisdicción territorial del Cantón Cotacachi. (Ordenanza Reformatoria a la Ordenanza de creación de la Empresa Pública de Turismo de Cotacachi, Art.5, 2011, pág. 6)

Por lo tanto, el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, es el encargado de dinamizar el desarrollo económico de la población adoptando acciones que permitan generar y facilitar las condiciones que promuevan el empleo, fortaleciendo el turismo local y cantonal.

- **Plan Nacional del Buen Vivir**

Según Plan Nacional del Buen Vivir, (2014), el turismo es uno de los sectores considerados estratégicos para diversificar la economía ecuatoriana y hacerla menos estratégicos para diversificar la economía ecuatoriana.

En el objetivo 5: *“Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”*, se encuentra el punto 5.4 *“Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva”* que busca incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo.

El objetivo 8: *“Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”*, el punto 8.10 *“Articular la relación entre el Estado y el sector privado”*, impulsa el financiamiento al desarrollo de nuevas industrias y/o sectores priorizados.

En el objetivo 10 *“Impulsar la transformación de la matriz productiva”*, se encuentra el punto 10.3 *“Diversificar y genera mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios “*, aquí tiene como puntos principales el fortalecimiento del sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo, así mismo también está el impulsar el turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

El objetivo 12: *“Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana”* el punto 12.3 *“Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país”*, tiene como punto principal promocionar a nivel internacional la oferta de servicios ecuatorianos dando énfasis a los sectores priorizados como el turismo, transporte y logística, servicios ambientales y software.

Esta actividad es uno de los puntales principales a los que le apuestan las autoridades para el cambio de matriz productiva gracias a que Ecuador cuenta con un “enorme potencial para el turismo, ya que es un país mega diverso, con enormes atractivos naturales y biodiversidad; y que además ahora cuenta con infraestructura, vías de calidad, aeropuertos adecuados, entre muchos otros factores para el desarrollo de este sector” (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013)

Por lo tanto, el turismo es uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva, y en este sentido, el gobierno es quien deberá estar presente para seguir impulsando el turismo acompañando y atendiendo a los empresarios en sus gestiones y requerimientos.

- **Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Ecuador**

El Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR) busca fortalecer al turismo sostenible en la economía ecuatoriana, mejorando la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística aprovechando sus ventajas competitivas en la rama del turismo, por ello promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística nacional fomentando el desarrollo local que genere oportunidades.

Por medio de este plan se pudo determinar que no solo busca promover la inversión, si no también potencializar lo que es la oferta turística del país, es así que el presente trabajo busca incrementar las ofertas turísticas del Sector de la Sierra, igualmente contribuirá al desarrollo local y a la economía del Ecuador en el marco del Buen Vivir.

- **Modelo de desarrollo sustentable**

Villarruel, (2009), sostiene que

“El modelo de desarrollo sustentable, definido a partir del concepto de sustentabilidad de los sistemas productivos, se centra en el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias” (pág. 23)

En Cotacachi desde la década de los sesenta, se inicia una nueva forma de gestión del gobierno local participativo, en especial buscando el desarrollo económico, social y productivo, por lo cual, el Gobierno Cantonal busca impulsar nuevos proyectos turísticos, El manejo sustentable de recursos naturales, incrementando el acceso y control de las poblaciones locales sobre los recursos naturales, de manera que las organizaciones sociales del cantón fortalezcan sus propias capacidades, se posicionen y se conviertan en interlocutores válidos y en agentes de presión hacia los gobiernos regionales y nacionales. (Báez, García, Guerrero, & Larrea, 1999, pág. 66)

1.5.4. Políticas económicas financieras

- **Población económicamente activa**

El Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011), señala:

La población económicamente activa del Cantón Cotacachi, se encuentra ubicada en un 40,73% en Cotacachi, seguida se encuentra la Parroquia de Quiroga con un 14,74%, García Moreno con 13,03%; Imantag 11,62%; Apuela 5,11%; Peñaherrera 5,04%; Cuellaje 4,93%; Vacas Galindo 2,61 y Plaza Gutiérrez 2,14. El Cantón Cotacachi, se caracteriza por ser agrícola, se establece que una de cada dos personas de la población económicamente activa, se encuentra ubicada en la agricultura; seguida de los servicios personales y sociales que tiene un 13,20%; manufactura 13,10%; comercio, hoteles y restaurantes 7,9%; 6,7% construcción. En menor porcentaje están las actividades no especificadas 4,7%; transporte y almacenamiento 2,6%; servicios financieros 1%; minas y canteras 0,2%; electricidad gas y agua 0,1%, el mayor porcentaje del PEA, según el grupo ocupacional, que es el 43,4%, se encuentra en el grupo de conductores equipos de transporte, artes

gráficas y otros, es decir que 2 de cada 5 personas están ubicadas dentro de este grupo; un 17,20% se puede decir una de cada 5 personas se encuentran en el grupo de los trabajadores agrícolas y forestales; un 16,9%, una de cada 5 personas se encuentra dentro del grupo de mineros, hilanderos, tabacaleros y otros; 6,9 se encuentra en el grupo de trabajadores de los servicios; el 15,7% se encuentran ubicados en el resto de grupos. La tasa bruta de ocupación a nivel de Imbabura es del 51,8% y a nivel de país 49,7%. (pág. 65)

- **Principales actividades económicas.**

Las principales actividades económicas que se desarrollan en el cantón son:

→ **La actividad agropecuaria.**

El Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011) determina:

La producción de las comunidades de la zona andina está orientada básicamente al autoconsumo familiar. Además, se ha desarrollado iniciativas productivas de economía solidaria, la asociatividad de los productores y la generación de empleo. Las principales actividades agrícolas en las que ha invertido la empresa privada para exportación son las florícolas, cultivos de espárragos, brócoli, mora de castilla, quinua, uvilla deshidratada y plantas medicinales. En la zona de Intag, al inicio de la colonización se despejaba la selva para sembrar maíz para el autoconsumo; más adelante se dedicaron al cultivo de caña de azúcar y al establecimiento de pastos a pequeña escala para la alimentación del ganado bovino y ganado caballar para la carga y tracción.

Actualmente en la zona de Intag predominan los cultivos de pasto para la explotación de ganado de carne y leche, la caña de azúcar para elaboración de alcohol y panela, maíz duro, café y fréjol, destinados a la venta especialmente en los mercados de Otavalo, Cotacachi e Ibarra. En el mercado externo se ha logrado ubicar el fréjol negro, el café orgánico de Intag, esto por iniciativas y apoyo de proyectos financiados desde la cooperación internacional. (pág. 54)

→ **Producción de leche.**

El 22% de la población bovina de leche de la provincia de Imbabura se encuentra en el Cantón Cotacachi.

Existen algunos productos que se han trabajado con enfoque de cadena productiva como es el caso del fréjol y el café.

- **Crisis Coyuntural actual.**

Ecuador actualmente afronta una fuerte crisis económica. Durante el 2015 la agitación social acompañó la agitación económica provocada por los precios del petróleo y la depreciación del dólar. La crisis se manifiesta en indicadores como la baja de los precios del petróleo, la notable disminución de los envíos de remesas por parte de los migrantes, decisiones del gobierno central como crear un número exagerado e innecesario de ministerios, gastos en excesivos viajes de delegaciones gubernamentales al extranjero, gastos electorales en campañas políticas con dinero del Estado, esto ha traído como consecuencia la falta de recursos económicos. La baja del precio del petróleo ha causado la pérdida de unos 9 000 millones de dólares, la disminución de remesas de los emigrantes provocó 800 millones de dólares, y se tiene una pérdida de más de 1500 millones por causa de las exportaciones no petroleras. Las consecuencias de esta crisis, trae como afectados a los habitantes del país.

A este contexto, la parte norte del Ecuador, incluido el Cantón Cotacachi, se suma la gran afluencia de ecuatorianos a la frontera norte, a Ipiales, a comprar los productos que resultan mucho más baratos, debido a la devaluación del peso colombiano respecto al dólar. Esto ha causado una notable baja de las compras de los productos ecuatorianos y la quiebra de algunos locales en Imbabura y Carchi. Esto también ha afectado al sector turístico de las provincias del norte del Ecuador.

El 16 de abril de 2016, se produjo un fuerte terremoto en la costa ecuatoriana, en especial en las provincias de Manabí y Esmeraldas, esto ha traído severas consecuencias al flujo turístico extranjero hacia el país, ya que el riesgo país ha aumentado y los turistas tienen temor de visitar el Ecuador. Hay que volver a impulsar el turismo y recuperar la confianza que los turistas históricamente han tenido para visitar los atractivos turísticos que tiene el país.

→ **Afectaciones al proyecto**

Entrevista realizada al Lic. Rumiñahui Anrango propietario de la Casa de Huéspedes.

¿Qué situaciones considera que podría haber afectado al crecimiento turístico de alojamiento en el Albergue Patricia Morales?

“El terremoto producido el 16 de abril del 2016, nos ha afectado considerablemente en el negocio, debido que disminuyó la cantidad de reservaciones ya que por lo general en los meses de mayo a agosto se consideran una temporada alta, pero esto no fue así, y aun en la actualidad esta situación nos sigue afectando”

¿Considera hubo disminución de turistas en su negocio dentro los últimos meses?

“Si, debido a que teníamos proyectado llegar por lo menos a 80 turistas que nos visitarían, pero tras el terremoto ocurrido en la Costa, se vio afectado en el flujo de turistas, ya que no hubo incremento en las reservaciones de la pag airbnb que es con la que nos manejamos para hacer publicidad nuestro albergue”.

¿Cuántos turistas recibieron en este año?

“Terminando el 2016 recibimos un total de 96 extranjeros, claro que, si hubo un aumento en comparación al anterior año, pero si se proyectaba tener un mayor incremento de turistas”.

¿Qué recomendaciones aportaría usted para disminuir la crisis turística del país?

“Lo más fiable en este momento sería promocionar a nivel internacional los atractivos turísticos orientados al sector sierra, ya que es muy difícil enfocarse solamente el sector de la costa, ya que los diversos acontecimientos que se han producido en los últimos meses afectan a la visión que tienen los turistas con respecto a nuestro país, por ello se debe dar a conocer que en la sierra existen lugares que son paradisiacos que se pueden admirar, y de esta manera se podría considerar al turismo andino como la chimenea blanca para salir de la crisis, esto sería vendiendo bien el servicio, por lo que no habría una repercusión al sector turístico del país en este sentido”.

¿Cree Ud., que la crisis actual que está afrontando el país, afectaría a la creación de nuevos emprendimiento o nuevas empresas actualmente en el país?

“El país actualmente está pasando por momentos muy difíciles, ya que anteriormente existían complicaciones económicas, aunque las autoridades gubernamentales no lo quieran reconocer, añadiendo a esto se produjo una desgracia telúrica en la Costa lo que complicó más la situación económica, porque de los limitados recursos económicos que tiene el país no se puede abastecer para atender a todas las necesidades que requieren las provincias de Manabí y de Esmeraldas. A pesar de ello considero que estas situaciones que nos golpean a todos, pueden ser a la vez oportunidades que nos harán salir adelante, ya que si nos ponemos a lamentarnos y si no hacemos nada vamos a seguir en la crisis, por lo que es el momento de exponer nuevas iniciativas para crear nuevos emprendimientos y nuevas oportunidades, para volver a impulsar el turismo y recuperar la confianza de los turistas”.

- **Situación actual de la Casa de Huéspedes.**

Entrevista realizada al Lic. Rumiñahui Anrango propietario de la Casa de Huéspedes.

¿Ha realizado algún tipo de financiamiento para la infraestructura y compra de equipamiento para el albergue?

“Se realizó un préstamo hipotecario 35 mil dólares a 5 años y al 14.70% en la cooperativa Pilahuin Tio.”

¿Cuál es el precio que cobra por día a los turistas?

“Se cobra \$15 dólares incluido dos comidas (desayuno y cena)”

¿A qué mercado está mayormente dirigido su negocio?

“Está dirigido especialmente a turistas extranjeros que quieren conocer los paisajes andinos de nuestro país. Por lo general vienen extranjeros de Norte América y Europa y en menor cantidad Sudamericanos.”

¿Cuántos visitantes se hospedan mensualmente?

“No tenemos exacto el dato ya que normalmente vienen por temporadas y por grupos.”

Para usted, ¿Qué temporadas las considera altas?

“Por lo general en los meses de mayo a agosto se puede considerar como temporada alta por lo vienen alrededor de 4 turistas al mes, que es una buena cantidad ya que ocupan los cuatro dormitorios que tenemos. También hay que recalcar que en el mes de junio siempre nos llega un grupo de 15 jóvenes que vienen por vacaciones desde Canadá”

De acuerdo a su criterio, ¿Qué fechas considera como temporada media?

“De febrero a marzo, por lo menos nos visitan 3 turistas al mes.”

Para usted, ¿Qué temporadas son consideras como bajas?

“Los meses de diciembre y enero 1 persona, aunque en este año recibimos 1 grupo de turistas conformado por 13 personas que vinieron de Estados Unidos.”

¿Usted o alguna persona que trabaje directamente con los turistas presenta conocimientos en el idioma inglés o algún otro idioma extranjero?

“No, ninguno de nosotros hablar idioma extranjero, pero no resulta tan difícil comunicarnos con ellos porque la mayoría de los turistas que nos visitan tienen conocimiento en el castellano”

¿Con qué medios de comunicación se maneja usted para atraer a más turistas que se hospeden en su Albergue Patricia Morales?

“Mediante una página web llama airbnb y Facebook”

¿Cuenta con algún medio de calificación para que los turistas califiquen la satisfacción recibida en el Albergue Patricia Morales?

“Tenemos una página web y ahí los turistas nos califican y tenemos una alta puntuación a nivel de zona.”

¿Cuenta con aliados dentro de la comunidad para mejorar el servicio de atención turística?

“Si, actualmente contamos con personas dentro de la comunidad que nos prestan el servicio de transporte, paseos en caballo y presentaciones de danza y teatro folclórico, pero no lo manejamos con un enfoque empresarial debido a que, cada uno de ellos gana por el servicio prestado y nosotros no ganamos ninguna comisión por ello.”

¿A quiénes considera usted como posibles competidores dentro del mercado al servicio de hospedaje turístico?

“Existen albergues alrededor de la comunidad que son emprendimientos de la UNORCAC, pero por falta de promoción y publicidad los turistas llegan a los hostales que se encuentra en el centro de Cotacachi, pero si existe un gran competidor que es Otavalo.”

¿Qué servicios consideraría usted que se podría implementar en el albergue, en base a los conocimientos propios de la familia que permita mejorar y diversificar sus servicios?

“Considero que sería bueno para el albergue implementar un catálogo de servicios adicionales a los que actualmente contamos, esto sería en base a las habilidades de cada miembro de la familia como, talleres de pintura, elaboración de retratos, talleres de danza y teatro, fotografía y video que sería dirigido por mi hijo mayor que tiene experiencia en base a sus estudios y trabajo personal, además de talleres de costura dirigido por mi hija ya que tiene conocimientos en base a sus estudios académicos actuales y cursados. Mi esposa es la encargada del resto actividades de la casa, por lo que ella podría dar pequeños talleres como un valor agregado para el turista y mi persona sería la encargada de dar clases de kichwa, talleres de música entre otros afines lo que sería bueno para incrementar los ingresos de la familia y a la vez fortalecer el servicio turístico”.

- **Perspectivas de crecimiento turístico en la comunidad.**

Se realizó una entrevista a miembros de la comunidad que prestan sus servicios a extranjeros que visitan el Albergue Patricia Morales.

→ **Entrevista realizada al Lic. Alberto Anrango, prestador del servicio de transporte.**

¿Hace cuánto tiempo trabaja usted prestando el servicio de transporte a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?

“He venido trabajando con mi familia hace 1 año atrás, usando mi vehículo como medio de transporte de los turistas que vienen a hospedarse al Albergue conformado por mi hijo y mi nuera que son los administradores del lugar. Realmente esta idea de negocio

se dio con el fin de ayudar a mi familia y a la vez poder obtener un beneficio económico personal.

¿Con cuántos vehículos cuanta usted para el traslado de turistas extranjeros?

“Cuento con dos vehículos que son muy indispensables para los recorridos. El vehículo principal es una furgoneta en la cual puedo transportar al mayor número de turistas, además, cuento con una camioneta la cual me sirve especialmente cuando los extranjeros desean aventurarse a visitar lugares extremos donde la furgoneta no pueda llegar.”

¿Cuál es el número de pasajeros que puede transportar por cada vehículo?

“La furgoneta presenta una capacidad de 12 personas y la camioneta al ser de una cabina se la utiliza para transportar alrededor de 8 turistas a la intemperie y una persona en la parte delantera.”

¿Existe un convenio económico entre las partes?

“No tenemos un convenio económico, pero si existe un compromiso familiar el cual nos permite como familia ayudarnos mutuamente. El servicio que yo presto es independiente al Albergue, pero le permite dar un mejor servicio al turista que requiera contratar el uso del transporte hacia el Albergue y a su vez me permita obtener un beneficio económico. Esta es la ayuda mutua que nos damos como familia.”

¿Cuánto cobra usted por recorrido?

“Los precios varían en base a la distancia y el tiempo que requiera el turista, por lo general se cobra \$70 dólares en el caso de los extranjeros que desean que se los retire del Aeropuerto hasta el Albergue. Además, existen otros tipos de recorridos que pide el cliente como son viajes que realizan los turistas por el resto de la provincia, el cual también depende del lugar al cual quieran visitar; si son lugares con caminos de difícil acceso se cobra \$80 dólares por día, si son caminos adoquinados se cobra \$50 dólares el día y en el caso de que los turistas desean solamente un recorrido dentro de Cotacachi se les cobra \$10 dólares por persona.

¿Hasta el momento a cuantos huéspedes del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de transporte?

“Durante el tiempo que he trabajado para la familia he dado el servicio de transporte aproximadamente a 50 personas.”

→ **Entrevista realizada al Sr Gustavo Vaca, prestador del servicio de alquiler de caballos.**

¿Hace cuánto tiempo trabaja usted prestando el servicio de alquiler a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?

“Trabajo prestando el servicio de alquiler de caballos hace 3 meses para la familia Anrango-Morales, todavía no llevo mucho tiempo, pero realmente espero seguir prestando mi servicio a más turistas que visitan el Albergue.”

¿Con cuántos caballos cuenta usted para alquilar a los turistas extranjeros?

“Cuento con 6 caballos que sirven para alquilar a los extranjeros que vienen del Albergue Patricia Morales.”

¿Existe un convenio económico entre las partes?

“No, yo presto mis caballos cuando algún turista lo requiere y esto lo realizamos de manera independiente. La Sra. Patricia Morales me ayuda realizando el contacto con el turista y luego me encargo del alquiler de caballos.”

¿Cuánto cobra usted por el alquiler de caballos?

“El costo por el alquiler de caballos es de \$15 dólares la hora en la cual el turista podrá cabalgar por los senderos de la comunidad para que así el extranjero conozca todos los paisajes de la Comunidad Turucu.”

¿Hasta el momento a cuantos huéspedes del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de alquiler de caballos?

“He alquilado mis caballos a 2 personas a quienes he dado recorridos por los senderos de la comunidad.”

¿Dentro de la comunidad existen otras personas que alquilen caballos?

“No, hasta el momento soy la única persona que cuenta con caballos dentro de la Comunidad Turucu.”

→ **Entrevista realizada a Jesús Bonilla, integrante del grupo de música y danza HUMAZAPAS.**

¿Hace cuánto tiempo trabajan ustedes prestando el servicio de Danza, teatro y música folclórica a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?

“Nosotros llevamos presentando nuestro arte a los huéspedes del Albergue Patricia Morales hace 3 años para actos de bienvenida o despedida de grupos de extranjeros que llagan al Albergue.”

¿Con cuántas personas está conformado el grupo?

“Humazapas está conformado por 15 jóvenes de los cuales 6 son mujer y 9 son hombres que como grupo nos dedicamos a realizar presentaciones de música, danza, teatro y ritualidad de las comunidades kichwas del Cantón Cotacachi.

¿Existe un convenio económico entre las partes? Explique.

“No, nosotros trabajamos dando presentaciones a quienes requieren de nuestro servicio, por lo cual el convenio se lo hace directamente con el guía turístico del o los grupos de extranjeros que visitan el albergue y son ellos quienes nos contratan para las presentaciones artísticas que ofrecemos. Patricia solamente nos ayuda con el contacto.

¿Cuánto cobran ustedes por el servicio?

“El precio por el servicio que prestamos es de \$70 dólares por presentación en la cual incluye danza teatral, música folclórica y cantos que lo hacen dos de mis compañeras Flor Bonilla y Toa De la Cruz, el resto del grupo realiza la danza representando algún tema específico de nuestra cultura como es el caso del matrimonio que se lo representa mediante la danza ancestral.”

¿Hasta el momento a cuantos grupos de turistas del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de danza, teatro y música folclórica?

“Hasta el momento hemos realizado presentaciones para los 5 grupos de turistas que han visitado el albergue ya sea como bienvenidas o despedidas.”

1.5.5. Situación Socio Cultural.

- **Identidad**

En todas las comunidades indígenas, del Cantón Cotacachi, incluida la comunidad de Turucu, existe el sentimiento de identidad, de pertenencia a los pueblos y cultura indígena, la cual se manifiesta en características, prácticas e ideas comunes.

Un rasgo esencial de la identidad indígena es la cosmovisión, que constituye la manera de ver, ordenar e interpretar el mundo andino. Otra manifestación identitaria es el sentimiento comunitario y colectivo, expresado en muchas manifestaciones solidarias, como es el caso de la minga comunal. Otros rasgos comunes son las comidas, la forma de preparar los alimentos, el uso de hierbas, curas ancestrales, plantas medicinales y las fiestas indígenas como el Inti Raymi en la cual participan todas las comunidades indígenas en el mes de junio. Otra característica común es el idioma quichua y la vestimenta indígena: el uso de anaco, blusa, alpargates, gualcas, fajas, fachalina, reboso: y en los hombres alpargatas, pantalón blanco, camisa blanca, poncho azul oscuro, sombrero de paño de color oscuro negro o café y el uso de la trenza en el cabello.

- **Costumbres y tradiciones**

Turucu al igual que todas las comunidades indígenas de Cotacachi manifiestan costumbres y tradiciones similares que son muestras de su identidad indígena, entre ellas se destacan: la preparación de alimentos en leña, la participación en trabajos colectivos comunitarios o mingas, la forma de celebrar fiestas como son bautizos, matrimonios y la manera de participar en el Inti Raymi o San Juan y San Pedro primero en la comunidad de “casa en casa” y luego bajar a concentrarse en el parque central de Cotacachi, utilizando instrumentos como el churo, flautas, quenás, rondines y usando atuendos característicos. También son tradicionales la manera de llevar velorios en caso de un pariente muerto, su religiosidad en las procesiones de Semana Santa y en Corpus Cristhy y en Finados.

- **Prácticas culturales de la Casa de Huéspedes**

Referente a la entrevista efectuada al propietario del albergue nos supo mencionar lo siguiente.

¿Cuáles son las culturas y tradiciones ancestrales que realiza el albergue con la llegada y despedida de los turistas?

“Se realiza un ritual de bienvenida, donde se les recibe con un arco y humo, y se les presenta a los miembros de la familia y como fiesta de despedida, se invita a los comuneros a ser parte de la despedida, donde se presenta música en vivo, baile general y la entrega de presentes.”

¿Mantiene frecuentemente las costumbres y tradiciones ancestrales en el Albergue Patricia Morales?

“Si, por lo general se comparte con los huéspedes fiestas familiares, fiestas comunitarias y los rituales y celebraciones de la época: Semana Santa, Inty Raimi, ritual de siembras, cosechas, dos de noviembre, navidad y año nuevo, aniversarios de la comunidad, bautizos, matrimonios, velorios.”

En contexto, el Albergue Patricia Morales inculca al continuismo de las culturas y tradiciones indígenas en su familia al igual que promueve su conocimiento a los extranjeros que se hospedan en la Casa de Huéspedes.

1.5.6. Tecnología

- **Equipo de Computación**

Se utiliza la tecnología informática para el registro de los numerosos turistas huéspedes del albergue, para ello se utiliza computador e impresora indispensable para realizar las reservaciones y hacer publicidad de los servicios que ofrece el al albergue. De igual manera el equipo de computación puede ser utilizado por los turistas cada vez que lo requieran sin tener un costo adicional.

- **Servicio de Internet**

El internet es una herramienta muy importante de comunicación y marketing de la Casa de Huéspedes. La totalidad de turistas huéspedes siguen comunicándose usando las diversas redes sociales para hacerse conocer en muchos países del mundo sobre el Albergue Patricia Morales. El albergue tiene una página web que es www.airbnb.com.ec, lo cual representa un medio importante para la promoción del

albergue. Además, el servicio de internet también es un servicio que se da a los turistas para que puedan estar comunicados con el resto del mundo.

1.6.CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOD

Tabla N° 3: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de Turucu • GAD Municipal Cotacachi • Ministerio de Turismo • Ministerio del Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes de turistas que ofrecen servicio de turismo comunitario-rural • Presencia de otros albergues en otras comunidades del Cantón. • Paquetes turísticos internacionales que proponen hacer turismo comunitario-rural. • Malas prácticas de turismo
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda del servicio de alojamiento turístico al Albergue Patricia Morales. • Flujo de turistas a la provincia de Imbabura a Otavalo, lo que puede trasladarse también al Cantón Cotacachi. • Campañas de promoción Turística y Productiva con la participación del GAD Municipal de Cotacachi. • Apoyo al proyecto turístico el Albergue Patricia Morales en la Comunidad de Turucu. 	<ul style="list-style-type: none"> • La crisis económica y social del país que haga aumentar el riesgo del Ecuador a nivel internacional. • Incremento de impuestos turísticos por compra de pasajes aéreos al Ecuador. • Aumento de la actividad sísmica y posibilidad de un desastre natural en el sector.

Elaborado por: La Autora

1.7.DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

El Albergue Patricia Morales, se ha constituido en una gran oportunidad que tiene el turista extranjero para disfrutar del turismo rural, dentro de un ambiente familiar y comunitario.

Los turistas sienten satisfacción de los servicios que presta el albergue y esto se ha hecho con la ayuda de las redes sociales y campañas de marketing para que se lo vaya reconociendo a nivel internacional.

Es necesario fortalecer mucho más a la empresa turística buscando aliados estratégicos que le ayuden a convertirse en un referente del turismo rural en la comunidad andina del

La inversión en el proyecto turístico para ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales se encuentra dentro de los emprendimientos que constituye el factor de desarrollo turístico rural sostenible en la comunidad Turucu. Es importante la inversión en el proyecto para aprovechar las oportunidades de desarrollar acciones de turismo rural disfrutando del paisaje andino, la biodiversidad, y la riqueza de las tradiciones, costumbres y fiestas de las comunidades indígenas de Cotacachi, como es Turucu.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.INTRODUCCIÓN

El fundamento teórico ,del estudio de factibilidad, para implementar una Casa de Huéspedes en la Comunidad Turucu, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, se lo realizó haciendo una investigación bibliográfica en diversas fuentes y varios autores, de los cuales se obtuvo una serie de conceptualizaciones básicas sobre: Turismo, los elementos y características del estudio de factibilidad, del estudio de mercado, del estudio técnico, de la estructura organizacional y los impactos que pueden provocar la ampliación del proyecto turístico de una Casa de Huéspedes

2.2.OBJETIVO DEL MARCO TEÓRICO

2.2.1. Objetivo general

- Elaborar un marco teórico que fundamente los contenidos de los diferentes temas que se utilizarán en el proyecto, a través de la indagación de fuentes bibliográficas y documentales, que permita entender y sustentar la investigación.

2.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las características importantes del turismo y los tipos de hospedaje, para definir el fundamento teórico de la actividad turística de hospedaje en el Cantón Cotacachi.
- Definir los fundamentos teóricos para la realización del estudio de factibilidad de un proyecto de inversión turística: estudio de mercado, estudio técnico, estructura organizacional.
- Establecer los posibles impactos económicos, socios culturales y medio ambientales de la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales, en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

2.3.CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS TÉRMINOS TURÍSTICOS

2.3.1. Definición de Turismo

Panosso, A., & Lohman, (2012) define al turismo como *“las actividades de las personas que viaja hacia, y permanecen en, lugares fuera de su ambiente usual, por no más de un año continuo, para ocio, negocios u otros objetivos.”*

Existe turismo, cuando hay desplazamiento temporal de una persona, desde el lugar de domicilio hacia otro sitio; por lo tanto, el turismo es considerado como la prestación de servicios para generar placer, diversión y relajación al momento de trasladarse de un lugar a otro, es decir, el turismo es la búsqueda del ocio mediante, el conocimiento de lugares o atractivos turísticos.

2.3.2. Importancia del turismo

Según menciona la Organización Mundial del Turismo (OMT), (1991), *“el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras”*.

En este sentido se puede afirmar el turismo en el lugar de destino genera renta, favorece la creación de empleo, aumenta el ingreso público y fomenta la actividad empresarial en el sector.

2.3.3. Evolución del turismo

Sánchez, (2011), manifiesta que :

“ El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad, cuando hablamos de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas. El turismo ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y esto es lo que provoca que el turismo incrementa cada vez más su importancia mundial” (pág. 2)

Pero propiamente se puede afirmar que el turismo propiamente dicho, surge a raíz de la Revolución Industrial del siglo XIX y la invención de los medios de transporte. La principal motivación turística es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

En la actualidad el turismo, se caracteriza porque el turista puede descartar del servicio de una agencia turística, debido a que tiene a disposición la utilización del internet para la programación de los viajes turísticos de recreación y esparcimiento. La actividad turística provoca un importante impacto económico directo e indirecto para cada lugar y para el país en general.

2.3.4. Características del turismo

La característica más notable de la actividad turística, es la conexión con otros contextos, los cuales inciden en el desarrollo del turismo. Por ello hay que referirse, en primera instancia al turismo en el contexto macro, sus perspectivas, potencialidades y los nuevos enfoques de desarrollo de productos innovadores y sostenibles.

Según Panosso, A., & Lohman, (2012), señala las siguientes características del turismo:

- Establece el desplazamiento de tipo voluntario por no más de un año continuo.
- La actividad turística se presenta con fines de recreación y ocio, no obstante, también existe el turismo por negocio, industrial, etc.
- Beneficia a la relación comercial con otros países.
- Se incrementa en las épocas vacacionales.
- Constituye una importante fuente generadora de empleo.
- Es una actividad social y económica de las más importantes a nivel mundial.

2.3.5. Principios del turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), (1991), señala los principios que definen el turismo sostenible:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;

- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

2.3.6. Tipos de turismo

- **Turismo Local**

Se conoce como turismo local al desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social, conservar el patrimonio cultural, el entorno natural, las formas de vida, costumbres e identidad de una comunidad, con el fin de promover el turismo rural de una comunidad mediante la dirección de un ente municipal para recibir apoyo del mismo en el ámbito logístico, técnico y económico de los gobiernos provinciales.

- **Turismo Comunitario**

El turismo comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial sobre las actividades turísticas que se generan participando en su desarrollo y manejo. Una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

Maldonado,(2005), afirma que

“Turismo comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (pág. 8)

- **El Turismo Rural**

González, (2008) sostiene que

“El Turismo Rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que han sido reformados y adaptados, y son dirigidos

familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios”. (pág. 4)

De esto se desprende que el turismo rural son actividades que realizan los visitantes en las zonas rurales donde interactúan con la población local en un marco de respeto al entorno y las manifestaciones culturales locales.

El turismo rural se puede presentar de distintas modalidades: agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, de negocios, científico y muchas otras más.

- **Turismo Cultural**

Gurria, (2007), manifiesta que: *“Aun sin un propósito de culturización el viajero adquiere conocimientos, y conoce las costumbres propias del país o región que visita. Se interesa por la historia, y no puede menos que entrar en un proceso educativo, pues adquiere, así sea temporalmente, nuevas formas de conducta”.* (pág. 65)

- **Turismo Deportivo y de Aventura**

Sea lo realiza con el fin de poder practicar un determinado deporte o actividad. Lo practican quienes prefieren unas vacaciones activas. Constituye una recreación al aire libre, el propósito del viaje es el de experimentar actividades con ciertos riesgos e incertidumbres sobre los resultados. Esta práctica turística requiere de esfuerzo físico, una actitud mental bastante positiva y una gran descarga de adrenalina.

- **El Ecoturismo**

Constituye el viaje a las zonas naturales, en una forma responsable, en el cual debe haber el respeto a la naturaleza y la población moradora de esta zona, fomentando el equilibrio entre lo social, económico y ecológico.

2.3.7. Tipos de hospedaje

De acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico , (2015) se establece los siguientes tipos de hospedaje:

- **Hoteles**

Son establecimientos de alojamiento turístico que tienen instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentación y bebidas en un área definida como cafetería o restaurante, además puede contar con otros servicios complementarios Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 8)

- **Hostales**

Son instalaciones de alojamiento turístico que cuentan con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte del mismo. Puede prestar el servicio de alimentación y otros servicios a sus huéspedes. Debe contar mínimo con 5 habitaciones. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 8)

- **Hosterías**

Son establecimientos de alojamiento turístico con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad del inmueble o parte independiente del mismo. Presta el servicio de alimentación y también puede hacerlo de otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, espacios verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Mínimo debe contar con 5 habitaciones”. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Hacienda turística**

Un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privados o compartidos, conforme a su categoría. Esta localizado dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huertos orgánicos, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales,

vinculación con la comunidad local. Permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicios de alimentos y bebidas, pudiendo proporcionar otros servicios complementarios. Debe contar con un mínimo de 5 habitaciones”. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Lodge**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Resort**

Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Refugio**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado

generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Campamento Turístico**

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para alojarse en tiendas de campaña, dispone de cuartos de baño y aseo compartidos, cercanos al área del campamento, cuyos terrenos se encuentran delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para la preparación de la comida y descanso, se ofrece seguridad y señalética interna en toda su área. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

- **Casa de Huéspedes**

Un establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio. Cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado. Puede prestar el servicio de alimentación y bebidas a sus huéspedes. Su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones. Con un máximo de seis plazas por establecimiento. (Reglamento de Alojamiento Turístico , 2015, pág. 9)

2.4.ESTUDIO DE MERCADO

Meza, (2010), define al estudio de mercado como: “*un estudio de demanda, oferta y precio de un bien o servicio*”. (pág. 22)

El estudio de mercado ayuda a demostrar la necesidad de los consumidores en la adquisición de un bien o servicio, tiene como finalidad determinar la existencia o no de la demanda necesaria que justifique la puesta en marcha de un programa o proyecto de producción, basado en un mercado potencial.

2.4.1. Mercado

Stanton,(2007), da una definición de mercado como : *“El conjunto de compradores que buscan un determinado producto en un lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones”*. (pág. 90)

El mercado es el lugar donde se da a conocer el producto. En la actualidad, debido a los avances tecnológicos, este lugar ha dejado de ser un espacio físico para convertirse en un escenario virtual, multiplicando el alcance a nivel global. Hoy se puede vender un producto a compradores que se encuentran al otro lado del mundo en otro continente

El lugar donde se da a conocer un producto que está a la venta es lo que se considera mercado, en la actualidad por el avance tecnológico este lugar dejó de ser un espacio físico para pasar a ser virtual multiplicando el alcance a nivel mundial, es decir que podemos vender un producto a un comprador que se encuentra en otro continente , pero hay que mantener siempre el concepto básico de entregar un producto a cambio de dinero u otro beneficio que sea mayor al que se está entregando.

2.4.2. Segmentacion de mercados

Consiste en el proceso de la división y segmentación de un mercado en grupos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Es dividir algunos tipos de consumidores, tomando en cuenta las preferencias, y se enfoca el producto hacia la satisfacción de las necesidades.

2.4.3. La demanda

Casado & Sellers, (2010) expresan que demanda es:

“Constituye el volumen total que será adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados”. (pág. 102)

La demanda es la cuantificación de la necesidad real de una población de compradores, que tienen poder adquisitivo suficiente para adquirir un determinado producto que

satisfaga la mencionada necesidad, determinando la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.

- **Demanda insatisfecha**

Cuando la demanda, no es satisfecha en el mercado, se denomina demanda insatisfecha, es decir la demanda es mayor que la oferta. La decisión de ejecutar o no un proyecto, depende enormemente del resultado de la determinación de la demanda insatisfecha.

2.4.4. Oferta

La cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor está en capacidad de ofrecer y lo quiere hacer en un período de tiempo determinado y a diferentes precios, se denomina oferta.

La oferta localiza a las características principales de la competencia, va señalando los mecanismos que se utilizan para que se consiga la satisfacción del cliente, además se indican los productos que ofrecen, cantidad de productos que se venden en forma anual, mensual, semanal o diariamente, el mercado que cubren y los precios que ofertan.

2.4.5. El producto

Lamb, (2009), define al producto como: *“Todo aquello que constituya favorable o desfavorable, y que una persona recibe en un intercambio. Las características típicas de un producto son: el estilo, color, opciones y tamaños, etc”*. (pág. 308)

El producto constituye la satisfacción de una necesidad, quien lo necesita compra el producto. En el caso del campo turístico, el producto corresponde a un servicio turístico.

2.4.6. La comercialización

La comercialización constituyen las actividades que apresuran el movimiento de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor. Es un proceso que vincula la publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, investigación y desarrollo, promoción y almacenamiento de los bienes y servicios.

Se puede decir que la comercialización, es toda actividad que se realiza para que un producto turístico llegue hasta el consumidor final. Son todos los esfuerzos que realizan

las empresas turísticas para que llegue el producto a los consumidores y así obtener ganancias económicas.

- **Canales de Distribución.**

Limas Suárez, (2012) indica que:

“Los canales de distribución constituyen al recorrido por el que pasa el producto según transferencia de propiedad del mismo, desde el fabricante o productor hasta el consumidor final. Los canales de distribución están integrados por personas y empresas implicadas en el proceso de y que posibilitan el traslado del producto desde la producción hasta el consumo”. (pág. 190).

De acuerdo al autor, los canales de distribución son los medios a través de los cuales el producto turístico llega al consumidor.

- **Función de los canales de distribución**

Mercado, (2004), señala las funciones más importantes de los canales de distribución, como las siguientes:

- Realizar las funciones propias de las ventas
- Efectuar todas las actividades de comercialización
- Investigar el mercado hasta que se hayan cumplido las ventas
- Conducir el producto cerca del consumidor para satisfacer las necesidades.

En el campo turístico, los canales de distribución constituyen la colocación del producto turístico en el mercado donde sea competitivo y pueda sobresalir para que sea vendido.

- **Promociones**

Según Clow, (2010), *“Las promociones consisten en todos los incentivos ofrecidos a los clientes para estimular las compras de productos”.* (pág. 326)

La promoción turística es una estrategia utilizada por las empresas para vender con mayor fluidez los productos turísticos, generalmente es utilizada por el departamento de ventas el cual está encargado del diseño de estas promociones.

- **La publicidad**

Limas Suárez, (2012) expresa que: *“La publicidad es toda comunicación no personal y pagada, sobre ideas o productos a través de un patrocinador. La publicidad es una herramienta que hace uso de los medios de comunicación para informar, recordar o avisar a los consumidores sobre un producto”*. (pág. 206- 207)

En el campo turístico, la publicidad constituye la herramienta empleada por la empresa para dar a conocer los productos turísticos. La creatividad es el factor más importante de la publicidad, para dar a conocer los productos turísticos que se pretenden vender. La utilización de los medios de comunicación, en la época actual es la mejor y rápida manera para llegar al posible consumidor.

2.5.ESTUDIO TÉCNICO

Prieto, (2012), manifiesta que *“El estudio técnico es la fase que corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito”*. (pág. 82)

El estudio técnico presenta indica la determinación del tamaño óptimo del proyecto turístico, la localización óptima del lugar del proyecto, la ingeniería y el análisis administrativo y legal del proyecto turístico.

Con la realización del estudio técnico Al realizar el estudio se busca lograr el objetivo de valorar las variables técnicas para desarrollar y poner en ejecución el proyecto turístico, al describir el lugar donde se va a desarrollar, el proceso productivo y como se va realizar la inversión.

2.5.1. Localización óptima del proyecto

Miranda, (2012), expresa que: *“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos”*. (pág. 122)

De acuerdo a lo anterior, es fundamental determinar la localización del proyecto turístico a desarrollar, ya que esta ubicación debe cubrir las necesidades que el proyecto

requiere para su normal desenvolvimiento buscando minimizar costos y conseguir la mayor utilidad.

2.5.2. Macro localización del proyecto

Según lo afirma, Córdoba, (2012), “ *La macrolocalización constituye la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto*”. (pág. 119)

De acuerdo a lo anterior es resolver donde se va instalar el proyecto turístico. Constituye el campo o área de ubicación que debe ser la localización más ventajosa para los propósitos del proyecto. La macro localización adecuada cubre las exigencias y requerimientos y contribuye a minimizar los costos de inversión y gastos del proyecto turístico.

2.5.3. Micro localización del proyecto

La micro localización de un proyecto según lo afirma, Córdoba, (2012) “*Es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida*”

Es la selección del punto preciso, dentro de la macro zona, donde se ubicará en forma definitiva el proyecto turístico, se toma en cuenta todos los factores y requerimientos indispensables para el desarrollo adecuado del proyecto.

2.5.4. Ingeniería del proyecto

Constituye la determinación de la alternativa técnica más adecuada para la ejecución de un proyecto, Córdoba, (2012), señala que es “*El conjunto de conocimiento de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto*”. (pág. 123)

La ingeniería de un proyecto turístico selecciona el proceso de producción del proyecto, lo que conlleva a la utilización de una determinación tecnológica e instalación de obras de infraestructura física de acuerdo con los equipos y maquinarias elegidas. También la ingeniería del proyecto se encarga del almacenamiento, sistemas de producción, métodos de diseño y distribución de los productos turísticos.

2.5.5. Tamaño del proyecto

Según Córdoba, (2012), expresa que

“El tamaño del proyecto, es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (pág. 125)

La determinación del tamaño del proyecto turístico, tiene que ver con la incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y además por la estimación de la rentabilidad que podrá producir su implementación.

2.6. ESTUDIO ECONÓMICO

Baca Urbina, (2012), afirma que *“El Estudio Económico es el que ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.* (pág. 7)

Los objetivos del estudio económico, es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que son procedentes de estudios anteriores, para evaluar el proyecto turístico lo que permite determinar la rentabilidad.

2.6.1. Estados financieros

Zapata, (2011) determina que los estados financieros son *“Reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.* (pág. 60)

Los estados financieros indican la situación económica de la empresa turística en un periodo determinado de tiempo, lo que ayuda en la toma de decisiones correctas por los ejecutivos, en busca del logro de objetivos de la empresa turística.

2.6.2. Balance general

Al respecto Zapata, (2011), manifiesta que: *“Es un informe contable que presenta ordena y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la situación financiera de la empresa en un tiempo determinado”*. (pág. 62)

Este balance presenta las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, informando lo que la empresa turística, tiene y adeuda, indicando la situación financiera de la empresa.

2.6.3. Estado de resultados

Jiménez Lemus, (2011), manifiesta que el Estado de resultados:

“Resume las operaciones de la empresa derivadas de sus actividades económicas de comprar, producir, transformar y de vender o bien proveer servicios durante un periodo determinado. Este estado incluye todos los ingresos generados por la empresa y todos los costos y gastos en que incurrió en sus operaciones, para finalmente mostrarnos el resultado: ganancias o pérdidas”. (pág. 3)

El estado de resultados determina los efectos de las operaciones de una empresa turística y su resultado final, sea es de ganancias o pérdidas, también se hace un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.

2.6.4. Evaluación financiera

2.6.5. Valor Actual Neto

Sapag Chain, (2011), manifiesta la siguiente definición de lo que es el VAN o Valor Actual Neto: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”*. (pág. 321)

El cálculo del VAN en el proyecto turístico es muy importante para valorar las inversiones en activos fijos que se aplican, si el VAN es alto es un factor importante para el entorno productivo, y si es bajo, hay que considerar diversas causas como la imagen, aspectos estratégicos u otros motivos, para implementar acciones estratégicas de mejora permanente.

2.6.6. Tasa Interna de Retorno

Wild,(2007), manifiesta que el TIR o Tasa Interna de Retorno:

“Es la tasa de rendimiento anual compuesta que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe los flujos positivos de efectivo dados. La tasa interna de retorno es la que permite conocer la rentabilidad del proyecto al final de su periodo de recuperación”. (pág. 348)

En el proyecto turístico el TIR mide el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de la inversión recuperen su costo o inversión inicial

2.6.7. Costo Beneficio

Para Sapag Chain,(2011), respecto al costo beneficio, señala que *“El análisis del Costo-Beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.*

El análisis costo beneficio de un proyecto turístico, abarca en forma explícita o implícita, el peso total de los gastos que se han previsto en contra del total de los beneficios también previstos. Esto se hace para la selección de la mejor opción, la más rentable.

El análisis costo beneficio constituye un razonamiento cuyo propósito es lograr mayores y mejores resultados con el menor esfuerzo y recursos invertidos. Cuando los beneficios superan a los costos, el proyecto es exitoso.

2.6.8. Punto de Equilibrio

Según, Meza, (2010), el punto de equilibrio se define como : *“Aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación”.* (pág. 138)

El cálculo de punto de equilibrio en los proyectos es, un proceso importante para varios factores, se mide la capacidad del servicio, y a su vez, se aprovecha cual es el tope en el que se ha tenido.

2.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.7.1. Misión

Respecto a la misión, Galindo, (2011) la define de la siguiente manera: *“La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación”*. (pág. 16)

La misión, constituye la razón de ser de la empresa turística, es el motivo por el cual existe la empresa. La misión permite determinar las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado, lo cual aportará a la consecución de la misma.

2.7.2. Visión

La visión de la empresa constituye un conjunto de ideas que definen en forma clara, a donde quiere llegar la empresa en el futuro, lo hace mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas.

La visión es el horizonte estratégico del futuro de la empresa, es la imagen del proyecto como parte de un sueño o ideal compartido hacia el futuro.

2.7.3. Principios y valores

Son las pautas de conducta; los principios fundamentales que guían el comportamiento de la organización, como son la búsqueda de la excelencia, el cumplimiento de las disposiciones legales, el respeto humano, etc.

2.7.4. Políticas

Brito Cabrera, (2012), señala que las políticas son: *“Planes permanentes (reglas de decisión) que adoptan la forma de declaraciones generales y que guían o canalizan el pensamiento de los miembros de la organización en la toma de decisiones, es decir, establecen los límites dentro de los cuáles debe adaptarse la decisión”*. (pág. 4)

Las políticas que tiene la empresa tienen mucha relación con la forma o manera de hacer las cosas, de hacer gestión.

2.7.5. Identificación de puestos y funciones

Consiste en asignar puestos de acuerdo a una distribución orgánica y funcional de la empresa.

Cada puesto tendrá un perfil del empleado que debe asumir las responsabilidades de cada uno de los puestos de acuerdo a las funciones que debe cumplir para lograr los objetivos de la empresa.

2.7.6. Aspectos legales

La creación de una Permisos de funcionamiento presa familiar o famiempresa dirigida a la prestación de servicios turísticos conlleva algunos requisitos, indispensables para su funcionamiento que se debe cumplir de acuerdo a ley. Es necesario obtener algunos permisos:

- **Régimen Impositivo Simplificado (RISE)**

Es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

- **Registro en el IEPI**

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual.

- **Registro en el Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Turismo permite el registro de establecimientos de alojamiento turístico por medio del Sistema de Información Estratégica para el Turismo en el Ecuador (SIETE)

- **Patente Municipal**

Permiso municipal de carácter obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

- **Permiso de Bomberos**

Se emite a todo negocio previo a la aprobación de su funcionamiento, el objetivo es cumplir e inspeccionar la existencia de extintores portátiles, seguridad de las instalaciones eléctricas, instalaciones de gas, instalaciones varias y medios de salida ante emergencias.

- **Permiso Sanitario**

Otorga el permiso de funcionamiento a los establecimientos que cumplan con los requisitos conforme a lo dispuesto por el Ministerio de Salud.

- **Licencia de Funcionamiento Turística**

Requisito de licenciamiento anual de funcionamiento para establecimientos de alojamiento turístico expedido por la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

2.8.IMPACTOS

El estudio de impactos está orientado al análisis de repercusiones positivas y negativas que eventualmente podrían ser provocados por obras o actividades que se encuentran en etapa de proyecto y que al ser evaluados se puede tomar medidas para optimizar los impactos positivos y mitigar los impactos negativos elaborando estrategias que permitan el tratamiento de éstos.

Existen diferentes metodologías para la identificación de impactos, para comprender cada uno de estos métodos, se señalarán algunos citados por Arboleda Vélez (2013):

- **Lista de Verificación**

Reside en elaborar una lista de las posibles actividades del proyecto, su fin es identificar los posibles efectos de las acciones propuestas.

- **Método Matricial**

Su estudio se fundamenta en formar una matriz de doble entrada apoyado en listas de actividades propias del proyecto y las listas de componentes ambientales, el fin es

buscar la interacción de que se esté presentando un impacto. Existen diversas matrices para la identificación de impactos, pero el más reconocido es la Matriz de Leopold cuya técnica es la de dar una cierta puntuación para determinar los impactos de mayor relevancia.

- **Superposición de Mapas**

Consiste en la sobreposición de diferentes mapas transparentes los cuales serán representados por temas que contienen relación directa con cada proyecto dependiendo de la actividad de los mismos.

- **Diagramas de Flujo**

Radica en elaborar diagramas por cada actividad aclarando los componentes que pueden impactar y los efectos que causa sobre los mismos, de esta manera determinar cuáles serán las causas de las actividades, adquiriendo mayor conocimiento de las mismas.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.INTRODUCCIÓN

Para la realización del presente Estudio de Mercado, se aplicaron entrevistas a los propietarios del Albergue Patricia Morales y encuestas a los turistas extranjeros que se han hospedado en el albergue, con ello se determinaron las percepciones, preferencias, comportamientos de los turistas para elegir un lugar de alojamiento en el Cantón Cotacachi.

Los resultados y su análisis ayudarán a determinar las acciones adecuadas para mejorar el servicio de hospedaje; los resultados obtenidos facilitarán la delimitación de los servicios ofertados, así como de la infraestructura necesaria para la prestación de los mismos, lo que permitirá a la vez orientar acciones específicas encaminadas a prestar servicios que satisfagan plenamente las necesidades de los demandantes.

Por lo tanto, este estudio permitirá conocer las potencialidades y los aspectos favorables que el mercado ofrece para que el proyecto de servicios sea acogido y proyecte un crecimiento óptimo. Además, es de suma importancia ya que guiará la realización de los estudios técnicos, financieros y económicos, para determinar su viabilidad.

3.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

- Realizar el estudio de mercado para determinar las preferencias de los consumidores además de la oferta y demanda existente en base a los servicios que ofrece el proyecto.

3.2.2. Objetivos específicos

- Analizar la demanda turística de los visitantes extranjeros que solicitan servicios de hospedaje turístico y prefieren realizar actividades de turismo comunitario-rural en las comunidades indígenas de Cotacachi

- Determinar la demanda insatisfecha que permita verificar la factibilidad de emprender el proyecto de la constitución de la Casa de Huéspedes Patricia Morales, en Turucu, Cantón Cotacachi.
- Analizar la oferta de servicios turísticos que presenta el sector y el Albergue Patricia Morales, determinar su proyección futura.
- Obtener conclusiones importantes del estudio mercado que posibilitaran la viabilidad y factibilidad de la realización del proyecto turístico.

3.3.VARIABLES E INDICADORES

Tabla N° 4: Variables e Indicadores del Mercado

VARIABLES	INDICADORES
Mercado turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del servicio turístico • Características del servicio • Mercado meta
Macro segmentación	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados turísticos internacionales • Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización
Micro segmentación	<ul style="list-style-type: none"> • Procedencia del turista extranjero • Perfiles del turista por mercados • Preferencias del turista extranjero • Actividades Turísticas
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Características del cliente • Frecuencia de visita • Forma de visita • Motivo de visita • Preferencias turísticas • Gasto promedio individual • Permanencia del viaje • Servicios adicionales • Gastronomía de preferencia • Calidad en la atención

VARIABLES	INDICADORES
	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección de la demanda
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección de la oferta • Análisis de la competencia actual • Características del servicio
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de la competencia • Determinación del precio • Proyección del precio
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios • Canales de distribución • Tipo de publicidad

Elaborado por: La Autora

3.4.MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

A continuación, se presenta la matriz del estudio de mercado donde se establece la relación entre los objetivos, variables, indicadores, técnicas y fuentes bibliográficas.

Tabla N° 5: Matriz del Estudio de Mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Describe al mercado que se dirige el proyecto e identifica las características de los servicios ofertados.	Mercado turístico	Identificación del servicio turístico	Observación Directa	Albergue Patricia Morales
		Características del servicio	Observación Directa	Albergue Patricia Morales
		Mercado meta	Entrevista	Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. La Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas.
Investigar los principales mercados turísticos internacionales que visitan las diferentes provincias del Ecuador.	Macro segmentación	Mercados turísticos internacionales	Investigación Documenta	Ministerio de Turismo
		Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización	Investigación Documental	Ministerio de Turismo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Indagar sobre los mercados turísticos internacionales que visitan el Cotacachi, cantón donde se realiza el proyecto.	Micro Segmentación	Procedencia del turista extranjero	Investigación Documental	Ministerio de Turismo
		Perfiles del turista por mercados	Observación Directa	Ministerio de Turismo
		Preferencias del turista extranjero	Observación Directa	Clientes
		Actividades Turísticas	Observación Directa	Clientes
Investigar la demanda potencial existente de servicios turísticos en el Cantón Cotacachi	Demanda	Características del cliente	Encuesta	Clientes
		Frecuencia de visita	Encuesta	Clientes
		Forma de visita	Encuesta	Clientes
		Motivo de visita	Encuesta	Clientes
		Preferencias turísticas	Encuesta	Clientes
		Gasto promedio individual	Encuesta	Clientes
		Permanencia del viaje	Encuesta	Clientes
		Servicios adicionales	Encuesta	Clientes
		Gastronomía de preferencia	Encuesta	Clientes
		Calidad en la atención	Encuesta	Clientes
		Proyección de la demanda	Cálculo	

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Analizar la oferta de servicios turísticos en el Cantón Cotacachi.	Oferta	Proyección de la oferta	Cálculo	
		Análisis de la competencia actual	Investigación Documental	GAD Municipal de Cotacachi.
		Análisis de la competencia actual	Investigación Documental	GAD Municipal de Cotacachi.
Establecer el nivel de precios de los servicios turísticos existente en la casa de huéspedes	Precio	Precio de la competencia	Observación Directa	Competidores
		Determinación del precio	Observación Directa	Competidores
		Proyección del precio	Cálculo	
Diseñar estrategias comerciales más idóneas para el proyecto.	Comercialización	Servicios	Encuesta	Clientes
		Canales de distribución	Encuesta	Clientes
		Tipo de publicidad	Encuesta	Clientes

Elaborado por: La Autora

3.5.MERCADO TURÍSTICO

3.5.1. Identificación del Servicio Turístico

El albergue ofrece un ambiente familiar y acogedor, está ubicado en la Comunidad de Turucu, Cantón Cotacachi. Constituye una gran opción para los turistas extranjeros que desean conocer la autóctona vida comunitaria. Se ofrece una alimentación nutritiva y completa.

La atención a los huéspedes es familiar. La familia Anrango Morales, está conformada por los dos padres y cuatro hijos; los abuelos viven en la casa de al lado. Los anfitriones hablan español y kichwua, lo que le permite al huésped experimentar y compartir la vida familiar y comunitaria de la comuna Turucu. Pueden también disfrutar de los destinos turísticos del Cantón Cotacachi y la provincia de Imbabura.

3.5.2. Características de los Servicios

Los servicios que presta el Albergue Patricia Morales son:

- Cuenta con habitaciones confortables y baño compartido con agua caliente, para viajeros individuales, parejas y grupos.
- Los servicios que se ofertan dentro del costo por hospedaje están: alimentación, servicio de internet, artículos de aseo personal, lavandería, aparcamiento, tours, relatos tradicionales, participación en fiestas y rituales lo cual depende de época y predisposición del huésped.
- Cuenta con patio amplio adecuado para realizar eventos.
- Los turistas pueden tener acceso las 24 horas del día y acceder a la casa principal de los anfitriones para descanso o disponer de lo requiera el turista como equipo de computación.
- Cuneta con acceso privado a los dormitorios de los turistas.
- Es un sitio donde se permite el ingreso de mascotas.
- Ofrece descanso en un habiente natural y permite compartir diferentes experiencias entre turistas de diferentes países, además de interactuar con la familia anfitriona.

Gráfico N° 20: Albergue Patricia Morales



Elaborado por: La Autora

3.5.3. Mercado Meta

La Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas tomando como registro los años 2010 – 2016 se demuestra un paulatino aumento de entradas de extranjeros al Cantón Cotacachi, registrando al año 2010 un total de 16.447 turistas y al 2016 con 30.856, obteniendo como variación del 20,07% en este periodo. El porcentaje de entrada de extranjeros al cantón ha ido incrementándose en los primeros años, pero para el 2016 se reflejó un decremento del 1,76% con respecto al año 2015.

Tabla N° 6: Ingreso de Turistas Extranjeros a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas

Ingreso de Turistas Extranjeros a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	
2010	16.447
2011	40.047
2012	36.372
2013	39.082
2014	32.125
2015	33.733
2016	30.856

Fuente: (Cerpa Saltos, 2017)

Elaborado por: La Autora

A continuación, se demuestra el porcentaje de ingreso de turistas extranjeros a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas dentro del periodo 2010-2016.

Tabla N° 7: Porcentaje de crecimiento anual de entrada de turistas extranjeros al Cantón Cotacachi

Ingreso de Turistas Extranjeros al Cantón Cotacachi			
Año	Entrada turistas extranjeros	Aumento de turistas	% Crecimiento anual
2010	16.447		
2011	40.047	23600,00	143,491214
2012	36.372	-3675,00	-9,17671736
2013	39.082	2710,00	7,45078632
2014	32.125	-6957,00	-17,8010337
2015	33.733	1608,00	5,00544747
2016	30.856	-2877,00	-8,5287404

Fuente: (Cerpa Saltos, 2017)

Elaborado por: La Autora

3.6.VARIABLES DE MACRO SEGMENTACIÓN

Se relaciona al mercado turístico de extranjeros que visitan las diferentes provincias del Ecuador.

3.6.1. Mercados turísticos internacionales

El Ecuador es un país es muy visitado por turistas extranjeros, entre ello, los diez principales mercados turísticos que llegan al Ecuador proceden en su orden de: Colombia, Estados Unidos, Perú, Venezuela, Argentina, Chile, España, Canadá, Alemania, Reino Unido.

A continuación, se demuestra el ranking de los principales mercados turísticos al Ecuador.

Gráfico N° 21: Principales mercados turísticos al Ecuador

RK	País	2016		2017		% Var. YoY
		Registros	% Part	Registros	% Part	
1	Colombia	43.429	29,8%	42.232	27,9%	-2,8%
2	Estados Uni..	20.821	14,3%	19.575	12,9%	-6,0%
3	Perú	15.648	10,7%	15.704	10,4%	0,4%
4	Venezuela	8.704	6,0%	14.901	9,8%	71,2%
5	Argentina	8.101	5,6%	7.312	4,8%	-9,7%
6	Chile	4.917	3,4%	5.871	3,9%	19,4%
7	España	5.033	3,5%	4.737	3,1%	-5,9%
8	Canadá	3.590	2,5%	3.313	2,2%	-7,7%
9	Alemania	2.413	1,7%	3.550	2,3%	47,1%
10	Reino Unido	2.855	2,0%	2.150	1,4%	-24,7%
Otros países		30.199	20,7%	32.085	21,2%	6,2%
Total general		145.710	100,0%	151.430	100,0%	3,9%

Fuente: (MINTUR, 2017)

3.6.2. Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización

Respecto al perfil general del turista emisor, se debe determinar la razón de su visita al país. Su importancia radica en el motivo por el cual los extranjeros realizan sus viajes e identificar los principales mercados internacionales que generan grandes ingresos en divisas al Ecuador.

A continuación, se detalla los tres principales perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización:

- Colombia

Gráfico N° 22: Perfil General del Turista-Colombia



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
80%	20%	15 días

- Estados Unidos

Gráfico N° 23: Perfil General del Turista-Estados Unidos



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
82%	18%	24 días

- Perú

Gráfico N° 24: Perfil General del Turista-Perú



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
78%	22%	30 días

En relación a los porcentajes que representan los mercados intenciones mencionados anteriormente, se observa que un promedio del 80% de turistas extranjeros visitan el Ecuador por paseo, con una estadía de 23 días promediados, de allí la importancia de promover el desarrollo turístico en Ecuador.

3.7.VARIABLES DE MICRO SEGMENTACIÓN

Se relaciona al mercado turístico de extranjeros que visitan el Cotacachi, cantón donde se realiza el proyecto.

3.7.1. Procedencia del Turista

Los turistas que visitan la provincia de Imbabura, en el Cantón Cotacachi, principalmente son turistas extranjeros del continente europeo y norteamericano, principales mercados en adquirir los servicios del Albergue Patricia Morales.

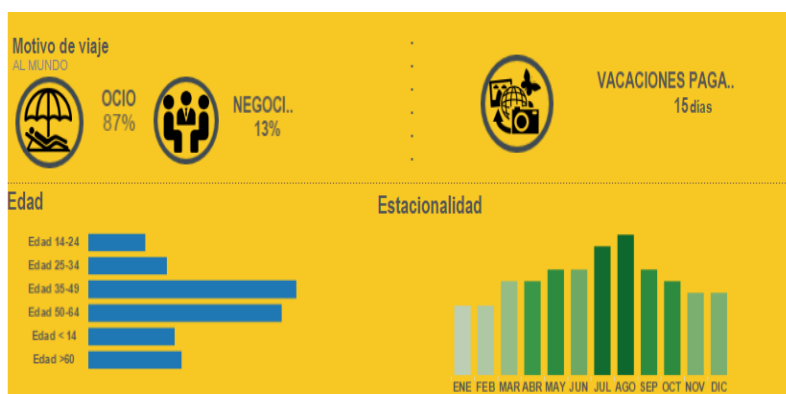
3.7.2. Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización

El Albergue Patricia Morales al ser un negocio dedicado al alojamiento de turistas extranjeros, recibe en reservaciones de las diferentes partes del mundo, especialmente de Estados Unidos, Canadá, Alemania y Francia

Se plasma a continuación el perfil del turista por mercados de acuerdo a la priorización:

- **Canadá**

Gráfico N° 25: Perfil General del Turista-Canadá



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
87%	13%	15 días

- **Alemania**

Gráfico N° 26: Perfil General del Turista-Alemania



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
85%	15%	24 días

- **Francia**

Gráfico N° 27: Perfil General del Turista-Francia



Fuente: (MINTUR, 2016)

Datos Informativos:

Ocio	Negocio	Vacaciones
88%	12%	25 días

De la investigación realizada, se observa que un promedio del 86% de turistas extranjeros visita el Ecuador por paseo, con una estadía de 22 días promediados, demostrando la importancia de promover el desarrollo turístico en la comunidad.

3.7.3. Preferencias de los turistas extranjeros

Los turistas extranjeros prefieren visitar los destinos turísticos de Imbabura y Cotacachi, para realizar actividades sobre vivencia cultural con las comunidades, realizar estudios científicos y etnográficos, comprar artesanías y productos de los diversos cantones de la provincia. Constituyen un segmento importante del mercado local y provincial.

3.7.4. Actividades turísticas

En la actualidad en la provincia de Imbabura y en Cotacachi se realizan una diversidad de actividades turísticas que han potenciado la economía provincial y local, ya que el turismo se articula con otras actividades productivas importantes de la provincia y el cantón. Cotacachi cuenta con gran cantidad y variedad de atractivos turísticos de características naturales y culturales que se constituyen en el potencial sobre cual se busca desarrollar la actividad turística con las comunidades. Últimamente un mercado turístico importante es el ecoturismo, turismo comunitario y turismo rural, por lo que es necesario fortalecer el turismo, con base en las riquezas naturales, costumbres, tradiciones, artesanías y habilidades, existentes en los pobladores.

3.8.DEMANDA

Es en el análisis de la demanda donde se define la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado, lo que posibilita la delimitación de los potenciales clientes que están dispuestos a comprar el servicio que se ofrece.

3.8.1. Población

La población corresponde a todos los turistas extranjeros que visitan el Cantón Cotacachi y se hospedaron en el Albergue Patricia Morales. Para el año 2016 se reportó un ingreso de 96 turistas en la casa de huéspedes.

3.8.2. Muestra

Como la población es pequeña y existe gran dificultad para contactar a los turistas extranjeros, la muestra se compone de 45 turistas los cuales se ha podido contactarlos personalmente y vía online. (Anexo, 6)

3.8.3. Análisis de la encuesta a turistas huéspedes

Se aplicó entrevistas a 45 turistas extranjeros mediante vía online y personalmente.

P1. ¿Qué idioma habla usted?

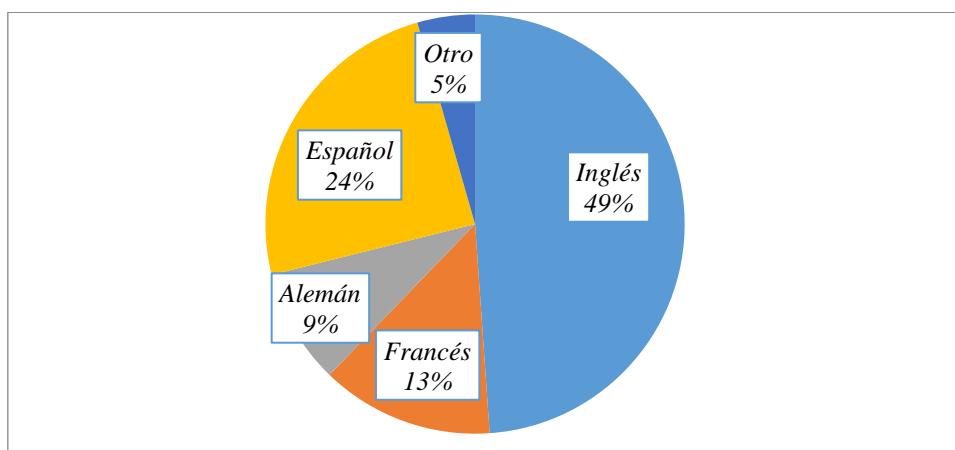
Tabla N° 8: Idiomas que hablan los turistas

1. ¿Qué idioma habla usted?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Inglés	22	49%
Francés	6	13%
Alemán	4	9%
Español	11	24%
Otro. ¿Cuál?	2	4%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 28: Idioma de que hablan los turistas



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De los datos obtenidos se puede identificar que casi la mitad de turistas que visitan el Albergue Patricia Morales hablan el idioma inglés, lo que identifica que la mitad de esta población tiene como preferencia y dominio dicho idioma. El español también es un idioma muy utilizado por los turistas ya que ocupa la cuarta parte de extranjeros que tienen conocimiento del castellano. El francés y alemán son los dialectos menos

hablados por esta población; además se reflejó que el 5% de turistas hablan otras lenguas como zulú, holandés, finlandés e irlandés.

P2. 2. ¿Cuántas veces ha viajado al Ecuador?

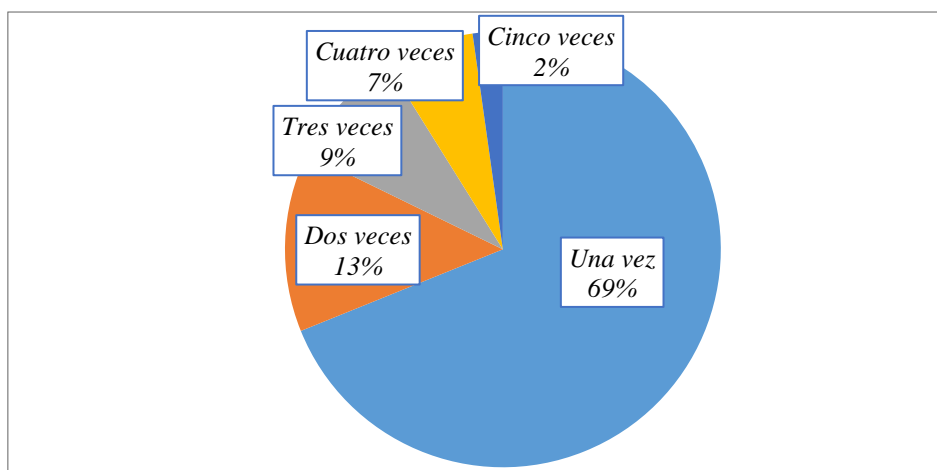
Tabla N° 9: Frecuencia de viajes de los turistas a Ecuador

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Una vez	31	69%
Dos veces	6	13%
Tres veces	4	9%
Cuatro veces	3	7%
Cinco veces	1	2%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 29: Frecuencia de viajes de los turistas a Ecuador



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De la población estudiada, se determinó que la mayoría de turistas expresa que ha viajado una sola vez hacia el Ecuador, un pequeño sector el 13 % dice haber regresado y que ha viajado dos veces hacia el país. Es importante destacar que un sector pequeño pero significativo el 9 % de los turistas ya ha venido por tres ocasiones al Ecuador. Y en mínimos porcentajes 2 % ha venido cuatro veces y cinco veces al país. Esta situación es fundamental ya que el turista regresa porque le ha gustado el país, los lugares turísticos, pero especialmente le ha gustado el lugar donde se ha hospedado.

P3. Cuándo viaja ¿Cuál es el tipo de hospedaje que usted prefiere?

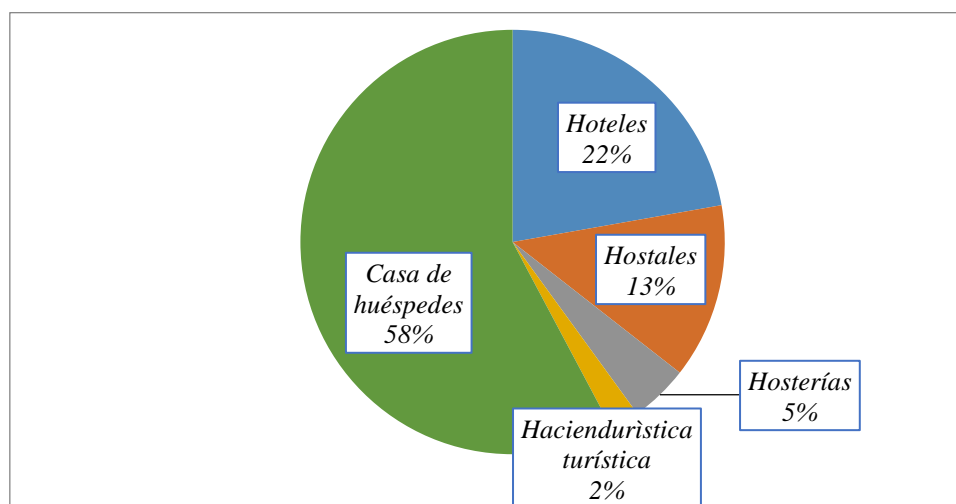
Tabla N° 10: Tipo de hospedaje de preferencia de los turistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hoteles	10	22%
Hostales	6	13%
Hosterías	2	4%
Hacienda turística	1	2%
Campamento turístico	0	0%
Casa de huéspedes	26	58%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 30: Tipo de hospedaje preferido por los turistas



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De la información obtenida se deduce que más de la mitad de los turistas tienen como preferencia llegar a una casa de huéspedes con el motivo de disfrutar de un ambiente familiar, seguro y confortable. Se estima que la muestra de la población encuestada, el 2% presentan como preferencia por alojarse en una hacienda turística, mientras que el campamento turístico no presenta valoración alguna.

P4. ¿A través de qué medios de comunicación usted elige el lugar donde hospedarse durante su viaje?

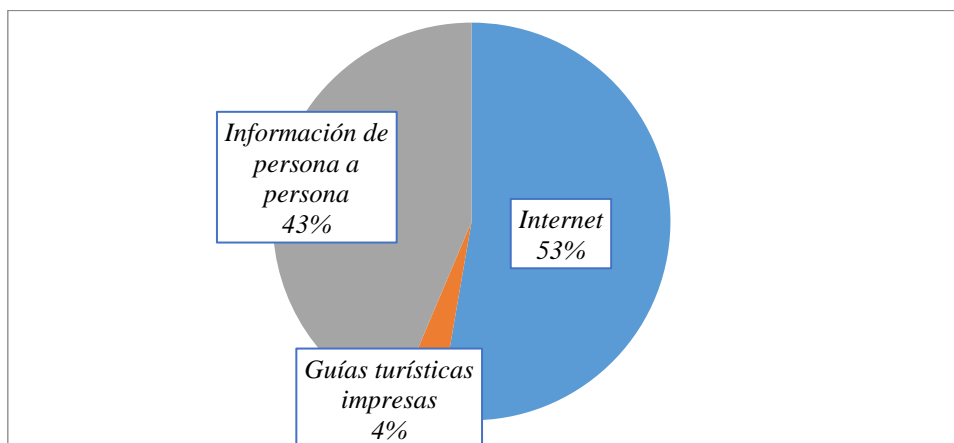
Tabla N° 11: Medio de comunicación utilizado por el turista para la elección del hospedaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Internet	17	53%
Guías turísticas impresas	1	4%
Información de persona a persona	14	44%
Radio/ Televisión	0	0%
Prensa escrita	0	0%
Revistas	0	0%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 31: Medio de comunicación para informarse del lugar de hospedaje para el turista extranjero



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

A través de encuestas realizadas a extranjeros, se refleja que el medio de comunicación más utilizado por los turistas para informarse acerca del lugar de hospedaje es el internet con un 53%; sin embargo, es de destacar que un considerable porcentaje de turistas se informan por referencias de otros turistas por recomendación en un 43%, siendo estos dos los medios de mayor preferencia por los visitantes. De igual manera, se determinó que la radio, televisión, prensa escrita y revistas son los medios de comunicación no utilizados por esta población.

P5. ¿Qué es lo que más considera usted al momento de acceder al servicio de alojamiento turístico?

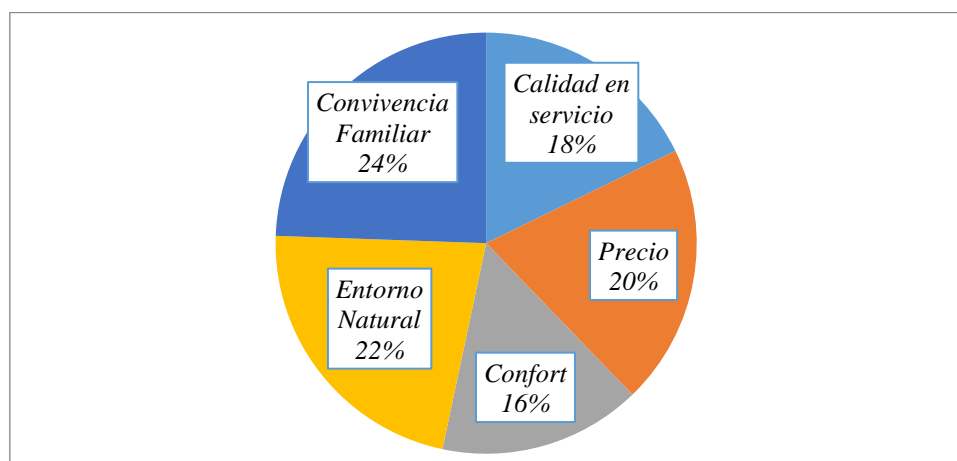
Tabla N° 12: Aspectos que considera el turista al momento de acceder al servicio de alojamiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	9	20%
Precio	10	22%
Confort	7	16%
Entorno Natural	8	18%
Convivencia Familiar	11	24%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 32: Aspectos que considera el turista al momento de acceder al servicio de alojamiento



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Los aspectos a considerar para diferenciar el sentido de satisfacción de los turistas se consideran principalmente a la convivencia familiar, entorno natural y precio de los servicios con una proporción del 24% al 20%, pero no haciendo de lado el confort y la calidad o buen servicio que ocupan porcentajes considerables a los ya mencionados; por tal razón, el Albergue Patricia Morales atrae la atención de sus huéspedes y a su vez persigue el mejoramiento continuo.

P6. ¿Cuántas veces se ha hospedado en el Albergue Patricia Morales?

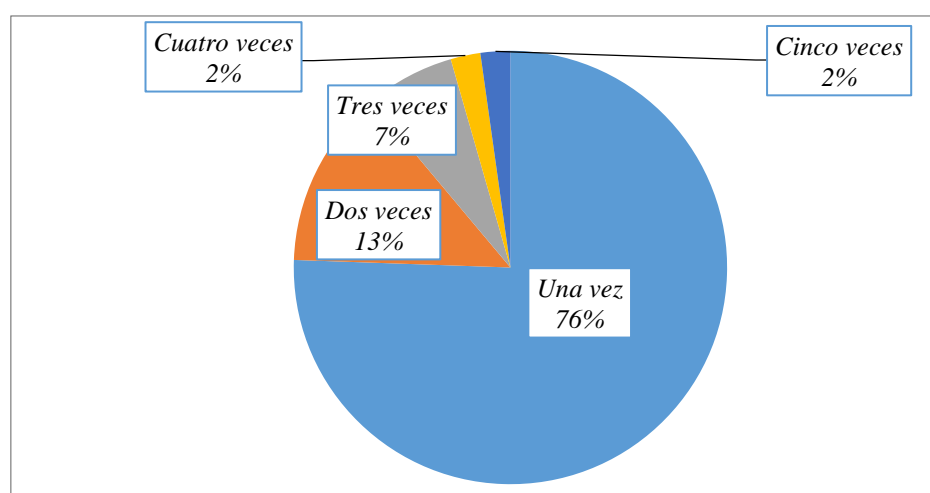
Tabla N° 13: Número de veces que el turista se ha hospedado en el Albergue Patricia Morales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Una vez	34	76%
Dos veces	6	13%
Tres veces	3	7%
Cuatro veces	1	2%
Cinco veces	1	2%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 33: Número de veces que el turista extranjero se ha hospedado en el Albergue Patricia Morales



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

En relación a los datos recopilados, la mayoría de turistas manifiestan haber visitado al Albergue Patricia Morales una vez sola con un 76%, se destaca de igual manera el 13% de turistas que han regresado al albergue, un 7% de ellos visitaron por tres ocasiones y 2% de extranjeros continúan visitando el alojamiento, dando así a conocer que el sector va creciendo, por tanto demuestra que la atención al turista extranjero por parte de la Casa de Huéspedes es de calidad y satisface las expectativas de los turistas.

P7. Regularmente cuándo viaja, ¿Cuántas personas lo acompañan?

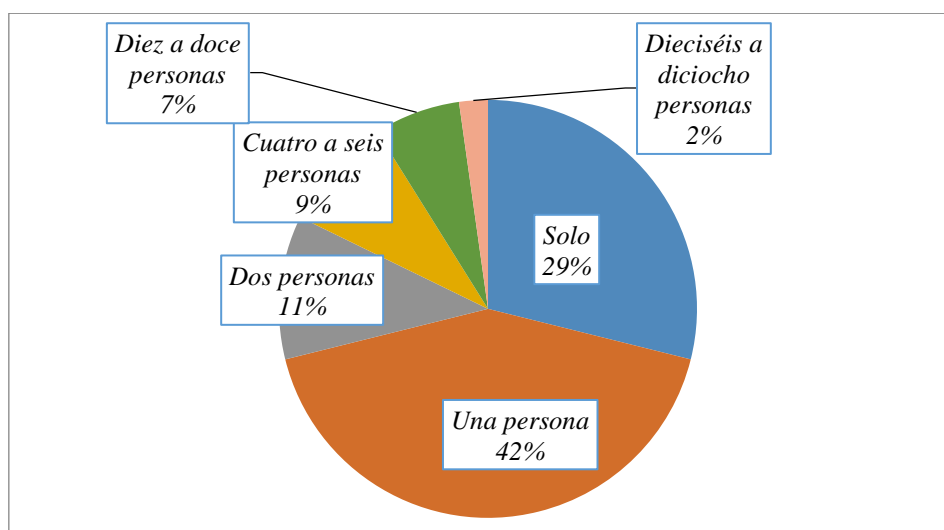
Tabla N° 14: Número de personas que regularmente acompañan al turista cuando viaja

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	13	29%
Una persona	19	42%
Dos personas	5	11%
Tres personas	0	0%
Cuatro a seis personas	4	9%
Siete a nueve personas	0	0%
Diez a doce personas	3	7%
Trece a quince personas	0	0%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 34: Número de personas que regularmente acompañan al turista cuando viaja



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De la población estudiada, se estima que el 42% siendo este un porcentaje alto, los turistas suelen viajar acompañado de una persona, mientras que el 29% de turistas prefieren realizar su viaje solos; se refleja además un porcentaje menor de visitantes que han visitado el albergue en un compendio de 7% al 11%; y solamente un 2% de albergados han visitado la casa huésped por motivo de viajes grupales ya sea por

estudio o paseo. El Albergue Patricia Morales da acogida a turistas solos, acompañados e inclusive atiende si es el caso a grupos de turistas.

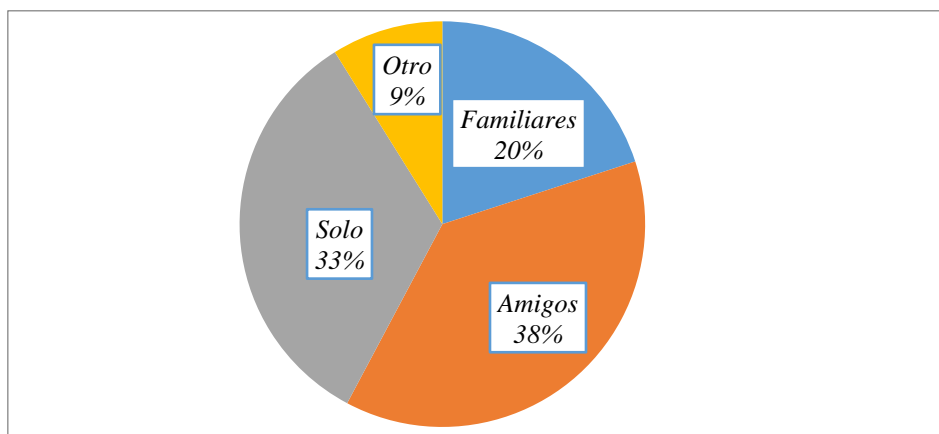
P8. Generalmente cuándo viaja, ¿Quiénes lo acompañan?

Tabla N° 15: Personas que acompañan generalmente al turista cuando viaja

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	9	20%
Amigos	17	38%
Solo	15	33%
Otro.	4	9%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 35: Personas que acompañan generalmente al turista cuando viaja



Fuente: Encuesta a Turistas.
Elaborado por: La Autora

Análisis:

De la muestra obtenida, se demuestra que los turistas prefieren llegar al albergue acompañado de amigos en un 38%, viajes individuales en un 33% y familiares en un 20% los cuales son acogidos en el Albergue Patricia Morales en un ambiente familiar y amigable al medio ambiente; no obstante, hay turistas que acostumbran a viajar con profesores o estudiantes que visitan al albergue en grupo de personas, para ello solo se refleja el 9% de los mismos.

P9. ¿Cuál es el gasto promedio individual diario que gasta usted durante su visita a destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?

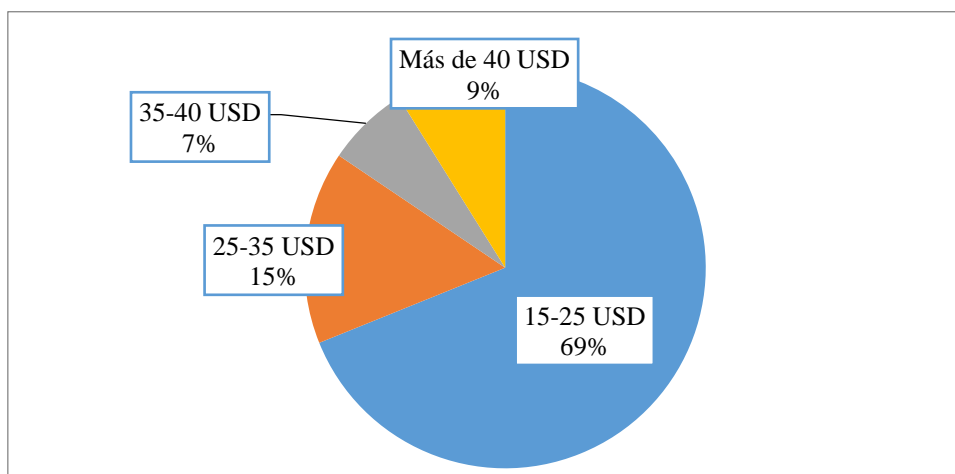
Tabla N° 16: Gasto promedio individual diario del turista en el destino turístico (USD)

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-25	31	69%
25-35	7	16%
35-40	3	7%
Más de 40	4	9%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 36: Gasto promedio individual diario del turista (USD)



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De los datos obtenidos se puede afirmar que de la mayoría de turistas encuestados tienen como gasto diario un promedio de \$15 a \$25 dólares, esto es importante debido a que los turistas manifiestan que los precios que tienen los servicios de alojamiento y descanso en el Albergue Patricia Morales son alcanzables para el presupuesto del turista extranjero.

P10. ¿Cuánto tiempo permaneció en su último viaje en el Albergue Patricia Morales?

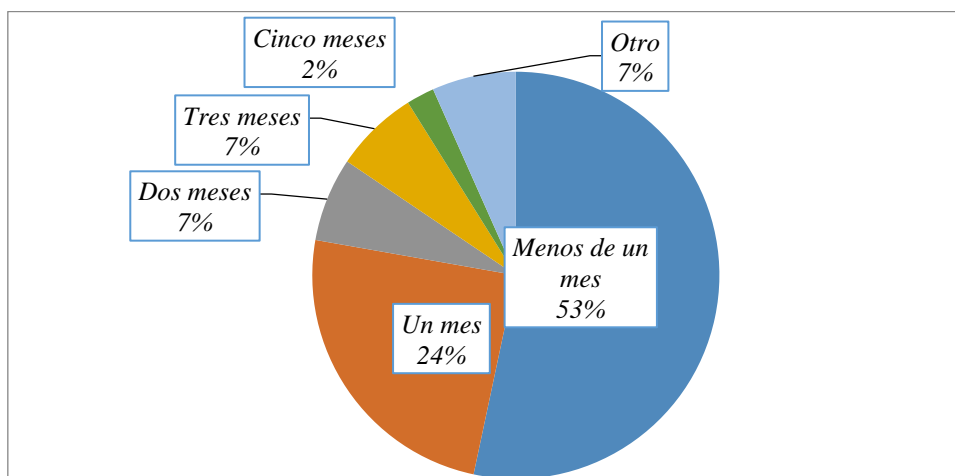
Tabla N° 17: Tiempo de permanencia del turista en el último viaje en el Albergue Patricia Morales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un mes	24	53%
Un mes	11	24%
Dos meses	3	7%
Tres meses	3	7%
Cuatro meses	0	0%
Cinco meses	1	2%
Otro. ¿Cuántos?	3	7%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 37: Permanencia de los turistas en su último viaje en el APM



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Los datos obtenidos arrojan que el 53% de los turistas se hospedan por un tiempo menor a un mes, considerando que llegan al país solamente por paseo, un grupo menor se hospedan en base a la información recopilada que un 7% de extranjeros se hospedan de seis a ocho meses por motivo estudiantil al igual de jóvenes que se alojan a un tiempo no mayor a cinco meses reflejado en la tabla con un 2% de acogida al visitante extranjero.

P.11. ¿Cuál es el motivo principal de su visita?

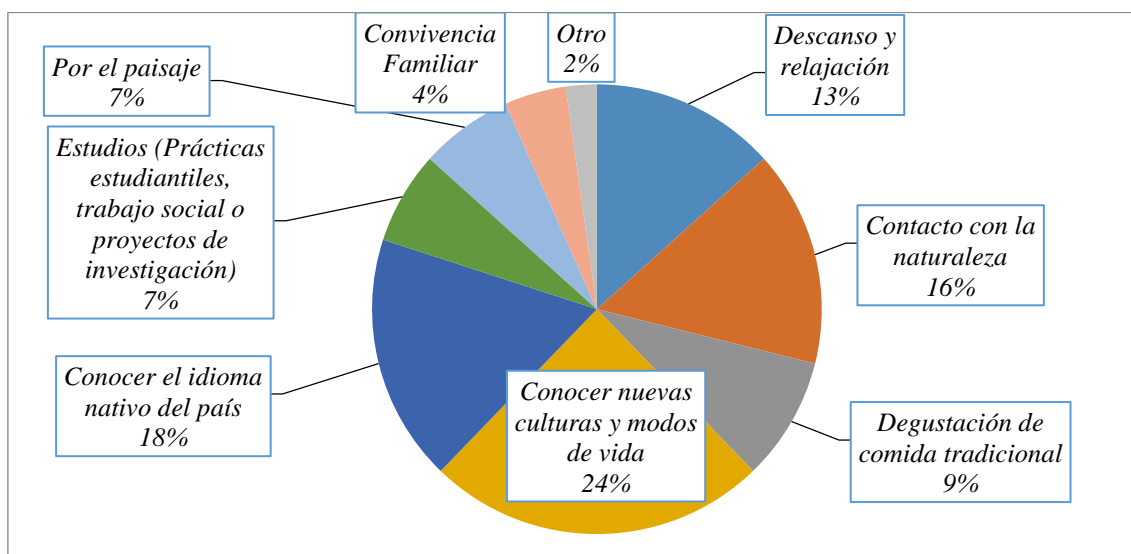
Tabla N° 18: Principal motivo para la visita del turista extranjero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descanso y relajación	6	13%
Contacto con la naturaleza	7	16%
Degustación de comida tradicional	4	9%
Conocer nuevas culturas y modos de vida	11	24%
Por conocer el idioma nativo del país	8	18%
Estudios (Prácticas estudiantiles, trabajo social o proyectos de investigación)	3	7%
Por el paisaje	3	7%
Convivencia Familiar	2	4%
Otro. ¿Cuál?	1	2%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 38: Principal motivo para la visita de los turistas extranjeros



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

De los datos recopilados, se identificó que los turistas presentan diversos intereses, gustos y preferencias por los cuales los extranjeros visitan la provincia de Imbabura y especialmente el Cotacachi, a ello se mencionan los siguientes de acuerdo al orden de preferencia: conocer nuevas culturas y modos de vida, por conocer el idioma nativo del

país, contacto con la naturaleza, descanso y relajación, degustación de la comida tradicional, convivencia familiar, estudios e investigaciones sociales y etnográficas; además se determinó que un pequeño grupo de turistas realizan viajes al país por cuestiones laborales. Se debe destacar que el Albergue Patricia Morales presta su servicio de hospedaje y además brinda apoyo en el cumplimiento y facilidad de cada aspecto anteriormente mencionado con el objetivo de satisfacer los gustos e intereses del cliente.

P12. ¿Durante su visita al albergue que tipo de comida le gustaría que se prepare en el lugar?

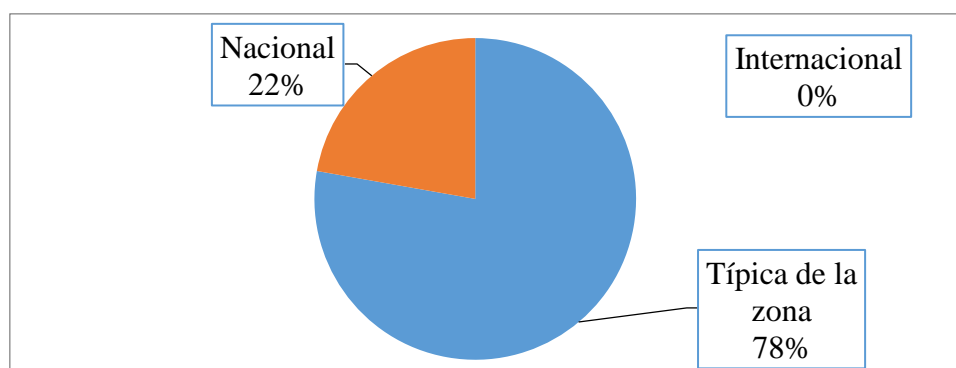
Tabla N° 19: Tipo de comida que quisieran degustar los turistas en el albergue

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Típica de la zona	35	78%
Nacional	10	22%
Internacional	0	0%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 39: Tipo de comida que quisieran degustar los turistas en el albergue



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Tomando como relación de la información receptada, de igual manera a los turistas les gusta degustar de la comida propia de la comunidad indígena reflejando así un 78%, entre la comida típica de la zona como es el caldo de gallina, el cuy asado con papas y mote, mazamorra, entre muchos otros platos típicos, finalmente se observa que no se presenta una valoración referente a lo comida internacional.

13. De los servicios a mencionar ¿Qué servicio o servicios contrataría?

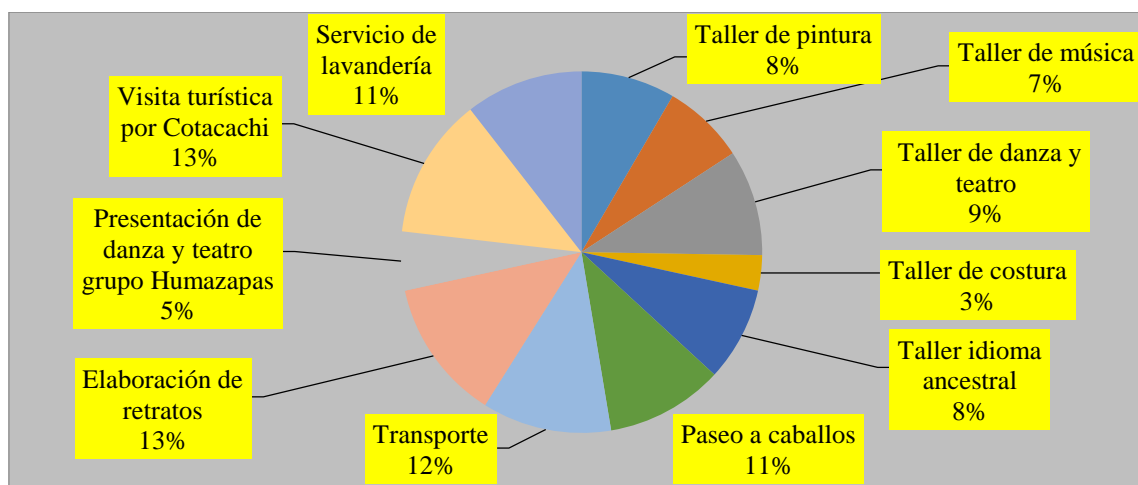
Tabla N° 20: Servicios que contrataría el turista

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Taller de pintura	1	8%
Taller de música	1	7%
Taller de danza y teatro	1	9%
Taller en arte textil y bordados	0	3%
Taller idioma ancestral	1	8%
Paseo a caballos	1	11%
Transporte	2	12%
Elaboración de retratos	2	13%
Presentación de danza y teatro grupo Humazapas	1	5%
Visita turística por Cotacachi	2	13%
Servicio de lavandería	1	11%
Total	13	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 40: Servicios que contrataría el turista



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

En una nueva encuesta realizada, se observó que los turistas presentan mayor interés en el arte como la elaboración de retratos, al igual que la visita turística por los principales sitios turísticos de Cotacachi lo que representa un 13% siendo estos los servicios que más solicitarían los turistas, de igual manera presenta un gran porcentaje el transporte, seguido por el servicio de lavandería y el paseo a caballo por la comunidad. Los servicios que estarían dispuestos los turistas a contratar, pero en menor cantidad sería el

taller de costura y bordados, mientras que el resto de servicios tienen un promedio de 7% al 9% los cuales se consideran como una buena alternativa para ponerlos en marcha.

14. ¿Recomendaciones que dan los turistas que se han alojado en el Albergue Patricia Morales?

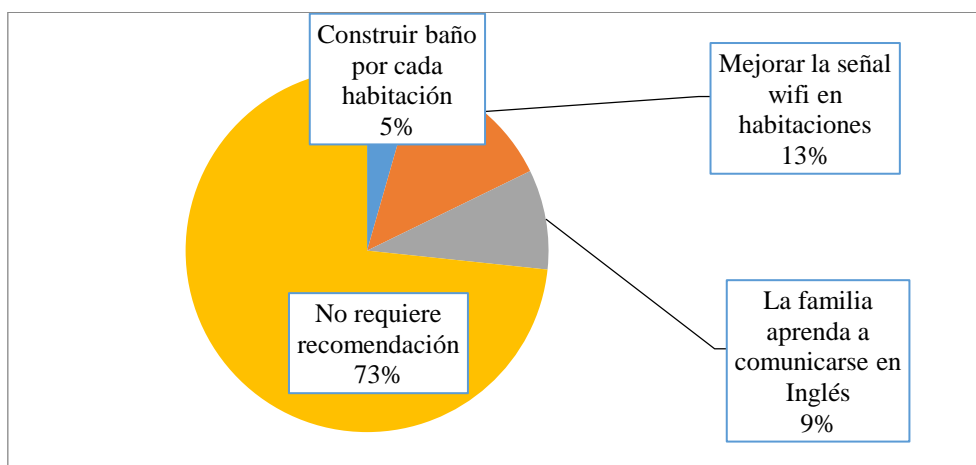
Tabla N° 21: Recomendaciones para mejorar el servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Construir baño por cada habitación	2	4%
Mejorar la señal wifi en habitaciones	6	13%
La familia aprenda a comunicarse en inglés	4	9%
No requiere recomendaciones	33	73%
Total	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 41: Recomendaciones para mejorar el servicio



Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Análisis:

En relación a los datos recopilados, se demuestra que el 27% de los turistas no se sienten completamente satisfechos en su hospedaje, por lo cual, el 13% de los turistas recomiendan mejorar la intensidad wifi en habitaciones, el 9% comunicó que es necesario que los anfitriones presenten conocimientos en inglés y un 5% considera que las habitaciones deben tener baño privado. De la encuesta realizada el 73% no dieron recomendaciones ya que lo consideran un lugar apropiado para descansar y compartir experiencias con la familia anfitriona.

Datos técnicos

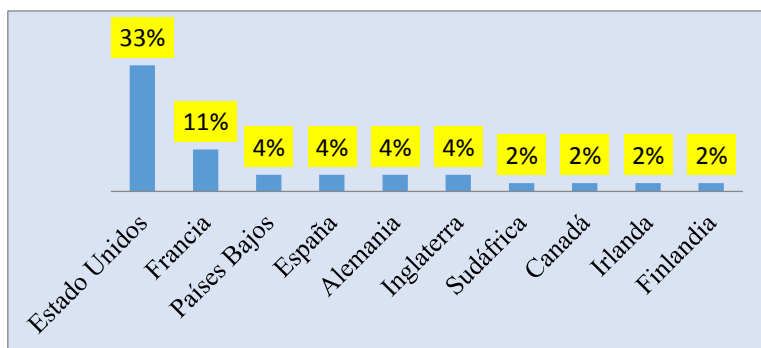
Tabla N° 22: País de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el Albergue Patricia Morales

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Estado Unidos	15	46,9%
Francia	5	15,5%
Países Bajos	2	6,3%
España	2	6,3%
Alemania	2	6,3%
Inglaterra	2	6,3%
Sudáfrica	1	3,1%
Canadá	1	3,1%
Irlanda	1	3,1%
Finlandia	1	3,1%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuesta a Turistas.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 42: País de procedencia de los turistas extranjeros que visitan el Albergue Patricia Morales



Elaborado por: La Autora

Análisis:

La procedencia de los turistas extranjeros que visitan el Albergue Patricia Morales es muy variada, existen turistas de todos los continentes. Es de destacar que casi la mitad de los turistas extranjeros que visitan el albergue proceden de los Estados Unidos de Norteamérica y han sido informados de los servicios del albergue por referencias de otros turistas.

3.8.4. Proyección de la demanda

De la investigación realizada, el ingreso de turistas extranjeros a la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas al 2016 es de 30.856 turistas internacionales que han visitado el Cantón Cotacachi, para ello se ha tomado como proyección una tasa de crecimiento del 20,07 % anual, en relación a datos obtenidos del 2010-2016. (Cerpa Saltos, 2017)

Tabla N° 23: Proyección de la demanda de turistas extranjeros que visitaron el Cantón Cotacachi

DEMANDA		
AÑO	DEMANDA	AUMENTO 20,07%
2016	30.856	6.193
2017	37.049	7.436
2018	44.484	8.928
2019	53.413	10.720
2020	64.132	12.871
2021	77.004	15.455

Fuente: (Cerpa Saltos, 2017)

Elaborado por: La Autora

3.9. OFERTA

La oferta del servicio de alojamientos constituidos como casa de huéspedes, al término del año 2016 fue de una capacidad de 18.473; datos obtenidos de la Organización Mundial del Turismo. Por lo tanto, se toma en cuenta el crecimiento turístico del 20,07% anual, estableciendo la proyección de la oferta de la siguiente manera:

Tabla N° 24: Proyección de la oferta de casa de huéspedes en el Cantón Cotacachi

OFERTA		
AÑO	OFERTA	AUMENTO 20,07%
2015	18.473	3.707
2016	22.180	4.452
2017	26.632	5.345
2018	31.977	6.418
2019	38.395	7.706
2020	46.100	9.252

Fuente: (Organización Mundial del Turismo, 2016)

Elaborado por: La Autora

3.9.1. Análisis de la competencia

Para el estudio se consideró a 5 establecimientos que operan como casa de huéspedes en las comunidades de Tunibamba, Santa Bárbara, Chilcapamaba, La Calera y Morochos, emprendimientos registrados legalmente en el GAD Municipal de Cotacachi.

Tabla N° 25: Competencia Actual

Comunidad	Nombre del establecimiento turístico	Acomodación	Actividades que se realizan
Comunidad Tunibamba	Albergue Comunitario Tunibamba	Habitaciones dobles y triples, camas de 2 plazas con baño privado.	Convivencia con las familias de la Comunidad (cultivo y preparación de alimentos, cuidado de animales). Participar de actividades culturales (música y danza). Visita a la fábrica de ladrillos. Visita a lugares sagrados (baños rituales). Recorrido bosque Tunibamba Feria comunitaria, intercambio de productos.
Comunidad Santa Bárbara	Albergue Comunitario Santa Bárbara	Habitaciones dobles y triples, camas de 2 plazas con baño privado.	Convivencia con las familias de la Comunidad (cultivo y preparación de alimentos, cuidado de animales). Aprender bordado que realizan las mujeres de la Comunidad. Gastronomía típica.
Comunidad de Chilcapamba	Albergue Comunitario Chilcapamba	Habitaciones dobles y triples, camas de 2 plazas con baño privado.	Recorrido a la laguna de Cuicocha en bicicleta. Actividades agrícolas (cosecha de quinua). Elaboración de artesanías (tejido de tapices y alpargates en cabuya). Prácticas de salud ancestral (cuy y

			<p>plantas medicinales).</p> <p>Feria artesanal (intercambio de productos).</p> <p>Actividades con grupos de adultos mayores.</p> <p>Paquete de un día.</p> <p>Guías nativos. Gastronomía típica.</p>
Comunidad la Calera	Albergue Comunitario la Calera	Habitaciones dobles y triples, camas de 2 plazas con baño privado.	<p>Medicina ancestral.</p> <p>Caminatas, recorridos en bicicletas y caballos.</p> <p>Visita a talleres de artesanías, bordados, microempresas de miel, frutas secas e infusiones aromáticas.</p> <p>Visita a huertos orgánicos.</p>
Comunidad de Morochos	Albergue Comunitario Morochos	Habitaciones dobles y triples, baños compartidos.	<p>Caminata y cabalgata hacia la laguna de Cuicocha para conocer las alphacas.</p> <p>Elaboración de artesanías realizadas por los comuneros (tapices, ponchos, sacos).</p> <p>Convivencia con las familias de la Comunidad (cultivo y preparación de alimentos, cuidado de animales).</p> <p>Participar de actividades culturales (música y danza).</p> <p>Recorrido hacia la Cascada Pukafaccha.</p>

Fuente: (GAD Municipal de Cotacachi, 2016)

El análisis de la oferta contribuye a la identificación de la competencia actual y permite identificar los diferentes servicios presentes en el mercado para de esta manera caracterizar mejor el portafolio de servicios a ofertar.

3.10. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para la obtención de la demanda insatisfecha se toma los datos tanto de la demanda y la oferta anuales proyectadas, las diferencias de estos dos datos dan como resultado el mercado potencial no cubierto.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos:

Tabla N° 26: Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Proyección Demanda	Proyección Oferta	Proyección Demanda Insatisfecha
2016	30.856	18.473	12.383
2017	37.049	22.180	14.869
2018	44.484	26.632	17.853
2019	53.413	31.977	21.436
2020	64.132	38.395	25.738
2021	77.004	46.100	30.904

Elaborado por: La Autora

3.9.1 Demanda a captar por el proyecto

La demanda que el proyecto va a captar está calculada en función del diseño y la capacidad instalada que tendrán las instalaciones del centro recreacional.

En el siguiente cuadro se presenta la demanda a captar por el proyecto planteado que para el primer año de funcionamiento captará el 20,07% de la demanda insatisfecha total.

Tabla N° 27: Demanda del proyecto a captar

DEMANDA A CAPTAR		
AÑO	OFERTA	CRECIMIENTO 20,07%
	96	19,27
2017	115	23,13
2018	138	27,78
2019	166	33,35
2020	200	40,05
2021	240	48,08

Elaborado por: La Autora

3.11. PRECIO

Para fijar los precios que aplicará la microempresa se consideró los costos de producción, los gastos de administración y ventas, así como los financieros que tendrá la empresa, y los precios que manejan algunos establecimientos turísticos que brindan servicios casi similares a los del proyecto, se ha determinado los precios del complejo:

Tabla N° 28: Análisis de Precios

SERVICIOS	PRECIO
Hospedaje	29,30
Guía por la zona	15,00
Servicio de lavandería	19,90
Taller de pintura	49,07
Taller de música	38,10
Taller de danza y teatro	38,10
Taller de costura	39,75
Taller de idiomas	38,10
Comisión de alquiler de caballos	3,00
Transporte	66,80
Comisión por contrato de danzas	14,00
Elaboración de retratos	26,20

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

3.11.1. Proyección de precios

La proyección de los precios de los servicios que va a ofertar Albergue Patricia Morales se obtendrá aplicando la inflación anual del 1.12% a diciembre del 2016, dato extraído del Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 29: Proyección del precio del proyecto

SERVICIOS	PRECIO	2018	2019	2020	2021
Hospedaje	29,30	29,63	29,96	30,30	30,63
Guía por la zona	15,00	15,17	15,34	15,51	15,68
Servicio de lavandería	19,90	20,12	20,35	20,58	20,81
Taller de pintura	49,07	49,61	50,17	50,73	51,30
Taller de música	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
Taller de danza y teatro	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
Taller de costura	39,75	40,20	40,65	41,10	41,56
Taller de idiomas	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
Comisión de alquiler de caballos	3,00	3,03	3,07	3,10	3,14
Transporte	66,80	67,55	68,30	69,07	69,84
Comisión por contrato de danzas	14,00	14,16	14,32	14,48	14,64
Elaboración de retratos	26,20	26,49	26,79	27,09	27,39

Elaborado por: La Autora

3.12. COMERCIALIZACIÓN

Toda actividad económica requiere de herramientas que impulsen el crecimiento del negocio a corto plazo, para ello se aplica estrategias en publicidad con el fin de dar a conocer, informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los bienes o servicios que ofrece un negocio, esto se da mediante la dispersión de comunicación por sus diferentes medios. Además, la promoción es un instrumento que requiere causar impacto inmediato en el cliente dando a conocer las promociones que se ofrece y de esta manera generar lealtad y beneficios entre las partes.

3.12.1. Estrategias de publicidad y promoción

El Albergue Patricia Morales se dará a conocer mediante diversos medios de comunicación, de igual manera aplicará descuentos especiales para grupos turísticos:

- **Publicidad**

- Página web www.airbnb.com.ec. (Marketplace Airbnb)
- Publicidad (Trivago Manager PRO)
- Sitio web de redes sociales Facebook
- Aplicación de mensajería instantánea WhatsApp
- Registro del establecimiento en el Sistema de Información Estratégica para el Turismo en Ecuador (SIETE)

- **Promoción**

El precio oficial que aplica el Albergue Patricia Morales es de \$15 dólares por día por lo cual se podrá hacer descuentos al servicio de hospedaje el cual se lo representa de la siguiente manera:

Descuentos por persona

- Descuento de estadía por recomendación en la próxima visita, (12% la semana 14% mes)
- Cancelación de la estadía de carácter flexible

Descuentos por grupos (5 a más personas)

- Descuento de estadía por semana: 12%
- Descuento por mes: 14%
- Cancelación de la estadía de carácter flexible

3.13. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

La demanda turística que ingresa al Cantón Cotacachi proviene de todos los lugares del mundo y de todas las provincias del Ecuador, motivados principalmente por observar sus atractivos turísticos articulados a la oferta de productos y servicios de las cadenas de valor una por cada zona geográfica: zona urbana, zona andina y zona subtropical, y además por interactuar y vivenciar las manifestaciones culturales, las tradiciones, las costumbres y fiestas de las comunidades indígenas y del pueblo de Cotacachi

El fortalecimiento del emprendimiento turístico del Albergue Patricia Morales, será un gran aporte a la promoción y articulación de diversas actividades económicas locales incluidas las de turismo comunitario rural y turismo ecológico y de aventura.

El proyecto de fortalecimiento del Albergue Patricia Morales, hasta convertirlo en una verdadera Casa de Huéspedes que desarrolle actividades de turismo comunitario-rural y visita de los diferentes destinos turísticos, resulta factible, ya que se encuentra sustentado en el estudio de mercado realizado, que se enmarca en la relación de la demanda y oferta turística, que da una demanda insatisfecha, especialmente de turistas

extranjeros que visitan Cotacachi que son clientes potenciales del Albergue Patricia Morales.

Los turistas extranjeros y nacionales visitan el Cantón Cotacachi, para visitar y observar los destinos turísticos, los atractivos naturales, la biodiversidad y para realizar actividades de turismo comunitario y rural para interactuar con la riqueza cultural de las comunidades indígenas.

La demanda se ha basado, en datos históricos, de entrada, de turistas extranjeros, obteniendo la proyección de la demanda. La oferta se desprende del estudio realizado, que determina la oferta de servicios turísticos de hospedaje en la zona urbana y rural de Cotacachi. La demanda insatisfecha obtenida es alta, captando un pequeño porcentaje de ella, el Albergue Patricia Morales puede lograr posicionarse en el mercado turístico, ya que los principales clientes son los turistas extranjeros

A pesar de la existencia de otros establecimientos de alojamiento en Cotacachi, que compiten por captar la atención de turistas, en especial extranjeros, el presente proyecto busca fortalecer al Albergue Patricia Morales para que este emprendimiento turístico sea más competente e innovador a acciones de turismo comunitario, de guía turística, de vivencia comunitaria, de ambiente familiar, amigable y agradable a todos los turistas que se alojen en el albergue.

El precio establecido para los servicios que presta el Albergue Patricia Morales son muy accesibles a los turistas extranjeros que se han alojado en el albergue, y han manifestado bastante satisfacción por la atención y especialmente por el ambiente familiar que se vive en el alojamiento. Para los turistas que prefieren tener estadías más largas, se hace un descuento.

La oferta de servicios turísticos del Albergue Patricia Morales, tendrá que ir creciendo acorde a la demanda de atención de los turistas especialmente extranjeros, deberá proyectarse hasta convertirse en una verdadera Casa de Huéspedes que atienda a un gran sector de turistas nacionales y extranjeros que quieran vivenciar actividades de turismo comunitario.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.INTRODUCCIÓN

El estudio técnico permite determinar el tamaño que va a tener el proyecto turístico, la localización, la distribución y equipamiento, la infraestructura necesaria. También permite identificar los materiales que se utilizaron para la construcción del albergue y cuál fue la inversión inicial para levantar el emprendimiento.

Este análisis se lo realizó mediante el diálogo y entrevista con los propietarios del Albergue Patricia Morales, además para fortalecer el estudio se realizaron observaciones que fueron recopiladas en fichas y también se tomaron algunas fotografías.

4.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. Objetivo general

- Estructurar el estudio técnico que determine el tamaño óptimo del proyecto en función a la capacidad económica del mercado, la infraestructura física y la organización requerida.

4.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el tamaño del proyecto tomando en cuenta la demanda potencial de turistas, la capacidad instalada, la oferta de servicios y posibles contingencias del Albergue Patricia Morales.
- Ubicar el proyecto de manera macro y micro estableciendo la manera más conveniente de llegar al albergue utilizando las mejores vías.
- Identificar las características de la infraestructura, los materiales de construcción, la distribución y equipamiento del albergue.
- Revisar la inversión inicial del proyecto y proyectarla a cinco años como una Casa de Huéspedes.

4.3.LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.3.1. Macrolocalización

El Albergue Patricia Morales se encuentra ubicado:

Continente: Sudamérica

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Parroquia: San Francisco

Comunidad: Turucu

Gráfico N° 43: Mapa del Territorio del Cantón Cotacachi



Fuente: (Zonu, 2011)

El Cantón Cotacachi considerada también como la "Capital Musical del Ecuador" está localizada en las faldas del volcán Cotacachi con un área de 1725 km² aproximadamente, siendo el cantón más extenso que conforma la Provincia. Limita al norte con el Cantón Urcuquí; al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. (Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, 2011, pág. 2)

Santa Ana de Cotacachi está conformada por parroquias urbanas y rurales, que se nombran a continuación:

Tabla N° 30: Parroquias del Cantón Cotacachi

PARROQUIAS DEL CANTÓN COTACACHI	
Parroquias urbanas	<ul style="list-style-type: none"> - El Sagrario - San Francisco.
Parroquias rurales	<ul style="list-style-type: none"> - Quiroga, - Imantag - 6 de Julio de Cuellaje - Apuela - García Moreno - Peñaherrera - Plaza Gutiérrez

Fuente: (Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, 2011)
Elaborado por: La Autora

Con el objetivo de identificar la ubicación de la comunidad Turucu se establece a continuación la distribución de cada comunidad por parroquias.

Tabla N° 31: Sectorización de las comunidades por parroquias

SECTORIZACIÓN DE LAS COMUNIDADES POR PARROQUIAS	
PARROQUIA	COMUNIDAD
El Sagrario	<ul style="list-style-type: none"> - La Calera, - La Victoria Don Bosco, - Morales Chupa, - Morochos, - Suárez Dávila Chicapamba, - Eloy Alfaro, - San Martín Suelto, - San Martín de Cevallos, - Topo Chico, - Turucu.

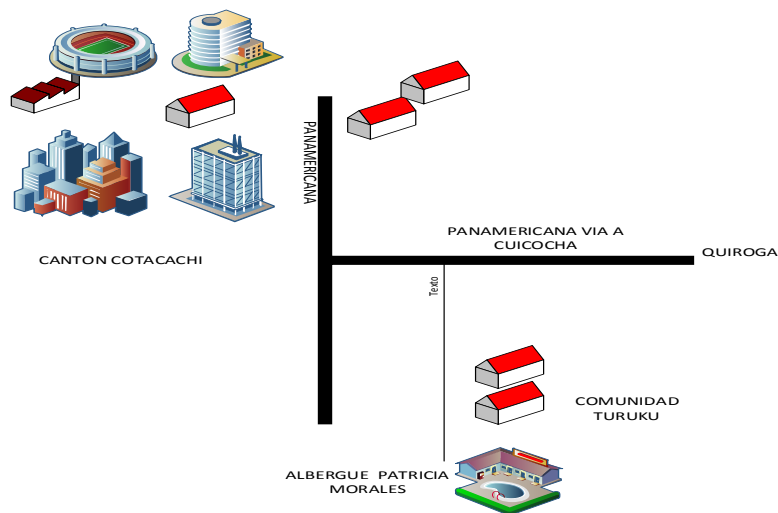
San Francisco	<ul style="list-style-type: none"> - El Cercado, - El Batán, - Tunipamba Bellavista, - Yambaburo, - Topo Grande, - Alobuela, - Asaya Santo Tomás, - Santa Bárbara, - Iltaquí Chiquito, - Piava Chupa, - Pilchibuela, - San Pedro.
---------------	---

Fuente: (Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, 2011)
Elaborado por: La Autora

4.3.2. Microlocalización

El Albergue Patricia Morales se encuentra ubicado en el Cantón Cotacachi, Parroquia San Francisco, en la comunidad indígena Turucu. Se puede llegar desde Cotacachi por la carretera asfaltada hacia Quiroga, se toma el camino hacia el Barrio El Ejido y se continúa hasta la Comunidad de Turucu.

Gráfico N° 44: Croquis Albergue Patricia Morales



Elaborado por: La Autora

Turucu es una comunidad indígena pequeña que se encuentra a 5 minutos en taxi, o a 20 minutos caminando desde el centro del Cantón Cotacachi, ciudad ubicada al pie del

volcán Cotacachi (4900 m.s.n.m), a 100 km aproximadamente al norte de la capital del Ecuador, Quito.

Generalmente los turistas siguen la siguiente ruta para llegar al albergue, desde la ciudad de Quito toman un bus hasta la terminal de Otavalo, de ahí toman un bus hacia el cantón Cotacachi. Del terminal de Cotacachi, se utiliza un taxi por el costo entre \$1,25 a \$1,50 dólares hasta la capilla de Turucu.

Gráfico N° 45: Vista panorámica de la Comunidad Turucu



Fuente: Observación Directa

- **Transporte**

La parroquia San Francisco cuenta con una amplia red vial que conecta diferentes rutas de transporte público como privado, facilitando el acceso de los turistas nacionales y extranjeros. La parroquia cuenta con dos accesos principales; el primer acceso está conectado con la cabecera cantonal y termina en la laguna Cuicocha, el segundo acceso es por la ciudad de Otavalo que conecta directamente al parque central de la parroquia. Además, se puede identificar vías de segundo y tercer orden que conecta a la cabecera parroquial con las comunidades.

Según el Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi, (2011) señala:

En la zona urbana existen cuatro cooperativas de taxis que forman una Asociación de Taxis, tres ubicadas en Cotacachi y una en Quiroga; además existen, ocho cooperativas de transporte que prestan servicio intercantonal de pasajeros: Cotacachi, 6 de Julio, Flota Antaña, Otavalo, Minas, Imbaburapak, 8 de Septiembre y Kennedy.

- **Servicio de telecomunicaciones**

El acceso a la comunicación en internet y telefonía fija ha mejorado en los últimos años, siendo este un factor de vital importancia para establecer una ubicación clara de la residencia, indispensable para que el negocio funcione en este caso los turistas.

- **Criterio de evaluación por localización**

El Albergue Patricia Morales, localizado en la Comunidad de Turucu es un sitio adecuado para recibir turistas por ser una zona urbana que posee mayor accesibilidad al turismo de la ciudad, de esta manera los turistas pueden acceder al comercio, transporte y visita a lugares turísticos y culturales. Además, el albergue lleva ya en funcionamiento varios años, lo que significa que tiene reconocimiento turístico por prestar servicios de hospedaje a extranjeros siendo así recomendado por los mismos como un lugar cercano a la ciudad y a la vez alejado de la bulla de los carros, disfrutando así de una estadía confortable en contacto con la naturaleza y degustando de alimentos típicos del sector de ahí la importancia de incrementar nuevos servicios turísticos en el Albergue Patricia Morales.

Gráfico N° 46: Albergue Patricia Morales vista frontal



Fuente: Observación Directa

4.4. INSTALACIONES

El albergue cuenta con una infraestructura de 750 metros cuadrados destinados a servicio de alojamiento turístico; por ello, el diseño de las instalaciones está distribuido pensando en la comodidad y panorama hacia el turista.

4.4.1. Dimensión de las instalaciones

En relación a la dimensión del terreno en general, se demuestra a continuación la extensión que cubre cada instalación, calculado en metros cuadrados.

Las dimensiones del Albergue Patricia Morales son las siguientes:

Tabla N° 32: Dimensión actual de las instalaciones

Área	Metros Cuadrados (m2)
Extención total del terreno	750
Huerta	250
Terreno	100
Casa principal	270
Casa de Huéspedes	130
Habitaciones	15
Baño	7

Elaborado por: La Autora

4.5.DISEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA ACTUAL

Para identificar de manera didáctica las áreas del albergue, se ha utilizado el programa gratuito Homebyme, que es una herramienta que crea planos en 2D y 3D además de decorar los interiores del proyecto.

A continuación, se representará gráficamente el plano del Albergue Patricia Morales con sus respectivas instalaciones:

Gráfico N° 47: Plano actual del Albergue Patricia Morales



Elaborado por: La Autora

Actualmente el albergue cuenta con cuatro habitaciones destinadas para los turistas, con seis camas bastante confortables, que son adecuadas para los viajeros individuales, parejas o grupos. En el caso de sobrepasa la capacidad máxima de turistas, se adaptan las habitaciones adecuándolas con sleeping. Las habitaciones cuentan con agua caliente.

La casa principal se compone de cocina, comedor, cuarto de lavandería y de plancha, además, de espacios verdes como es la huerta donde se siembra árboles frutales, verduras, flores y plantas medicinales que adornan el lugar y en el otro extremo se encuentra un terreno de amplia extensión que cuenta con dos árboles de eucalipto y aguacate.

4.5.1. Infraestructura instalada destinada a los turistas

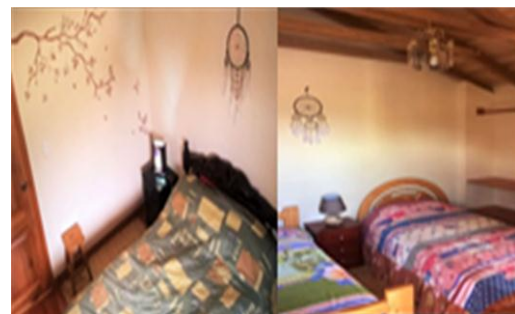
La infraestructura con la que cuenta el albergue es muy extensa, la cual está dividida en varias áreas que ofrece al turista un ambiente confortable.

A continuación, se detalla las instalaciones destinadas a los turistas:

Gráfico N° 48: Infraestructura instalada destinada a los turistas



Parqueadero privado



Habitaciones



Sala de estar



Comedor



Cocina



Horno a leña



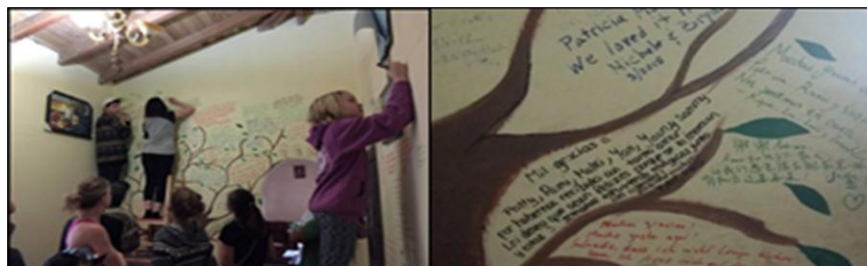
Área de descanso



Huerta



Espacio para eventos



Área mural


















Elaborado por: La Autora

Los huéspedes tienen acceso a la parte que es compartida con cocina, comedor y sala, se incluye servicios compartidos de televisión, DVD, internet y Wifi. El albergue cuenta con un parqueadero, área de eventos culturales y espacio físico para la elaboración de pan en horno a leña. Tiene un huerto integral, que constituye en un lugar de gran tranquilidad y armonía natural, donde el turista descansa y se relaja con hamacas, en un ambiente rodeado de flores y pájaros. El albergue ofrece a sus visitantes la oportunidad de convivir en familia llevándose grandes recuerdos y el cariño de los anfitriones, una de los detalles que realizan los turistas antes de su despedida es el de exponer sus más sinceros sentimientos en la sala de murales.

4.5.2. Servicios que ofrece actualmente el albergue

El Albergue Patricia Morales ofrece los siguientes servicios:

Tabla N° 33: Servicios ofertados

	Internet		Apto para familias y niños
	Alimentación		Champú
	Admite mascotas		Chimenea interior
	Parking gratuito incluido		Elementos básicos
	Apto para eventos		Acceso disponible las 24 horas
	TV		Plancha
	Lavadora		Secador de pelo
	Secadora		Zona para trabajar con portátiles
	Entrada privada		

Fuente: (Airbnb, 2016)

Elaborado por: La Autora

4.6.DIMENSIÓN DE LAS INSTALACIONES PARA AMPLIACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

El Albergue Patricia Morales cuenta con un amplio espacio físico para construir nuevas instalaciones apropiadas para implementar un nuevo catálogo de servicios que permita diferenciarse del resto de casas de huéspedes.

A continuación, se presenta las dimensiones para ampliar la infraestructura actual del albergue, tomando como base la asesoría de un maestro mayor, experto en el área de construcción:

Tabla N° 34: Dimensión de las instalaciones para ampliación

Área	Metros Cuadrados (M2)
3 Baños privados	6
Adecuación para oficina	9
Salón de talleres	60
Taller en arte textil y bordados	12
Área de ordeño	30

Elaborado por: La Autora

La nueva infraestructura está constituida por un área administrativa disponible para el gerente. El salón de talleres está dividido en tres que consisten en taller de danza y teatro, pintura, música e idioma ancestral. Además tenemos el taller de costura y bordados y finalmente el área de ordeño. Los presentes datos se obtuvieron mediante información brindada por el Ing. Alex García, ingeniero civil, de libre profesión, quien otorgó asesoría en el diseño estructural y arquitectónico de la edificación, además de la intervención de un maestro mayor como es el Sr. Patricio Montenegro, experto en el área de construcción quien apoyó con sus conocimientos indispensables para la ampliación de la Casa de Huéspedes Patricia Morales.

4.6.1. DISEÑO DE LA AMPLIACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

El siguiente plano está diseñado por programa Homebyme, el cual plasmará las áreas que se van a implementar, adecuadas para la ampliación del proyecto.

Gráfico N° 49: Plano de ampliación Visión 2D del albergue

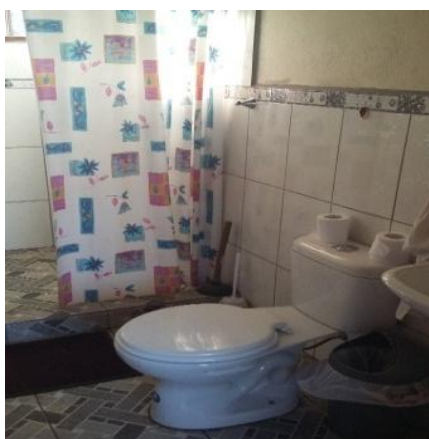


Elaborado por: La Autora

4.6.2. Ampliación de Infraestructura

La Casa de Huéspedes es definida por el Ministerio de Turismo, (2016), en el Reglamento de Alojamiento Turístico, como: “Un establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio. Cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado”. (pág. 9)

Gráfico N° 50: Ampliación de Baño Privado




Elaborado por: Observación Directa

El Albergue Patricia Morales cuenta con 4 dormitorios destinados para los turistas y compartiendo un mismo baño. Para ser legalizada como una Casa de Huéspedes se implementará 3 baños privados y el baño existente será remodelado para la habitación faltante, de esta manera se cumple los requisitos de acuerdo al Registro Oficial Suplemento 465, que pone a consideración los requerimientos distintivos que debe cumplir una Casa de Huéspedes para su funcionamiento legal.

4.6.3. Ampliación de nuevas instalaciones para nuevos servicios ofertados.

El proyecto implica incrementar nuevos servicios turísticos que promuevan el incremento de turistas a la Comunidad Turucu, dentro de estos servicios comprende:

Tabla N° 35: Servicios a implementarse en las nuevas instalaciones

	Visita turística por Cotacachi		Tours a caballo
	Taller de danza y teatro folclórico		Taller de música folclórica
	Taller de pintura		Elaboración de retratos
	Taller de idioma kichwa		Taller en arte textil y bordados
	Presentación de danza y teatro del grupo Humazapas		Transporte

Elaborado por: La Autora

Se requiere la ampliación de servicios para ofrecer mejores beneficios a los turistas extranjeros, dándoles a conocer un nuevo catálogo de servicios adicionales que ofrece el Albergue Patricia Morales, cuyo fin es, alcanzar el mejor posicionamiento en el mercado turístico siendo reconocida como la mejor Casa de Huéspedes por su variedad y excelente servicio.

4.7.TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto de una manera óptima y racional se tomará como eje la capacidad de servicio que alcanza a cubrir la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado del Cantón Cotacachi.

4.7.1. Factores que afectan el tamaño

El análisis de los factores permite determinar cuan viable o riesgoso resultaría la ejecución del proyecto, y del resultado obtenido, el inversionista decidirá qué tan atractivo o no resulta el mismo. De igual manera se mencionan algunos de los factores:

- **Tamaño del Mercado**

Para la determinación del mercado uno de los factores claves es la demanda, ya que el proyecto llegará a ser factible cuando la población consumidora de servicios turísticos sea lo suficientemente amplia. De la investigación realizada anteriormente se concluye que existe una demanda insatisfecha en el ámbito de servicios turísticos, lo que significa que el proyecto es viable.

- **Accesos a Suministros e Insumos**

Los instrumentos que se requiere para la continuidad y desarrollo del proyecto son de fácil acceso, es decir, los nuevos servicios turísticos pueden ofertarse en cualquier momento obteniendo suministros e insumos de calidad.

- **Aspectos Tecnológicos.**

Dentro del aspecto tecnológico cabe mencionar que es primordial el uso de ciertos recursos tecnológicos que servirá para dar a conocer los nuevos servicios que oferta el Albergue Patricia Morales, pero hay que resaltar que no se requiere en gran cantidad, ya que el proyecto no demanda de tanta tecnología sino de talento humano.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros**

El ampliar las diferentes áreas para desarrollar talleres que promuevan el conocimiento de los turistas, es necesario contar con un capital propio y financiamiento. Para el desarrollo del proyecto será necesario realizar un financiamiento del 100% que se requiere la ampliación de las instalaciones.

4.8. INVERSIONES REQUERIDAS

El proyecto requerirá de una nueva inversión para ampliar la infraestructura y a la vez extender los servicios ofertados por el albergue, por ello se incurrirá en gastos necesarios para el desarrollo del proyecto tomando en cuenta la inversión en activos fijos, capital de trabajo e inversión diferida.

4.8.1. Infraestructura civil

Está constituida por todas las dependencias necesarias para brindar un servicio de calidad.

Tabla N° 36: Infraestructura civil (USD)

ÁREA	NÚMERO	TAMAÑO m2	TOTAL m2	COSTO POR m2	TOTAL
Diseño estructural de la edificación	1	135	135	2,50	337,50
Diseño arquitectónico	1	135	135	3,00	405,00
Salón de talleres	2	30	60	90,00	5.400,00
cuarto de costura	1	12	12	90,00	1.080,00
Adecuación para oficinas	1	9	9	90,00	810,00
Área de ordeño	1	30	30	90,00	2.700,00
Cuartos de baño	3	6	18	90,00	1.620,00
TOTAL			399	455,50	12.352,50

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.2. Muebles y enseres

A continuación, se muestra los requerimientos necesarios para la Casa de Huéspedes:

Tabla N° 37: Muebles y enseres (USD)

ÁREA	DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Administrativa	Estaciones de trabajo	1	160,00	160,00
	Silla giratoria	1	120,00	120,00
	Archivador 5 gavetas	1	125,00	125,00
	Sillas de oficina	2	21,90	43,80
	Basurero	1	3,50	3,50
Subtotal			430,40	452,30
Talleres	Sillas	20	7,25	145,00
	Mesa de madera	2	50,00	100,00
	Gavetas	3	125,00	375,00
	Caballetes para pintar	5	40,00	200,00
	Basurero	6	3,50	21,00
Subtotal			225,75	841,00
TOTAL			656,15	1.293,30

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.3. Equipo de oficina

El equipo básico necesario para la operación del albergue se muestra a continuación:

Tabla N° 38: Equipo de oficina (USD)

DEPARTAMENTO	DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Administración	Sumadora	1	30,00	30,00
	Teléfono	1	37,00	37,00
TOTAL			67,00	67,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.4. Equipo de computación

El equipo de computación requerido es el siguiente:

Tabla N° 39: Equipo de computación (USD)

DEPARTAMENTO	DETALLE	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Talleres	Laptop	1	595,00	595,00
	Proyector	1	670,00	670,00
	Parlantes	3	200,00	600,00
Subtotal			1.465,00	1.865,00
Administración	Computador	1	685,00	685,00
	Impresora multifuncional	1	80,00	80,00
Subtotal			765,00	765,00
TOTAL			2.230,00	2.630,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.5. Maquinaria y equipo

En el siguiente cuadro se muestra el equipo necesario para la Casa de Huéspedes.

Tabla N° 40: Maquinaria y equipo (USD)

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Reflectores	4	35,00	140,00
Extintores	2	30,00	60,00
Charangos	3	160,00	480,00
Rondador	3	45,00	135,00
Zamponas	2	12,00	24,00
Bombo	2	50,00	100,00
Maracas	2	10,00	20,00
TOTAL		342,00	959,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.6. Vehículo

Para prestar un mejor servicio a los clientes se requiere de un vehículo que permita realizar los recorridos a los turistas.

Tabla N° 41: Vehículo (USD)

DETALLE	CANT.	COSTO	VALOR TOTAL
Furgoneta Donfeng 2015 Cytiban Mpv 11	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL			15.000,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.7. Inversiones diferidas

Se presentan a continuación los desembolsos necesarios para la constitución de la empresa y estudios preliminares.

- **Gastos necesarios para la constitución la legalización del albergue**

Tabla N° 42: Gastos de constitución (USD)

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR
Tramites RISE	5,00
Tramites de IEPI	208,00
Permiso de los bomberos	10,00
Premiso de funcionamiento del MSP	9,00
Pago patente municipal	15,00
TOTAL	247,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Inversión diferida total**

Tabla N° 43: Inversión diferida total (USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Trámites de constitución	247,00
Software contable	200,00
TOTAL	447,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.8. Capital de Trabajo

El capital de trabajo está constituido por el conjunto de recursos que son necesarios para poder cumplir con las operaciones normales en un período de tiempo determinado. A continuación, se muestra el capital de trabajo del proyecto.

Tabla N° 44: Capital de Trabajo (USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activo corriente	2.110,00
(-) Pasivo corriente	200,00
CAPITAL DE TRABAJO	1.910,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.9. Inversión total

Para el presente proyecto se muestra la inversión total en la siguiente tabla:

Tabla N° 45: Inversión total (USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Propiedad planta y equipo	32.301,80
Activos diferidos	447,00
Capital de trabajo	1.910,00
INVERSIÓN TOTAL	34.658,80

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.10. Financiamiento del proyecto

Para ampliar el proyecto y crear nuevas áreas, el Albergue Patricia Morales necesita una inversión que asciende a \$34.654,80 dólares, de los cuales \$41.000,00 dólares será de

origen propio y el financiado será de \$34.654,80 dólares, el cual se lo obtendrá a través del Banco del Pacífico.

Tabla N° 46: Financiamiento de la inversión (USD)

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VALOR
Inversión propia	54,19%	41.000,00
Inversión financiada	45,81%	34.658,80
Inversión total	100,00%	75.658,80

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

4.8.11. Requerimiento de Talento Humano

Tabla N° 47: Requerimiento de Talento Humano (USD)

RUBRO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN
Gerente	1	515,21
Recepcionista polivalente	1	490,98
Personal de limpieza	1	488,98
TOTAL		1.495,17

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.1. INTRODUCCIÓN

Es muy importante desarrollar un análisis financiero del proyecto turístico ya que, mediante el mismo, se puede determinar la rentabilidad y la sustentabilidad económica y su viabilidad financiera

Se han recogido datos financieros mediante diálogos y entrevistas a los propietarios del Albergue Patricia Morales, de los cuales se ha hecho una proyección de gastos, ventas y determinados los indicadores financieros, que han permitido definir la viabilidad económica del proyecto turístico de convertir al Albergue Patricia Morales en una Casa de Huéspedes.

5.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

5.2.1. Objetivo general

- Realizar el estudio financiero del proyecto para analizar los costos de producción, gastos administrativos, de venta, y financieros, depreciaciones y distribución de los recursos necesarios, para determinar el monto requerido de inversión y la rentabilidad del proyecto.

5.2.2. Objetivos específicos

- Proyectar los ingresos que se obtendrá del proyecto en la actividad de alojamiento turístico.
- Definir los egresos que se realizarán, para que los servicios ofertados sean de calidad.
- Realizar la estructura de los estados financieros para identificar las tendencias de la Casa de Huéspedes
- Medir la inversión a través de los indicadores financieros, para conocer el valor del dinero en el tiempo.

5.3.INGRESOS

Los ingresos del proyecto están constituidos por la venta de los diferentes servicios que se ofertan como hospedaje, servicio de lavandería, visita turística por Cotacachi, taller de pintura, elaboración de retratos, taller de música, taller de danza y teatro, taller en arte textil y bordados, taller de idioma ancestral, tours a caballos y presentación de danza y teatro del grupo Humazapas.

A continuación, se presenta el flujo turístico basado en la proyección de la demanda de turistas del Albergue Patricia Morales y el porcentaje de aceptación de los diferentes servicios, a través de la investigación campo y encuesta realizada al propietario del albergue.

Tabla N° 48: Flujo turístico (USD)

SERVICIOS	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		115	138	166	200	240
Hospedaje	100%	115	138	166	200	240
Taller de pintura	35%	40	48	58	70	84
Taller de música	55%	63	76	91	110	132
Taller de danza y teatro	22%	25	30	37	44	53
Taller de costura	12%	14	17	20	24	29
Taller de idiomas	35%	40	48	58	70	84
Comisión de alquiler de caballos	65%	75	90	108	130	156
Transporte	74%	85	102	123	148	177
Elaboración de retratos	55%	63	76	91	110	132
Comisión por contrato de danzas	18%	21	25	30	36	43
Guía por la zona	75%	86	104	125	150	180
Servicio de lavandería	85%	98	118	141	170	204

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.3.1. Proyección de los ingresos

Para el cálculo de la proyección de ingresos, se tomó como base el crecimiento turístico del 20,07% de la demanda actual, mientras que para la estimación de los precios de venta se tomó como base de crecimiento el Índice de Precios al Consumidor que para el año 2016 está en 1,12%, dato obtenido del INEC.

Tabla N° 49: Ingreso por servicios (USD)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hospedaje					
Precio	29,30	29,63	29,96	30,30	30,63
N° Turistas	115	138	166	200	240
Subtotal	3.377,33	4.100,58	4.978,71	6.044,89	7.339,38
Taller de pintura					
Precio	49,07	49,61	50,17	50,73	51,30
N° Turistas	40	48	58	70	84
Subtotal	1.979,46	2.403,36	2.918,03	3.542,92	4.301,63
Taller de música					
Precio	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
N° Turistas	63	76	91	110	132
Subtotal	2.415,42	2.932,68	3.560,71	4.323,23	5.249,04
Taller de danza y teatro					
Precio	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
N° Turistas	25	30	37	44	29
Subtotal	966,17	1.173,07	1.424,28	1.729,29	1.145,24
Taller de costura					
Precio	39,75	40,20	40,65	41,10	41,56
N° Turistas	14	17	20	24	29
Subtotal	549,82	667,57	810,53	984,10	1.194,84
Taller de idiomas					
Precio	38,10	38,53	38,96	39,39	39,84
N° Turistas	40	48	58	70	84
Subtotal	1.537,09	1.866,25	2.265,91	2.751,14	3.340,30
Comisión de alquiler de caballos					
Precio	3,00	3,03	3,07	3,10	3,14
N° Turistas	75	90	108	130	156
Subtotal	224,77	272,91	331,35	402,30	488,46
Transporte					
Precio	66,80	67,55	68,30	69,07	69,84
N° Turistas	85	102	123	148	177
Subtotal	5.697,89	6.918,08	8.399,57	10.198,32	12.382,27
Elaboración de retratos					
Precio	26,20	14,16	14,32	14,48	14,64
N° Turistas	63	76	91	110	132
Subtotal	1.661,00	1.077,63	1.308,40	1.588,59	1.928,78

Comisión por contrato de danzas					
Precio	14,00	26,49	26,79	27,09	27,39
N° Turistas	21	25	30	36	43
Subtotal	290,47	660,01	801,35	972,96	1.181,32
Guía por la zona					
Precio	15,00	15,17	15,34	15,51	15,68
N° Turistas	86	104	125	150	180
Subtotal	1.296,76	1.574,45	1.911,62	2.320,99	2.818,02
Servicio de lavandería					
Precio	19,90	40,25	40,70	41,15	41,61
N° Turistas	98	118	141	170	204
Subtotal	1.949,72	4.734,51	5.748,39	6.979,40	8.474,02
TOTAL	21.945,91	28.381,09	34.458,84	41.838,13	49.843,30

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Otros Ingresos**

Tabla N° 50: Otros ingresos operacionales

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de alimentación					
Precio	15	15,17	15,34	15,51	15,68
N° Turistas	19	23	27	33	39
Subtotal	285,00	346,03	420,13	510,10	619,34

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.4. EGRESOS

Se considera egresos a todos los rubros como costos de producción, gastos de ventas, administrativos y financieros, es aquí donde se estima todas las partidas utilizadas en la prestación del servicio. La realización de los cálculos será de manera mensual y anual, serán calculados en base al IPC que es del 1.12% del año 2016 según el INEC.

5.4.1. Costos de producción

Los costos de producción representan las erogaciones de dinero para la ejecución de las diferentes actividades operativas del proyecto. Dichos valores se presentan a continuación:

- **Materia Prima**

La materia prima representa a todos los elementos indispensables para el funcionamiento del albergue, el cual se demuestra a continuación:

Tabla N° 51: Datos materia prima consolidada (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentación	679,53	687,14	694,83	702,62	710,48
TOTAL	679,53	687,14	694,83	702,62	710,48

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa está conformada por el personal encargado de otorgar talleres al cliente. En la siguiente tabla se detalla el salario destinado a los talleristas, estimando a un promedio de cuatro contrataciones al año.

Tabla N° 52: Salario por contrato ocasional de Mano de Obra Directa (USD)

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal de limpieza	491,98	497,49	503,06	508,70	514,39
Talleristas	1120,00	1132,54	1145,23	1158,06	1171,03
TOTAL	1611,98	1630,03	1648,29	1666,75	1685,42

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Costos de Fabricación**

Representan los costos que no se relacionan directamente con los servicios prestados por el albergue, los cuales se detallaran a continuación:

→ **Materia Prima Indirecta**

En este rubro son considerados los gastos en materiales que no participan directamente en la prestación del servicio, para la proyección de la Materia Prima Indirecta se utilizó el porcentaje de inflación del 1,12% a diciembre del 2016 según datos del INEC.

Tabla N° 53: Datos materia prima indirecta consolidada (USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Artículos de limpieza	360,00	364,03	368,11	372,23	376,40	380,62
Lienzos	200,00	202,24	204,51	206,80	209,11	211,45
Pinceles	144,00	145,61	147,24	148,89	150,56	152,25
Pinturas	172,80	174,74	176,69	178,67	180,67	182,70
Láminas A3	36,00	36,40	36,81	37,22	37,64	38,06
Carboncillo	187,20	189,30	191,42	193,56	195,73	197,92
Paleta de pintor (20*30)	144,00	145,61	147,24	148,89	150,56	152,25
Trementina 100 ml	50,40	50,96	51,54	52,11	52,70	53,29
Lápiz	72,00	72,81	73,62	74,45	75,28	76,12
Borradores	36,00	36,40	36,81	37,22	37,64	38,06
Hilos	96,00	97,08	98,16	99,26	100,37	101,50
Agujas	11,00	11,12	11,25	11,37	11,50	11,63
Tela	480,00	485,38	490,81	496,31	501,87	507,49
Moldes	300,00	303,36	306,76	310,19	313,67	317,18
Batidoras para bordar	360,00	364,03	368,11	372,23	376,40	380,62
Cinta métrica	42,00	42,47	42,95	43,43	43,91	44,41
Tijeras	45,00	45,50	46,01	46,53	47,05	47,58
Otros	120,00	121,34	122,70	124,08	125,47	126,87
TOTAL	2.856,40	2.888,39	2.920,74	2.953,45	2.986,53	3.019,98

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

→ Mano de Obra Indirecta

Este rubro está conformado por el personal que participará indirectamente en la prestación del servicio como es el asesor tributario quien se pagará por su servicio en término de una contratación por año para revisión y asesoría para pago de remuneraciones y aspectos tributarios, además, se contratará una persona como asistente de limpieza a quien se toma como referencia una contratación de cuatro contrataciones al año. En la siguiente tabla se menciona los salarios por cada actor:

Tabla N° 54: Sueldo por concepto de Mano de Obra Indirecta (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ayudante de mantenimiento	100,00	101,12	102,25	103,40	104,56
Recepcionista polivalente	5891,71	5957,69	6024,42	6091,89	6160,12
TOTAL	5991,71	6058,81	6126,67	6195,29	6264,68

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

→ **Costos Indirectos de Fabricación**

Tabla N° 55: Costos Indirectos de Fabricación

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	492,00	497,51	503,08	508,72	514,41
Consumo de gas	30,00	30,34	30,68	31,02	31,37
Combustible	480,00	485,38	490,81	496,31	501,87
TOTAL	522,00	527,85	533,76	539,74	545,78

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Resumen de Costos de Producción**

En la siguiente tabla se muestra el resumen de todos los costos de producción, cuyos valores se proyectarán para años posteriores anualmente.

Tabla N° 56: Costos De Producción Consolidados (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	679,53	687,14	694,83	702,62	710,48
Mano de Obra Directa	1611,98	1630,03	1648,29	1666,75	1685,42
Materia Prima Indirecta	2856,40	2888,39	2920,74	2953,45	2986,53
Mano de Obra Indirecta	5991,71	6058,81	6126,67	6195,29	6264,68
Costos Indirectos de Fabricación	522,00	527,85	533,76	539,74	545,78
TOTAL	11.661,61	11.792,22	11.924,30	12.057,85	12.192,90

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.4.2. Gastos Administrativos

Estos gastos hacen referencia a la ejecución de la parte administrativa, entre los cuales se mencionan: la remuneración al personal administrativo, servicios básicos, materiales

de oficina, mantenimiento, entre otros; Dentro de este rubro se considera los sueldos y beneficios de ley de acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Trabajo.

- **Remuneración Personal Administrativo**

Tabla N° 57: Remuneraciones Administrativas (USD)

RUBRO	SUELDO	IESS (12,15%)	13° SUELDO	14° SUELDO	FONDOS DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	490,00	59,54	40,83	30,50	3,40	624,27	7491,24
TOTAL	490,00	59,54	40,83	30,50	3,40	624,27	7491,24

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

- **Suministros de oficina**

Tabla N° 58: Suministros de oficina (USD)

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resma de Papel	1	3,50	7,00	7,0784	7,16	7,24	7,32
Carpetas de Archivadores	1	2,50	5,00	5,056	5,11	5,17	5,23
Útiles Varios	1	7,00	14,00	14,1568	14,32	14,48	14,64
TOTAL		13,00	26,00	26,29	26,59	26,88	27,18

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento de computadores**

Tabla N° 59: Mantenimiento de computadores (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de computadores	70	70,78	71,58	72,38	73,19

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Otros Gastos Administrativos**

Tabla N° 60: Otros gastos administrativos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	492,00	492,00	492,00	492,00	492,00
Consumo de gas	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
TOTAL	522,00	522,00	522,00	522,00	522,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

- **Resumen de Gastos Administrativos**

A continuación, se presenta el resumen de todos los gastos administrativos los cuales serán proyectados para años posteriores de forma anual.

Tabla N° 61: Gastos Administrativos Consolidados Anuales (USD)

DESCRIBCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones	7491,24	7575,14	7659,98	7745,78	7832,53
Suministros de oficina	26,00	26,29	26,59	26,88	27,18
Mantenimiento de computadores	70,00	70,78	71,58	72,38	73,19
Otros gastos	522,00	527,85	533,76	539,74	545,78
TOTAL	8.109,24	8.200,06	8.291,90	8.384,77	8.478,68

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.4.3. Gastos de Venta.

Comprende el dinero presupuestado, que será utilizado para dar a conocer el albergue y los diferentes servicios que se pretende ofertar, los cuales se nombran a continuación.

- **Publicidad**

Para expandirse en el mercado internacional el Albergue Patricia Morales utiliza la Página Airbnb, que es una página electrónica que permite descubrir y reservar hospedajes en distintas ciudades del mundo a través de internet o del smartphone.

En el siguiente recuadro, se mostrará el gasto incurrido por servicios publicitarios online.

Tabla N° 62: Gastos Publicidad (USD)

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad (Marketplace Airbnb)	132,00	133,48	134,97	136,49	138,01
Publicidad (Trivago Manager PRO)	149,00	150,67	152,36	154,06	155,79
TOTAL	281,00	284,15	287,33	290,55	293,80

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.5.FINANCIAMIENTO

Para ampliar el albergue, se requiere de una fuente de financiamiento para poner en marcha el proyecto. De acuerdo estudio al técnico y el análisis del estudio financiero se requiere un financiamiento de \$50.00,00 dólares, para lo cual, se solicitará un préstamo hipotecario al Banco del Pacífico de \$34.654,80 dólares, el cual será destinado al desarrollo del proyecto, y \$14.593,53 dólares para cubrir el préstamo pendiente financiado por la Cooperativa Pilahuin Tío.

A continuación, se presenta las condiciones de financiamiento del crédito con la respectiva tabla de amortización:

Tabla N° 63: Tabla de Amortización (USD)

PLAZO EN AÑOS		10 años		
PLAZO		120 meses		
MONTO		\$ 50.000,00 dólares		
MESES	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0				\$ 50.000,00
1	\$ 619,93	\$ 265,76	\$ 354,17	\$ 49.734,24
2	\$ 619,93	\$ 267,64	\$ 352,28	\$ 49.466,59
3	\$ 619,93	\$ 269,54	\$ 350,39	\$ 49.197,05
4	\$ 619,93	\$ 271,45	\$ 348,48	\$ 48.925,60
5	\$ 619,93	\$ 273,37	\$ 346,56	\$ 48.652,23
6	\$ 619,93	\$ 275,31	\$ 344,62	\$ 48.376,92
7	\$ 619,93	\$ 277,26	\$ 342,67	\$ 48.099,67
8	\$ 619,93	\$ 279,22	\$ 340,71	\$ 47.820,44
9	\$ 619,93	\$ 281,20	\$ 338,73	\$ 47.539,24
10	\$ 619,93	\$ 283,19	\$ 336,74	\$ 47.256,05
11	\$ 619,93	\$ 285,20	\$ 334,73	\$ 46.970,85
12	\$ 619,93	\$ 287,22	\$ 332,71	\$ 46.683,63
13	\$ 619,93	\$ 289,25	\$ 330,68	\$ 46.394,38
14	\$ 619,93	\$ 291,30	\$ 328,63	\$ 46.103,08
15	\$ 619,93	\$ 293,36	\$ 326,56	\$ 45.809,71
16	\$ 619,93	\$ 295,44	\$ 324,49	\$ 45.514,27
17	\$ 619,93	\$ 297,54	\$ 322,39	\$ 45.216,74
18	\$ 619,93	\$ 299,64	\$ 320,29	\$ 44.917,09
19	\$ 619,93	\$ 301,77	\$ 318,16	\$ 44.615,33
20	\$ 619,93	\$ 303,90	\$ 316,03	\$ 44.311,42
21	\$ 619,93	\$ 306,06	\$ 313,87	\$ 44.005,37
22	\$ 619,93	\$ 308,22	\$ 311,70	\$ 43.697,14
23	\$ 619,93	\$ 310,41	\$ 309,52	\$ 43.386,74
24	\$ 619,93	\$ 312,61	\$ 307,32	\$ 43.074,13
25	\$ 619,93	\$ 314,82	\$ 305,11	\$ 42.759,31

26	\$ 619,93	\$ 317,05	\$ 302,88	\$ 42.442,26
27	\$ 619,93	\$ 319,30	\$ 300,63	\$ 42.122,97
28	\$ 619,93	\$ 321,56	\$ 298,37	\$ 41.801,41
29	\$ 619,93	\$ 323,84	\$ 296,09	\$ 41.477,57
30	\$ 619,93	\$ 326,13	\$ 293,80	\$ 41.151,44
31	\$ 619,93	\$ 328,44	\$ 291,49	\$ 40.823,01
32	\$ 619,93	\$ 330,77	\$ 289,16	\$ 40.492,24
33	\$ 619,93	\$ 333,11	\$ 286,82	\$ 40.159,13
34	\$ 619,93	\$ 335,47	\$ 284,46	\$ 39.823,66
35	\$ 619,93	\$ 337,84	\$ 282,08	\$ 39.485,82
36	\$ 619,93	\$ 340,24	\$ 279,69	\$ 39.145,58
37	\$ 619,93	\$ 342,65	\$ 277,28	\$ 38.802,94
38	\$ 619,93	\$ 345,07	\$ 274,85	\$ 38.457,86
39	\$ 619,93	\$ 347,52	\$ 272,41	\$ 38.110,34
40	\$ 619,93	\$ 349,98	\$ 269,95	\$ 37.760,36
41	\$ 619,93	\$ 352,46	\$ 267,47	\$ 37.407,90
42	\$ 619,93	\$ 354,96	\$ 264,97	\$ 37.052,95
43	\$ 619,93	\$ 357,47	\$ 262,46	\$ 36.695,48
44	\$ 619,93	\$ 360,00	\$ 259,93	\$ 36.335,47
45	\$ 619,93	\$ 362,55	\$ 257,38	\$ 35.972,92
46	\$ 619,93	\$ 365,12	\$ 254,81	\$ 35.607,80
47	\$ 619,93	\$ 367,71	\$ 252,22	\$ 35.240,10
48	\$ 619,93	\$ 370,31	\$ 249,62	\$ 34.869,78
49	\$ 619,93	\$ 372,93	\$ 246,99	\$ 34.496,85
50	\$ 619,93	\$ 375,58	\$ 244,35	\$ 34.121,27
51	\$ 619,93	\$ 378,24	\$ 241,69	\$ 33.743,04
52	\$ 619,93	\$ 380,92	\$ 239,01	\$ 33.362,12
53	\$ 619,93	\$ 383,61	\$ 236,32	\$ 32.978,51
54	\$ 619,93	\$ 386,33	\$ 233,60	\$ 32.592,18
55	\$ 619,93	\$ 389,07	\$ 230,86	\$ 32.203,11
56	\$ 619,93	\$ 391,82	\$ 228,11	\$ 31.811,29
57	\$ 619,93	\$ 394,60	\$ 225,33	\$ 31.416,69
58	\$ 619,93	\$ 397,39	\$ 222,53	\$ 31.019,30
59	\$ 619,93	\$ 400,21	\$ 219,72	\$ 30.619,09
60	\$ 619,93	\$ 403,04	\$ 216,89	\$ 30.216,05
61	\$ 619,93	\$ 405,90	\$ 214,03	\$ 29.810,15
62	\$ 619,93	\$ 408,77	\$ 211,16	\$ 29.401,37
63	\$ 619,93	\$ 411,67	\$ 208,26	\$ 28.989,71
64	\$ 619,93	\$ 414,58	\$ 205,34	\$ 28.575,12
65	\$ 619,93	\$ 417,52	\$ 202,41	\$ 28.157,60
66	\$ 619,93	\$ 420,48	\$ 199,45	\$ 27.737,12
67	\$ 619,93	\$ 423,46	\$ 196,47	\$ 27.313,66
68	\$ 619,93	\$ 426,46	\$ 193,47	\$ 26.887,21
69	\$ 619,93	\$ 429,48	\$ 190,45	\$ 26.457,73
70	\$ 619,93	\$ 432,52	\$ 187,41	\$ 26.025,21
71	\$ 619,93	\$ 435,58	\$ 184,35	\$ 25.589,63
72	\$ 619,93	\$ 438,67	\$ 181,26	\$ 25.150,96
73	\$ 619,93	\$ 441,78	\$ 178,15	\$ 24.709,18
74	\$ 619,93	\$ 444,91	\$ 175,02	\$ 24.264,28
75	\$ 619,93	\$ 448,06	\$ 171,87	\$ 23.816,22
76	\$ 619,93	\$ 451,23	\$ 168,70	\$ 23.364,99
77	\$ 619,93	\$ 454,43	\$ 165,50	\$ 22.910,56

78	\$ 619,93	\$ 457,65	\$ 162,28	\$ 22.452,92
79	\$ 619,93	\$ 460,89	\$ 159,04	\$ 21.992,03
80	\$ 619,93	\$ 464,15	\$ 155,78	\$ 21.527,88
81	\$ 619,93	\$ 467,44	\$ 152,49	\$ 21.060,44
82	\$ 619,93	\$ 470,75	\$ 149,18	\$ 20.589,69
83	\$ 619,93	\$ 474,08	\$ 145,84	\$ 20.115,61
84	\$ 619,93	\$ 477,44	\$ 142,49	\$ 19.638,16
85	\$ 619,93	\$ 480,82	\$ 139,10	\$ 19.157,34
86	\$ 619,93	\$ 484,23	\$ 135,70	\$ 18.673,11
87	\$ 619,93	\$ 487,66	\$ 132,27	\$ 18.185,45
88	\$ 619,93	\$ 491,11	\$ 128,81	\$ 17.694,33
89	\$ 619,93	\$ 494,59	\$ 125,33	\$ 17.199,74
90	\$ 619,93	\$ 498,10	\$ 121,83	\$ 16.701,64
91	\$ 619,93	\$ 501,63	\$ 118,30	\$ 16.200,02
92	\$ 619,93	\$ 505,18	\$ 114,75	\$ 15.694,84
93	\$ 619,93	\$ 508,76	\$ 111,17	\$ 15.186,08
94	\$ 619,93	\$ 512,36	\$ 107,57	\$ 14.673,72
95	\$ 619,93	\$ 515,99	\$ 103,94	\$ 14.157,73
96	\$ 619,93	\$ 519,64	\$ 100,28	\$ 13.638,09
97	\$ 619,93	\$ 523,33	\$ 96,60	\$ 13.114,76
98	\$ 619,93	\$ 527,03	\$ 92,90	\$ 12.587,73
99	\$ 619,93	\$ 530,77	\$ 89,16	\$ 12.056,96
100	\$ 619,93	\$ 534,52	\$ 85,40	\$ 11.522,44
101	\$ 619,93	\$ 538,31	\$ 81,62	\$ 10.984,13
102	\$ 619,93	\$ 542,12	\$ 77,80	\$ 10.442,00
103	\$ 619,93	\$ 545,96	\$ 73,96	\$ 9.896,04
104	\$ 619,93	\$ 549,83	\$ 70,10	\$ 9.346,21
105	\$ 619,93	\$ 553,73	\$ 66,20	\$ 8.792,48
106	\$ 619,93	\$ 557,65	\$ 62,28	\$ 8.234,83
107	\$ 619,93	\$ 561,60	\$ 58,33	\$ 7.673,24
108	\$ 619,93	\$ 565,58	\$ 54,35	\$ 7.107,66
109	\$ 619,93	\$ 569,58	\$ 50,35	\$ 6.538,08
110	\$ 619,93	\$ 573,62	\$ 46,31	\$ 5.964,46
111	\$ 619,93	\$ 577,68	\$ 42,25	\$ 5.386,78
112	\$ 619,93	\$ 581,77	\$ 38,16	\$ 4.805,01
113	\$ 619,93	\$ 585,89	\$ 34,04	\$ 4.219,11
114	\$ 619,93	\$ 590,04	\$ 29,89	\$ 3.629,07
115	\$ 619,93	\$ 594,22	\$ 25,71	\$ 3.034,85
116	\$ 619,93	\$ 598,43	\$ 21,50	\$ 2.436,42
117	\$ 619,93	\$ 602,67	\$ 17,26	\$ 1.833,75
118	\$ 619,93	\$ 606,94	\$ 12,99	\$ 1.226,81
119	\$ 619,93	\$ 611,24	\$ 8,69	\$ 615,57
120	\$ 619,93	\$ 615,57	\$ 4,36	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.6. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

A continuación, se presentan las depreciaciones de los activos fijos que forman parte del proyecto.

5.6.1. Depreciación de Activos Fijos

Tabla N° 64: Porcentajes de Depreciación (USD)

CONCEPTO	% DE DEPRECIACIÓN	AÑOS	VALOR	VALOR RESIDUAL
Edificaciones	5%	20	12.352,50	1.235,25
Equipo de computación	33%	3	2.630,00	263,00
Muebles y enseres	10%	10	1.293,30	129,33
Maquinaria y equipo	10%	10	959,00	95,90
Vehículo	20%	5	15.000,00	1.500,00
Otros activos	5%	20	12.352,50	1.235,25
TOTAL			32.234,80	

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 65: Proyección Depreciación (USD)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Resid.
Edificaciones	555,86	555,86	555,86	555,86	555,86	9.573,19
Maquinaria y equipo	86,31	86,31	86,31	86,31	86,31	527,45
Equipo de computación	789,00	789,00	789,00	789,00	789,00	789,00
Muebles y enseres	116,40	116,40	116,40	116,40	116,40	711,32
Vehículo	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	1.500,00
TOTAL	4.247,57	4.247,57	4.247,57	4.247,57	4.247,57	13.100,95

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.6.2. Amortización de Activos Diferidos

Tabla N° 66: Proyección de la Amortización (USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMOR. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo diferido	447,00	20%	89,40	89,40	89,40	89,40	89,40

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.6.3. Resumen de Egresos

El resumen de costos y gastos necesarios incurridos para la ejecución tanto de actividades operativas y administrativas que llevará a cabo la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 67: Resumen de egresos

RESUMEN DE EGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa		679,53	687,14	694,83	702,62	710,48
Mano de obra indirecta		1611,98	1630,03	1648,29	1666,75	1685,42
Costos de fabricación	Materia prima	2.856,40	2.888,39	2.920,74	2.953,45	2.986,53
	Mano de obra	5.991,71	6.058,81	6.126,67	6.195,29	6.264,68
	CIF	522,00	527,85	533,76	539,74	545,78
Gastos de ventas		281,00	284,15	287,33	290,55	293,80
Gastos de administración		8.109,24	8.200,06	8.291,90	8.384,77	8.478,68
Depreciación		6.041,47	6.041,47	6.041,47	5.164,81	5.164,81
Gastos financieros		4.122,78	3.829,64	3.510,59	3.163,34	2.785,40
TOTAL		30216,10	30147,54	30055,59	29061,32	28915,59

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.7.ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Realizada el análisis tanto de las inversiones costos y gastos se procede a la presentación de las estructuras de los Estados Financieros.

5.7.1. Balance General Año 0

El siguiente Estado Financiero Histórico presentan tanto los activos fijos propios del proyecto y las obligaciones adquiridas durante tiempo que ha venido funcionando, cabe recalcar que también se presenta el patrimonio familiar.

Tabla N° 68: Balance General Año 0 (USD)

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Efectivo y equivalentes	2.000,00	Cuentas y docs. Por pagar	200,00
Cuentas y Doc. Por cobrar	50,00	Otros pasivos corrientes	
Inventario	60,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	200,00
TOTAL ACT. CORRIENTE	2.110,00	PASIVO NO CORRIENTE	
		Préstamo bancario por pagar	14.593,53
ACTIVO NO CORRIENTE			
INMUEBLES, MAQ, Y EQUIPO	67.444,50	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	14.593,53
Terreno	9.000,00	TOTAL PASIVO	14.793,53
Edificaciones	67.000,00		
	-	PATRIMONIO	
(Depreciación)	10.050,00	Capital	54.937,65
		Utilidad del ejercicio	923,32
Muebles y enseres	1.565,00	TOTAL PATRIMONIO	55.860,97
(Depreciación)	-469,50		
Maquinaria y equipo	570,00		
(Depreciación)	-171,00		
SEMOVIENTES	1.100,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES			
		TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	70.654,50
TOTAL ACTIVOS	70.654,50		

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.7.2. Estado de Resultados Integral Proyectado sin ampliación

Tabla N° 69: Estado de Resultados Integral Proyectado sin ampliación (USD)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCIÓN						
Ingresos operacionales	1.440,00	1.456,13	1.472,44	1.488,93	1.505,60	1.522,47
Otros Ingresos operacionales	240,00	242,69	245,41	248,15	250,93	253,74
TOTAL INGRESOS	1.680,00	1.698,82	1.717,84	1.737,08	1.756,54	1.776,21
(-) COSTOS OPERATIVOS	1.554,00	1.571,40	1.589,00	1.606,80	1.624,80	1.643,00
UTILIDAD BRUTA	126,00	127,41	128,84	130,28	131,74	133,22
(+) Otros ingresos no operacionales	8.400,00	8.494,08	8.589,21	8.685,41	8.782,69	8.881,06
UTILIDAD OPERACIONAL	8.526,00	8.621,49	8.718,05	8.815,69	8.914,43	9.014,27
(-) GASTOS						
Gastos administrativos	548,00	554,14	560,34	566,62	572,97	579,38
Gastos de venta	132,00	133,48	134,97	136,49	138,01	139,56
Depreciación	3.696,82	3.738,22	3.780,09	3.822,43	3.865,24	3.908,53
Gastos financieros	3.155,86	3.191,21	3.226,95	3.263,09	3.299,64	3.336,59
Otros gastos	70,00	70,78	71,58	72,38	73,19	74,01
TOTAL GASTOS	7.602,68	7.687,83	7.773,93	7.861,00	7.949,05	8.038,08
UTILIDAD NETA	923,32	933,66	944,12	954,69	965,38	976,20

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.7.3. Estado de Resultados Integral Proyectado con ampliación

Tabla N° 70: Estado De Resultados Integral Proyectados Con Ampliación (USD)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	21945,91	28381,09	34458,84	41838,13	49843,30
Otros Ingresos operacionales	285,00	346,03	420,13	510,10	619,34
TOTAL INGRESOS	22.230,91	28.727,12	34.878,97	42.348,23	50.462,64
(-) COSTOS OPERATIVOS	11.792,22	11.924,30	12.057,85	12.192,90	12.329,46
UTILIDAD BRUTA	10.438,69	16.802,83	22.821,13	30.155,34	38.133,19
(+) Otros ingresos no operacionales	8.494,08	8.589,21	8.685,41	8.782,69	8.881,06
UTILIDAD OPERACIONAL	18.932,77	25.392,04	31.506,54	38.938,03	47.014,24
(-) GASTOS					
Gastos administrativos	8.109,24	8.200,06	8.291,90	8.384,77	8.478,68
Gastos de venta	281,00	284,15	287,33	290,55	293,80
Depreciación	6.041,47	6.041,47	6.041,47	5.164,81	5.164,81
Gastos financieros	4.122,78	3.829,64	3.510,59	3.163,34	2.785,40
Otros gastos	70,78	71,58	72,38	73,19	74,01
TOTAL GASTOS	18.625,27	18.426,90	18.203,68	17.076,66	16.796,70
UTILIDAD NETA	<u>307,49</u>	<u>6.965,14</u>	<u>13.302,86</u>	<u>21.861,37</u>	<u>30.217,54</u>

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.7.4. Estado de Flujo de Efectivo Proyectado

Representa el análisis de ingresos y egresos que potencialmente tendrá el proyecto en la vida útil del mismo, el cual se detalla a continuación:

Tabla N° 71: Estado de Flujo de Efectivo Proyectado (USD)

INGRESOS PROYECTADOS						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial del Proyecto	-34.658,80					
Utilidad Neta Proyectada		307,49	6.965,14	13.302,86	21.861,37	30.217,54
Depreciación		6.041,47	6.041,47	6.041,47	5.164,81	5.164,81
Valor de Rescate		0,00	0,00	0,00	0,00	28.725,28
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		6.348,97	13.006,61	19.344,34	27.026,17	64.107,62
EGRESOS PROYECTADOS						
Pago Principal de la Deuda		3.316,37	3.609,50	3.928,55	4.275,80	4.653,74
Diferidos		89,40	89,40	89,40	89,40	89,40
TOTAL EGRESOS		3.405,77	3.698,90	4.017,95	4.365,20	4.743,14
FLUJO NETO DE CAJA	-34.658,80	2.943,20	9.307,71	15.326,39	22.660,97	59.364,48

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

5.8.EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite establecer la factibilidad potencial, que tiene el Albergue Patricia Morales desde el análisis económico.

5.8.1. Costo de Oportunidad

Constituye la representación de la inversión propia sin el financiamiento, para su análisis se toma como referencia a la tasa pasiva correspondiente al 5,12% a diciembre del 2016, dato obtenido del Banco Central del Ecuador.

- **Costo de Capital**

El análisis del costo de capital, da a conocer el rendimiento económico mínimo que tendrá el proyecto en condiciones óptimas, para dicho entendimiento se aplicó una tasa activa del 8,10% para el capital financiado, dato extraído del Banco Central del Ecuador a diciembre del 2016.

Tabla N° 72: Costo De Capital (K) USD

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión propia	41000,00	54,19%	5,12%	2,77%
Inversión financiada	34658,80	45,81%	8,10%	3,71%
Inversión total	75658,80	100%		6,49%

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

CK= 6,49%

Análisis:

Por lo tanto, el rendimiento económico mínimo que obtendrá el proyecto funcionando en condiciones óptimas es del 6,49 %, porcentaje que es aceptable por estar sobre la tasa de interés pasiva obtenida

- **Tasa de Rendimiento Medio**

Para el cálculo del TRM se utilizó el 1,12% de inflación anual a diciembre del 2016 según datos del BCE. A continuación, se presenta el rendimiento mínimo real que generará el Albergue Patricia Morales.

DATOS:

CK= 6,49%

Tasa de Inflación: 1,12%

TRM= 7,68%

OPERACIÓN:

$$TRM=(1+Ck)(1+Infl.)-1$$

$$TRM=(1,1020)(1,0112)-1$$

$$TRM= 7,68\%$$

Análisis:

La TMAR muestra un rendimiento real del proyecto planteado de 7,68% lo que, en relación a la tasa pasiva vigente muestra que el proyecto es viable desde este punto de vista.

5.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

La realización del análisis del VAN permitirá determinar, cual es la capacidad de del dinero en el tiempo, esto se podrá analizar mediante los valores deflactados con la utilización de la tasa de rendimiento medio. La fórmula utilizada para el cálculo es la siguiente: $VAN = \Sigma \text{Flujos Caja neto} (1+TRM)^{-n} - (Inversión)$

Dónde:

FEF = Flujo de Efectivo Futuro

i = Interés (7,68%)

n = Número de períodos

Tabla N° 73: Valor Actual Neto (USD)

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJO ACTUAL
0	-34.658,80	
1	2.943,20	2.733,34
2	9.307,71	8.027,70
3	15.326,39	12.276,14
4	22.660,97	16.856,78
5	59.364,48	41.010,66
TOTAL		80.904,62

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero**Elaborado por:** La Autora

OPERACIÓN:

$$\text{VAN} = \Sigma \text{Flujos Caja neto} + (\text{Inversión})$$

$$\text{VAN} = 84.441,97 + (-35.224,30)$$

$$\text{VAN} = 46.245,82$$

Análisis:

El cálculo del VAN permite conocer si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Un VAN positivo indica que los flujos de caja son mayores a la inversión inicial, satisface la TRM y genera una riqueza financiera de 46.245,82 dólares, por lo tanto, el proyecto es aceptable.

5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador constituye la devolución de la inversión en un tiempo determinado, ya sea en términos porcentuales o monetarios.

Tabla N° 74: Tasa Interna de Retorno (USD)

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FEF	AÑO	FEF
0	-34.658,80	0	-34.658,80
1	2.943,20	1	2.943,20
2	9.307,71	2	9.307,71
3	15.326,39	3	15.326,39
4	22.660,97	4	22.660,97
5	59.364,48	5	59.364,48
VAN	80.904,62	VAN	34.663,03
VAN (+)	46.245,82	VAN (-)	4,23
VAN (Tm=7,68%)	0,0768	VAN (TM=33,85%)	0,3385

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

OPERACIÓN:

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{VAN(+)}{VAN(+)-VAN(-)}$$

$$TIR = 0.0768 + (0.3385 - 0.0768) \frac{46.245,82}{46.245,82 - (4,23)}$$

$$TIR = 33.85\%$$

Análisis:

El criterio para aceptar o rechazar un proyecto está dado por el resultado que se obtenga en la TIR, si ésta es mayor que la tasa de descuento se acepta, de lo contrario se rechaza. La TIR es aquella tasa que permite que el Valor Actual Neto se iguale a cero, una TIR de 33,85% indica que el proyecto es rentable.

5.8.4. Beneficio Costo

El análisis del beneficio/costo, muestra la ganancia que se recibe por cada dólar invertido en el albergue.

Tabla N° 75: Beneficio Costo (USD)

AÑO	ENTRADAS	FACTOR	ENTRADAS ACTUALIZADAS
1	6.348,97	0,92869695	5.896,27
2	13.006,61	0,86247803	11.217,92
3	19.344,34	0,80098072	15.494,44
4	27.026,17	0,74386835	20.103,91
5	64.107,62	0,69082827	44.287,36
TOTAL			96.999,90

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

La fórmula para el cálculo de Beneficio Costo es la siguiente:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos}}{(1 + TRM)^n \text{ Inversión}}$$

OPERACIÓN:

$$\frac{B}{C} = \frac{96,999,90}{34.658,80}$$

$$\frac{B}{C} = 2,80$$

Análisis:

La tasa de Beneficio Costo indica que por cada dólar que se invirtió en el proyecto se recibe 2,80 dólares como ingreso.

5.8.5. Punto de Equilibrio

A continuación se presenta el punto de equilibrio en dólares, que es la representación del punto donde se inicia la recuperación de la inversión fija, para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingreso}}\right)}$$

A continuación, se presentan los valores para el cálculo del Punto de Equilibrio:

Tabla N° 76: Punto de Equilibrio

DETALLE	AÑO
Ingresos	6.348,97
TOTAL INGRESOS	6.348,97
Costos Fijos	2.208,75
TOTAL COSTOS FIJOS	2.208,75
Costos Variables	822,94
TOTAL COSTOS VARIABLES	822,94

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

OPERACIÓN

$$PE = \frac{2.208,75}{1 - \left(\frac{822,94}{6.348,97}\right)}$$

$$PE = 2.537,68$$

Análisis

El punto de equilibrio el punto en el que los ingresos obtenidos por ventas son iguales al costo de operación, es, por tanto, el momento en el que se inicia la recuperación de la inversión fija. Desde este punto el proyecto debe obtener un ingreso de \$2.537,68 para comenzar a recuperar su inversión.

5.8.6. Período de Recuperación de la Inversión

A continuación, se presenta la tabla, en donde se identifica el periodo de recuperación del proyecto tomando como base la tasa de inflación anual a diciembre del 2016 que está a 1,12% para calcular el deflactor.

Tabla N° 77: Período De Recuperación De La Inversión (USD)

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	DEFLACTOR	VALOR DEFLACTADO	RECUPERACIÓN
1	2943,20	0,9889	2910,60	2910,60
2	9307,71	0,9780	9102,67	12013,27
3	15326,39	0,9671	14822,74	26836,01
4	22660,97	0,9564	21673,56	48509,58
5	59364,48	0,9458	56148,92	104658,50

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

Análisis:

El período de recuperación indica el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada para su ejecución, siendo así, la inversión se recuperará en aproximadamente 3 años con 4 meses y 9 días.

5.8.7. Resumen de la Evaluación Financiera

Tabla N° 78: Resumen de la Inversión

RESUMEN	VALOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	RESULTADO
TRM	7,68%		
VAN	46.245,82	>0	Aceptable
TIR	33,85%	>TRM	Aceptable
C/B	2,80	>1	Aceptable
PRI	3 Años 4 Meses 9 Días		Aceptable

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero

Elaborado por: La Autora

TRM. - La Tasa de Rendimiento Medio resultante es mayor que la tasa activa lo que demuestra una aceptación para el proyecto.

VAN. - El Valor Actual Neto resultante es mayor a 0, es decir, muestra una riqueza financiera de \$46.245,82 dólares lo que demuestra que es viable.

TIR. - la Tasa Interna de Retorno del proyecto planteado presenta 33,85 puntos porcentuales por encima de TRM lo que demuestra que es rentable.

C/B.- El análisis Costo/Beneficio muestra un ingreso de 2,80 dólares por cada dólar invertido en el proyecto.

Período de Recuperación. -Según el análisis realizado la inversión del proyecto se recupera en aproximadamente 3 años y 4 meses y 9 días lo que es admisible para los inversionistas.

Después de realizar la evaluación financiera del proyecto, y de haberse obtenido resultados favorables en cada uno de los evaluadores analizados, se determina que éste es aceptable.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.1.INTRODUCCIÓN

Mediante la entrevista y diálogos con los propietarios del Albergue Patricia Morales y con las observaciones realizadas, se puede determinar la estructura organizacional del proyecto turístico, la misión, la visión, las políticas, los valores. Así como la proyección en cuanto a personal funciones y estructura material, infraestructura, implementación de servicios para que el turista nacional y extranjero reciba una atención de calidad y cumpla con sus expectativas.

6.2.OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

6.2.1. Objetivo general

Diseñar la propuesta organizacional que permita delimitar los aspectos importantes del proyecto turístico: misión, visión, principios, valores, orgánico funcional y aspectos legales para legalizarse como una Casa de Huéspedes.

6.2.2. Objetivos específicos:

- Describir la filosofía empresarial.
- Diseñar el slogan y logotipo empresarial.
- Elaborar la estructura organizacional y delimitar sus funciones.
- Identificar los aspectos legales necesarios para la correcta gestión de la Casa de Huéspedes.

6.3.TIPO DE EMPRESA

Existen diversos tipos de empresa, las cuales están clasificadas según diversos criterios, entre ellas tenemos: por su actividad, tamaño, propiedad de capital, ámbito de actividad, destino de los beneficios, y forma jurídica, en base a estos se realizará una analogía que se ajuste a las características del proyecto.

Se establece la tipología de la empresa de la siguiente manera:

6.3.1. Según el Sector de Actividad

Esta empresa pertenece al **sector terciario** de la economía, es decir se dedica a brindar servicios de alojamiento a turistas extranjeros.

6.3.2. Según el Tamaño

Dicho aspecto engloba una serie de criterios como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de la actividad, el valor anual de ventas, entre otros. Acorde a estas características, se determina al albergue como una **microempresa** por ser de propiedad individual y contar con una capacidad mínima de empleados.

6.3.3. Según la Propiedad del Capital

El capital al encontrarse en manos privadas se establece que su denominación es carácter **privado**.

6.3.4. Según el Ámbito de Actividad

De acuerdo a las relaciones de la empresa con su entorno económico y social, se puede decir que sus actividades son desarrolladas dentro del **ámbito local**., previsto que sus operaciones se ejecutan en la comunidad Turucu en la Municipalidad Sata Ana de Cotacachi.

6.3.5. Según el Destino de los Beneficios

Se determina que el albergue se categoriza como una **empresa con ánimo de lucro**., debido a que los excedentes entre ingresos y gastos pasan a poder personal del propietario.

6.3.6. Según la Forma Jurídica

El albergue se establece como una empresa **unipersonal** por tener la particularidad de estar formada por un único socio.

6.4.FILOSOFÍA EMPRESARIAL

El término representa al conjunto de elementos que identifican la forma de ser de la empresa. Para tener claro la filosofía, es necesario desarrollar la misión, visión, principios y valores organizacionales.

6.4.1. Nombre o razón social

La denominación social de la microempresa se registrará bajo el nombre de “Albergue Familiar Patricia”; el nombre de la residencia fue determinado así por ser un alojamiento familiar que abre las puertas a todos los turistas para ser recibidos con el amor de hogar y darles la oportunidad de formar parte de la familia, y por consiguiente, presenta el nombre de la esposa quien se encargan del recibimiento y prestación del servicio a todos los visitantes durante el tiempo de hospedaje.

6.4.2. Misión

De la encuesta realizada al Lic. Rumiñahui Anrango, propietario de la Casa de Huésped, en relación al (Anexo 1) nos menciona lo siguiente:

El albergue Patricia Morales se constituye como una Casa de Huéspedes reconocido a nivel nacional e internacional, potencialmente dirigido a la guía y atención a los turistas extranjeros en un ambiente familiar y comunitario que permite compartir experiencias e interactuar con el entorno comunitario y turístico del Cantón Cotacachi y la provincia de Imbabura.

6.4.3. Visión

Se toma como referencia el (Anexo 1), en relación a lo mencionado por el propietario del Albergue Patricia Morales.

El Albergue Patricia Morales, para el año 2020, será una Casa de Huéspedes, con alto prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional, será un centro familiar comunitario de apoyo y guía a los turistas extranjeros para realizar guía turística, turismo comunitario y vivenciar la cultura de las comunidades indígenas de Cotacachi.

6.4.4. Logotipo y slogan

Gráfico N° 51: Logotipo y slogan de la Casa de Huéspedes



ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES

“Siéntase como en su casa”

6.4.5. Principios y valores

Los principios y valores que rigen en el albergue Patricia Morales son:

- **La familiaridad**

Constituye la sencillez y naturalidad en el trato y atención de los clientes en el Albergue Patricia Morales. Es el trato con amistad como si fueran verdaderos parientes. Es la franqueza, el trato llano y la confianza que brindan la familia Anrango Morales a los turistas huéspedes.

Este valor expresa que el turista se sienta “como en su casa”, se sienta en familia y viva un ambiente comunitario, característica de las comunidades indígenas andinas, como es el caso de la Comunidad Turucu, donde se ubica el albergue.

- **El Respeto**

El respeto es uno de los principios fundamentales que sustenta la ética y la moral del albergue Patricia Morales. El respeto constituye en aceptar y comprender tal y como son los demás, en este caso los turistas. Respetar las diferencias, las expresiones, las opiniones diversas que puedan tener los clientes. Este ambiente de respeto hace que este principio sea recíproco e interrelacionado entre todas las personas que se encuentran en el albergue. El respeto en el albergue protege la dignidad de los huéspedes, proporcionando seguridad y confianza.

- **La cooperación**

Otro valor que se practica en el albergue Patricia Morales es la cooperación, manifestada por todos los miembros de la familia Anrango Morales, para atender a los turistas huéspedes que se hospedan en el albergue. Es esa capacidad que tienen los miembros de la familia administradora del albergue para trabajar como un verdadero equipo. Esta cooperación familiar es fundamental para que la atención al turista en el albergue, sea la mejor. La cooperación surge también de compartir con los turistas para todos sentirse en familia.

- **Solidaridad**

Es de destacar que en el albergue Patricia Morales, se vive un ambiente de solidaridad, ya que los turistas y las personas que atienden el albergue, se sienten y reconocen unidas, compartiendo las mismas actividades, normas, expectativas e ideales

- **Compañerismo**

El compañerismo constituye el sentimiento de unidad que se da entre los turistas que se hospedan en el albergue Patricia Morales.

En el albergue se vive un ambiente de camaradería, de trabajo en equipo, los turistas en un ambiente familiar se acompañan entre sí, comparten actividades, experiencias, ideas, intereses, gustos, proyectos, con el fin de sentirse bien, a gusto en el albergue.

- **Sociabilidad**

El albergue Patricia Morales, tiene como uno de los valores fundamentales, la sociabilidad, por medio del cual, de manera natural, los turistas tienden a vivir en comunidad, en sociedad. Un individuo sociable es afable, que le gusta relacionarse con el resto de las personas.

El albergue posibilita al turista la interrelación con la comunidad indígena Turucu, situación que resulta bastante agradable para los turistas que fortalecen la sociabilidad y respeto hacia las manifestaciones culturales, tradiciones y fiestas indígenas y populares de Cotacachi.

- **Políticas**

En el albergue Patricia Morales se practica algunas políticas, importantes para el desarrollo normal de las actividades de hospedaje y turísticas que realiza:

- **La disciplina**

La disciplina en el albergue Patricia Morales, se traduce en el cumplimiento de normas elementales de comportamiento, convivencia social y medidas de seguridad, por parte de los turistas hospedados y las personas que laboran en el albergue.

- **Interculturalidad**

En el albergue Patricia Morales, se practica la interculturalidad como una política en su relación con el entorno en especial con la comunidad indígena Turucu. La práctica de la interculturalidad, permite a los turistas ingresar a un proceso de comunicación e interacción con las personas y grupos indígenas que tienen identidades culturales específicas, manifestando el respeto a las diversas manifestaciones culturales.

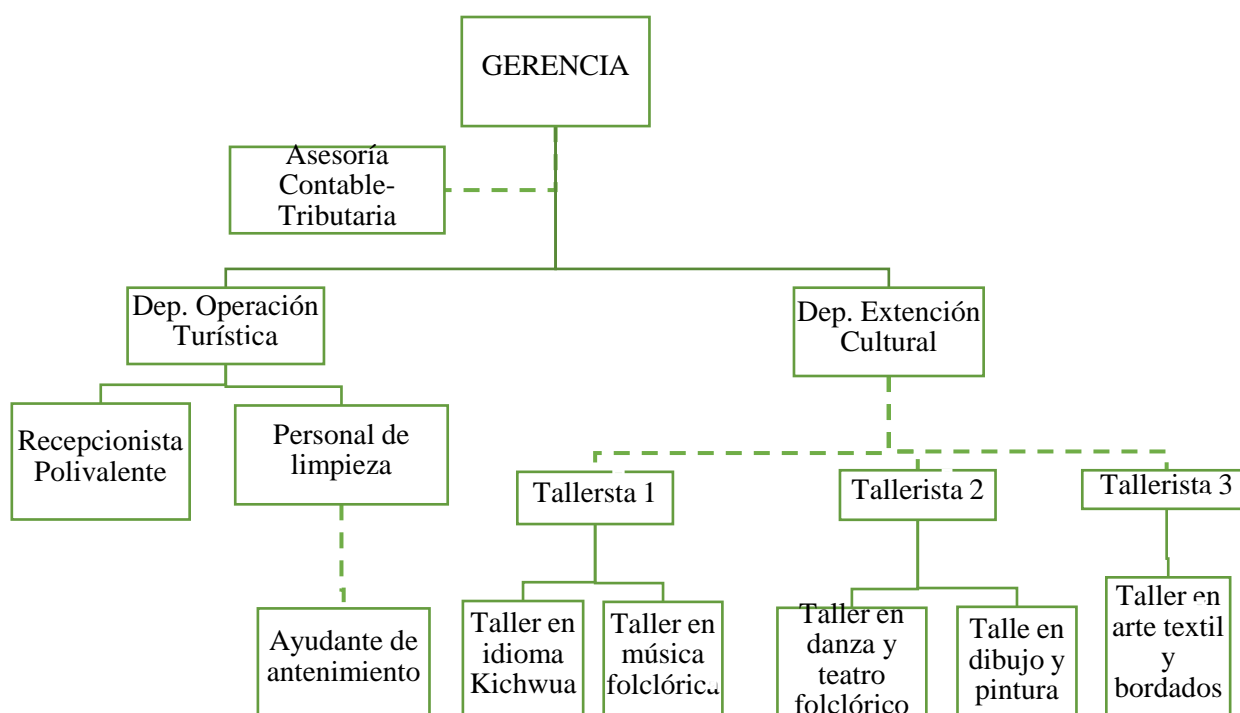
Hay que considerar que no existen culturas superiores a otras, lo que existen son culturas diferentes, las cuales deben ser respetadas y valoradas, favoreciendo en forma permanente la interacción, el diálogo intercultural y concertación. El albergue les da la oportunidad a los turistas de realizar actividades de integración y de convivencia de enriquecimiento cultural con la comunidad indígena Turucu y el pueblo de Cotacachi.

6.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación, se presenta la estructura orgánica del albergue en función a la gestión requerida para su funcionamiento.

6.5.1. Organigrama

Tabla N° 79: Organigrama estructural del Albergue Patricia Morales



Elaborado por: La Autora


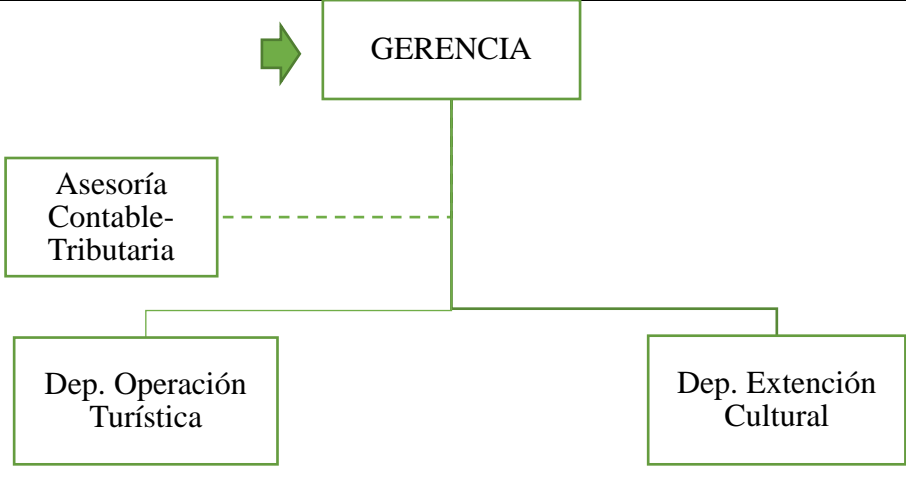
6.6. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

Para identificar los cargos y las funciones que debe desempeñar cada persona es necesario contar con un manual que describa de las actividades que cada miembro de la microempresa debe desempeñar para evitar así la duplicidad de funciones y confusiones en las líneas de autoridad.

6.6.1. Requerimiento de Personal

El personal del Albergue Patricia Morales debe contar con ciertos requisitos que permitan el funcionamiento adecuado del mismo, para ello se detalla a continuación los requerimientos que debe cumplir el personal en su respectivo puesto de trabajo, detallando los cargos y las funciones para realizar un trabajo eficiente y de calidad.


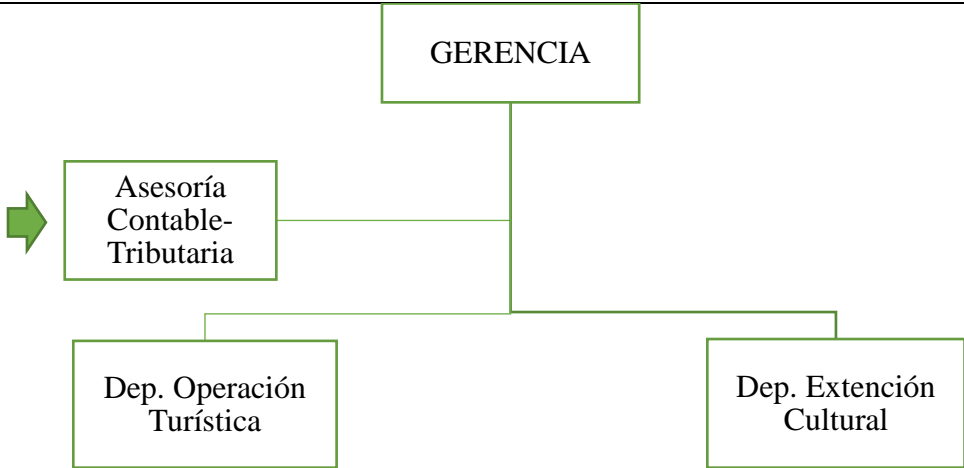
Tabla N° 80: Requerimiento Personal - Gerente

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Departamento:</p>	<p>Gerencia</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>Misión:</p>	<p>Administrar la empresa, que incluye la planificación, organización, dirección y control; así como la toma de decisiones para el logro de objetivos.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Ninguno</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
 <pre> graph TD GERENCIA[GERENCIA] Asesoría[Asesoría Contable-Tributaria] OT[Dep. Operación Turística] EC[Dep. Extensión Cultural] GERENCIA -.- Asesoría GERENCIA --- OT GERENCIA --- EC </pre>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Representar al centro turístico. ❖ Planificar apropiadamente las actividades de la microempresa, incluyendo la fijación de metas, objetivos, presupuestos, estrategias. ❖ Tomar decisiones que permitan alcanzar las metas y objetivos planteados. ❖ Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de objetivos del alojamiento turístico. ❖ Organizar las actividades del centro turístico en forma óptima, para que se cumplan las metas. ❖ Diseñar y actualizar periódicamente el plan estratégico de la microempresa. 		

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Identificar oportunidades de crecimiento turístico en la zona. ❖ Gestionar los recursos humanos, financieros-económicos, informáticos, logísticos y materiales de la Casa de Huéspedes. 	
HABILIDADES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liderazgo ❖ Facilidad de comunicación ❖ Capacidad de manejar y supervisar personal ❖ Don de mando ❖ Espíritu competitivo ❖ Habilidad para tomar decisiones 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsabilidad ❖ Honestidad ❖ Integridad ❖ Audacia ❖ Tenacidad 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Título en Administración de empresas o carreras afines.
Experiencia:	Mínimo 3 años
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en computación y gerencia ❖ Nivel alto de inglés 	

Elaborado por: La Autora


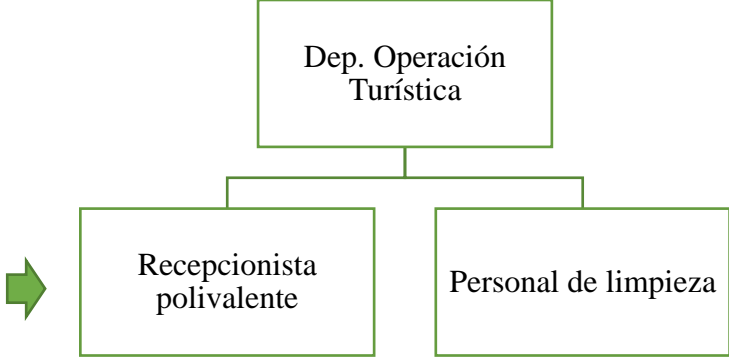
Tabla N° 81: Requerimiento Personal - Asesor Tributario

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
Departamento:	Asesoría Contable-Tributaria	
Puesto:	Asesor Contable-Tributario	
Misión:	Asesorar a la gerencia en aspectos legales contables y tributarios, además de gestionar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ante la administración pública.	
Puesto al que reporta:	Gerente	
ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL		
 <pre> graph TD GERENCIA[GERENCIA] --- AC[Asesoría Contable-Tributaria] GERENCIA --- DOT[Dep. Operación Turística] GERENCIA --- DEC[Dep. Extensión Cultural] style AC stroke:#00FF00,stroke-width:2px style DOT stroke:#00FF00,stroke-width:2px style DEC stroke:#00FF00,stroke-width:2px </pre>		
PRINCIPALES FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ejecutar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ❖ Asesorar al representante legal en el aspecto contable-tributario y ayudar a la comprensión del sistema de rentas internas. ❖ Brindar apoyo para la presentación de obligaciones tributarias, obligaciones sociales y personales al IESS. ❖ Lograr un cumplimiento ordenado y efectivo del régimen impositivo y planificar la operación de la empresa dentro del marco de la legalidad. ❖ Velar por la aplicación y cumplimiento de las leyes. 		

HABILIDADES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad de análisis numérico ❖ Orden ❖ Discreción ❖ Capacidad de toma de decisiones 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Honradez ❖ Responsabilidad ❖ Integridad ❖ Puntualidad 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Título en Contabilidad y Auditoría CPA.
Experiencia:	Mínimo 1 año
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS TÉCNICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en computación y normas tributarias 	

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 82: Requerimiento Personal - Recepcionista Polivalente

 “Siéntase como en su casa”	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES.</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Departamento:</p>	<p>Operación Turística</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Recepcionista polivalente</p>	
<p>Misión:</p>	<p>Cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped, además de atender teléfono y suministrar caja; cubrir actividades de botones, camarera y seguridad.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
 <pre> graph TD A[Dep. Operación Turística] --> B[Recepcionista polivalente] A --> C[Personal de limpieza] </pre>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<p><u>Recepción:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recibir a los visitantes en los lugares preestablecidos y brindarles información sobre el lugar. ❖ Asesorar a los turistas en las actividades que pueden realizar. ❖ Brindar información sobre los atractivos de la zona, flora y fauna existente y su importancia. ❖ Promover actividades recreativas entre los visitantes. ❖ Guiar a los turistas a las actividades que deseen realizar. 		

Seguridad:

- ❖ Verificar el acceso de las personas a las instalaciones.
- ❖ Informar sobre lugares de riesgo.
- ❖ Proteger a las personas, propiedad, y bienes dentro de las instalaciones.

HABILIDADES PERSONALES

- ❖ Capacidad de toma de decisiones
- ❖ Facilidad de comunicación
- ❖ Discreción
- ❖ Iniciativa
- ❖ Sociabilidad
- ❖ Orden
- ❖ Creatividad

ACTITUDES PERSONALES

- ❖ Honestidad
- ❖ Amabilidad
- ❖ Honradez
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Integridad
- ❖ Respeto
- ❖ Carisma
- ❖ Paciencia

REQUISITOS

Nivel Académico:	Bachiller en cualquier especialidad
Capacitación:	Certificado en competencias laborales otorgada por el Ministerio de Turismo del Programa Nacional de Capacitación.
Experiencia:	Mínimo 6 meses
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante

COMPETENCIAS


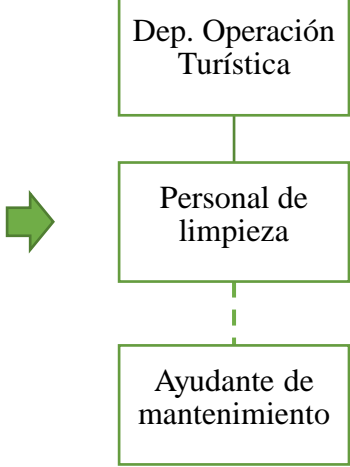
- ❖ Dominio, conocimiento y práctica de la gastronomía nacional e internacional
- ❖ Habilidades comunicacionales.
- ❖ Nivel alto de inglés

Elaborado por: La Autora

En el documento diseñado para orientar a los participantes del Programa Nacional de Capacitación que desarrolla el Ministerio de Turismo sobre la competencia laboral de Recepcionista Polivalente menciona:

“Finalizar la organización de las habitaciones, si es necesario. En algunas ocasiones al ingresar el o la recepcionista puede observar que existen ciertos elementos en la habitación que requieren un arreglo urgente (...) normalmente ocurre cuando se recibe a pasajeros sin reserva y se les asigna una habitación preparada para un número de personas diferentes a las que se hospedarán”. (Ministerio de Turismo, 2012, p.22)


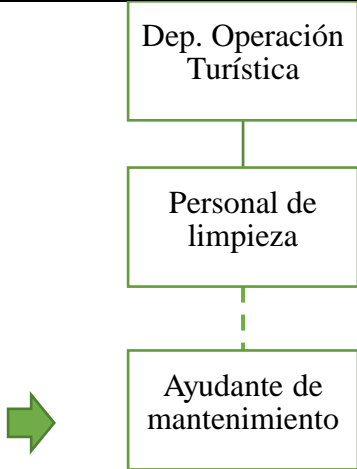
Tabla N° 83: Requerimiento Personal - Personal de Limpieza

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Área:</p>	<p>Operación Turística</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Personal de Limpieza</p>	
<p>Misión:</p>	<p>Realizar el aseo en general de las áreas del albergue para garantizar la higiene de las instalaciones destinadas a los turistas.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
<div style="text-align: center;">  <pre> graph TD Gerente --> Depto[Dep. Operación Turística] Depto --> Limpieza[Personal de limpieza] Limpieza -.-> Mantenimiento[Ayudante de mantenimiento] </pre> </div>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<p><u>Limpieza y mantenimiento de habitaciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar en forma diaria la limpieza y arreglo de las habitaciones. ❖ Proveer de vituallas al huésped. ❖ Renovar los artículos de aseo personal. ❖ Reportar fallas de mantenimiento de las habitaciones. ❖ Efectuar el inventario de las cosas que la habitación contiene antes y después de la llegada del huésped. <p><u>Cocina:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar y distribuir el trabajo en la cocina. 		

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Preparar el menú y plato del día. ❖ Asegurarse que los productos utilizados en la preparación sean de calidad y se encuentren en perfecto estado. ❖ Elaborar la lista de compras de manera semanal, según la afluencia de turistas. ❖ Mantener limpios los alimento y el material de cocina. 	
HABILIDADES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Iniciativa ❖ Sociabilidad ❖ Creatividad ❖ Agilidad. 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Honestidad ❖ Amabilidad ❖ Honradez ❖ Responsabilidad ❖ Puntualidad ❖ Integridad ❖ Respeto ❖ Paciencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Básica
Experiencia:	Mínimo 6 meses
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Orientación al autocuidado y orden. ❖ Uso correcto de los productos de higiene y desinfección. ❖ Principios de higiene personal y prevención de accidentes. 	

Elaborado por: La Autora


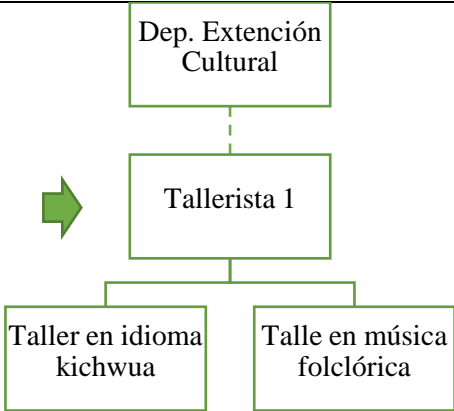
Tabla N° 84: Requerimiento Personal - Ayudante de mantenimiento

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Área:</p>	<p>Operación Turística</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Ayudante de mantenimiento</p>	
<p>Misión:</p>	<p>Realizar el aseo en general de las áreas del albergue para garantizar la higiene de las instalaciones destinadas a los turistas.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Personal de limpieza</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
<div style="text-align: center;">  <pre> graph TD A[Dep. Operación Turística] --- B[Personal de limpieza] B -.- C[Ayudante de mantenimiento] </pre> </div>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar la limpieza y arreglo de las habitaciones y salón de talleres. ❖ Arreglar la ornamentación del albergue. ❖ Velar por la conservación y seguridad de los suministros de aseo. ❖ Realizar las demás funciones que le sean asignadas por la recepcionista polivalente de acuerdo a la naturaleza de su cargo. 		
<p>HABILIDADES PERSONALES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Iniciativa ❖ Sociabilidad 		

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Creatividad ❖ Agilidad. 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Honestidad ❖ Amabilidad ❖ Honradez ❖ Responsabilidad ❖ Puntualidad ❖ Integridad ❖ Respeto ❖ Paciencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Básica
Experiencia:	No determinante
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Orientación al autocuidado y orden. ❖ Uso correcto de los productos de higiene y desinfección. ❖ Principios de higiene personal y prevención de accidentes. 	

Elaborado por: La Autora


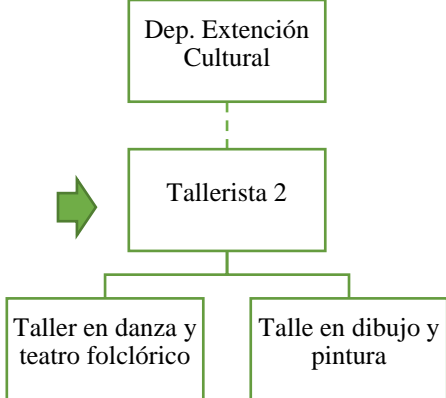
Tabla N° 85: Requerimiento Personal - Tallerista en idioma kichwua y música folclórica

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Departamento:</p>	<p>Extensión Cultural</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Tallerista</p>	
<p>Actividades:</p>	<p>Taller en idioma kichwua Taller en música folclórica</p>	
<p>Misión: Taller en idioma kichwua</p>	<p>Construir una guía práctica acerca de procedimientos para enseñar la lengua ancestral.</p>	
<p>Misión: Taller en música folclórica</p>	<p>Conocimiento e interpretación de la música folclórica, rescate y ejecución de instrumentos vernaculares.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
 <pre> graph TD A[Dep. Extención Cultural] -.- B[Tallerista 1] B --- C[Taller en idioma kichwua] B --- D[Taller en música folclórica] </pre>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<p><u>Taller en Idioma Kichwua</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Enseñar las normas de escritura del Kichwa ❖ Aplicación del conocimiento ❖ Creación del conocimiento ❖ Aprendan a expresarse con claridad, fluidez y precisión. 		

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estimular la imaginación <p><u>Taller en música folclórica</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocer los orígenes del folclore y su importancia en nuestro país. ❖ Caracterizar y valorar las diversas manifestaciones de las expresiones folclóricas a través de la interpretación y audición. ❖ Reforzar sus conocimientos teóricos y prácticos. ❖ Potenciar el desarrollo de las habilidades musicales en los alumnos. ❖ Desarrollar la expresión musical, la perseverancia y la disciplina. 	
HABILIDADES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Facilidad de comunicación ❖ Creatividad ❖ Imaginación ❖ Tomar decisiones ❖ Establecer empatía 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Amabilidad ❖ Responsabilidad ❖ Integridad ❖ Respeto ❖ Paciencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller en cualquier especialidad
Experiencia:	No determinante
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento pleno del idioma Kichwua ❖ Capacidad para enseñar ❖ Desarrollar la creatividad artística del estudiante. ❖ Ayudar al dominio del talento reforzando la visión artística de la persona. 	

Elaborado por: La Autora


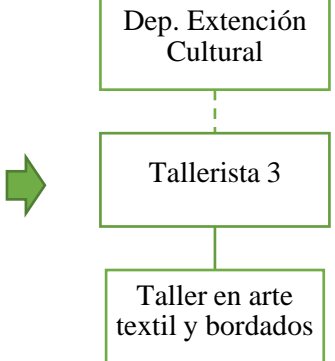
Tabla N° 86: Requerimiento Personal - Tallerista danza y teatro folclórico; dibujo y pintura

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Departamento:</p>	<p>Extensión Cultural</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Tallerista 2</p>	
<p>Actividades:</p>	<p>Taller en danza y teatro folclórico Taller en dibujo y pintura</p>	
<p>Misión: Taller de danza y teatro folclórico</p>	<p>Llevar al estudiante a desarrollar su creatividad como persona y artista, con técnicas enfocadas al dibujo y pintura.</p>	
<p>Misión: Taller de dibujo y pintura</p>	<p>Plasmar mediante la danza y teatro folclórico de las manifestaciones culturales indígenas de las comunidades, por medio del lenguaje del movimiento corporal.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
 <pre> graph TD A[Dep. Extensión Cultural] -.- B[Tallerista 2] B --> C[Taller en danza y teatro folclórico] B --> D[Taller en dibujo y pintura] </pre>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<p><u>Taller de danza y teatro folclórico</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Desarrollar las habilidades ejecutivas a través de las técnicas teatrales. ❖ Enseñar los principios básicos de actuación. ❖ Construcción del Personaje 		

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brindar apoyo en el acercamiento del personaje en la escena ❖ Enfoque en la expresión corporal ❖ Orientar hacia la expresión de sentimientos, ideas e historias por medio de métodos corporales, técnicas de danza y aproximaciones coreográficas. <p><u>Taller de Pintura y Dibujo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Enseñar a bocetar, dibujar y a pintar con calidad y profesionalismo. ❖ Desarrollar creatividad y talento personal. ❖ Reforzar sus conocimientos teóricos y prácticos. ❖ Dominar las técnicas plásticas tradicionales y modernas. ❖ Crear obras propias 	
HABILIDADES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sociabilidad ❖ Creatividad ❖ Agilidad. ❖ Imaginación ❖ Manejar las emociones ❖ Establecer empatía 	
ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Amabilidad ❖ Responsabilidad ❖ Integridad ❖ Respeto ❖ Paciencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller en Artes Plásticas
Experiencia:	Mínimo 6 meses
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en danza y teatro folclórico y contemporáneo ❖ Capacidad de expresión artística 	

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 87: Requerimiento Personal - Tallerista en arte textil y bordados

 <p>“Siéntase como en su casa”</p>	<p>ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES</p>	<p>Comunidad Turucu Cantón Cotacachi</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>		
<p>Departamento:</p>	<p>Extensión Cultural</p>	
<p>Puesto:</p>	<p>Tallerista 3</p>	
<p>Actividad:</p>	<p>Taller en arte textil y bordados</p>	
<p>Misión:</p>	<p>Elaborar prendas nativas de las comunidades.</p>	
<p>Puesto al que reporta:</p>	<p>Gerente</p>	
<p>ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL</p>		
<div style="text-align: center;">  <pre> graph TD A[Dep. Extensión Cultural] -.-> B[Tallerista 3] B --- C[Taller en arte textil y bordados] </pre> </div>		
<p>PRINCIPALES FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Instruir la forma de realizar bordados a mano. ❖ Dominar las técnicas básicas de costura ❖ Aprendan a elaborar vestimentas típicas de los indígenas ❖ Desarrollar la creatividad y talento personal. ❖ Reforzar sus conocimientos teóricos y prácticos. ❖ Enseñarles a crear obras propias 		
<p>HABILIDADES PERSONALES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Iniciativa ❖ Sociabilidad ❖ Creatividad ❖ Agilidad. 		

ACTITUDES PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Amabilidad ❖ Responsabilidad ❖ Integridad ❖ Respeto ❖ Paciencia 	
REQUISITOS	
Nivel Académico:	Bachiller en corte y confección.
Experiencia:	No determinante
Nacionalidad:	No determinante
Sexo:	No determinante
Estado Civil:	No determinante
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en producción de prendas de vestir. ❖ Poseer algún conocimiento sobre el manejo y mantenimiento de máquina de coser. ❖ Ser organizado y poseer espíritu emprendedor. 	

Elaborado por: La Autora

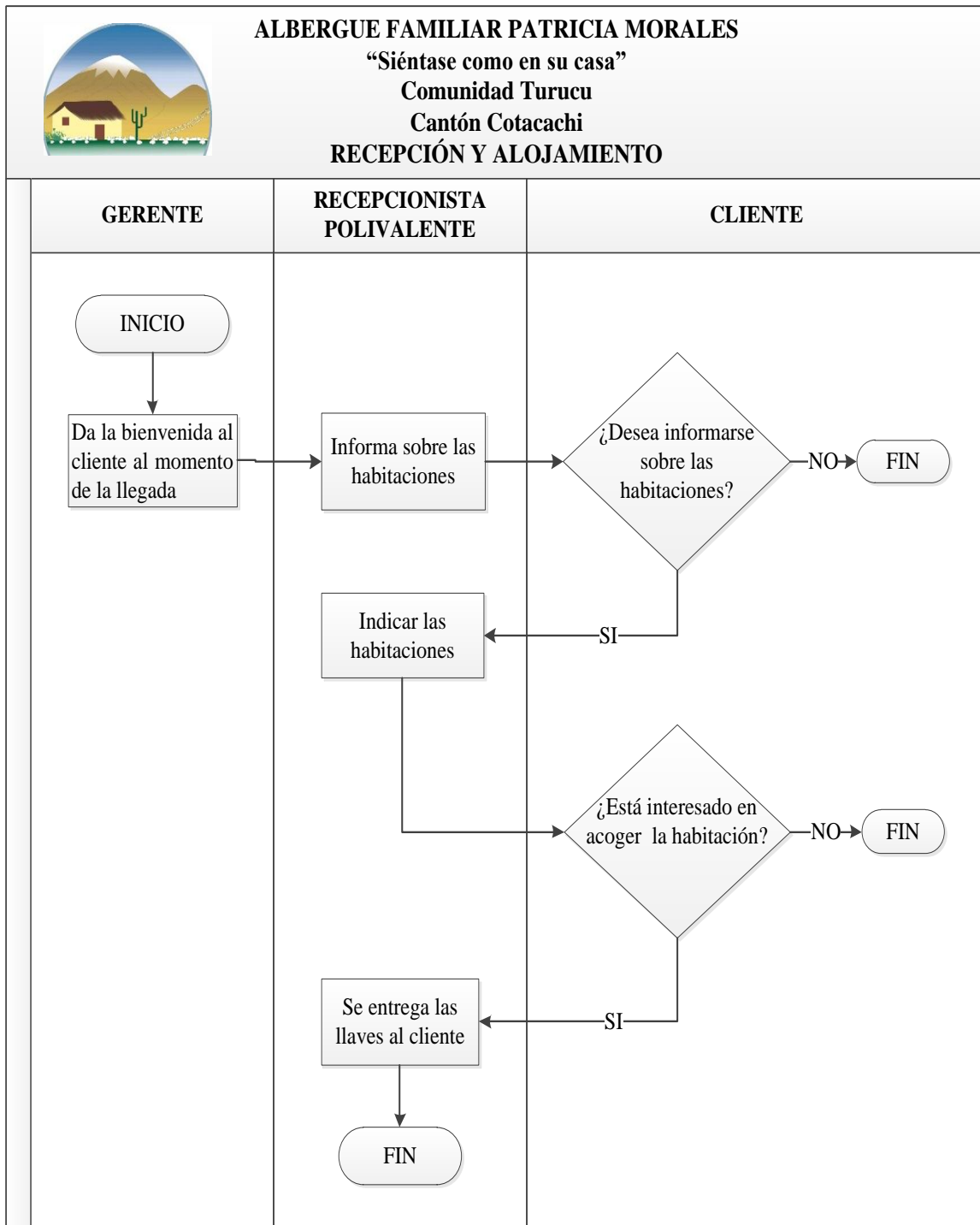
6.7.DESCRIPCIÓN DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

Cada empresa debe presentar la descripción de los procedimientos que facilite el orden cronológico de los procesos por cada servicio ofertado, para lo cual es necesario utilizar una herramienta que facilite el mismo. Un Flujograma es una muestra visual que permite proporcionar a la empresa una guía que facilite el conocimiento de los procedimientos desarrollados en la microempresa, especialmente para quienes se vinculan por primera vez a ella; además constituye una ayuda para la gerencia, ya que puede observar detalladamente los procesos y actividades que se desarrollan en la microempresa, y de esta manera mejorar la optimización de tiempos y recursos.

6.7.1. Flujograma de procesos y procedimientos

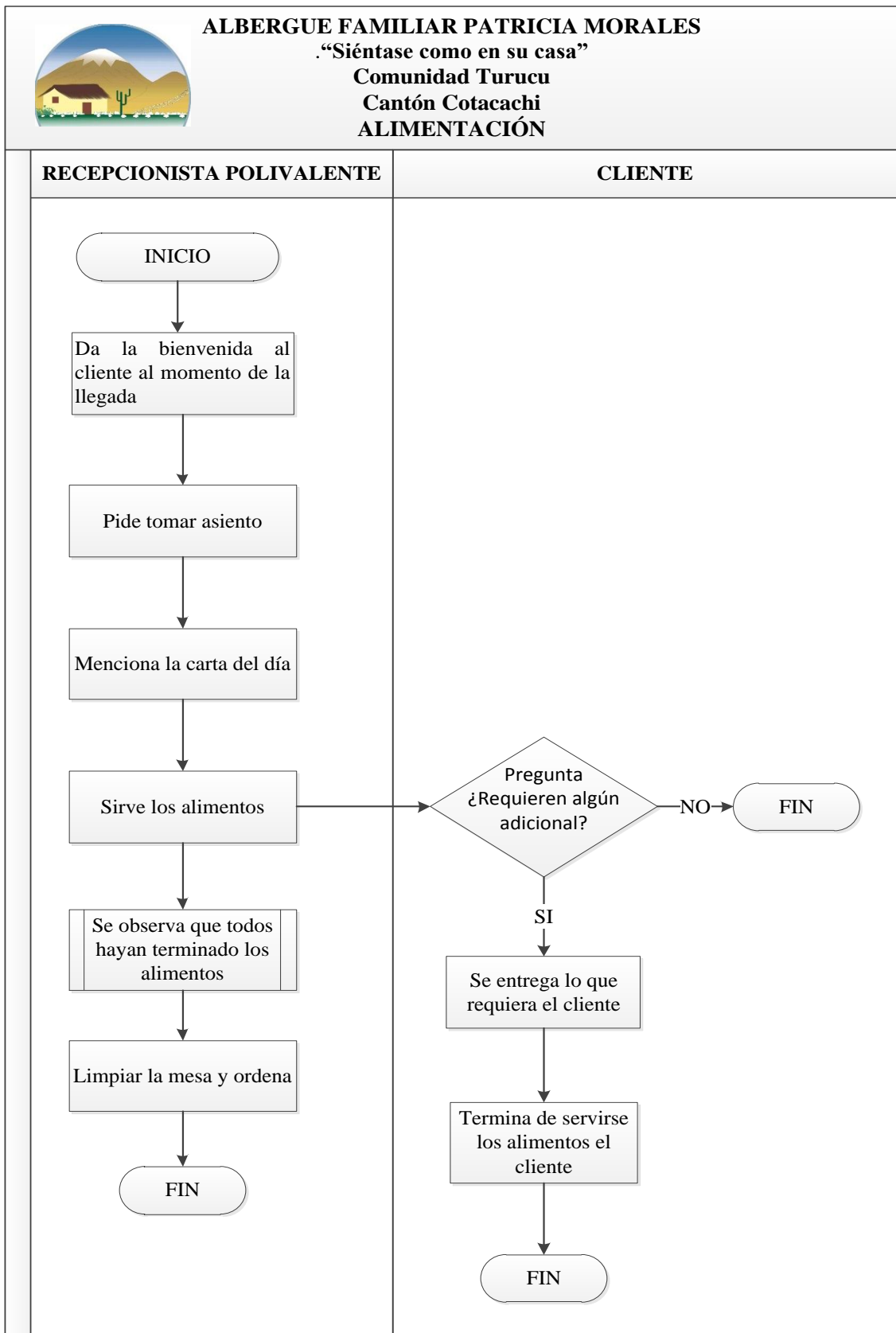
A continuación, se presenta la descripción de los procesos de cada servicio, el cual se lleva a cabo mediante el programa Microsoft Visio, en el mismo que realiza los siguientes diagramas de flujo:

Gráfico N° 52: Flujograma de Procesos - Recepción y Alojamiento



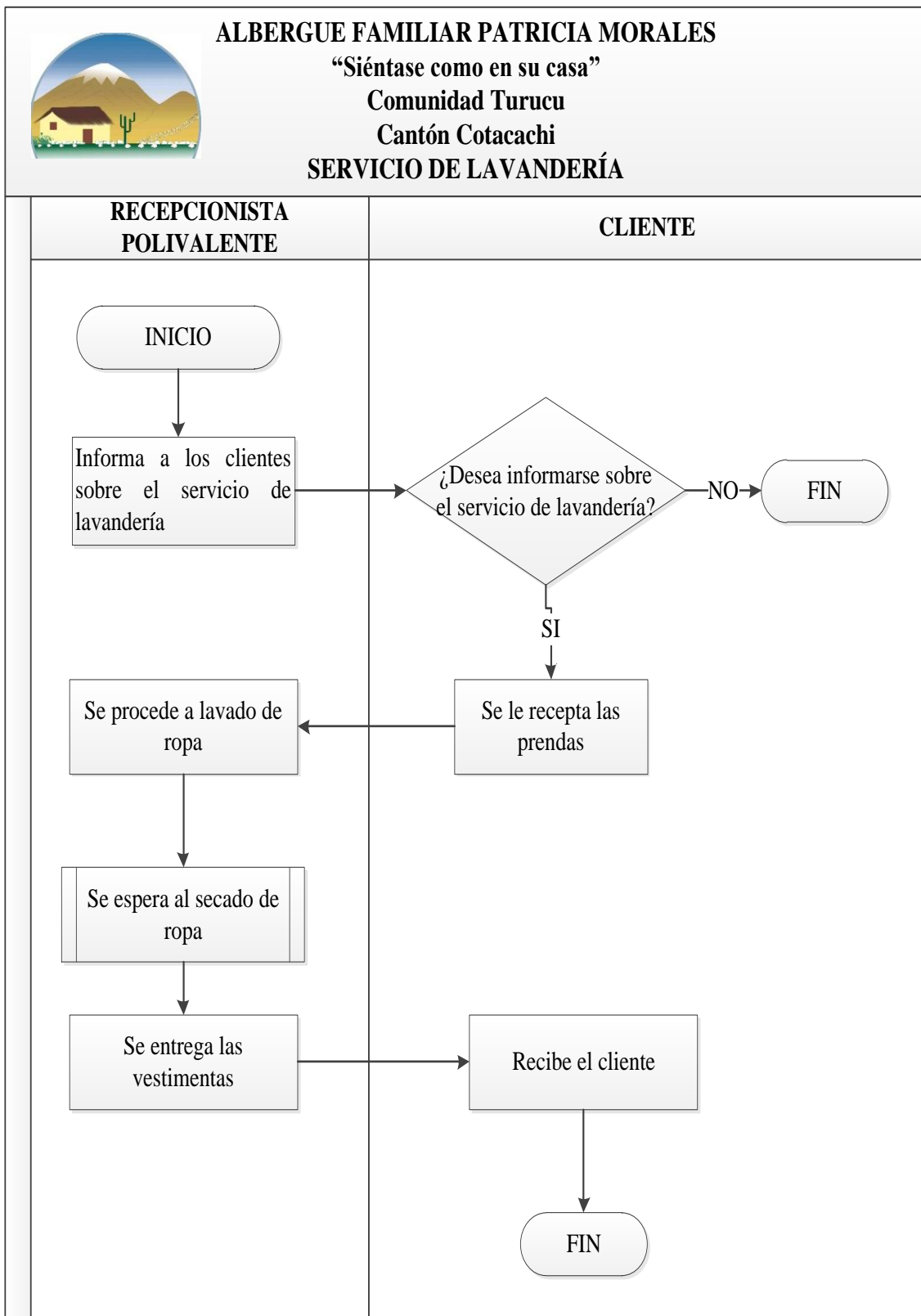
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 53: Flujoograma de Procesos – Alimentación



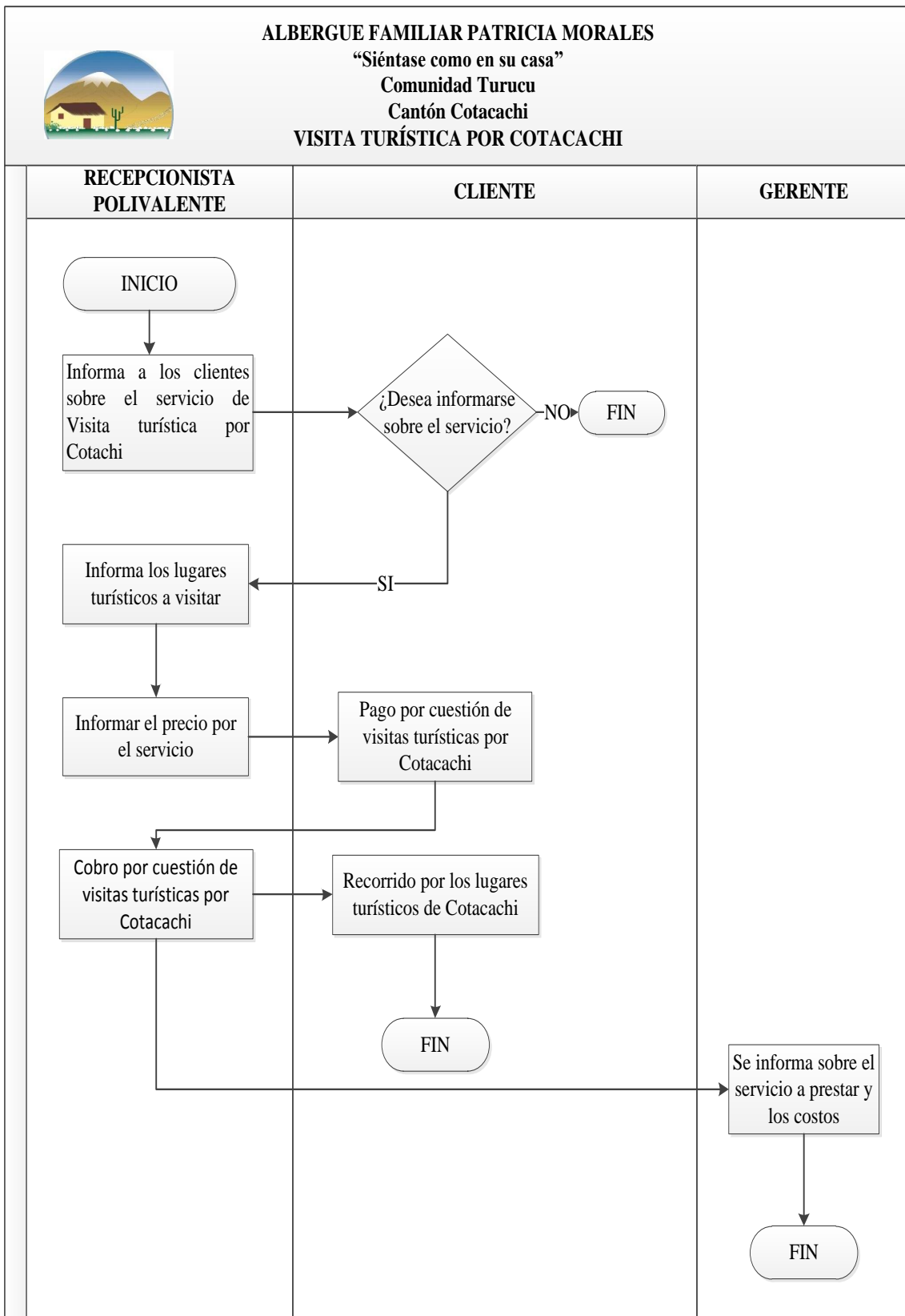
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 54: Flujograma de Procesos – Servicio de lavandería



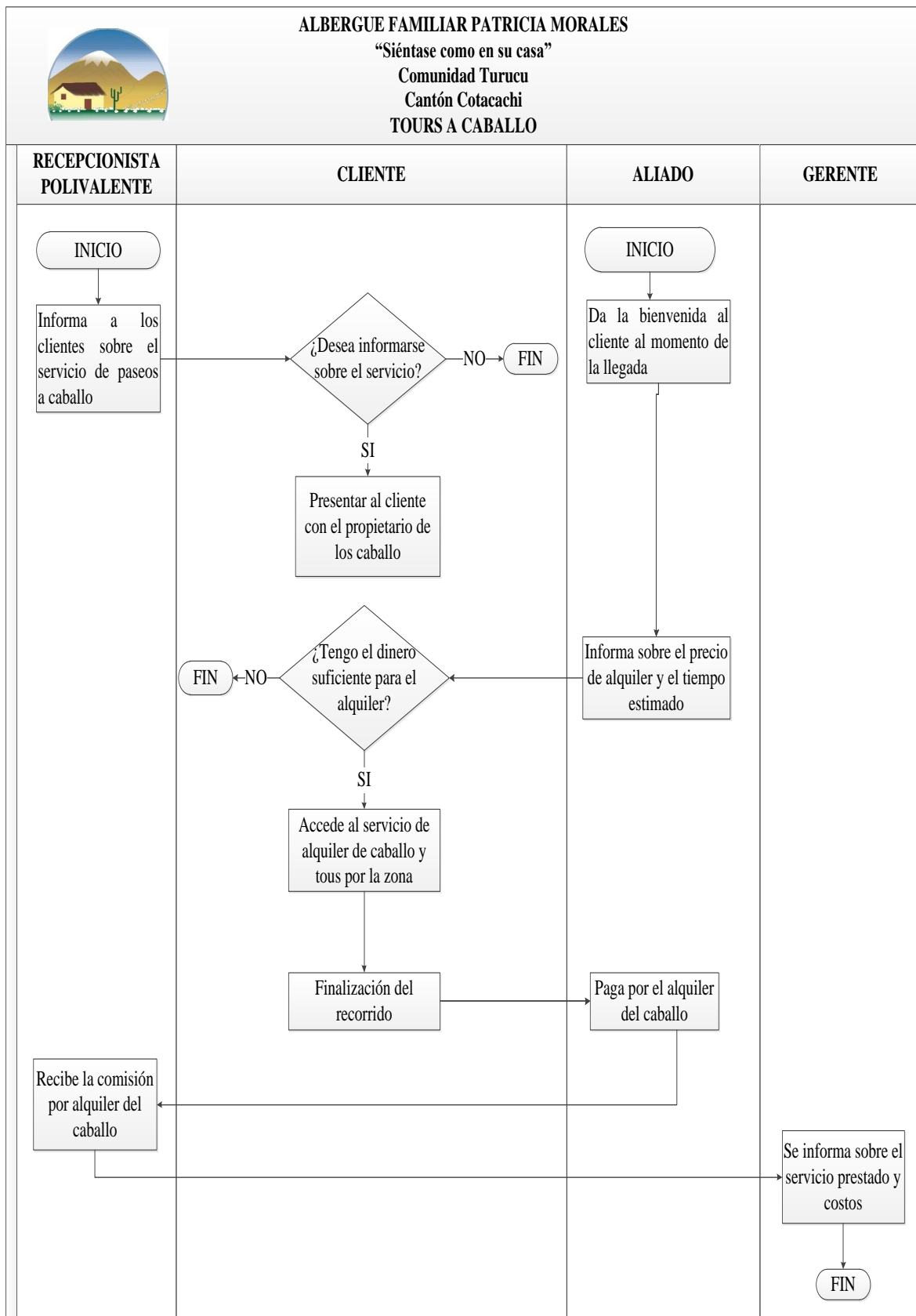
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 55: Flujograma de Procesos – Visita Turística por Cotacachi



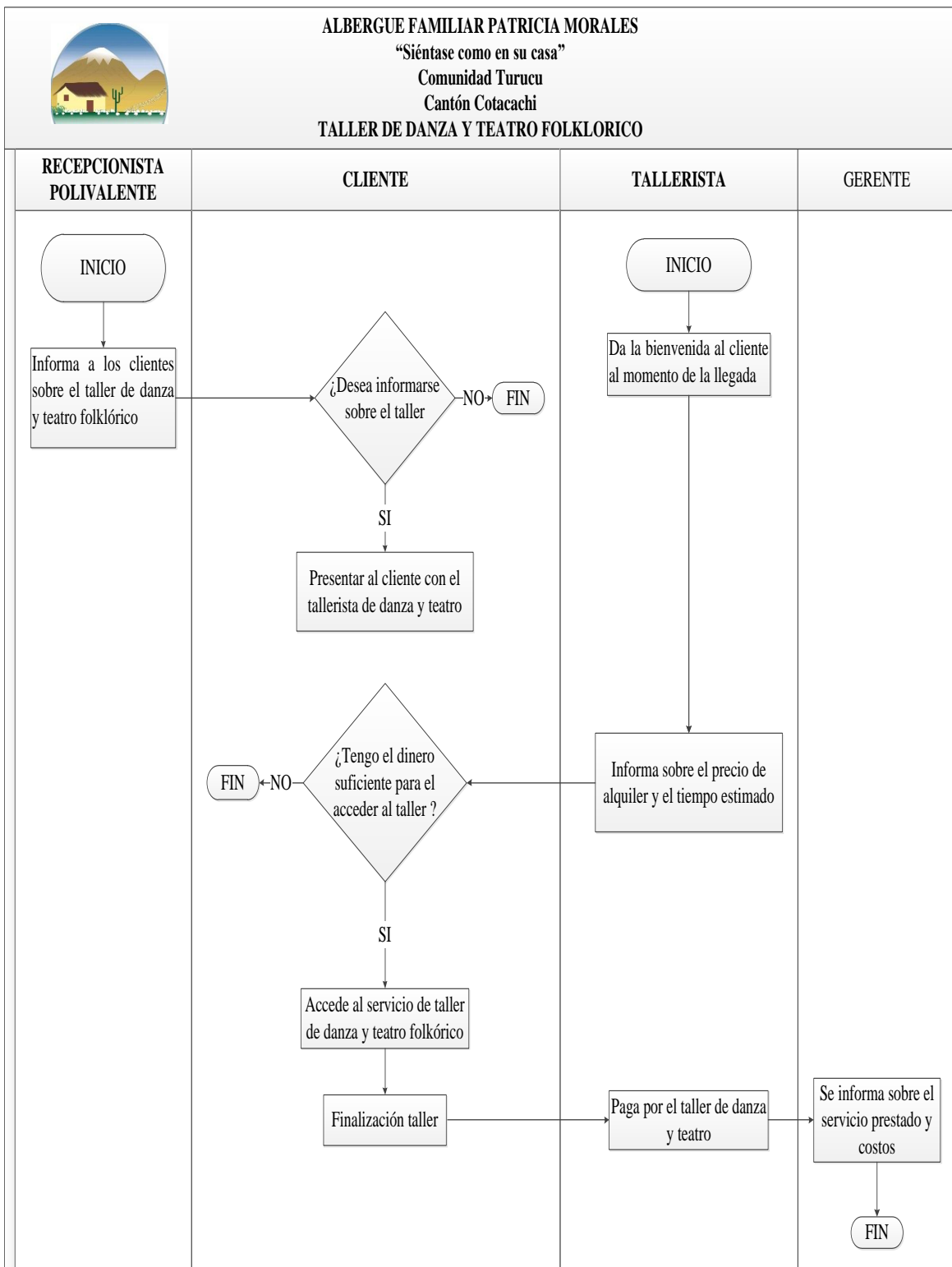
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 56: Flujoograma de Procesos – Tours a Caballo



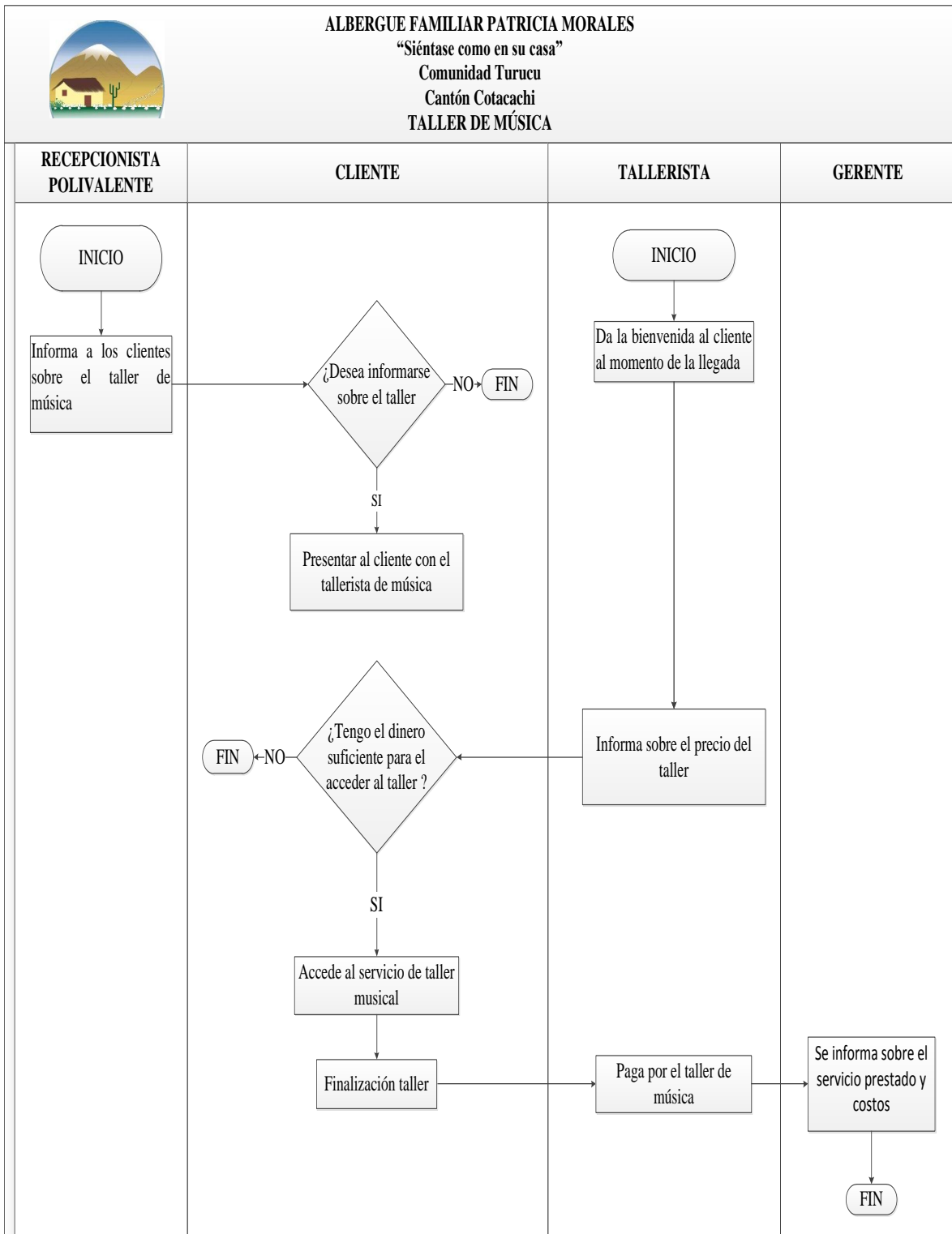
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 57: Flujograma de Procesos – Taller de Danza y Teatro Folclórico



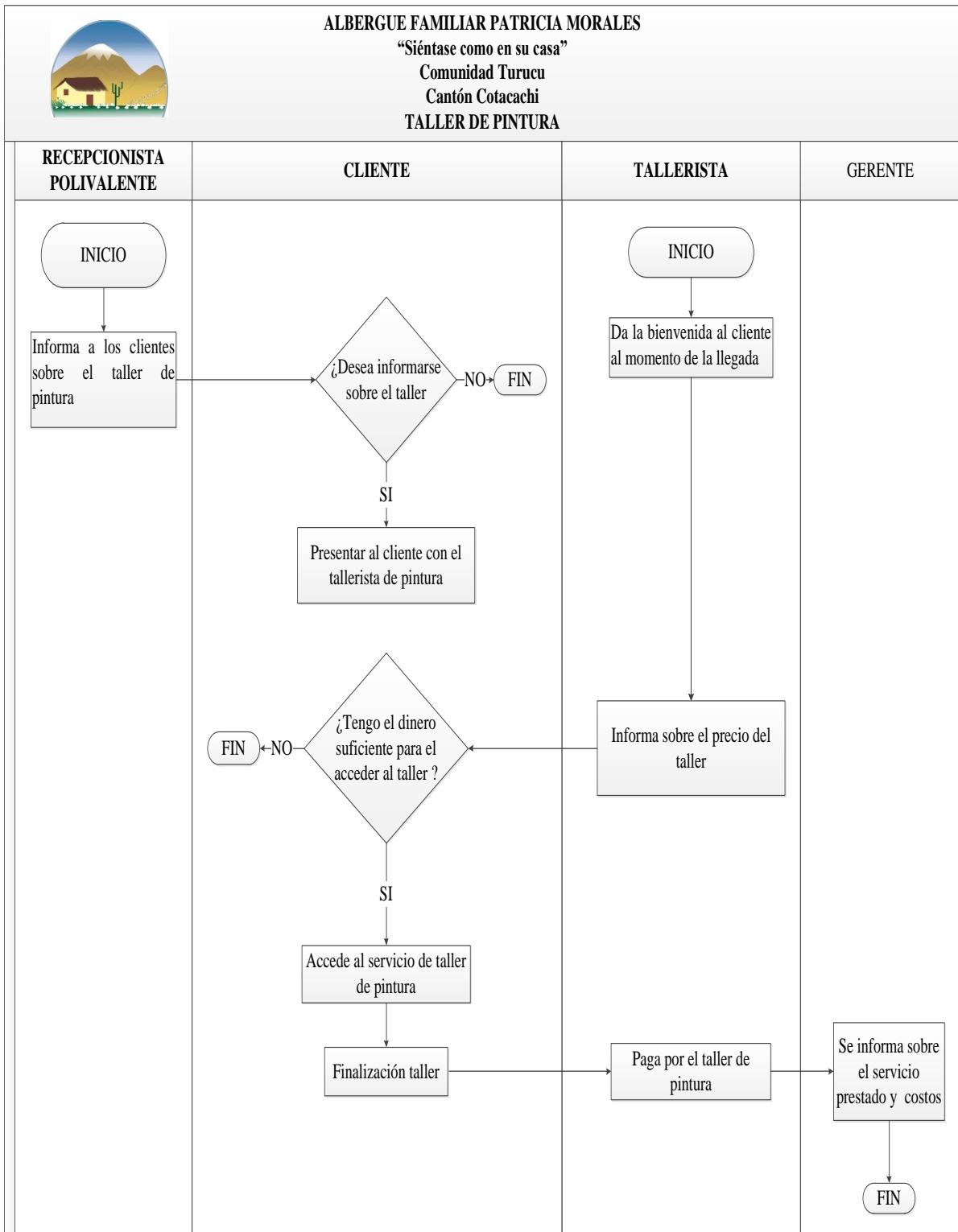
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 58: Flujograma de Procesos – Taller de Música Folclórica



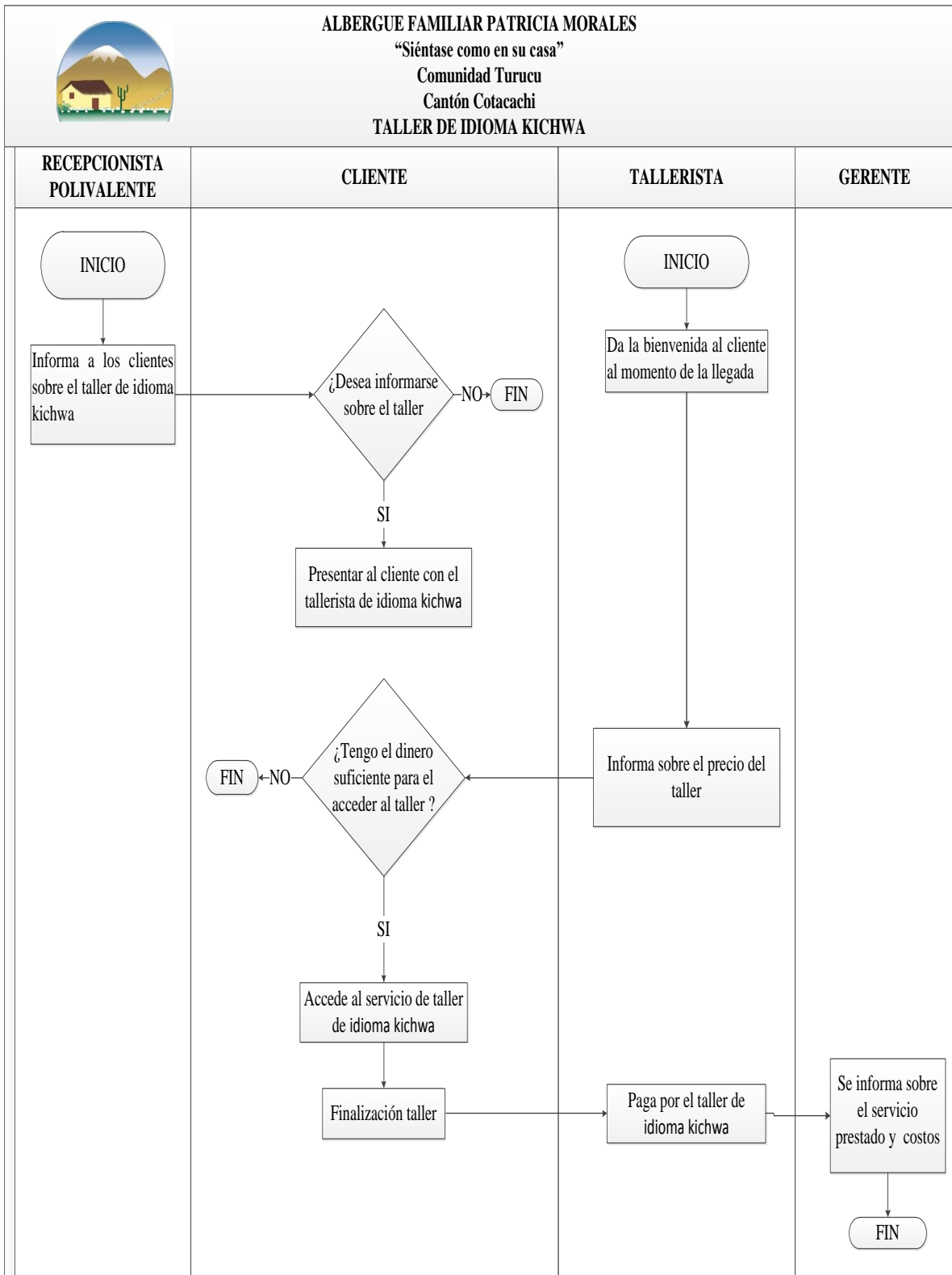
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 59: Flujograma de Procesos – Taller de Pintura



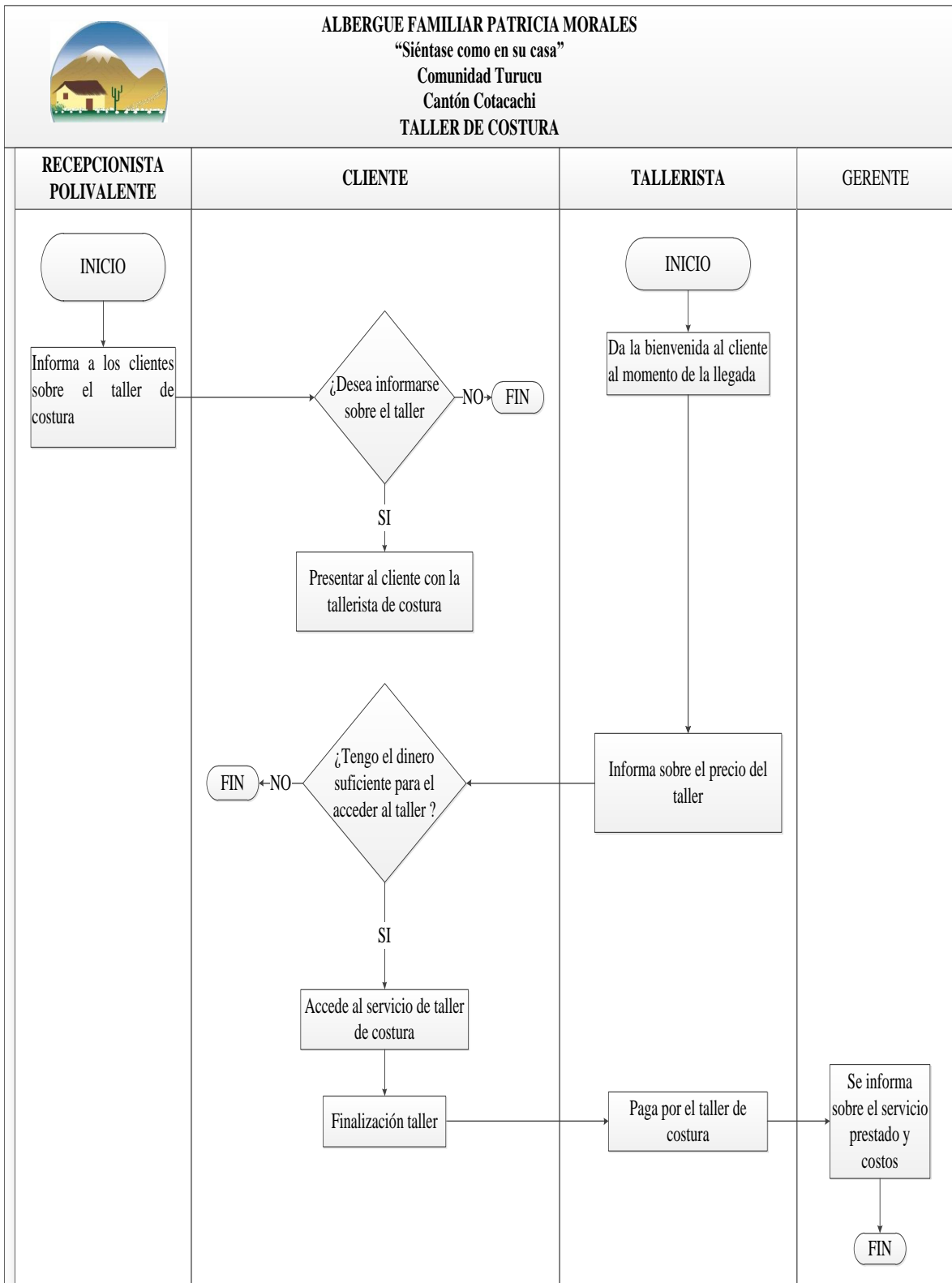
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 60: Flujoograma de Procesos – Taller de Idioma Kichwa



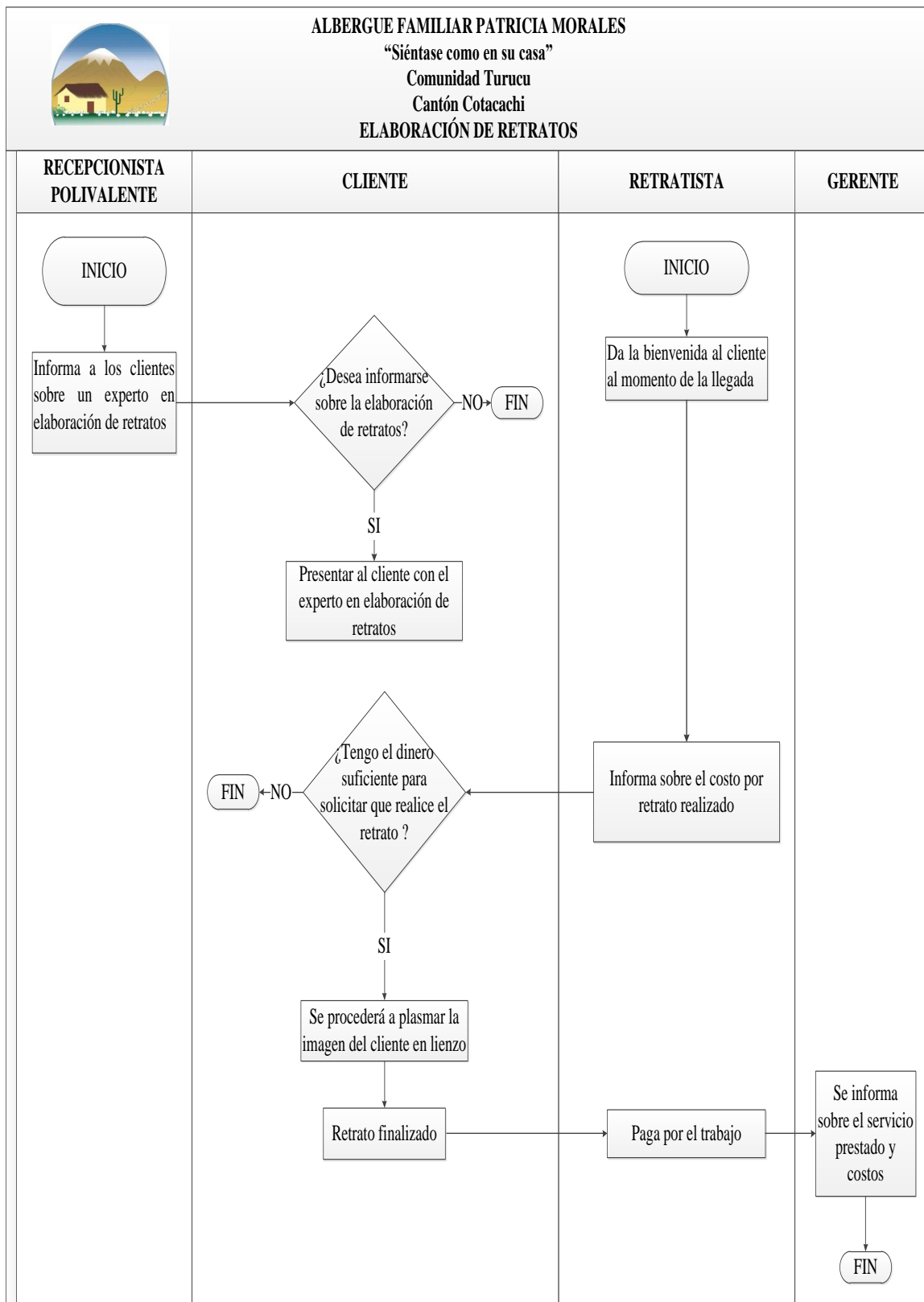
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 88: Flujograma de Procesos – Taller en arte textil y bordados



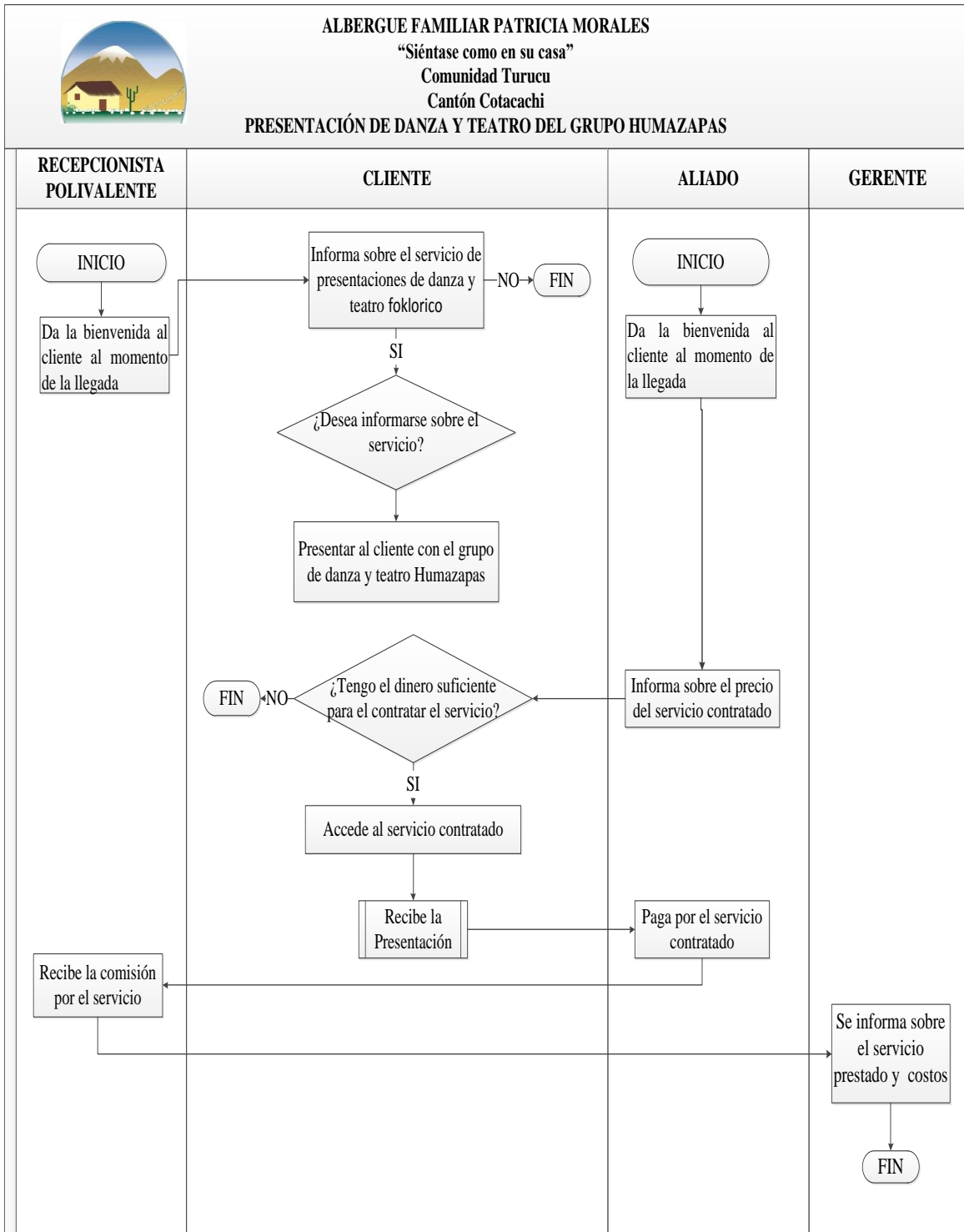
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 61: Flujograma de Procesos – Elaboración de Retratos



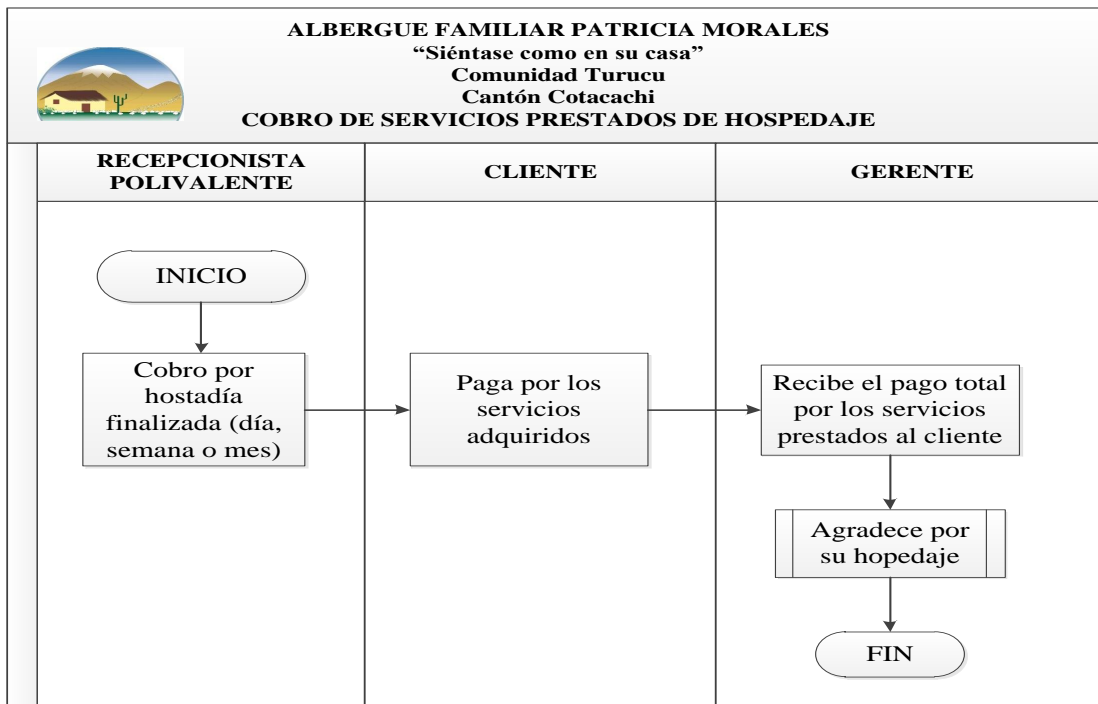
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 62: Flujograma de Procesos para Grupos de turistas – Presentación de Danza y Teatro Humazapas



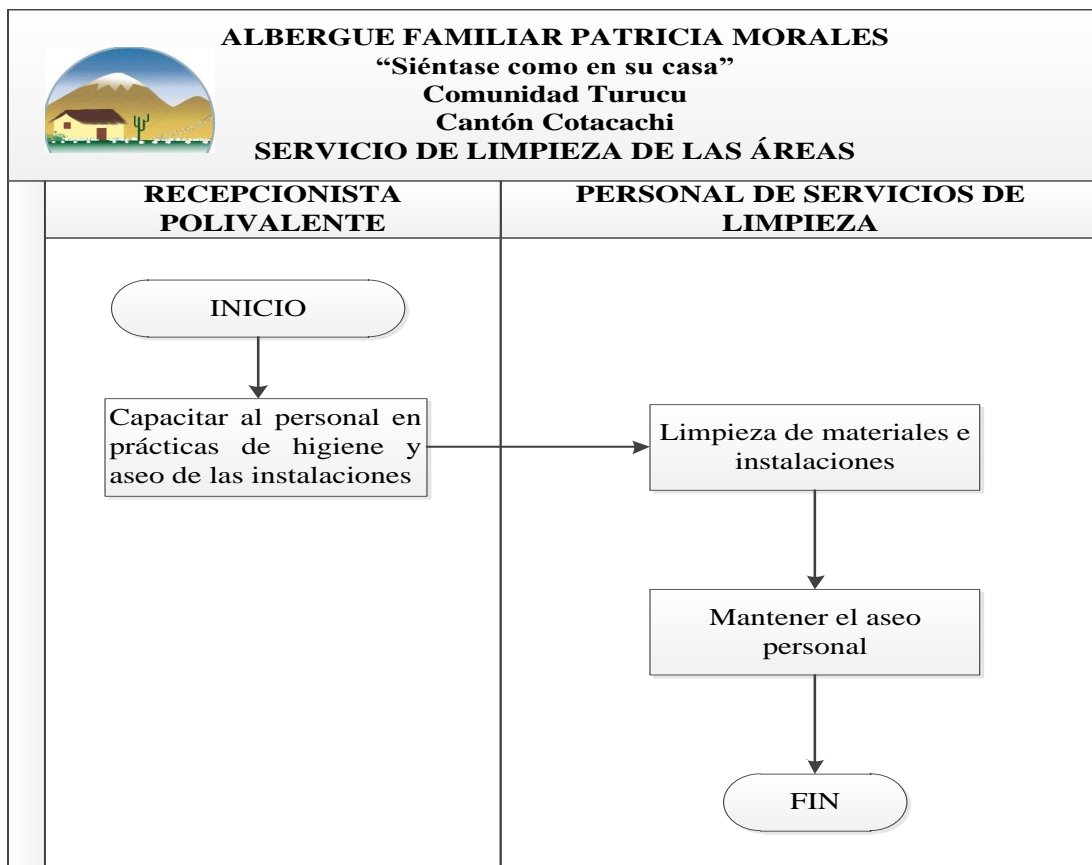
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 63: Flujograma de Procesos – Cobros por servicios prestados de hospedaje



Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 64: Flujograma de Procesos-Servicios de Limpieza



Elaborado por: La Autora

6.8. PROYECCIÓN AL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

El albergue Patricia Morales ofrece una variedad de servicios, para su desarrollo se ha considerado plantear unos nuevos servicios para mejorar el servicio, brindándoles calidad, y confortabilidad.

6.8.1. Portafolio de Servicios de la Casa de Huéspedes.

Mediante la Investigación realizada se determinó los servicios que serán implementados a los que actualmente oferta el albergue, los cuales se mencionan a continuación:

Tabla N° 89: Portafolio de servicios

ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES		“Siéntase como en su casa”	
			
<p>Nuestro acogedor albergue familiar está ubicado en la comuna de Turuku, cantón Cotacachi, es una buena opción para viajeros que quiere conocer la autóctona vida comunitaria.</p>			
El precio por el servicio de hospedaje es de \$ 29,30 dólares, en donde incluye:			
	Habitación con baño privado.		Alimentación (3 comidas)
	Artículos de aseo personal		Servicio de Internet
Adicionalmente te ofrecemos los siguientes beneficios:			
	Apto para familias grandes con niños.		Admite mascotas
	Parking gratuito incluido		Apto para eventos
	Televisión		Zona para trabajar con portátiles
	Secadora de cabello		Plancha
	Lavadora		Chimenea interior
	Área de ordeño		Acceso disponible las 24 horas

	Entrada privada	
Entre los servicios que puede acceder con un costo adicional ofrecemos:		
	Visita turística por Cotacachi Precio: \$15 dólares recorrido completo	 Tours a caballo Precio: \$18 dólares la hora
	Elaboración de retratos Precio: \$26,20 dólares	 Taller de pintura Precio: \$49,10 dólares
	Taller de música folclórica Precio: \$38,10 dólares	 Taller de danza y teatro folclórico Precio: \$38,10 dólares
	Taller de idioma Kichwa Precio: \$38,10 dólares	 Taller en arte textil y bordados Precio: \$39,75 dólares
	Presentación de danza y teatro del grupo Humazapas Precio: \$84 dólares	 Servicio de Lavandería. Precio: \$19,90 dólares al mes por persona Transporte
	Precio: \$66,80 dólares para recibimiento desde el aeropuerto o realización de varios recorridos por el cantón.	

Elaborado por: La Autora

El precio por el servicio de hospedaje actualmente es de \$15 dólares, pero en vista del mejoramiento de la infraestructura se proyecta un incremento al precio del 5% en relación al porcentaje del préstamo hipotecario para la ampliación del albergue, por ende, el valor a cobrar por hospedaje será de \$ 29,30 dólares donde incluye las tres comidas del día, servicio de internet y artículos de aseo personal; este monto se considera aceptable en el mercado de alojamientos para Casa de Huéspedes, además que es un costo accesible para los turistas y a su vez permitirá mejorar la economía de la familia.

Los demás servicios que ofrece el albergue son un valor agregado que los anfitriones dan a sus huéspedes sin crear un costo adicional. Por consiguiente los servicios que se mencionan al final se añadirá un costo adicional para quienes deseen hacer uso de los mismos y estén dispuestos a cancelar el precio dispuesto.

6.9. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El proyecto en estudio se ha reconocido como una empresa unipersonal, es decir está representada por una sola persona, quien para el caso es el Lcdo. Rumiñahui Anrango como gerente del albergue. En relación al Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, será constituida como una persona no obligada a llevar contabilidad.

6.9.1. Constitución legal

- **Nombre o Razón Social**

El nombre que se le dará a la compañía unipersonal es ALBERGUE FAMILIAR PATRICIA MORALES.

- **BASE LEGAL**

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

De acuerdo a lo establecido mediante el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario, Art. 37, (2014) aclara:

“Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.”

En consecuencia, el Albergue Patricia Morales se constituye como una microempresa no obligada a llevar contabilidad, debido a que sus ingresos costos y gastos anuales y capital propio no sobrepasan la siguiente tabla:

Tabla N° 90: Persona natural no obligada a llevar contabilidad

FRACCIÓN BÁSICA \$ 11.170,00		
CONDICIONES	FBD	TOTAL
Capital propio	9	\$ 100.530,00
Ingresos brutos anuales	15	\$ 167.550,00
Costos y gastos anuales	12	\$ 134.040,00

Fuente: (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, 2017)

Elaborado por: La Autora

- **Registro Tributario**

El Albergue Patricia Morales, al ser una microempresa familiar con ingresos menores a 60.000,00 dólares dentro de un período fiscal, y al no cumplir con las condiciones para una persona natural obligado a llevar contabilidad, se procederá a registrar la actividad económica en el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano.

El Servicio de Rentas Internas, (2017) manifiesta que:

El RISE es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

Beneficios que ofrece el RISE:

- a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos,
- b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos,
- c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- d) No tendrá obligación de llevar contabilidad,
- e) Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

Tabla N° 91: Pago de cuotas Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

TABLA - CUOTAS RISE 2017-2019 - VIGENTE							
CATEGORÍAS							
	1	2	3	4	5	6	7
Ingresos anuales	0 - 5.000	5.001 - 10.000	10.001 - 20.000	20.001 - 30.000	30.001 - 40.000	40.001 - 50.000	50.001 - 60.000
Promedio de ingresos	0 - 417	417 - 833	833 - 1.667	1.667 - 2.500	2.500 - 3.333	3.333 - 4.167	4.167 - 5.000
Actividades							
Comercio	1,43	4,29	8,59	15,74	21,48	28,62	37,21
Servicios	4,29	22,90	45,80	85,87	130,24	187,49	257,62
Manufactura	1,43	7,17	14,31	25,77	35,79	45,80	64,41
Construcción	4,29	15,74	32,92	61,54	87,31	135,97	193,22
Hoteles y restaurantes	7,17	27,19	54,39	94,46	150,28	206,10	260,48
Transporte	1,43	2,86	4,29	5,72	18,60	38,64	70,13
Agrícolas	1,43	2,86	4,29	7,17	11,45	17,17	21,48
Minas y canteras	1,43	2,86	4,29	7,17	11,45	17,17	21,48

Fuente: (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, 2017)

6.9.2. Aspecto Legal para su constitución

En relación a la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada, esta actividad económica figura como Compañía de Responsabilidad Limitada, por lo cual es indispensable contar con los siguientes requisitos:

- **Reserva de denominación.** - Realizado en el portal de la Superintendencia de compañías para registrar el nombre deseado para la compañía.
- **Apertura de una cuenta.** – Se requiere abrir una “Cuenta de Integración de Capital” en cualquier banco y si es con especies, se tiene que sacar un Certificado en el Registro Mercantil de que no se encuentran gravados dichos bienes. La cuenta de integración pasa a formar parte de la Escritura como documento habilitante.
- **Escritura pública de constitución.** - Se debe elaborar la minuta de constitución de la nueva compañía ante un abogado que debe detallar el capital social y demás requisitos pertinentes para posteriormente ser elevada a escritura pública y legalizar así la constitución de la compañía de responsabilidad limitada.

- **Presentar a la Superintendencia de Compañías la escritura pública.** - Se debe presentar tres ejemplares de la escritura pública con una solicitud de aprobación firmada por el Abogado, para ser aprobada.
- **Publicación.** - Se publica por una sola vez en un diario de mayor circulación en el domicilio de la compañía el extracto.
- Se inscribe la escritura de constitución en el Registro Mercantil.

6.9.3. Permisos de funcionamiento

A continuación, se detallan los requisitos necesarios para obtener cada uno de los permisos necesarios:

Tabla N° 92: Permisos de Funcionamiento

RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal ❖ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal ❖ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.
REGISTRO EN EL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELLECTUALES (IEPI)
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. ❖ Presentar la solicitud de registro ❖ Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos. ❖ Se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. ❖ Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO

Para inscribir una sociedad al Ministerio de turismo es necesario llenar una solicitud de registro y presentar los siguientes requisitos:

- ❖ Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- ❖ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- ❖ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI, de no encontrarse registrada la razón social.
- ❖ Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- ❖ Fotocopia de la cédula de ciudadanía, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- ❖ Fotocopia del certificado de votación.
- ❖ Lista de precios (original y copia).
- ❖ Fotocopia del título de propiedad o carta de pago del impuesto predial en caso de ser propietario del local, caso contrario, el contrato de arrendamiento, registrado en un juzgado de inquilinato.
- ❖ Listado del inventario de bienes valorados del establecimiento.
- ❖ 5 fotografías de las instalaciones del establecimiento: fachada, cocina, áreas de recepción, lobby, baños y servicios que brindan.
- ❖ Fotocopia del contrato de compra – venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar la razón social.

PATENTE MUNICIPAL

- ❖ Copia del Ruc o RISE actualizado
- ❖ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- ❖ Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- ❖ Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- ❖ En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

PERMISO DE LOS BOMBEROS

El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC;

PERMISO SANITARIO DEL MINISTERIO DE SALUD

- ❖ Solicitud para permiso de funcionamiento
- ❖ Copia del RUC actualizado del establecimiento
- ❖ Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- ❖ Plano del establecimiento a escala 1:50
- ❖ Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- ❖ Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- ❖ Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- ❖ Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los Centros de Salud del Ministerio de Salud

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO TURÍSTICA

- ❖ Documento original del comprobante de pago de la Patente Anual emitida por el Municipio de Cotacachi.
- ❖ Copia del RUC o RISE
- ❖ Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ❖ Copia del certificado de registro y categorización como establecimiento turístico otorgado por el Ministerio de Turismo.
- ❖ Solicitud para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento dirigida al Director de Turismo y Culturas del Municipio de Cotacachi
- ❖ Llenar el formulario de Solicitud de licencia anual de funcionamiento
- ❖ Presentar en las ventanillas del Municipio de Cotacachi la notificación entregada por la Dirección de Turismo y Culturas del Municipio de Cotacachi para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento

Elaborado por: La Autora

6.10. REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Para fines de regulación y control de los establecimientos de alojamiento turístico, es indispensable seguir los requerimientos de infraestructura que menciona el Acuerdo Ministerial 24 del Ministerio de Turismo referente a los requisitos obligatorios que deberán ser cumplidos a cabalidad por los establecimientos de alojamiento y los funcionarios que realicen el control de los mismos.

6.10.1. Requerimientos de Infraestructura

La Subsecretaría de Regulación y Control del Ministerio de Turismo, (2015) pone a consideración los requerimientos distintivos que debe cumplir una Casa de Huéspedes para su funcionamiento legal.

Tabla N° 93: Requerimientos De Infraestructura para Casa de Huéspedes

ANEXO 7. CASA DE HUÉSPEDES - CH	
CATEGORÍA ÚNICA	
No	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA
	INSTALACIONES GENERALES
1	Sistema de iluminación de emergencia.
2	Servicio de internet en un área de uso común (no aplica en localidades donde no exista el servicio).
3	Servicio telefónico a disposición del huésped en áreas de uso común.
ÁREAS DE CLIENTES	
Áreas de clientes - General	
4	Servicio de recepción.
5	Sala de estar.
6	Área de comedor y cocina.
Áreas de clientes - Habitaciones privadas	
7	Cerradura para puerta de acceso a la habitación
8	Colchón
9	Protector de colchón
10	Sábanas
11	Cobija o cubrecama

12	Almohada
13	Protector de almohada
14	Clóset o armario
15	Silla
16	Mesa o escritorio
17	Agua caliente en ducha y/o tina de cuartos de baño y aseo privados
18	Luz de velador o cabecera
19	Basurero
20	Tomacorrientes (al menos dos)
21	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.
	Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado en habitaciones
22	Ducha y/o tina con cortina o puerta.
23	Lavamanos
24	Espejo sobre el lavamanos.
25	Piso o elemento anti deslizante.
26	Tomacorriente.
27	Inodoro con asiento y tapa.
28	Basurero con tapa.
29	Toallero y/o gancho.
30	Un juego de toallas por huésped (cuerpo y manos).
31	Toalla de piso.
32	Jabón en lavamanos y ducha.
33	Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo.
34	Papel higiénico.
	OTROS SERVICIOS
36	Botiquín con contenido básico según lo establecido en el presente Reglamento
37	Bodega o área para encargo de equipaje de huéspedes

Fuente: (Subsecretaría de Regulación y Control del Ministerio de Turismo, 2015)

Elaborado por: La Autora

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1.INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se procederá al análisis de los impactos que causará el desarrollo del presente proyecto, esto se realizará mediante la aplicación de la metodología de valoración de niveles de impactos ambientales para determinar los aspectos positivos como negativos que se produciría en el entorno. Entre los principales impactos que se generan con la ampliación del proyecto se encuentran el impacto económico, social, cultural y ambiental.

La determinación de impactos es muy importante para proyectar la realización de la propuesta y anticiparse a las consecuencias positivas o negativas que se producirán en el futuro con el desarrollo del presente proyecto.

7.2.OBJETIVOS DE IMPACTOS AMBIENTALES

7.2.1. Objetivo general

Determinar los principales impactos que puede provocar el desarrollo del presente proyecto, tomando en cuenta los aspectos: económico, social, cultural, educativo y ambiental, para potencializar o mitigar las consecuencias de los mismos.

7.2.2. Objetivo específico

- Determinar los impactos económicos que produce el desarrollo del proyecto en la economía del sector.
- Reconocer los impactos sociales que se dan en el entorno entre el turista, los habitantes del sector y la familia que alberga en su residencia.
- Precisar los impactos culturales enfocados al fortalecimiento de la identidad, tradiciones y costumbres indígenas.
- Diagnosticar los impactos educativos enfocados en el aprendizaje comunitario o colectivo producido en el albergue Patricia Morales.
- Identificar, evaluar y valor los impactos ambientales que podrían ocurrir como consecuencia de las actividades del proyecto,

7.3.PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

Para expresar los resultados de cada impacto se utiliza el método matricial que es una técnica bidimensional que relaciona acciones con factores ambientales. Esta matriz muestra cuando una actividad va a incidir en un factor ambiental, la cual se señala en la celda de cruce para identificar su magnitud e importancia.

El método matricial a desarrollarse toma el nombre de Consideración Ambiental que es un método de gran sencillez, empleado para la valoración de impactos ambientales, el cual se basa en la definición de un enunciado básico que describe en palabras el impacto generado. Este método está basado en la Matriz de Leopold, el cual es uno de los métodos matriciales más conocidos; y su magnitud está definida en términos semejantes a la misma.

Para realizar el análisis por medio de dicho método matricial se elaborará una matriz por cada impacto, en el lado izquierdo de ésta se colocará verticalmente los indicadores seleccionados que ayudarán a la evaluación y a su derecha se asigna una valoración de acuerdo al nivel de impacto que provoca el mismo; posteriormente se señala con una cruz (X) en la celda respectiva. La magnitud se califica en una escala que varía de -3 a +3 conforme el efecto producido sobre el indicador colocando en la columna de total la equivalencia de cada indicador, luego se procede a sumar los mismos y dividir el resultado para el total de indicadores, obteniendo de esta manera el valor real del impacto. Esto se puede resumir en la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

NI: Nivel de impacto

ΣVN : Sumatoria de asignación numérica

n: Número de indicadores

En la matriz siguiente, se muestra la valoración que va de -3 a +3 según el nivel del impacto provocado.

Tabla N° 94: Matriz de Valoración de Impactos

VALORACIÓN DEL IMPACTO	TIPO DE IMPACTO
-3	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-2	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	INDIFERENTE
+1	IMPACTO BAJO POSITIVO
+2	IMPACTO MEDIO POSITIVO
+3	IMPACTO ALTO POSITIVO

Elaborado por: La Autora

La presente matriz al ser considerada como un método de gran sencillez, se destacaría como el método más apropiado para el desarrollo del proyecto; y al pertenecer al sector de servicios turísticos, este no genera gran cantidad de impactos, además, según el Reglamento de Alojamiento Turístico del Ministerio de Turismo, menciona que, una Casa de huéspedes es calificada como categoría única, es decir no se aplica ningún número de estrellas, por lo cual, el proyecto es de carácter sencillo y solamente requiere de una matriz básica que describa en palabras el impacto generado.

7.3.1. Impacto Económico.

Tabla N° 95: Matriz de Valoración de Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Fuente de empleo local						X		2
Ejecución de proyectos alternativos							X	3
Articulación de actores de desarrollo						X		2
Estabilidad económica empresarial						X		2
Inversión					X			1
TOTAL	-	-	-	-	3	-	2	10

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

$$NI (\text{Económico}) = \frac{10}{5}$$

$NI = (\text{Económico}) = 2$ Medio Positivo

Análisis:

- a) El albergue Patricia Morales, permitirá el fomento de empleo digno a un grupo de habitantes del sector que puedan ofertar con su mano de obra para mejorar el servicio del albergue, y de esta manera se estará contribuyendo al impulso de superación por parte de los habitantes de la comunidad. Además, impulsará a sus pobladores a tener un comportamiento proactivo en donde puedan diversificar sus actividades y generar nuevos emprendimientos con base a sus habilidades o disponibilidades de bienes o servicios.
- b) Con el proyecto se promueve la ejecución de proyectos alternativos por parte de los moradores del sector, que permita mejorar el turismo en la comuna, logrando así su desarrollo potencial y a la vez darles un enfoque en visión al desarrollo personal, familiar y con miras a mejorar la situación económica de los pobladores, aprovechando los recursos que tienen a su alrededor en este caso los turistas que se hospedan en la casa huésped.
- c) Las personas que presten sus servicios, contarán con sueldos y salarios dignos acorde a lo estipulado en la ley, los cuales serán otorgados por medio de las diferentes actividades que se realicen para brindar un mejor servicio a la casa huésped, esto les permitirá tener una mejor condición de vida y conseguir una vida más digna para sus familias.
- d) Se ejecutará estrategias para obtener una estabilidad económica tanto empresarial como local, ya que se desea contar con aliados del sector que ofrezcan bienes o servicios necesarios para diversificar el servicio turístico del albergue, logrando esto a través de convenios.

- e) La investigación realizada contribuiría a la canalización de bienes de capital y gestión empresarial, mediante la identificación del mercado, atrayendo a posibles inversionistas enfocados en la industria turística, respetando el concepto de comunidad y ambiente.

Se establece, por lo tanto, que el impacto económico causado es de 2 medio positivo ya que contribuirá en gran medida al desarrollo económico del sector.

7.3.2. Impacto Social

Tabla N° 96: Matriz de Valoración de Impacto Social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Educación							X	3
Salud							X	3
Integración microempresa-sociedad							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	3	9

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

$$NI (Social) = \frac{9}{3}$$

$$NI = (Social) = 3 \text{ Medio Positivo}$$

Análisis:

- a) El proyecto promueve al desarrollo personal de los habitantes de la comunidad, especialmente en jóvenes estudiantes, debido a que podrán ver como iniciativa, estudiar carreras relacionadas al turismo que aporte a futuro a la comunidad y a la persona como profesional.
- b) Aporta a la iniciativa de crear un consultorio médico para brindar servicios médicos a extranjeros como a sus moradores, ya que actualmente no cuenta con un médico cercano.

- c) La ejecución del proyecto creará una interrelación entre los anfitriones de la casa de huéspedes y sus habitantes, debido a que será necesario asociarse con los mismos para mejorar el servicio del albergue, beneficiándose ambas partes, mejorando la calidad de vida de sus moradores.

El resultado del impacto social es de 3 alto positivo, por ser un proyecto que apoya a la atención al turista en cuanto a su comodidad y satisfacción del servicio, dentro del campo rural.

7.3.3. Impacto Cultural

Tabla N° 97: Matriz de Valoración de Impacto Cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Fortalecimiento de la identidad cultural							X	3
Conservación y protección el patrimonio cultural							X	3
Difusión de costumbres y tradiciones							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	3	9

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

$$NI (Cultural) = \frac{9}{3}$$

$$NI = (Cultural) = 3 \text{ Medio Positivo}$$

Análisis:

- a) El proyecto a ejecutarse aportará al fortalecimiento de la identidad cultural, ritos, y tradiciones de la cultura indígena, motivando a la conservación de las raíces ecuatorianas, además de promover el conocimiento, y comprensión entre personas de diferentes nacionalidades y culturas.

- b) Culturalmente, se contribuirá a la conservación y protección del patrimonio cultural, potenciado las identidades culturales indígenas, y la comprensión intercultural y la tolerancia.
- c) Las diferentes actividades y festividades en fechas específicas celebradas por el sector, permitirá que los visitantes conozcan y se vinculen con las tradiciones propias de los pueblos indígenas.

Un resultado de 3 en el análisis del impacto cultural refleja el compromiso que tiene el Albergue Patricia Morales de respetar las costumbres y tradiciones del sector.

7.3.4. Impacto Ambiental

Tabla N° 98: Matriz de Valoración de Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Polución							X	3
Manejo adecuado de desechos							X	3
Depredación del suelo							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	3	9

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

$$NI (Ambiental) = \frac{9}{3}$$

$$NI = (Ambiental) = 3 \text{ Alto Positivo}$$

Análisis:

- a) Los habitantes de la comunidad protegen sus cultivos con desechos orgánicos, evitando el uso de químicos que contaminen el medio ambiente. La familia anfitriona cuenta en sus sembríos que son cuidados sin fertilizantes con el fin de evadir múltiples problemas para la naturaleza y para el ser humano.

- b) La comunidad cuenta con un repositorio de basura, por lo cual, no se genera contaminación por desechos sólidos en el sector; además el servicio de recolección de basura se da pasando un día, es decir no genera botaderos de basura por las calles.
- c) El GAD Municipal de Cotacachi promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística fomentando el desarrollo local, por ello la comunidad no presenta peligro en la depredación del suelo, ya que las comunidades son los principales actores en desarrollar actividades que conserven las condiciones actuales de la naturaleza, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias.

7.3.5. Impacto General del Proyecto

Tabla N° 99: Resumen de la Matriz de Valoración de Impacto

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
Impacto Económico						X		2
Impacto Social							X	3
Impacto Cultural							X	3
Impacto Ambiental							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	3	2	11

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{\sum VN}{n}$$

$$NI (General) = \frac{11}{4}$$

$$NI = General = 2,4 \cong 2 \text{ Medio Positivo}$$

Análisis:

Considerando los resultados obtenidos en cada uno de los impactos, se determina que la ejecución del presente proyecto turístico tiene un impacto general de 2 medio positivo; esto significa que la ampliación que se va a realizar en el Albergue Patricia Morales es viable, debido a que los impactos que produce el proyecto en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental son positivos, esto representa que el proyecto tiene sustentabilidad ya que puede permanecer en el mercado turístico mucho tiempo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se puede concluir que, de la investigación realizada en la comunidad Turucu del Cantón Cotacachi, muestra que la ampliación del albergue Patricia Morales es factible, debido a que su ubicación permite tener un mayor acceso y cercanía a los diferentes atractivos turísticos del cantón como la iglesia la matriz, el museo de las culturas y la casa de las culturas ubicadas en el centro de Cotacachi, de igual manera la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas la cual se caracteriza por su flora y fauna, además de la Laguna de Cuicocha, Lagunas de Piñan los cuales pueden ser aprovechados para atraer a turistas internacionales.
- El Gobierno Cantonal de Cotacachi, busca impulsar los proyectos turísticos en concordancia al manejo sustentable de recursos naturales, incrementando de esta manera el acceso y control de las poblaciones locales sobre los recursos naturales, por lo que el proyecto contribuirá al desarrollo económico personal, de la comunidad y el Cantón Cotacachi, además de ayudar a dinamizar la economía del país; de igual manera aporta la oportunidad de conocer a profundidad sobre el turismo rural, a turistas extranjeros, recatando así los saberes ancestrales.
- Después de realizado el estudio de mercado se concluye que existe demanda insatisfecha en el sector turístico para alojamientos como Casa de Huéspedes. Runa Tupari un gran exponente en este tipo de alojamientos turísticos debido a que está asociado a 27 familias de 5 comunidades de Cotacachi, pero a pesar de ello, los emprendimientos que maneja la operadora de turismo comunitario no cuentan con variedad de servicios hacia el turista ni espacios extensos adecuados para la comodidad del cliente.
- El estudio técnico da a conocer los principales aspectos para el avance del proyecto determinando en cuanto a tamaño, localización, infraestructura y proyección de servicios. El tamaño del proyecto y la capacidad de la planta proyectada son apropiados para brindar los servicios en los mejores términos para el albergue turístico. Cabe destacar que la capacidad de proyecto está acorde al diseño de la

infraestructura en relación a y desarrollo de actividades del talento humano que trabajará en el centro.

- Al realizar el análisis del Estudio Financiero se pudo determinar que a pesar de realizar una fuerte inversión en comparación a un establecimiento familiar, las proyecciones realizadas generan certidumbre por cuanto muestran valores positivos o niveles de rentabilidad, a la vez que genera un VAN positivo de \$ 46.254,25 dólares que refleja riqueza financiera y en un tiempo de recuperación en 3 años 4 meses lo cual es aceptable para emprender el centro.
- Contar con un estudio organizacional otorga mayor seguridad y definición de funciones ya que, contribuye a mantener una buena distribución de trabajo para las diferentes áreas, y poder establecer la misión, visión, principios, valores, entre otras, que se constituirán en la guía para realizar mejor el trabajo.
- Con la implementación del proyecto, se genera impactos positivos en el proceso de mejora de las condiciones de vida del sector, puesto que contribuirá al impulso de superación por parte de los habitantes del lugar y principalmente a los anfitriones del albergue con respecto a sus ingresos y educación, sin dejar a un lado la preservación del medio ambiente mediante.

RECOMENDACIONES

- Siendo Ecuador un país atractivo por sus paisajes naturales y culturas, se debe tomar en cuenta que el turismo es una de las fuentes más importantes para la generación de oportunidades en el crecimiento económico, por lo tanto, se recomienda dar mayor promoción enfocada al turismo y seguir apoyando emprendimientos en este sector de la economía, para lograr de esta manera, la captación de turistas nacionales y extranjeros a largo y mediano plazo, que contribuyan al respeto y valoración del medio ambiente.
- El Gobierno Nacional junto al Ministerio de Turismo deberá promocionar el turismo con ímpetu en cuanto a los diferentes atractivos turísticos que se presenta en cada región, especialmente en la zona Andina para dar a conocer a los turistas extranjeros la riqueza natural de la misma. Con la catástrofe ocurrido en la región Costa se ha disminuido el flujo turístico en todo el país, por ello se recomienda impulsar el turismo en la Sierra dando a conocer que existen lugares paradisíacos para ser admirados, y de esta manera se podría considerar al turismo andino como la chimenea blanca para salir de la crisis actual.
- Mediante la investigación realizada, se puede expresar que las microempresas turísticas no cuentan con capacidad suficiente para satisfacer las diferentes necesidades demandantes. Es por eso que, es necesario dar énfasis a la generación de programas de capacitación para mejorar la calidad del servicio turístico y generar un cliente 100% satisfecho.
- El albergue Patricia Morales deberá cumplir con los requerimientos del reglamento de alojamiento turístico en cuanto a infraestructura de cuarto de baño privado en habitaciones a de esta manera otorgar un servicio adecuado al turista, enfocado al confort de los mismos.
- Para conocer la rentabilidad que produce el albergue turístico, se realizó el análisis de los indicadores financieros, en los cuales se identificó que este tipo de proyectos contribuyen a la generación de fuentes de ingresos y circulantes dentro del país, por

lo que, es necesario que este tipo de proyectos sean considerados como una oportunidad para el fomento de la inversión privada.

- La estructura organizacional es la base de toda organización para la redistribución de funciones por cuanto, se recomienda que los propietarios de las mismas tomen conciencia y den mayor importancia a la construcción adecuada de una estructura organizacional, permitiendo impulsar un buen ambiente de trabajo y un vínculo entre la microempresa y las relaciones humanas, para alcanzar los objetivos institucionales.
- Se recomienda mantener las buenas prácticas con el medio ambiente, para mitigar los impactos ambientales, tal como lo estipula las normas y preceptos establecidos en la Ley del Medio Ambiente de la República del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- AME. (2016). *Asociacion de las Municipaidades del Ecuador*. Obtenido de <http://www.ame.gob.ec/ame/>: <http://www.ame.gob.ec/ame/>
- Arboleda Vélez, G. (2013). *Proyectos identificación, formulación, evaluazi3n y gerencia*. Colombia: Alfaomega.
- Baca Urbina, G. (2012). *Formulaci3n y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Brito Cabrera, A. V. (2012). *Planificaci3n Estrat3gica*. libroelectronico.net.
- Casado Anna y Sellers Ricardo. (2010). *Introducci3n al Marketing*. Alicante. Espa1a: Club Universitario.
- Clow, K. (2010). *Publicidad, pomoci3n y comunicaci3n integral en marketing*. Mexico, Cuarta Edici3n: Pearson.
- Constituci3n de la Rep3blica del Ecuador Art. 395, Naturaleza y Ambiente Art 395.
- C3rdoba, M. (2012). *Formulaci3n y Evaluaci3n de Proyectos*. Bogot3, Colombia: ECOE, Ediciones.
- Facebook, Comuna de Turucu. (22 de Febrero de 2017). Facebook. Cotacachi, Imbabura, Ecuador.
- Galindo Ruiz, C. (2011). *Formulaci3n y Evaluaci3n de Planes de Negocios*. Ediciones de la U.
- Gonz3lez, M. E. (Septiembre de 2008). *Instituto Interamericano de Cooperaci3n para la Agricultura* . Obtenido de Turismo Rural Ecuador.
- Gurria, M. (2007). *Introducci3n al Turismo*. Mexico: Trillas.
- GURRIA, M. (2007). *Introducci3n al Turismo*. Mexico : Trillas.
- Jim3nez Lemus, W. (2011). *Gesti3polis*. Obtenido de El estado de resultados o de p3rdidas y ganancias: <http://www.gestiopolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-perdidas-y-ganancias/>
- Lamb, C. (2009). *Marketing*. Cegangel Learrng.
- Ley de gesti3n Ambiental, Art. 10, Registro Oficial Suplemento 418 (10 de Semptiembre de 2004).
- Limas Su3rez, R. (2012). *Marketing Empresarial. Direcci3n como Estrategia Competitiva*. Quito: Ediciones de la U.
- Maldonado, C. (2005). *Pautas metodol3gicas para el an3lisis de*. Bogota: OIT.
- Mercado, S. (2004). *Comercio Internacional II*. Mexico: Limusa.
- Meza, J. (2010). *Evaluacion Financiera de Proyectos*. Bogota, Colombia: Ecoe.

- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (19 de 09 de 2013). *Noticias, Turismo es uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva*. Recuperado el 15 de 07 de 2017, de <http://www.produccion.gob.ec/turismo-es-uno-de-los-sectores-priorizados-para-el-cambio-de-la-matriz-productiva-ministro-richard-espinoza/>
- Ministerio de Turismo. (Septiembre de 2012). *Manual de Recepcionista Polivalente*. Obtenido de Documento para el participante: http://capacitacion.turismo.gob.ec/portal/images/descargas/pnct_manual_recepcionista_polivalente.pdf
- Ministerio de Turismo. (2016). MINISTERIO DE TURISMO No. 20150024-A. *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO* . Ecuador: Ediciones Legales.
- MINTUR. (2016). *Boletín Mensual 2015-2016*. Recuperado el 02 de 22 de 2017, de Posición del turismo en la economía: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/perfiles-del-turista-por-mercados-de-acuerdo-a-la-priorizacion/4>
- Miranda Miranda, J. (2012). *Gestión de Proyectos*. Bogotá, Colombia: M.M. Editores.
- Ordenanza Municipal del Consejo Municipal de Santa Ana de Cotacachi, R.O.No.508, Registro Oficial No.508 (8 de Agosto de 2011).
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1991). *Turismo*. Obtenido de <http://turismo18.bligoo.cl/que-es-el-turismo#.WK73zVXhDcs>
- Panosso, A., & Lohman. (2012). *Teorías del Turismo: Conseptos, modelos y sistemas*. Mexico: Trillas.
- PDOT. (2011). *Informe Final PDOT*. Cotacachi.
- Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Cotacachi. (Marzo de 2011). *Informe Final PDOT*. Cotacachi. Obtenido de Informe final PDOT.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2014). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 22 de 02 de 2017, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Prieto, J. E. (2012). *La gestión estratégica organizacional*. Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Ramírez, M. (2003). *Guía agro-culinaria de Cotacachi, Ecuador y alrededores*. Cali, Colombia: PGRI-Américas.
- Registro Oficial No. 407, Suplemento al Decreto Ejecutivo No. 539 (Ley de Régimen Tributario Interno 31 de Diciembre de 2014).
- Reglamento de Alojamiento Turístico No. 20150024-A, No. 20150024-A (Registro Oficial Suplemento 465 24 de Marzo de 2015).
- Rosemberg, J. (2008). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Barcelona, España: Oceano/Centrum.

- Sánchez, F. (1 de Febrero de 2011). *Origen y evolucion del Turismo*. Obtenido de Turismo: <http://florencianur.blogspot.com/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson Educación.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2016). *PREGUNTAS FRECUENTES RUC Y RISE*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/304>
- Sistema de Área Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. (22 de Febrero de 2017). *Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas*. Obtenido de Biodiversidad: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-ecol%C3%B3gica-cotacachi-cayapas>
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketng*. Mexico: Decima Cuarta Edicion. Mc Graw Hill.
- Viajando X. (2014). *Viajando x Ecuador* . Obtenido de <http://www.viajandox.com/imbabura/iglesia-matriz-cotacachi.htm>
- Villarruel, M. (2009). *Revista Ibero americana de desarrollo*. Obtenido de Educación superior y desarrollo sustentable: <file:///C:/Users/Danna%20Dome/Downloads/1214Villarruel.pdf>
- WIKIPEDIA. (30 de DICIEMBRE de 2015). *COTACACHI (CIUDAD)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Cotacachi_\(ciudad\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Cotacachi_(ciudad))
- Wild, J. (2007). *Análisis de Estados Financieros*. Mexixo : UNAM.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General cn base en las Normas Internacionales de Información Financiera*. Madrid, España: Mc. Graw Hill.
- Zonu. (2011). *Mapas, Fotos e Imágenes Satélite del Mundo* . Obtenido de Cantones de Imabura: <http://www.zonu.com/America-del-Sur/Ecuador/Imbabura/Politicos.html>

ANEXOS

ANEXO 1:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DEL ALBERGUE PATRICIA MORALES

1. ¿Cuenta el albergue Patricia Morales con misión, visión, objetivos y estructura organizacional?
2. ¿Cuál es la misión y visión que proyecta usted en el albergue Patricia Morales?
3. ¿Cuál es la visión que proyecta usted para el albergue?
4. ¿Cómo inicio la idea de realizar un albergue turístico en la comunidad Turucu?
5. ¿Hace cuánto tiempo maneja usted el negocio como propietario del albergue Patricia Morales?
6. ¿Cuáles son las culturas y tradiciones ancestrales que realiza el albergue con la llegada y despedida de los turistas?
7. ¿Mantiene frecuentemente las costumbres y tradiciones ancestrales en el Albergue Patricia Morales?
8. ¿Ha realizado algún tipo de financiamiento para la infraestructura y compra de equipamiento para el albergue?
9. ¿Cuántas habitaciones dispone el albergue Patricia Morales?
10. ¿Cuál es el precio que cobra por día a los turistas?
11. ¿Qué servicios ofrece el albergue Patricia Morales?
12. ¿Cuántas personas trabajan en la atención a los turistas que se hospedan?
13. ¿Existe división de funciones para cada integrante que trabaja directamente con los turistas?
14. Los extranjeros que visitan su albergue, ¿De qué partes del mundo vienen especialmente?
15. En base a la capacidad del albergue. ¿Cuántos turistas pueden hospedarse en su vivienda?
16. ¿Cuántos visitantes se hospedan mensualmente?
17. Para usted, ¿Qué temporadas las considera altas?

18. De acuerdo a su criterio, ¿Qué fechas considera como temporada media?
19. Para usted, ¿Qué temporadas son consideras como bajas?
20. En el caso de llegar más turistas de la capacidad actual que tiene el albergue, ¿Qué acciones tomaría usted para resolver esta situación?
21. ¿Cuenta con aliados dentro de la comunidad para mejorar el servicio de atención turística?
22. ¿Qué tan beneficioso considera usted asociarse con Runa Tupari para atraer mayor cantidad de turistas a la casa huésped?
23. Actualmente ¿Se encuentra usted aliado con alguna agencia de viajes de turismo?
24. ¿A quiénes considera usted como posibles competidores dentro del mercado al servicio de hospedaje turístico?
25. ¿Ha realizado usted algún tipo de capacitación que permita mejorar la calidad de servicio a la atención de turistas extranjeros?
26. ¿Usted o alguna persona que trabaje directamente con los turistas presenta conocimientos en el idioma inglés o algún otro idioma extranjero?
27. ¿Cuenta con algún guía turístico que les permita conocer a los visitantes los lugares turísticos del cantón Cotacachi?
28. ¿Contrataría usted un guía turístico propio de la zona donde se encuentra localizado el albergue?
29. Actualmente el albergue Patricia Morales, ¿Se encuentra registrado en el ministerio de turismo?
30. ¿Cuenta con algún medio de calificación para que los turistas califiquen la satisfacción recibida en el Albergue Patricia Morales?
31. ¿Con qué medios de comunicación se maneja usted para atraer a más turistas que se hospeden en su albergue Patricia Morales?
32. ¿Qué impresiones y satisfacción ha provocado en los turistas que se alojan en el albergue Patricia Morales?
33. ¿Qué servicios consideraría usted que se podría implementar en el albergue, en base a los conocimientos propios de la familia que permita mejorar y diversificar sus servicios?
34. ¿El servicio de lavandería que ofrece el albergue tiene un costo adicional?
35. ¿El albergue cuenta con servicio de guía turística por los principales sectores turísticos del Cantón?

36. ¿Las visitas turísticas que realiza cuentan con algún valor adicional al extranjero?
37. ¿Consideraría implementar en su catálogo de servicios las visitas a lugares turísticos como una actividad de ingreso adicional?
38. ¿Qué servicios considera usted se debería añadir a lo que oferta el albergue turístico, pero que requiera de aliados de la comunidad?
39. ¿Consideraría factible ofertar el servicio de transporte?

ANEXO 2:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL A MIEMBRO DE LA COMUNIDAD QUE HA
PRESTADO EL SERVICIO DE TRANSPORTE AL ALBERGUE PATRICIA
MORALES**

1. ¿Hace cuánto tiempo trabaja usted prestando el servicio de transporte a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?
2. ¿Con cuántos vehículos cuenta usted para el traslado de turistas extranjeros?
3. ¿Cuál es el número de pasajeros que puede transportar por cada vehículo?
4. ¿Existe un convenio económico entre las partes?
5. ¿Ha trabajado prestando el servicio de transporte para otras personas fuera del Albergue Patricia Morales?
6. ¿Cuánto cobra usted por recorrido?
7. ¿Hasta el momento a cuántos huéspedes del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de transporte?

ANEXO 3:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL A MIEMBRO DE LA COMUNIDAD QUE HA
PRESTADO EL SERVICIO DE ALQUILER DE CABALLOS AL ALBERGUE
PATRICIA MORALES**

1. ¿Hace cuánto tiempo trabaja usted prestando el servicio de alquiler a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?
2. ¿Con cuántos caballos cuenta usted para alquilar a los turistas extranjeros?
3. ¿Existe un convenio económico entre las partes?
4. ¿Cuánto cobra usted por el alquiler de caballos?
5. ¿Hasta el momento a cuántos huéspedes del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de alquiler de caballos?
6. ¿Dentro de la comunidad existen otras personas que alquilen caballos?

ANEXO 4:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL A MIEMBRO DE LA COMUNIDAD QUE HA
PRESTADO EL SERVICIO DE DANZA, TEATRO Y MÚSICA FOLCLÓRICA
AL ALBERGUE PATRICIA MORALES**

1. ¿Hace cuánto tiempo trabajan ustedes prestando el servicio de Danza, teatro y música folclórica a los huéspedes del Albergue Patricia Morales?
2. ¿Con cuántas personas está conformado el grupo?
3. ¿Existe un convenio económico entre las partes? Explique.
4. ¿Cuánto cobran ustedes por el servicio?
5. ¿Hasta el momento a cuántos grupos de turistas del Albergue Patricia Morales ha prestado el servicio de danza, teatro y música folclórica?

ANEXO 5:



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE SE HAN
HOSPEDADO EN EL ALBERGUE PATRICIA MORALES**

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias en el servicio de alojamiento turístico para turistas que visitan el Cantón Cotacachi en relación a los motivos que los lleva a conocer la zona, y la competencia turística que enfrenta la comunidad Turucu.

INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE.....

EDAD.....

GÉNERO M () F () PAÍS/CIUDAD DE PROCEDENCIA.....

INSTRUCCIONES: Refiriéndonos a su tiempo para visitar el Ecuador por favor marque con una X las siguientes preguntas:

1. ¿Usted habla castellano?

Inglés	
Francés	
Alemán	
Español	
Otro. ¿Cuál?	

2. ¿Cuántas veces a ha viajado al Ecuador?

Una vez	
Dos veces	
Tres veces	
Cuatro veces	
Cinco veces	

3. Cuándo viaja ¿Cuál es el tipo de hospedaje que usted prefiere?

Hoteles	
Hostales	
Hosterías	
Hacienda turística	
Campamento turístico	
Casa de huéspedes	

4. ¿A través de qué medios de comunicación usted elige el lugar donde hospedarse durante su viaje?

Internet	
Guías turísticas impresas	
Información de persona a persona	
Radio/ Televisión	
Prensa escrita	
Revistas	

5. ¿Qué es lo que más considera usted al momento de acceder al servicio de alojamiento turístico?

Calidad	
Precio	
Confort	
Entorno Natural	
Convivencia Familiar	

6. ¿Cuántas veces se ha hospedado en el Albergue Patricia Morales?

Una vez	
Dos veces	
Tres veces	
Cuatro veces	
Cinco veces	
Otro. ¿Cuántas?	

7. Regularmente cuándo viaja, ¿Cuántas personas lo acompañan?

Solo	
Una persona	
Dos personas	
Tres personas	
Cuatro a seis personas	
Siete a nueve personas	

Diez a doce personas	
Trece a quince personas	
Otro. ¿Cuántas?	

8. Generalmente cuándo viaja, ¿Quiénes lo acompañan?

Familiares	
Amigos	
Solo	
Otro. ¿Cuál?	

9. ¿Cuál es el gasto promedio individual diario que gasta usted durante su visita a destinos turísticos por alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras?

15-25 USD	
25-35 USD	
35-40 USD	
Más de 40 USD	

10. ¿Cuánto tiempo permaneció en su último viaje en el Albergue Patricia Morales?

Menos de un mes	
Un mes	
Dos meses	
Tres meses	
Cuatro meses	
Cinco meses	
Seis meses	
Otro. ¿Cuántas?	

11. ¿Cuál es el motivo principal de su visita?

Descanso y relajación	
Contacto con la naturaleza	
Degustación de comida tradicional	
Conocer nuevas culturas y modos de vida	
Por conocer el idioma nativo del país	
Estudios (Prácticas estudiantiles, trabajo social o proyectos de investigación)	
Por el paisaje	
Convivencia Familiar	
Otro. ¿Cuál?	

12. ¿Durante su visita al albergue que tipo de comida le gustaría que se prepare en el lugar?

Típica de la zona	
Nacional	
Internacional	

13. De los servicios a mencionar ¿Qué servicio o servicios contrataría?

Taller de pintura	
Taller de música	
Taller de danza y teatro	
Taller en arte textil y bordados	
Taller idioma ancestral	
Paseo a caballos	
Transporte	
Elaboración de retratos	
Presentación de danza y teatro grupo Humazapas	
Visita turística por Cotacachi	
Servicio de lavandería	

14. ¿Recomendaciones que dan los turistas que se han alojado en el Albergue Patricia Morales?

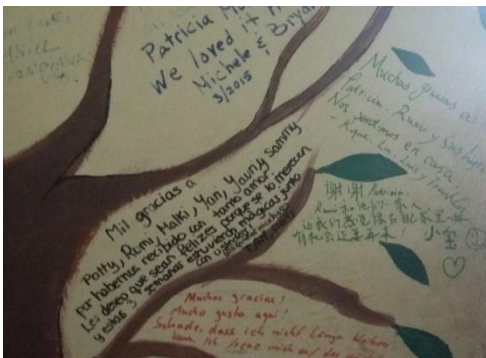
GRACIAS

ENCUESTADORA:

FECHA

ANEXO 6:

TURISTAS QUE VISITARON EL ALBERGUE



CASA DE HUÉSPEDES



CORREDOR A LOS DORMITORIOS DE LOS HUÉSPEDES



HABITACIONES TURÍSTICAS

