



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
COMPLEJO ECOTURISTICO EN LA HACIENDA SAN VICENTE, PARROQUIA  
LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**PROYECTO DE TITULACION**

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**SEBASTIÁN ALEJANDRO LARCO DÁVALOS**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2015**

**HOJA DE**  
**CERTIFICACIÓN**

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO EN LA HACIENDA SAN VICENTE, PARROQUIA LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, de responsabilidad del Señor Egresado Sebastián Alejandro Larco Dávalos, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DE TESIS:**

Ing. Danny Castillo

---

**DIRECTORA**

Ing. Daniela Castillo

**MIEMBRO**

---

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA  
DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS  
NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN  
ECOTURISMO**

Riobamba, Julio

2015

## DEDICATORIA

A Dios, por sus infinitas bendiciones, regalándome la fuerza necesaria para llegar a terminar mi carrera, a pesar de las enfermedades con las que me encontré. Y poder seguir de la mano de mi familia en este hermoso camino del vivir.

A mi esposa y a mis dos hijos, quien han estado a mi lado regalándome alegrías y dicha cada instante, para llegar a culminar este objetivo.

A mis padres y hermanos por sus infinitas muestras de apoyo incondicional, no solo en este proceso tan importante de mi carrera, sino en cada momento sustancial de mi vida.

A mis amigos, compañeros, profesores, maestros, que con cada huella que dejaron en el camino, dejaron en mi personalidad la mejor de las impresiones, ayudándome a moldear la persona que soy el día de hoy.

A Rene y Marco, mis ejemplos, desde niño, quienes se ahora estarán orgullosos de su nieto, mirándome y cuidándome, desde nuestro cielo.

Sebastián Larco.

## AGRADECIMIENTO

Dios, es la principal fuente de alegrías en mi vida, siempre agradecerle es lo más importante, no solo en este paso importantísimo de mi carrera profesional, sino, en cada instante de mi diario vivir. Gracias por permitirme vencer al cáncer, y que llegue a culminar este momento, gracias por ayudarme a cumplir uno de mis sueños.

Mil gracias a mis padres, Inés y Mauricio, por regalarme con su esfuerzo y mucha paciencia, este obsequio de la instrucción superior. Y por siempre apoyarme, en cada decisión que he tomado. Gracias Daniel y Alvarito, por siempre sonreír, por sus abrazos, por sus peleas, por su cariño, sin ustedes no hubiera logrado alcanzar este objetivo.

Mi Gaby, mi Sebas y mi Romí, ustedes son mi corazón y mi alma, ustedes son la fuerza que Dios me envió, para continuar cada día, para afrontar, mis caídas, mi errores, mis aciertos y mis triunfos. Gracias por siempre darme fuerzas y entusiasmo.

María y Gabriel, gracias por confiar en mí, como persona y profesional, hoy les agradezco profundamente por dejarme formar parte de su familia, y con su apoyo llegar a dar este paso en mi vida.

Role, muchas gracias por siempre facilitarme tu ayuda en cualquier momento, y lograr este objetivo. Gracias por tu confianza para este importantísimo proyecto familiar. Bruno, tus conocimientos, fueron de mucha ayuda para mí en la culminación de mi proyecto, gracias por tu ayuda y tu tiempo, eres un gran amigo.

A Cristian, Danny, Daniela y Daysi, por ser personas, que valoran el esfuerzo y cariño que cada individuo pone en su trabajo, y que ven con entusiasmo a cada uno, por lo que son, individuos que merecen respeto y apoyo.

## TABLA DE CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO EN LA HACIENDA DE IMA YMANA WASI EN LA PARROQUIA DE NANEGALITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	2
B. OBJETIVOS.....	3
1. Objetivo General.....	3
2. Objetivos específicos.....	3
C. HIPÓTESIS.....	3
1. Hipótesis alternativa.....	3
2. Hipótesis nula.....	3
III. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
A. TURISMO.....	4
1. Turismo sostenible.....	4
2. Complejo turístico.....	5
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	5
C. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD COMERCIAL.....	6
1. Plan de marketing.....	6
D. ESTUDIO TÉCNICO.....	8
E. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	9
F. ESTUDIO ASMINISTRATIVO LEGAL.....	10
G. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	11
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	12
A. CARATERÍSTICAS DEL LUGAR.....	12
1. Localización.....	12
2. Ubicación geográfica.....	12
3. Características climáticas.....	13
4. Clasificación ecológica.....	13

5. Características del suelo.....	14
B. MATERIALES.....	14
1. Materiales.....	14
2. Equipos.....	14
C. METODOLOGÍA.....	15
1. Viabilidad comercial del proyecto.....	15
2. Viabilidad técnica del proyecto.....	17
3. Análisis del impacto ambiental.....	17
4. Viabilidad administrativo-legal.....	17
5. Evaluación económica y financiera del proyecto.....	17
V. RESULTADOS.....	18
A. ESTUDIO DE MERCADO.....	18
1. Análisis de la demanda.....	18
2. Universo de estudio.....	18
3. Cálculo de la muestra.....	18
4. Resultados del estudio de mercado.....	20
5. Perfil del turista.....	35
6. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.....	36
7. Análisis de la oferta.....	37
8. Confrontación oferta vs demanda.....	40
9. Análisis mercadotécnico.....	41
B. ESTUDIO TÉCNICO PRODUCTIVO.....	45
1. Tamaño de la empresa.....	45
2. Localización del proyecto.....	51
3. Tamaño de la planta.....	52
4. Procesos de producción.....	54
5. Presupuesto general del complejo.....	59
6. Requerimiento del departamento comercial.....	60

7. Requerimiento para el departamento operacional.....	61
8. Requerimiento para el departamento administrativo.....	87
9. Requerimiento de costos de servicios básicos .....	69
10. Requerimientos de gastos de constitución.....	69
11. Requerimientos para el departamento financiero.....	69
10. Análisis de precios.....	71
C. ESTUDIO AMBIENTAL.....	72
1. Identificación de acciones que pueden causar impacto.....	72
2. Identificación de componentes sociales y ambientales.....	73
3. Matriz Lázaro Lagos.....	74
4. Matriz de evaluación Lázaro Lagos.....	75
5. Análisis de resultados de la matriz de Lázaro Lagos.....	76
6. Plan de manejo ambiental.....	77
D. VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL.....	80
1. Estructura organizativa de la empresa.....	80
2. Manual de funciones de la empresa.....	82
3. Políticas de remuneración del negocio.....	93
4. Reglamento interno de Trabajo del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	94
5. Políticas para los visitantes del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	95
6. Viabilidad legal.....	96
7. Requisitos legales para la constitución del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	101
8. Gastos de patentes y licencias para el Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente	103
E. ESTUDIO FINANCIERO.....	104
1. Estudio económico.....	104
2. Evaluación financiera.....	118
VI CONCLUSIONES.....	120
VII. RECOMENDACIONES.....	121
VIII. RESUMEN.....	122

IX. SUMMARY.....	123
X. BIBLIOGRAFÍA.....	124
XI. ANEXOS.....	128



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los turistas nacionales e internacionales.....	20
Tabla 2: Genero de los turistas nacionales e internacionales.....	21
Tabla 3: Ocupación de los turistas nacionales e internacionales.....	22
Tabla 4: Compañía de los turistas nacionales e internacionales.....	23
Tabla 5: Conocimiento de Hacienda San Vicente, de los turistas nacionales e internacionales.....	24
Tabla 6: Aceptación de los turistas nacionales e internacionales, del Complejo Ecoturístico San Vicente.....	25
Tabla 7: Servicios requeridos en el Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente por nacionales e internacionales.....	26
Tabla 8: Actividades que preferirían en el complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente nacionales e internacionales.....	27
Tabla 9: Comida de preferencia de turistas nacionales e internacionales.....	28
Tabla 10: Hospedaje de preferencia, de turistas nacionales e internacionales.....	29
Tabla 11: Número de días de preferencia para hospedarse, de turistas internacionales.....	30
Tabla 12: Capacidad de gasto, turistas nacionales e internacionales.....	31
Tabla 13: Forma de realizar el viaje, de turistas nacionales e internacionales.....	32
Tabla 14: Forma de pago de preferencia, de turistas nacionales e internacionales.....	33
Tabla 15: Medios de información de preferencia para viajar, de turistas internacionales.....	34
Tabla 16: Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.....	36
Tabla 17: Proyección de la oferta para los próximos 5 años.....	39
Tabla 18: Proyección de la demanda insatisfecha.....	40

Tabla 19: Demanda Objetiva.....	40
Tabla 20: Número de clientes proyectados.....	45
Tabla 21: Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados.....	45
Tabla 22: Proyección de los consumidores con respecto al servicio de hospedaje.....	46
Tabla 23: Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación.....	46
Tabla 24: Determinación del mercado de alimentación por producto.....	47
Tabla 25: Derivación y determinación del mercado por producto, comida zona.....	47
Tabla 26: Derivación y determinación del mercado por producto, comida ecuatoriana	48
Tabla 27: Derivación y determinación del mercado por producto, comida internacional..	48
Tabla 28: Derivación y determinación del mercado por producto, comida vegetariana...	49
Tabla 29: Derivación y determinación del mercado del servicio de transporte.....	49
Tabla 30: Derivación y determinación del mercado del servicio de guianza.....	50
Tabla 31: Inversiones del proyecto.....	104
Tabla 32: Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	105
Tabla 33: Financiamiento del Proyecto.....	106
Tabla 34: Datos cálculo de amortización.....	107
Tabla 35: Depreciación de activos fijos.....	110
Tabla 36: Amortización de activos diferidos.....	111
Tabla 37: Costos y gastos.....	112
Tabla 38: Ingresos.....	113
Tabla 39: Estado de resultados.....	114

Tabla 40: Flujo de caja.....	115
Tabla 41: Punto de equilibrio.....	116
Tabla 42: Balance general.....	117

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Resumen de atractivos.....	37
Cuadro 2: Oferta turística.....	38
Cuadro 3: Análisis de aspectos positivos y negativos, de la oferta turística.....	39
Cuadro 4: Plan de Comercialización.....	44
Cuadro 5: Presupuesto general de la obra. ....	59
Cuadro 6: Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial.....	60
Cuadro 7: Equipamiento para el departamento comercial.....	60
Cuadro 7: Requerimiento para publicidad. ....	60
Cuadro 8: Requerimientos de mano de obra para el departamento operacional. ....	61
Cuadro 9. Equipamiento para el área de cocina. ....	61
Cuadro 10: Equipamiento para el área de restaurante. ....	63
Cuadro 11: Equipamiento para Dormitorios.....	63
Cuadro 12: Equipo para el departamento de guianza. ....	64
Cuadro 13: Requerimiento de implementos y útiles de aseo. ....	65
Cuadro 14Materia prima para el área de cocina. ....	66
Cuadro 15: Insumos para el área de restaurant. ....	67
Cuadro 16: Insumos para el área de guianza. ....	67
Cuadro 17: Mano de obra área administrativa. ....	67
Cuadro 18: Equipos área administrativa. ....	68
Cuadro 19: Insumos área administrativa. ....	68
Cuadro: 20: Costo de servicios básicos. ....	69

Cuadro 21: Gastos de constitución. ....	69
Cuadro 22: Mano de obra departamento financiero.....	69
Cuadro 23: Equipos departamento financiero.....	70
Cuadro 24: Análisis de precios competencia y precio de producción.....	71
Cuadro25:Matriz de evaluación de impactos del Complejo turístico F Vicente.....	74
Cuadro: 26 Matriz de cuantificación del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente	75
Cuadro 27: Plan de manejo ambiental.....	77
Cuadro 28: Manual de funciones del gerente.....	82
Cuadro 29: Manual de funciones de la Recepcionista/secretaria.....	83
Cuadro 30: Manual de funciones del Mercadotécnico.....	85
Cuadro 31: Manual de funciones del contador.....	86
Cuadro 32: Manual de funciones del Chef.....	86
Cuadro 33: Manual de funciones del asistente de cocina.....	88
Cuadro 34: Manual de funciones de meseros.....	89
Cuadro 35: Manual de funciones de Camareras.....	90
Cuadro 36: Manual de funciones de Jardinero.....	92
Cuadro 37: Manual de funciones para encargado/guía.....	92
Cuadro 38: Remuneración del departamento administrativo.....	93
Cuadro 39: Remuneración del departamento comercial.....	94
Cuadro 40: Remuneración del departamento financiero.....	94
Cuadro 41: Remuneración del departamento operacional.....	94

Cuadro 42: Requisitos legales.....	101
Cuadro 43. Gastos de patentes y licencias del Complejo Ecoturístico	
Hacienda San Vicente.....	103
Cuadro 44: VAN.....	118
Cuadro 45: TIR. ....	118
Cuadro 46: relación beneficio costo. ....	118
Cuadro 47: Periodo de recuperación de capital.....	119

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Edad de los turistas nacionales e internacionales.....	20
Figura 2: Genero de los turistas nacionales e internacionales.....	21
Figura 3: Ocupación de los turistas nacionales e internacionales.....	22
Figura 4: Compañía de los turistas nacionales e internacionales.....	23
Figura 5: Conocimiento de Hacienda San Vicente de los turistas nacionales e internacionales. .....	24
Figura 6: Aceptación de los turistas nacionales e internacionales, del Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente.....	25
Figura 7: Servicios requeridos en el Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente por los turistas .....	26
Figura 8: Actividades que preferirían en el complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente los turistas nacionales e internacionales.....	27
Figura 9: Comida de preferencia de turistas nacionales e internacionales.....	28
Figura 10: Hospedaje de preferencia, de turistas nacionales e internacionales. ....	29
Figura 11: Número de días de preferencia para hospedarse, de turistas nacionales e internacionales.....	30
Figura 12: Gasto que prefieren hacer, turistas nacionales e internacionales.....	31
Figura 13: Forma de realizar el viaje, de turistas nacionales e internacionales.....	32
Figura 14: Forma de pago de preferencia, de turistas nacionales e internacionales.....	33
Figura 15: Medios de información de preferencia para viajar, de turistas nacionales e internacionales.....	34
Figura 16: Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.....	36
Figura 17: Canal de distribución directo.....	41
Figura 18: Canal de distribución Indirecta.....	41

Figura 19: Logotipo Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	42
Figura 20: Página web Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	43
Figura 21: Macrolocalización Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	51
Figura 22: Microlocalización Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.....	51
Figura 23: Vista general, diseño arquitectónico.....	52
Figura 24: Vista planta alta, diseño arquitectónico.....	53
Figura 25: Vista planta baja, diseño arquitectónico.....	53
Figura 26: Flujograma del proceso productivo.....	54
Figura 27: Diagrama de flujo del servicio de hospedaje.....	55
Figura 28: Diagrama de flujo del servicio de alimentación.....	56
Figura 29: Diagrama de flujo del servicio de transporte.....	57
Figura 30: Diagrama de flujo del servicio de guía.....	58
Figura 31: Organigrama estructural.....	80
Figura 32: Organigrama funcional.....	81



# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURISTICO EN LA HACIENDA SAN VICENTE, PARROQUIA LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

En el Ecuador la actividad turística representa el 4.2 % del PIB, equivalente a 680 millones de dólares al año, económicamente esta cantidad es importante tomando en cuenta que cerca del 80% del presupuesto general de estado se financia con la venta de petróleo y derivados del petróleo.(Jimndo, 2014, pág. 1)

Sin duda es el país de la megadiversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples.

Por ello y más la mágica provincia de Chimborazo es poseedora de múltiples posibilidades de visita y esparcimiento, debido a que se constituye como un pueblo rico en tradiciones, folclor, música, danza, creencia y medicina. Presenta un paisaje privilegiado, pues es custodiada por tres majestuosos nevados de los cuales sobresale el punto terrestre más cercano al sol, conocido como el nevado Chimborazo.

Una de las potencialidades turísticas de esta provincia es la parroquia la Candelaria, lugar donde se ubica la hacienda San Vicente que constituye uno de los pocos establecimientos que facilitan los servicios de alquiler de caballos, mulas y prestación de arrieros para realizar paseos o transportar equipos de camping o escalada hacia el nevado El Altar, considerado la "Montaña más bella del Ecuador" y también la más difícil de escalar. Esta condición ha dejado notar a los propietarios de la hacienda la necesidad de construir un parador turístico convirtiéndolo en un lugar de primera calidad en cuanto a infraestructura y servicio en la zona.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La Candelaria posee atractivos naturales muy poco visitados y otros no visitados por los turistas que pasan por la provincia de Chimborazo, uno de esos atractivos es la “Hacienda San Vicente” que ha sido mantenida por sus dueños, la familia Cedeño Miño por más de 100 años en las cercanías del Parque Nacional Sangay, cuenta con una extensión de 105 hectáreas de terreno entre la parte baja cercana al poblado de La Candelaria y 202 hectáreas de paramo comprendido entre el Valle de Collanes y el recorrido hasta el nevado el Altar, con la intención de integrarse a las necesidades del mundo moderno, han decidido tomar en cuenta al turismo como una clara opción funcional para su espacio físico y entorno natural, buscando así satisfacer las necesidades con una nueva fuente de economía que supla a la tradicional como la agricultura y ganadería que son actividades propias de la zona.

Por todo ello la presente propuesta pretende convertirse en un instrumento que sirva de guía y soporte para la creación e implementación de un complejo ecoturístico que brinde servicios turísticos de calidad y busque un posicionamiento en el mercado nacional e internacional, distinguiéndose por brindar un servicio diferenciado, de acuerdo a la sostenibilidad ambiental y cultural del patrimonio y a la rentabilidad económica del proyecto.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un complejo ecoturístico en la Hacienda San Vicente, parroquia La Candelaria, cantón Penipe, provincia de Chimborazo.

### **2. Objetivos Específicos**

- a. Determinar la viabilidad comercial del proyecto
- b. Realizar la viabilidad técnica del proyecto.
- c. Definir la viabilidad administrativa-legal.
- d. Determinar el análisis de impacto ambiental del proyecto.
- e. Evaluar económica y financieramente el proyecto.

## **C. HIPÓTESIS**

### **1. Hipótesis alternativa**

Con la implementación de un Complejo Turístico en la parroquia La Candelaria, se contribuirá en el desarrollo sostenible del sector turístico, además de dinamizar la situación socioeconómica local.

### **2. Hipótesis nula**

Con la implementación de un Complejo Turístico en la parroquia La Candelaria, no se contribuirá en el desarrollo sostenible del sector turístico, ni se dinamizara la situación socioeconómica local.

### **III. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **A. TURISMO**

(Beltrami, 2010, pág. 8), refiere:

La expresión turismo tiene su aparición durante la Edad Moderna europea, en Inglaterra, procede del verbo inglés “*to tour*”, que proviene a su vez del francés “*tour*” (viaje o excursión circular). Tanto la palabra *tourism* como *tourist* proceden de la misma raíz. En realidad, *tourism* tiene su origen en *tourist*, porque el turismo comienza a estudiarse como una derivación del modo de denominar a un tipo particular de viajero.

#### **1. Turismo sostenible**

Sustainable Development of Tourism define al turismo sostenible como: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.(Organización Mundial de Turismo, 1999)

Según (Organización Mundial de Turismo, 1999, pág. 2) menciona que:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

La Organización Mundial de Turismo, citado por (Universidad Técnica Particular de Loja, 2013, pág. 2), dice que:

“El desarrollo turístico sostenible es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras. Al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

## **2. Complejo turístico**

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), citado por (Secretaría de Turismo de Estados Unidos Mexicanos, 2014), lo define como:

Destino turístico relativamente autosuficiente; ofrece una gama amplia de servicios e instalaciones, especialmente las dedicadas al descanso y esparcimiento, experiencias docentes y de salud". En general estos complejos se localizan en lugares de gran belleza paisajística localizados a orillas del mar o en la montaña pero próximos a ríos o lagos que permitan prácticas deportivas y/o recreativas acuáticas.

## **B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

(Alegsa, 2010, pág. 1) menciona que:

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- a. Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- b. Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- c. Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización. Para cada solución factible, se presenta una planificación preliminar de su implementación. Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban la realización del sistema informático.

El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

Para (Dominguez, 2012, págs. 1- 3), el estudio de factibilidad se define como:

El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

Y el resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados.

## C. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD COMERCIAL

En este análisis se debe demostrar que el proyecto es viable desde un punto de vista comercial. Esto es, que existe un mercado potencial para el producto-servicio que se va a ofrecer.

### 1. Plan de Marketing

Según la American Marketing Association (A.M.A.) citado por (Thompson, 2006, pág. 1), menciona que:

El plan de marketing es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados (el estado proyectado de pérdidas y utilidades). Este plan puede ser la única declaración de la dirección estratégica de un negocio, pero es más probable que se aplique solamente a una marca de fábrica o a un producto específico. En última situación, el plan de marketing es un mecanismo de la puesta en práctica que se integra dentro de un plan de negocio estratégico total.

#### a. Mercado

Según (Sapag Chain & Sapag Chain, 2003, pág. 22):

El mercado es el comportamiento futuro de los factores económicos de un proyecto, es afectado fuertemente por la estructura actual y esperada del mercado, el mercado lo conforman la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a elaborar según el proyecto.

De acuerdo a (Dominguez, 2012, pág. 5):

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, éste no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

## **b. Marketing Operativo**

Las variables que integran el marketing operativo constituyen lo que se denomina marketing mix o mezcla de marketing. Los elementos que conforman el marketing operativo incluyen una oferta de mercado definida por las variables tales como: el producto, el precio, la distribución y la promoción o comunicación. (Thompson, 2006, pág. 2)

### **1) Producto**

Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. (Thompson, 2006, pág. 7)

### **2) Precio**

(Thompson, 2006, pág. 1), define el concepto de precio:

Por la cantidad moneda (dinero) que una persona está dispuesta a entregar por un bien o servicio. La elección del precio debe tener en cuenta los objetivos de rentabilidad, volumen y crecimiento de las ventas, servicios al cliente y también debe servir como estrategia para enfrentar la competencia. Se debe considerar también una coherencia externa basada en las expectativas del mercado en relación al valor del producto y la capacidad de compra de los consumidores. Es necesario conocer los costos fijos, los variables, el punto de equilibrio, el margen de contribución y la rentabilidad por producto o líneas de productos.

### **3) Distribución**

Según (Piramide Digital, 1999, pág. 2), menciona que:

El canal de distribución es lo que utiliza la compañía para estar en contacto con sus potenciales clientes. Si sus clientes potenciales, no están alertados sobre el producto, no lo comprarán. Hay una gran variedad de canales de distribución que pueden ser utilizados:

Ventas directas	Contacto directo con el cliente
<i>Distribuidores</i>	
Telemercadeo	
Correo Directo	Sin contacto personal

### **4) Comunicación**

(Alvarez, 2013, pág. 1), dice de la comunicación que:

Se puede construir un programa de comunicación integral de marketing sobre el funcionamiento proporcionado por el modelo de comunicación. El término comunicación integral de marketing (CIM) se refiere a la coordinación e integración de todas las herramientas, vías y fuentes de

comunicación de marketing de una empresa dentro de un programa uniforme que maximice el impacto sobre los clientes y otras partes interesadas a un costo mínimo.

### **c. Análisis de la Oferta**

El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.(Sapag Chain & Sapag Chain, 2003, pág. 39)

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.(Dominguez, 2012, pág. 9)

### **d. Análisis de la Demanda**

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción. (Arboleda, 1998, pág. 59)

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2003, págs. 22-27)

## **D. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administracion de Mexico, 2012, pág. 1)

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de



utilidad al estudio económico-financiero.(Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administracion de Mexico, 2012, pág. 1)

(Gonzalez, 2015, págs. 1-2), menciona que:

A partir de la postulación de alternativas y del mayor conocimiento sobre la población objetivo y el nivel del déficit que debe ser cubierto, es necesario avanzar en la concepción y desarrollo básico de las alternativas propuestas. Ello implica el tratamiento general de los aspectos físico-técnicos, los que comprenden fundamentalmente tres componentes interdependientes: el tamaño, la localización y la tecnología. Sin embargo un buen análisis de estas variables necesita un previo estudio de optimización, más aun cuando se trata de unidades productivas ya existentes, esto tiene como objetivo no sobredimensionar las alternativas y también el no atribuir beneficios inexistentes a los proyectos. Otros aspectos a tener en cuenta son la participación y el análisis ambiental.

El orden de presentación de estos tópicos es el siguiente:

- A) Situación base optimizada.
- B) Tamaño.
- C) Localización.
- D) Tecnología.
- E) Participación de la comunidad.
- F) Medio ambiente.

## **E. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

(Rojas, Impacto Ambiental, 2010, pág. 1), define a la evaluación de impactos ambientales como:

Un como un conjunto de técnicas que buscan como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo nuestras intrusiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten desde nuestro punto de vista, y no por una especie de magnanimidad por las criaturas más débiles, sino por verdadera humildad intelectual, por reconocer que no sabemos realmente lo que la perdida de cualquier especie viviente puede significar para el equilibrio biológico.

La gestión del medio ambiente implica la interrelación con múltiples ciencias, debiendo existir una inter y transdisciplinariedad para poder abordar las problemáticas, ya que la gestión del ambiente, tiene que ver con las ciencias sociales (economía, sociología, geografía, etc.) con el ámbito de las ciencias naturales (geología, biología, química, etc.), con la gestión de empresas (management), etc. Finalmente, es posible decir que la gestión del medio ambiente tiene dos áreas de aplicación básicas:

- a) Un área preventiva: las Evaluaciones de Impacto Ambiental constituyen una herramienta eficaz.
- b) Un área correctiva: las Auditorías Ambientales conforman la metodología de análisis y acción para subsanar los problemas existentes.

## **F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL**

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios. (Dominguez, 2012, pág. 2)

## **G. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

(Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administración de México, 2012, pág. 55), menciona que:

Los objetivos de este estudio son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

De acuerdo a (Ramírez Almaguer, 2009):

La evaluación económica-financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización.

(Gomez, 2012, pág. 120), define al objetivo fundamental de la evaluación financiera como:

Evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos.

## **1. Criterios de evaluación**

(Garcés, 2005, pág. 123), dice que:

En la evaluación de proyectos de inversión para decidir si es conveniente o no acometerlo no debemos solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino que se requiere también de criterios de evaluación, para seleccionar las oportunidades de inversión más rentables y por tanto más convenientes.

Los criterios de evaluación que se aplican con más frecuencia por los analistas de proyectos, consisten en comparar precisamente los flujos de ingresos con los flujos de costos y los mismos se clasifican en dos categorías generales, que son las técnicas para el análisis de la rentabilidad de la inversión (con y sin financiamiento) y las técnicas para el análisis financiero.

### **a. Valor actual neto (VAN)**

(Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administración de México, 2012, pág. 102), menciona que:

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión.

### **b. Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)**

(Gomez, 2012, pág. 100), define a la tasa interna de retorno como:

TIR, que representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta qué nivel puede crecer la tasa de descuento y aún el proyecto sigue siendo rentable financieramente.

### **c. Período de recuperación del capital (PR)**

Según la (Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administración de México, 2012, pág. 23):

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

**d. Razón beneficio - costo**

Este indicador, conocido también como Índice del valor actual, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el período de operación. (Gomez, 2012, pág. 100)

**e. Aplicación de criterios de evaluación**

(Gomez, 2012, pág. 104), detalla que:

De los criterios de evaluación expuestos, todos tienen ventajas e inconvenientes, pero las desventajas del Período de Recuperación y de la Razón Beneficio-Costo no los hacen aconsejables para decidir la ejecución o rechazo de un proyecto. Por lo tanto, se recomienda utilizar como criterios de decisión el VAN y la TIR.

## **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

La presente investigación se llevó a cabo en la hacienda San Vicente localizada en la zona de Releche, parroquia La Candelaria del cantón Penipe de la provincia de Chimborazo.

#### **2. Ubicación geográfica**

La hacienda San Vicente está localizada a 36 km. de la ciudad de Riobamba, con la siguiente ubicación geográfica:(Centro de sistemas de informacion geografica, 2015, pág. 1)

**Longitud:** 774459 ESTE

**Latitud:** 9825199NORTE

**Altitud:** 3199 msnm.

#### **3. Características Climáticas**

**Temperatura media:** 16 °C

**Precipitación:** (500-1000) mm.

**Humedad relativa:** 76%.

#### **4. Clasificación ecológica**

La parroquia La Candelaria, pertenece a la zona de vida, bosque siempre verde y montano alto superior de paramo. (Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca, 2015, pág. 1)

## **5. Características del suelo**

### **a. Físicas**

Los suelos son poco profundos de textura arenosa arcillosa, con ph neutro.(Ministerio de Agricultura, Acuacultura, Ganadería y Pesca, 2015, pág. 1)

### **b. Químicas**

Bajo contenido de materia orgánica entre 35.1% ph neutro en áreas secas.(Ministerio de Agricultura, Acuacultura, Ganadería y Pesca, 2015, pág. 1)

## **B. MATERIALES**

### **1. Materiales**

Resma de papel, cartucho de impresora, flash memory, libreta de apuntes, esferográficos, lápiz, mapa.

### **2. Equipos**

Cámara digital fotográfica.

Computadora.

Calculadora

Impresora.

G.P.S.

## C. METODOLOGÍA

### 1. Viabilidad comercial del proyecto

Para determinar la viabilidad comercial del proyecto se realizó un estudio de mercado, el mismo que se dividió en los siguientes análisis:

#### a. Análisis de la Demanda

##### 1) Segmentación del mercado

Se determinó el universo de estudio donde constaron turistas nacionales e internacionales, que visitaron la Reserva Faunística de Chimborazo en el año 2014 de acuerdo a datos estadísticos del Ministerio del Ambiente, debido a que este segmento fue el que buscamos atraer por su aceptación a los recursos naturales de nuestra provincia.

##### 2) Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó de la fórmula estadística de Canavos (Muñoz, 2004, pág. 12), que se detalla a continuación:

$$n = \frac{(P * Q)(N)}{(N - 1) \left( \frac{e}{z} \right)^2 + P * Q}$$

Donde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 0.08 margen de error del 8%

Z= 1.75% Margen de confiabilidad

n= Muestra.

### 3) Técnica

La técnica empleada para la recolección de la información fue la encuesta, integrada por variables socioeconómicas, geográficas, motivacionales y hábitos de consumo, gustos y preferencia.

### 4) Instrumento

El instrumento que se aplicó para la investigación fue el cuestionario. (Ver Anexo 1).

#### a. La oferta

Para el análisis de la oferta se tomó en cuenta el inventario de atractivos turísticos de la parroquia la Candelaria, la infraestructura turística y los servicios que se ofertaran a la demanda.

#### b. La competencia

Se determinó a aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios similares a nuestro proyecto, donde se investigaron los nombres, la comercialización y los productos con sus precios.

#### c. Confrontación Competencia –Demanda

En esta fase se realizó la proyección de la demanda insatisfecha y se determinó la demanda objetiva proyectada para la vida útil del proyecto donde se aplicó la fórmula del incremento compuesto.(Muñoz, 2004, pág. 14)

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

Donde:

$C_n$  = Incremento compuesto

$C_o$  = Número de clientes iniciales

$i$  = Índice de crecimiento poblacional de la provincia de Chimborazo

$n$  = Años a proyectar



## **2. Viabilidad técnica del proyecto**

Para el cumplimiento de este objetivo se determinó las siguientes variables:

Localización de la empresa, tamaño de la planta, diseño, requerimiento de instalaciones, requerimiento de mano de obra, requerimiento de mobiliario y equipos, costo de la obra, procesos de operación, flujogramas del proceso productivo y costos de operación.

También se realizó un análisis mercadotécnico para identificar el nombre, la marca, los canales de distribución y las estrategias de promoción y publicidad. (Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Administración de México, 2012, pág. 46)

## **3. Análisis de impacto ambiental del proyecto**

Para el estudio de impacto ambiental se realizó la evaluación de impactos: biológicos sobre los recursos naturales y el paisaje, y sobre los recursos socio económicos. Se utilizó la metodología de Matrices de interacción (causa-efecto) desarrollada por Lázaro Lagos. La misma que permito determinar las medidas de mitigación y remediación para recuperar las condiciones ambientales.

## **4. Viabilidad administrativa-legal**

Para este objetivo se consideró los siguientes puntos:

Área del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se seleccionó al talento humano responsable para cada una de las áreas con sus respectivos cargos, tiempos y costos.

Se recurrió a investigar fuentes de información secundaria que contenga las leyes vigentes que rigen este tipo de actividades tanto para la operación como para el funcionamiento.

## **5. Evaluación económica y financieramente del proyecto**

Se determinó el análisis de los gastos que se generarán en el proyecto es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se calculó la cantidad necesaria para cubrir los costos del proyecto en el periodo de ejecución; los costos operacionales que siguen a la ejecución; y se realizó las proyecciones de ventas con los ingresos obtenidos.

Además se realizó la evaluación económica en la que se determinó los indicadores como son el TIR, VAR, RBC, obtenidos del estudio financiero, los mismos que nos permitieron definir la factibilidad del proyecto.

## V. RESULTADOS

### A. ESTUDIO DE MERCADO

#### 1. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas tanto nacionales como internacionales, a los cuales el complejo ecoturístico dirigirá su oferta, los cuales se mencionan a continuación:

##### a. Mercado nacional

El segmento de mercado nacional está constituido por turistas regionales y/o locales que llegaron a la Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, ya que estos demandan una diversidad de productos diferente a la tradicional para satisfacer sus necesidades de ocio.

##### b. Mercado Internacional

El segmento de turistas internacionales lo componente aquellos hombres y mujeres que llegaron a la Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, que busquen un nueva alternativa para satisfacer sus necesidades de ocio.

#### 2. Universo de estudio

El número de potenciales clientes, que ingresaron a la Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, según datos proporcionados por el Ministerios del Ambiente, es de 60.062 turistas nacionales, y de 11.168 turistas internacionales. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2015, pág. 1)

#### 3. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se hizo uso de la fórmula estadística de Canavos que se detalla a continuación:(Muñoz, 2004, pág. 15)

$$n = \frac{(P*Q)(N)}{(N-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + P*Q}$$

Donde:

N = universo de estudio(60062 / 11168)

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 0.08 margen de error del 8%

Z= 1.75 % Margen de confiabilidad

n= Muestra.

**a. Turistas nacionales**

$$n = \frac{15015.5}{(60061)(0.05)^2 + 0.25}$$

**n: 100**

Se aplicaron 100 encuestas para turistas nacionales.

**b. Turistas Internacionales**

$$n = \frac{2792}{(11167)(0.05)^2 + 0.25}$$

**n= 99**

Se aplicaron 99 encuestas para turistas internacionales

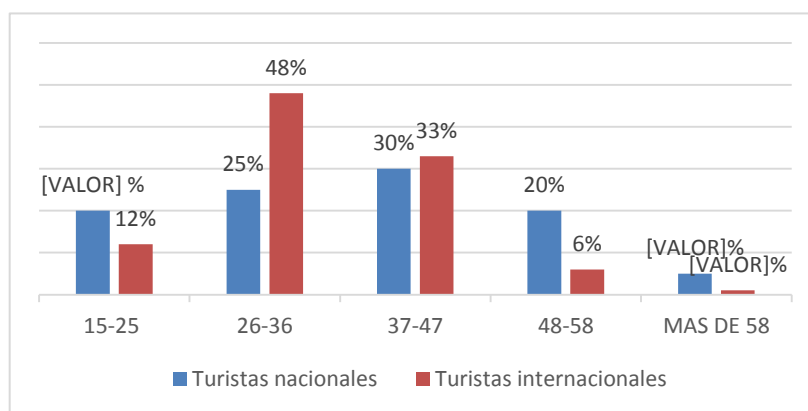
#### 4. Resultados del estudio de mercado

##### a. Edad de los turistas

**Tabla 1:** Edad de los turistas nacionales e internacionales

Variable	Rango de edad	Numero de encuestas	Porcentaje %
<b>Turistas Nacionales</b>	15-25	20	20%
	26-36	25	25%
	37-47	30	30%
	48-58	20	20%
	MAS DE 58	5	5%
	<b>Total</b>		<b>100</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	15-25	12	12%
	26-36	48	48%
	37-47	33	33%
	48-58	5	6%
	MAS DE 58	1	1%
	<b>Total</b>		<b>99</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 1:** Edad de los turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales se encuentran en un rango de edad de 15 a 25 años en un 20%, de 26 a 36 años en un 25%, de 37 a 47 años en un 30%, de 48 a 58 años en un 20% y más de 58 años en un 5%.

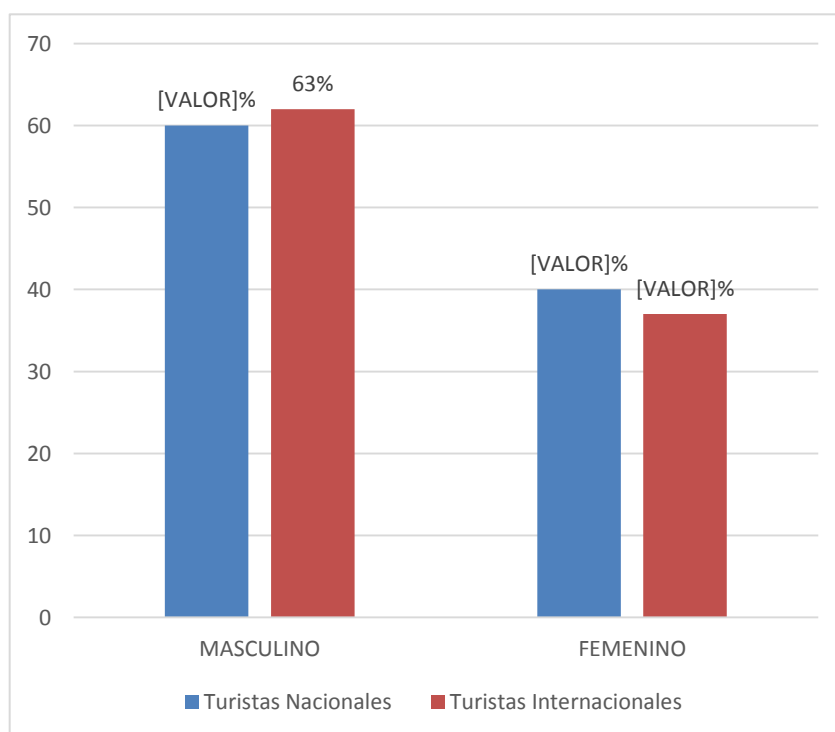
Los turistas internacionales se encuentran en un rango de 15 a 25 años en un 12%, de 26 a 36 años en un 48%, de 37 a 47 años en un 33%, de 48 a 58 años en un 6% y más de 58 años en un 1%.

**b. Genero de los turistas**

**Tabla 2:** Genero de los turistas nacionales e internacionales

Variable	Genero	Numero de encuestas	Porcentaje %
<b>Turistas Nacionales</b>	Masculino	60	60%
	Femenino	40	40%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Masculino	62	63%
	Femenino	37	37%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 2:** Genero de los turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales son de género masculino en un 60%, y de género femenino en un 40%.

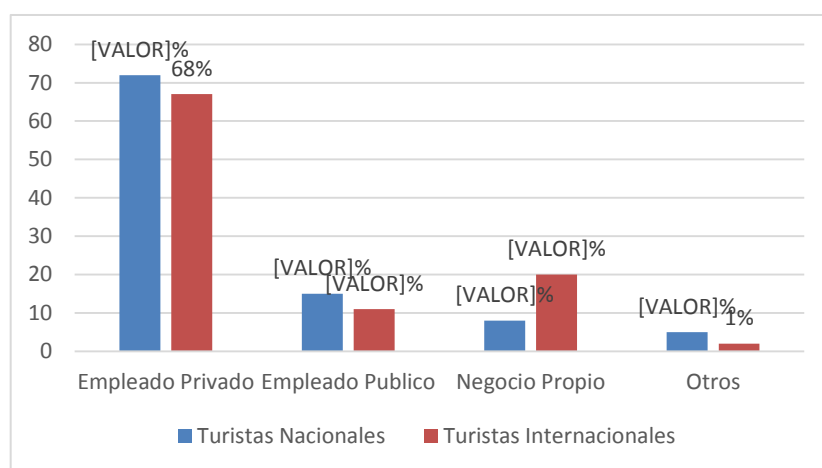
Los turistas internacionales son de género masculino en un 63%, y de género femenino en un 37%.

### c. Ocupación de turistas nacionales e internacionales

**Tabla 3:** Ocupación de los turistas nacionales e internacionales

Variable	Ocupación	Numero de encuestas	Porcentaje %
<b>Turistas Nacionales</b>	Empleado Privado	72	<b>72%</b>
	Empleado Publico	15	15%
	Negocio Propio	8	8%
	Otros	5	5%
	<b>Total</b>		<b>100</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Empleado Privado	67	68%
	Empleado Publico	11	11%
	Negocio Propio	20	20%
	Otros	1	1%
	<b>Total</b>		<b>99</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 3:** Ocupación de los turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales son empleados privados en unos 72%, empleados públicos en un 15% y desarrollan otras actividades en un 5%.

Los turistas internacionales son empleados privados en unos 68%, empleados públicos en un 11% y desarrollan otras actividades en un 1%.

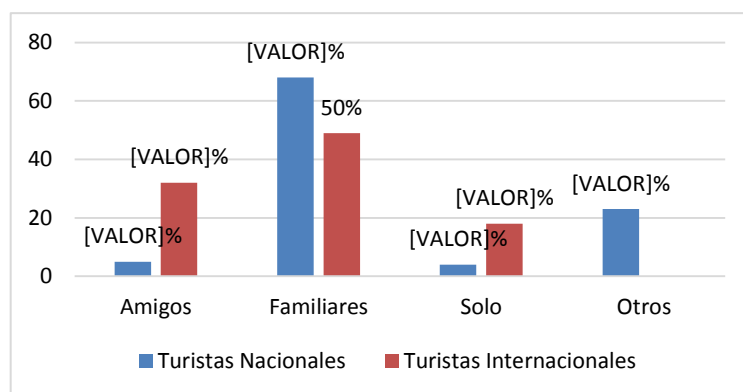
d. **Compañía de viaje, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 4:** Compañía de los turistas nacionales e internacionales

Variable	Tipo de compañía	Numero de encuestas	Porcentaje %
<b>Turistas Nacionales</b>	Amigos	23	<b>23%</b>
	Familiares	68	68%
	Solos	4	4%
	Otros	5	5%
	<b>Total</b>		<b>100</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Amigos	32	32%
	Familiares	49	50%
	Solos	18	18%
	Otros	0	0%
	<b>Total</b>		<b>99</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

**Figura 4:** Compañía de los turistas nacionales e internacionales



Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales viajan en compañía de amigos en un 5%, en compañía de familiares en unos 68%, solos en un 4% y otros en un 23%.

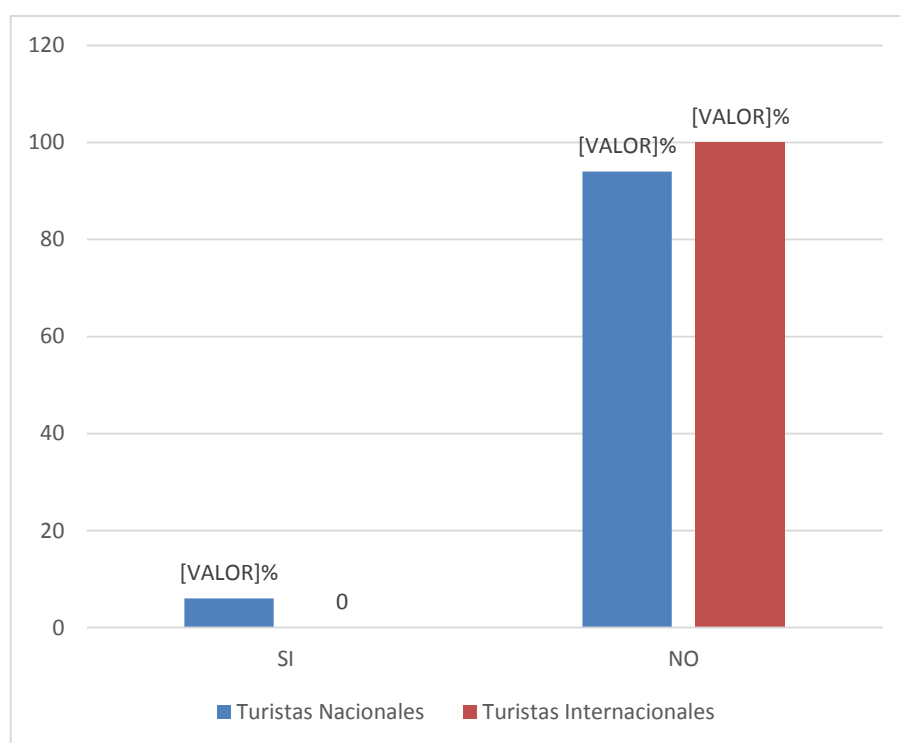
Los turistas nacionales viajan en compañía de amigos en un 32%, en compañía de familiares en unos 50% y solos en un 18%.

e. **Conocimiento de Hacienda San Vicente, de los turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 5:** Conocimiento de Hacienda San Vicente, de los turistas nacionales e internacionales

Variable	Aceptación		Numero de encuestas	Porcentaje %
	SI	NO		
<b>Turistas Nacionales</b>	SI		6	6%
	NO		94	94%
	<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	SI		0	0%
	NO		99	100%
	<b>Total</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 5:** Conocimiento de Hacienda San Vicente de los turistas nacionales e internacionales.

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015.

Los turistas nacionales conocen de Hacienda Vicente en un 6%, y desconocen en un 94%.

Los turistas nacionales desconocen de Hacienda San Vicente en un 100%.

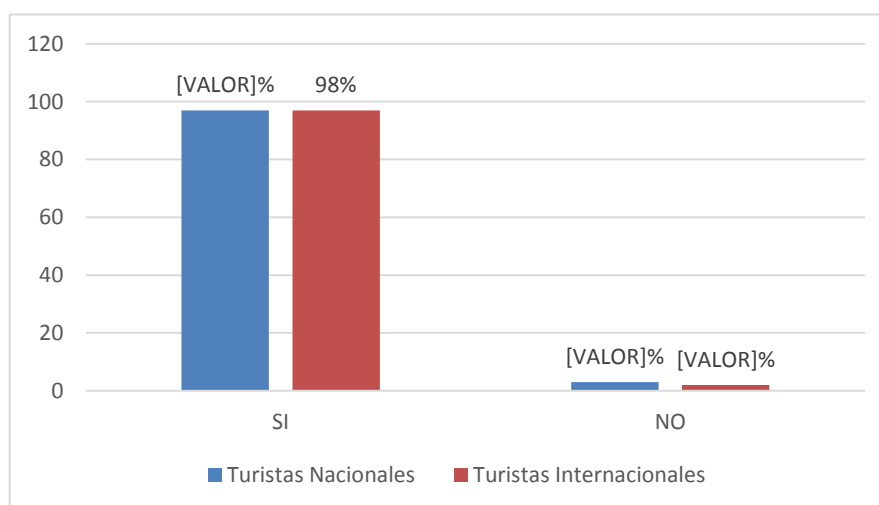


**f. Aceptación de los turistas nacionales e internacionales, del Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente**

**Tabla 6:** Aceptación de los turistas nacionales e internacionales, del Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente

Variable		Numero de encuestas	Porcentaje %
<b>Turistas Nacionales</b>	SI	97	97%
	NO	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	SI	97	98%
	NO	2	2%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015.



**Figura 6:** Aceptación de los turistas nacionales e internacionales, del Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales tienen una aceptación por conocer El Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente en 97% y no desean conocerlo en un 3%.

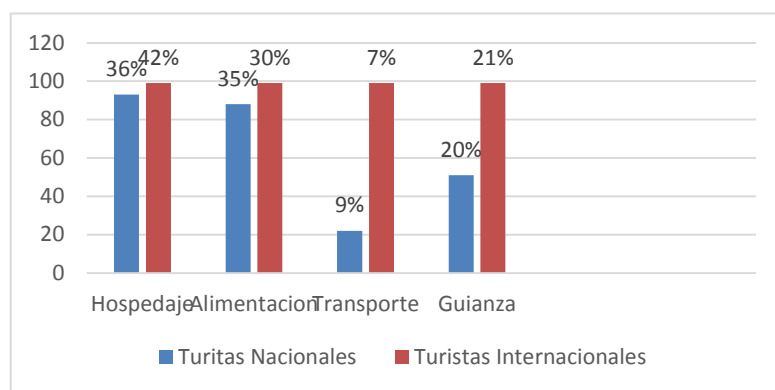
Los turistas internacionales tienen una aceptación por conocer El Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente en 98% y no desean conocerlo en un 2%.

**g. Servicios requeridos en el Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente por los turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 7:** Servicios requeridos en el Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente por los turistas nacionales e internacionales

Variable	Numero de encuestas		Porcentaje
	Rango de edad		%
<b>Turistas Nacionales</b>	Hospedaje	93	36%
	Alimentación	88	35%
	Transporte	22	9%
	Guianza	51	20%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Hospedaje	66	42%
	Alimentación	47	30%
	Transporte	11	7%
	Guianza	32	21%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 7:** Servicios requeridos en el Complejo Ecoturístico hacienda San Vicente por los turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015.

Los turistas nacionales requieren servicios de hospedaje en un 36%, alimentación en un 35%, transporte en un 9% y guianza en un 20%.

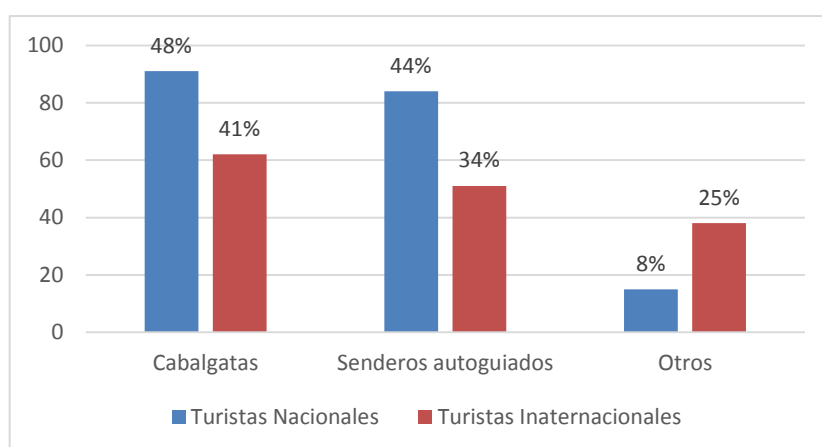
Los turistas internacionales requieren servicios de hospedaje en un 42%, alimentación en un 30%, transporte en un 7% y guianza en un 21%.

#### h. Actividades que preferirían en el complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente los turistas nacionales e internacionales

**Tabla 8:** Actividades que preferirían en el complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente los turistas nacionales e internacionales

Variable	Actividad	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Cabalgatas	91	48%
	Senderos autoguiados	84	44%
	otros	15	8%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Cabalgatas	62	41%
	Senderos autoguiados	51	34%
	otros	38	25%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 8:** Actividades que preferirían en el complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente los turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren actividades de cabalgatas en un 48%, senderos autoguiados en un 44% y otras actividades en un 8%.

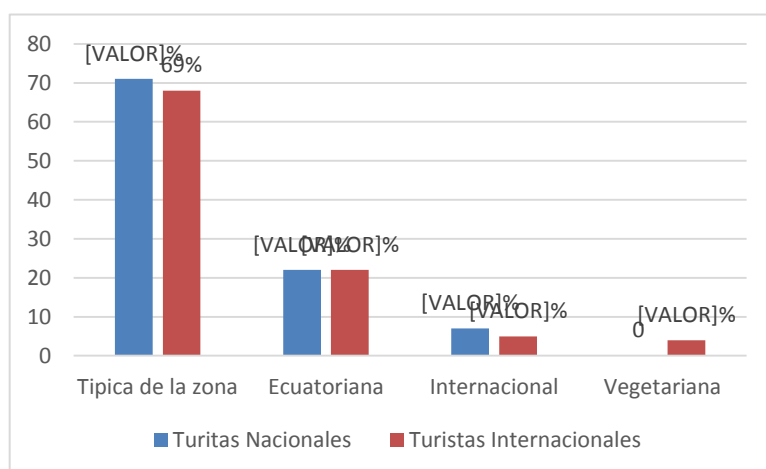
Los turistas internacionales prefieren actividades de cabalgatas en un 41%, senderos autoguiados en un 34% y otras actividades en un 25%.

**i. Comida de preferencia, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 9:** Comida de preferencia de turistas nacionales e internacionales

Variable	Tipo de comida	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Típica de la zona	71	<b>71%</b>
	Ecuatoriana	22	22%
	Internacional	7	7%
	Vegetariana	0	0%
	<b>Total</b>		<b>100</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Típica de la zona	68	69%
	Ecuatoriana	22	22%
	Internacional	5	5%
	Vegetariana	4	4%
	<b>Total</b>		<b>99</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 9:** Comida de preferencia de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren comida típica de la zona en un 71%, comida ecuatoriana en un 22%, comida internacional en un 7%.

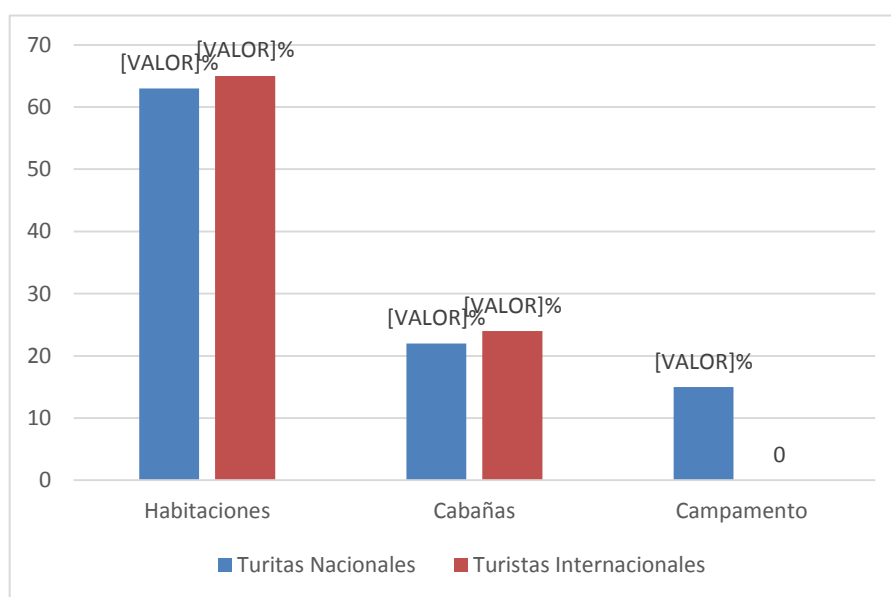
Los turistas internacionales prefieren comida típica de la zona en un 69%, comida ecuatoriana en un 22% y comida internacional en un 5% y comida vegetariana en un 4%.

**j. Hospedaje de preferencia, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 10:** Hospedaje de preferencia, de turistas nacionales e internacionales

Variable	Tipo de hospedaje	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Habitaciones	63	63%
	Cabañas	22	22%
	Campamento	15	15%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Habitaciones	65	66%
	Cabañas	24	24%
	Campamento	0	0%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 10:** Hospedaje de preferencia, de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren hospedaje en habitaciones en un 63%, hospedaje en cabañas en un 22% y campamento en un 15%.

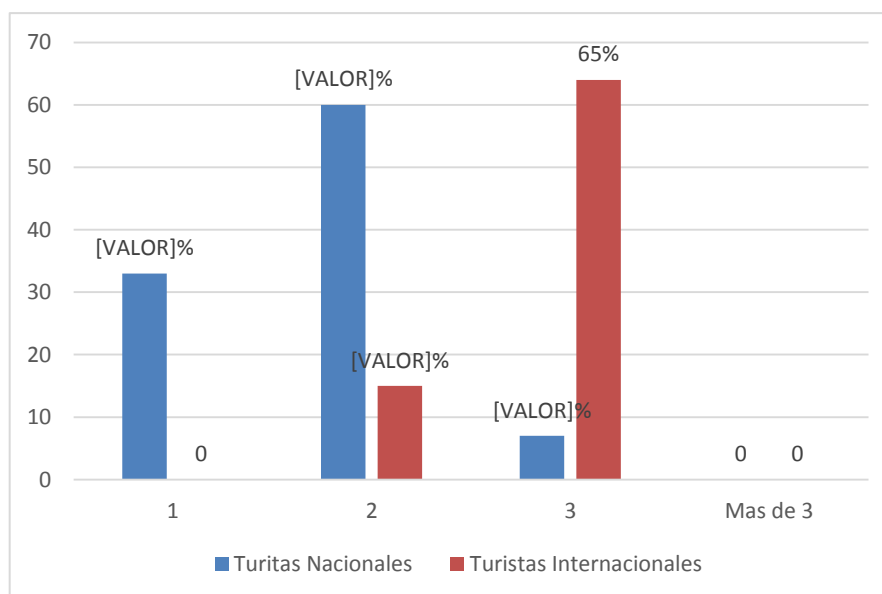
Los turistas internacionales prefieren hospedaje en habitaciones en un 65% y hospedaje en cabañas en un 24%.

**k. Número de días de preferencia para hospedarse, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 11:** Número de días de preferencia para hospedarse, de turistas nacionales e internacionales

Variable	Número de días	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	1	33	33%
	2	60	60%
	3	7	7%
	Más de 3	0	0%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	1	0	0%
	2	15	15%
	3	64	65%
	Más de 3	0	0%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 11:** Número de días de preferencia para hospedarse, de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren hospedarse 1 día en un 33%, 2 días en un 60% y por 3 días en 7%.

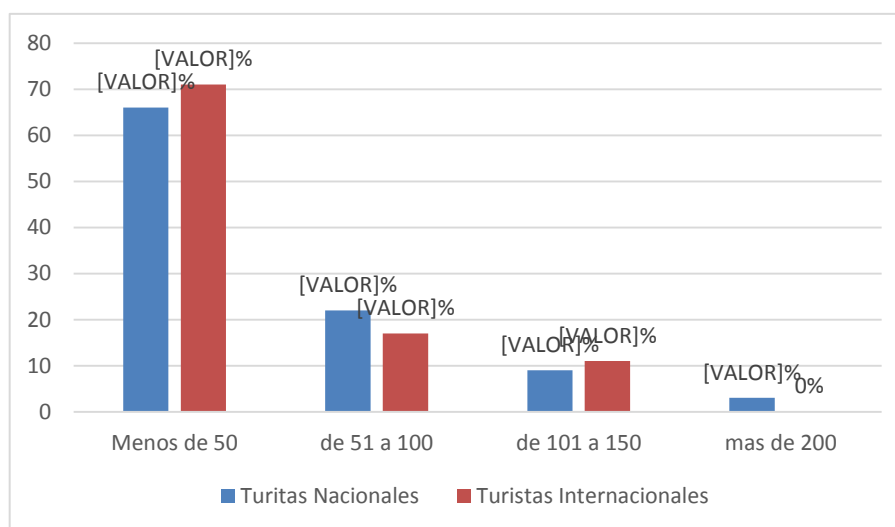
Los turistas internacionales prefieren hospedarse 2 días en un 15% y por de 3 días en un 65%.

## 1. Capacidad de gasto, turistas nacionales e internacionales

**Tabla 12:** Capacidad de gasto, turistas nacionales e internacionales

Variable	Número de encuestas		Porcentaje
	Dólares		%
<b>Turistas Nacionales</b>	Menos de 50	66	66%
	de 51 a 100	22	22%
	de 101 a 150	9	9%
	más de 200	3	3%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Menos de 50	71	72%
	de 51 a 100	17	17%
	de 101 a 150	11	11%
	más de 200	0	0%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 12:** Gasto que prefieren hacer, turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales tienen una capacidad de gasto de menos de \$50 en un 66%, de \$51 a 100\$ en un 22%, de \$101 a \$150 en un 9% y más de \$200 en un 3%.

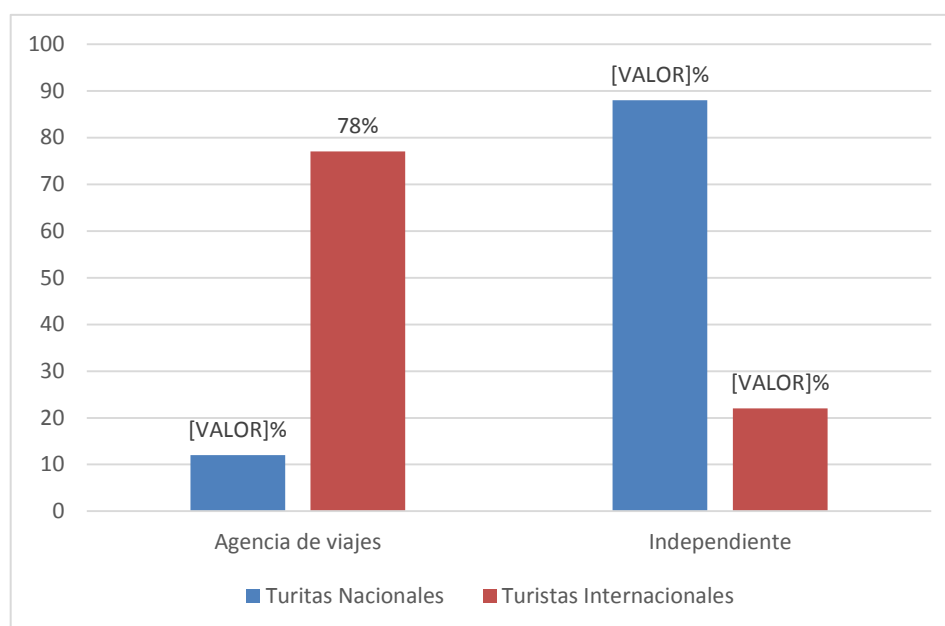
Los turistas internacionales tienen una capacidad de gasto de menos de \$50 en un 72%, de \$51 a 100\$ en un 17%, de \$101 a \$150 en un 11% y más de \$200 en un 0%.

**m. Forma de realizar el viaje ,de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 13:** Forma de realizar el viaje, de turistas nacionales e internacionales

Variable	Forma de Viajar	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Agencia de viajes	12	12%
	Independiente	88	88%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Agencia de viajes	77	78%
	Independiente	22	22%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 13:** Forma de realizar el viaje, de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren realizar su viaje a través de agencias de viajes en un 12% e independientemente en un 88%.

Los turistas internacionales prefieren realizar su viaje a través de agencias de viajes en un 78% e independientemente en un 22%.

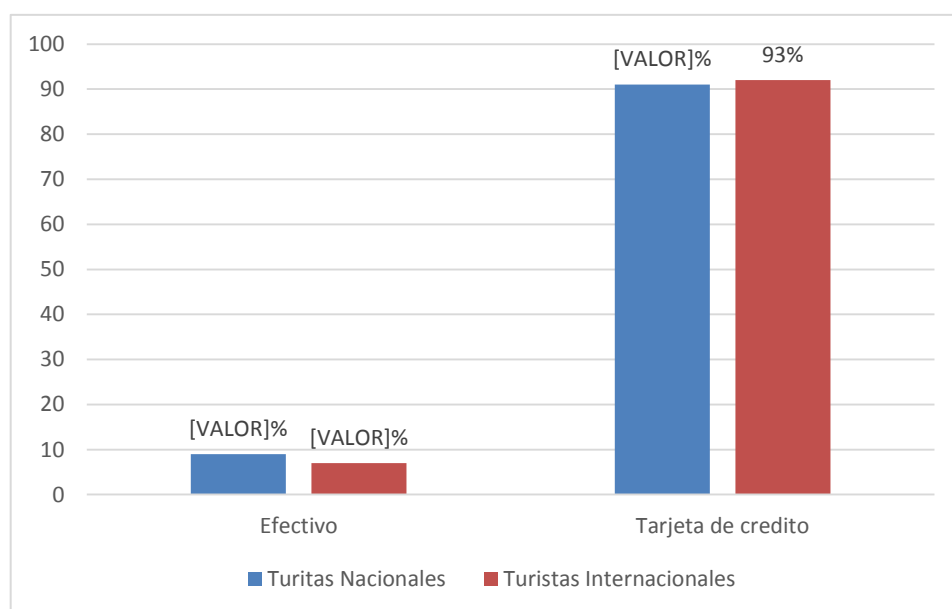


**n. Forma de pago de preferencia, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 14:** Forma de pago de preferencia, de turistas nacionales e internacionales

Variable	Forma de pago	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Efectivo	9	9%
	Tarjeta de crédito	91	91%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Efectivo	7	7%
	Tarjeta de crédito	92	93%
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 14:** Forma de pago de preferencia, de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren realizar sus pagos con efectivo en un 9% y con tarjeta de crédito en un 91%.

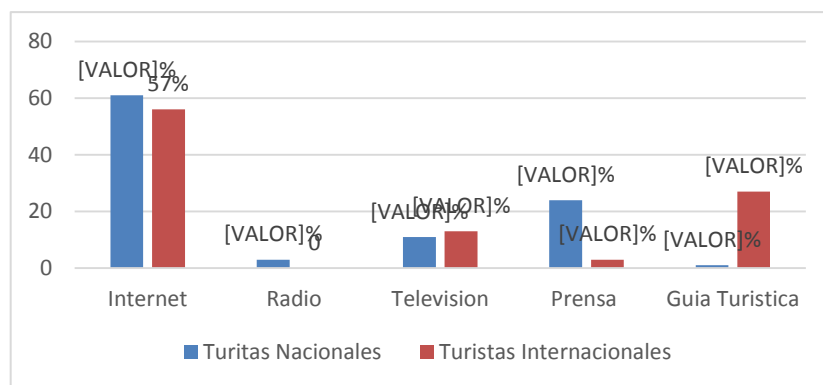
Los turistas internacionales prefieren realizar sus pagos en efectivo en un 7% y con tarjeta de crédito en un 93%.

**o. Medios de información de preferencia para viajar, de turistas nacionales e internacionales**

**Tabla 15:** Medios de información de preferencia para viajar, de turistas nacionales e internacionales

Variable	Medios	Numero de	Porcentaje
		encuestas	%
<b>Turistas Nacionales</b>	Internet	61	61%
	Radio	3	3%
	Televisión	11	11%
	Prensa	24	24%
	Guía turística	1	1%
	<b>Total</b>		<b>100</b>
<b>Turistas Internacionales</b>	Internet	56	57%
	Radio	0	0%
	Televisión	13	13%
	Prensa	3	3%
	Guía turística	27	27%
	<b>Total</b>		<b>99</b>

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 15:** Medios de información de preferencia para viajar, de turistas nacionales e internacionales

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015

Los turistas nacionales prefieren informarse de nuevos destinos turísticos por internet en un 61%, radio en un 3%, televisión en un 11%, prensa en un 24% y guías turísticas en un 1%.

Los turistas internacionales prefieren informarse de nuevos destinos turísticos por internet en un 57%, televisión en un 13%, prensa en un 3% y guías turísticas en un 27%.

## **5. Perfil del turista**

### **a. Turista nacional**

En cuanto a turistas nacionales que visitaron la Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, en un porcentaje de 30% se encuentra turistas de entre 37 y 47 años, un 60% son de género masculino. Trabajadores privados se encontraron en mayor porcentaje con un 72% y un 68% viaja en compañía de familiares. Existe un desconocimiento de hacienda San Vicente en un 94%, y una aceptación por la implementación del complejo ecoturístico del 97%. El servicio de mayor demanda para el complejo ecoturístico sería hospedaje con un 32%. Las actividades como cabalgatas son requeridas por un 48%. Hay preferencia de comida típica de la zona con 69%, un 63% de turistas requieren hospedaje en habitaciones, y desearían hospedarse por 2 días en un 60%. Están dispuestos a gastar menos de \$50 en un 66%, y sus viajes lo realizan independientemente en un 88%. Su forma de pago predilecta es tarjeta de crédito en un 91% y el medio de información turística más recurrente es la internet con un 61%.

### **b. Turista internacional**

Los turistas internacionales que visitaron la Reserva De Producción y Fauna Chimborazo, en un porcentaje de 48% se encuentra turistas de entre 26 y 36 años, un 62% son de género masculino. Trabajadores privados se encontraron en mayor porcentaje con un 68% y un 49% viaja en compañía de familiares. Existe un desconocimiento de hacienda San Vicente en un 100%, y una aceptación por la implementación del complejo ecoturístico del 98%. El servicio de mayor demanda para el complejo ecoturístico sería hospedaje con un 42%. Las actividades como cabalgatas son requeridas por un 41%. Hay preferencia de comida típica de la zona con 69%, un 66% de turistas requieren hospedaje en habitaciones, y desearían hospedarse por 3 días en un 65%. Están dispuestos a gastar menos de \$50 en un 72%, y sus viajes lo realizan por medio de agencias de viajes en un 78%. Su forma de pago predilecta es tarjeta de crédito en un 93% y el medio de información turística más recurrente es la internet con un 57%.

## 6. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula del incremento compuesto, donde el índice de crecimiento turístico fue de 7.42% según el Ministerio de Turismo en el año 2013. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 1)

En base a estos datos y al uso de la fórmula se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años; tomado en cuenta el porcentaje de aceptación de turistas nacionales e internacionales, para nuestro proyecto, obteniendo los siguientes resultados:

**Fórmula:**  $Co = Cn (1+i)^n$

Co= Años a proyectar (2014-2024)

Cn= Demanda actual: turistas: (69805)

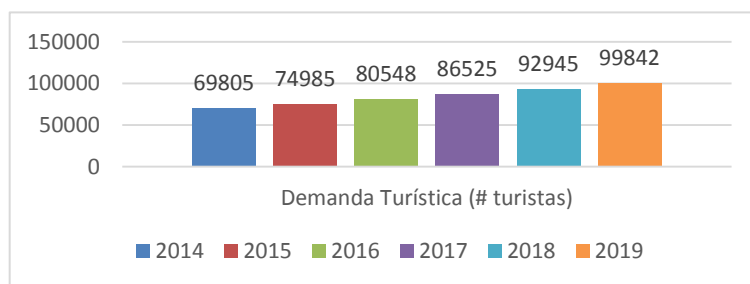
i= Incremento anual de turismo (7.42%)

n= El año a proyectarse (1- 5)

**Tabla 16:** Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

Año	Demanda Turística (# turistas)
2014	69805
2015	74985
2016	80548
2017	86525
2018	92945
2019	99842

Nota: Investigación de Campo Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2015



**Figura 16:** Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

En base a la proyección de la demanda turística, para el año 2009, serán 99.842 turistas.

7. Análisis de la ofertaa. **Atractivos naturales y culturales de la parroquia La Candelaria**

<b>NOMBRE</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ALTITUD</b>	<b>JERARQUIA</b>
NEVADO EL ALTAR	SITIOS NATURALES	MONTAÑA	GLACIARES	5319	III
LAGUNA AMARILLA	SITIOS NATURALES	AMBIENTE LACUSTRE	LAGUNA	4200	II
VALLE DE COLLANES	SITIOS NATURALES	PLANICIES	VALLES	3950	II
CUEVA RAYO MACHAY	SITIOS NATURALES	FENOMENOS ESPELEOLOGICOS	CUEVAS	3895	I
RIO BLANCO	SITIOS NATURALES	RIOS	RIBERAS	3567	II
RIO CUBILLINES	SITIOS NATURALES	RIOS	RIACHUELO	3675	II
RIO TARAU	SITIOS NATURALES	RIOS	CASCADA	3342	II
LAGUNA TAZARON	SITIOS NATURALES	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNA	3987	II
LAGUNA DE RELECHE	SITIOS NATURALES	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNA	2953	I
LAGUNA EL HOTEL	SITIOS NATURALES	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNA	4104	II
LAGUNA COCHA NEGRA	SITIOS NATURALES	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNA	4101	II
IGLESIA LA ACNDELARIA	MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTICAS	ARQUITECTURA RELIGIOSA	2831	II

**Cuadro 1:** Resumen de atractivos

Nota:

(Castello,

2011,

pág.

68)

### b. Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características semejantes. Para lo cual se realizó entrevistas a los encargados de cada establecimiento que forma parte de la oferta sustitutiva.

**Cuadro 2:**Oferta turística

Nombre	Tipo	Ubicación	Capacidad	Turistas Anuales
Refugio Capac Hurcu	Refugio	Valle de Collanes	48	7620
Hostería Hacienda Releche	Hostería	Parroquia La Candelaria	40	11529
Hostería Utuñag	Hostería	Parroquia el Altar	9	8172
Albergue La Candelaria	Albergue	Parroquia La Candelaria	22	6633
Hostería Santa Mónica	Hostería	Vía Penipe -Baños	12	9844
Hostería Vulcano Green	Hostería	Vía Baños	32	7317
<b>Total</b>				<b>51115</b>

**Cuadro 3:** Análisis de aspectos positivos y negativos, de la oferta turística

<b>Refugio Capac Hurcu</b>	
<b>ASPECTOS POSITIVOS</b>	<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>
Es el establecimiento más cercano al nevado El Altar, por estar en el valle de Collanes.	Su acceso es solamente a caballo o a pie, y demanda esfuerzo físico para llegar hasta el establecimiento.
La demanda de espacios es alta.	Sus instalaciones son rudimentarias.
<b>Hostería Hacienda Releche</b>	
<b>ASPECTOS POSITIVOS</b>	<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>
Establecimiento más cercano a los atractivos naturales de la zona al que se puede acceder con transporte.	Establecimiento sin empleados fijos
Servicio disponible de caballos , mulas y arrieros	No tiene servicio de alimentación
<b>Hostería Utuñag</b>	
Establecimiento con servicio de alimentación de comida típica de la zona	Solo Ofrecen el servicio de alimentación fines de semana

Servicio continuo de hospedaje	Falta de regulaciones laborales
<b>Albergue La Candelaria</b>	
Bajo costo en hospedaje	Instalaciones mal equipadas
Servicio de alimentación	Comida preparada precariamente sin norma higiénicas recomendables
<b>Hostería Santa Mónica</b>	
Instalaciones bien adecuadas	Falta de personal para cada área de atención
Excelente servicio de alimentación	Lejos de los atractivos turísticos
<b>Hostería Vulcano Green</b>	
Instalaciones bien adecuadas	No dirigen esfuerzos por captar turismo tradicional, solo enfoque a eventos sociales
Servicio de salón de recepciones	Falta de regulaciones laborales

**c. Oferta Complementaria**

La Candelaria, a pesar de no tener registrados los negocios en el MINTUR, se caracteriza por ofrecer servicios de arrieros, alquiler de mulas, alquiler de caballos, guías nativos.

**d. Proyección de la Oferta**

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 5 años, en base a la demanda de los 6 complejos turísticos de la zona. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo 51115 visitantes que consumen la oferta existente.

**Tabla 17:** Proyección de la oferta para los próximos 5 años

<b>Año</b>	<b>Demanda Turística (# turistas)</b>
2014	51115
2015	54908
2016	58982
2017	63359
2018	68060
2019	73110

Nota: Entrevista e Información Secundaria

A partir del análisis de la proyección de la demanda turística, se estima que para el año 2019 habrá un incremento de 73.110 turistas.

## 8. Confrontación Oferta vs Demanda

### a. **Proyección de la demanda insatisfecha**

**Tabla 18:** Proyección de la demanda insatisfecha

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>COMPETENCIA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2014	69805	51115	18690
2015	74985	54908	20003
2016	80548	58982	21566
2017	86525	63359	23166
2018	92945	68060	24885
2019	99842	73110	26732

A partir del análisis de confrontación de la demanda potencial y la competencia, se estima que para el año 2019 habrá una demanda insatisfecha de 26732 turistas.

### b. **Demanda objetiva proyectada**

En este proyecto se trabajó estimando captar el 40% de la demanda insatisfecha, debido a que la demanda insatisfecha, se puede captar de mejor manera, por el proyecto elaborado. Ya que los servicios ofertados por la competencia, no son capaces de dar el alcance necesario para suplir las necesidades de los visitantes.

**Tabla 19:** Demanda Objetiva

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA OBJETIVA (40%)</b>
2014	18690	7476
2015	20003	8001
2016	21566	8626
2017	23166	9266
2018	24885	9954
2019	26732	10693

A partir del análisis de captar el 40% de la demanda insatisfecha, se estima que para el año 2019 habrá una demanda objetiva de 73.110 turistas.



## 9. Análisis Mercadotécnico

### a. Canales de distribución



**Figura 17:** canal de distribución directo



**Figura 18:** Canal de distribución Indirecta

Para llegar a los consumidores se utilizarán dos canales de distribución: Canal directo y canal indirecto.

### b. Estrategias de promoción y publicidad

#### 1) Medios publicitarios para la empresa

Hay que promover como primera acción el crear una página web; llamativa visualmente, de fácil acceso, que aclare los servicios ofertados, ubicación a Riobamba, capital de la provincia, vías de acceso, facilidades para transportarse hasta el lugar y contactos. Para promover una expectativa clara y veraz sobre el negocio.

Se debe lograr convenios y tarifas especiales con agencias de viajes y operadoras de turismo, para captar la mayor cantidad de turistas extranjeros, ya que es por medio de estas empresas donde se direcciona este tipo de demanda.

#### 2) Slogan

Se logró un slogan que lleve al turista a visualizar, el servicio que se pretende dar en el Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente, y de esta forma captar su atención de excelente manera. El slogan es el siguiente:

**“San Vicente, naturaleza, gastronomía y confort en los Andes”**

### 3) Logotipo



**Figura 19:** Logotipo Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

Nota: (Vallejo, 2015, pág. 1)

### 4) Colores e isotipos de la empresa

**Color café.-** Se encuentra en gran variedad de recursos naturales, principalmente en la tierra y la madera. Que son parte integral del Complejo ecoturístico y su medio ambiente. Al color café lo relacionamos con la confianza y la satisfacción, que son valores fundamentales en nuestro servicio.

**Color Blanco.-** Asociamos con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve, la cual está presente en nuestro atractivo de mayor jerarquía y cercanía, como es el nevado el Altar. Y con esto queremos representar la simplicidad y frescura de nuestro servicio.

**Herradura.-** Este diseño de isotipo se tomó por la relación directa con el servicio de cabalgatas que se da en la zona, y sus senderos naturales, aptos para el deporte. Además de tomar la expresión de este símbolo como buena suerte para el desarrollo del negocio.

**Montaña.-** Es isotipo que representa el área en la que nos encontramos, cercana a valles y representada, para dar relación a las altitudes que rodean el complejo.

**Ventana.-** Es un isotipo que representa apertura y calidez de hogar, que es lo que buscamos ofrecer en el servicio de hospedaje.

## 5) Pagina web

**COMPLEJO ECOTURISTICO**  
*Hacienda San Vicente*

Inicio Paquetes Galería Descargas Contactos

COMPLEJO ECOTURISTICO  
*Hacienda San Vicente*

Su mejor elección en el centro del país, brinda elegancia, comodidad y distinción; ofrece servicios de primera con precios realmente convenientes. Sabedores de su necesidad de bienestar, descanso y confort, brinda el mejor servicio de hospedaje, con habitaciones, un elegante restaurant, bar-cafetería; sala de conferencias con visor panorámico, que permite disfrutar de una espectacular vista de nuestra piscina ornamental e iluminada, de agua templada.

El Altar es un volcán extinto localizado en el centro de Ecuador, en la Cordillera Oriental de los Andes a unos 20 km al este de Riobamba. Se halla al interior en el Parque Nacional Sangay, provincia de Chimborazo.

Una excursión es un recorrido o travesía, generalmente a pie, que tiene uno o más fines, que pueden ser: deportivos, educativos, militares, con fines recreativos y deportivos a zonas naturales o rurales se le conoce como excursionismo.

Ideal para grupos que buscan un sitio lleno de naturaleza para disfrutar sus vacaciones. Este complejo esta abierto todo el tiempo para grupos, paseos estudiantiles y paseos empresariales.

Inicio Paquetes Galería Descargas Contactos

**Figura 20:** Pagina web Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

Nota:(Vallejo, 2015, pág. 2)

**c. Plan de comercialización**

**Cuadro 4:** Plan de Comercialización

<b>Target</b>	<b>Canal</b>	<b>Táctica</b>	<b>Medios publicitarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Turistas nacionales	Directo	Venta directa de los servicios y actividades a los turistas locales	Multimedia website	1	750,00	750,00
		Venta en Sitios turísticos y puntos de información turística	Trípticos, tarjetas de presentación, afiches	3000	1200,00	1200,00
Turistas Internacionales	Indirecto	promoción en internet, paginas turísticas, buscadores, redes sociales	Multimedia Website	1	500,00	500,00
				<b>Total</b>		2450

## B. ESTUDIO TECNICO PRODUCTIVO

### 1. Tamaño de la empresa

#### a. Número de clientes proyectados

**Tabla 20:** Número de clientes proyectados

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUINCENAL	SEMANAL	DIARIO
2014	7476	3738	623	312	156	22
2015	8001	4000	667	333	167	24
2016	8626	4313	719	359	180	26
2017	9266	4633	772	386	193	28
2018	9954	4977	830	415	207	30
2019	10693	5347	891	446	223	32

El número de clientes proyectados nos da un total de 22 clientes diarios para el año 2014, y según la proyección se espera tener un incremento de 32 clientes diarios para el año 2019.

#### b. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

**Tabla 21:** Proyección de los consumidores con respecto a los servicios demandados

Año	INDICES				
	Demanda objetiva	Hospedaje 39%	Alimentación 33%	Transporte 8%	Guianza 20%
2014	7476	2.916	2.467	598	1.495
2015	8001	3.120	2.640	640	1.600
2016	8626	3.364	2.847	690	1.725
2017	9266	3.614	3.058	741	1.853
2018	9954	3.882	3.285	796	1.991
2019	10693	4.170	3.529	855	2.139

Por los servicios demandados, en base a la proyección de la demanda objetiva se espera tener para el año 2019, 4170 personas por hospedaje, 3529 personas por alimentación, 855 personas por transporte y 2139 personas por guianza.

### 1) Consumo aparente del servicio de hospedaje

**Tabla 22:** Proyección de los consumidores con respecto al servicio de hospedaje

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	2.916	1458	243	122	61	9
<b>2015</b>	3.120	1560	260	130	65	9
<b>2016</b>	3.364	1682	280	140	70	10
<b>2017</b>	3.614	1807	301	151	75	11
<b>2018</b>	3.882	1941	324	162	81	12
<b>2019</b>	4.170	2085	348	174	87	12

En base a la proyección de los consumidores con respecto al servicio de hospedaje, para el año 2019 tendremos 12 clientes diarios.

### 2) Consumo aparente del servicio de alimentación

**Tabla 23:** Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	2467	1234	206	103	51	7
<b>2015</b>	2640	1320	220	110	55	8
<b>2016</b>	2847	1424	237	119	59	8
<b>2017</b>	3058	1529	255	127	64	9
<b>2018</b>	3285	1643	274	137	68	10
<b>2019</b>	3529	1765	294	147	74	11

En base a la proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación, para el año 2019 tendremos 11 clientes diarios.

### a) Determinación del mercado de alimentación por producto

**Tabla 24:** Determinación del mercado de alimentación por producto

<b>Año</b>	<b>Demanda objetiva</b>	<b>Típica de la zona 70%</b>	<b>Ecuatoriana 22%</b>	<b>Internacional 6%</b>	<b>Vegetariana 2%</b>
<b>2014</b>	6679	4675	1469	401	134
<b>2015</b>	7174	5022	1578	430	143
<b>2016</b>	7706	5394	1695	462	154
<b>2017</b>	8278	5795	1821	497	166
<b>2018</b>	8829	6180	1942	530	177
<b>2019</b>	9552	6686	2101	573	191

En base a la proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación, para el año 2019 tendremos, 6686 turistas que consumirán comida típica de la zona, 2101 turistas que consumirán comida ecuatoriana, 573 turistas que consumirán comida internacional y 191 turistas que consumirán comida vegetariana.

### b) Derivación y determinación del mercado por producto, comida típica de la zona

**Tabla 25:** Derivación y determinación del mercado por producto, comida típica de la zona

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	4675	2338	390	195	97	14
<b>2015</b>	5022	2511	419	209	105	15
<b>2016</b>	5394	2697	450	225	112	16
<b>2017</b>	5795	2898	483	241	121	17
<b>2018</b>	6180	3090	515	258	129	18
<b>2019</b>	6686	3343	557	279	139	20

En base a la proyección de los consumidores con respecto al consumo de comida típica de la zona, para el año 2019 tendremos 20 clientes diarios.

**c) Derivación y determinación del mercado por producto, comida ecuatoriana**

**Tabla 26:** Derivación y determinación del mercado por producto, comida ecuatoriana

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	1469	735	122	61	31	4
<b>2015</b>	1578	789	132	66	33	5
<b>2016</b>	1695	848	141	71	35	5
<b>2017</b>	1821	911	152	76	38	5
<b>2018</b>	1942	971	162	81	40	6
<b>2019</b>	2101	1051	175	88	44	6

En base a la proyección de los consumidores con respecto al consumo de comida ecuatoriana, para el año 2019 tendremos 6 clientes diarios.

**d) Derivación y determinación del mercado por producto, comida internacional**

**Tabla 27:** Derivación y determinación del mercado por producto, internacional

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	401	201	33	17	8	1
<b>2015</b>	430	215	36	18	9	1
<b>2016</b>	462	231	39	19	10	1
<b>2017</b>	497	249	41	21	10	1
<b>2018</b>	530	265	44	22	11	2
<b>2019</b>	573	287	48	24	12	2

En base a la proyección de los consumidores con respecto al consumo de comida típica de la zona, para el año 2019 tendremos 2 clientes diarios.



**e) Derivación y determinación del mercado por producto, comida vegetariana**

**Tabla 28:** Derivación y determinación del mercado por producto, comida vegetariana

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	134	67	11	6	3	0
<b>2015</b>	143	72	12	6	3	0
<b>2016</b>	154	77	13	6	3	0
<b>2017</b>	166	83	14	7	3	0
<b>2018</b>	177	89	15	7	4	1
<b>2019</b>	191	96	16	8	4	1

En base a la proyección de los consumidores con respecto al consumo de comida vegetariana, para el año 2019 tendremos 1 cliente diario.

**c. Consumo aparente del servicio de transporte**

**Tabla 29:** Derivación y determinación del mercado del servicio de transporte

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	1619	810	135	67	34	5
<b>2015</b>	1739	870	145	72	36	5
<b>2016</b>	1868	934	156	78	39	6
<b>2017</b>	2007	1004	167	84	42	6
<b>2018</b>	2156	1078	180	90	45	6
<b>2019</b>	2316	1158	193	97	48	7

En base a la proyección de los consumidores con respecto al servicio de transporte, para el año 2019 tendremos 11 clientes diarios.

**d. Consumo aparente del servicio de guianza**

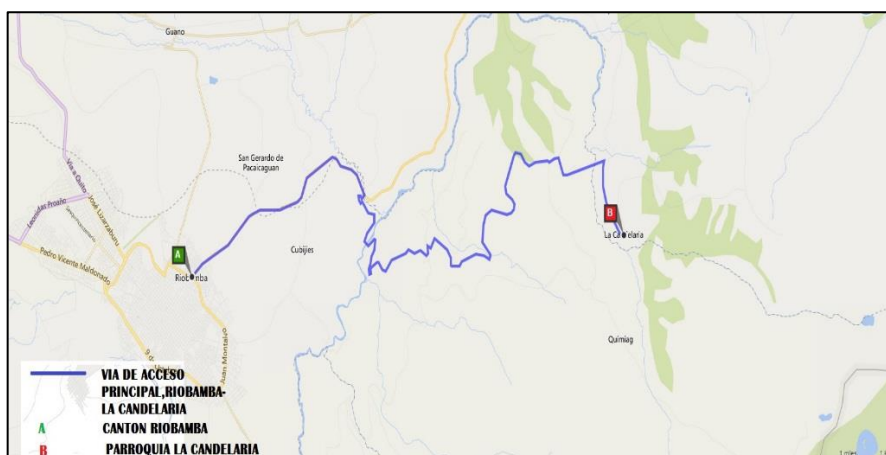
**Tabla 30:** Derivación y determinación del mercado del servicio de guianza

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>QUINCENAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIARIO</b>
<b>2014</b>	4048	2024	337	169	84	12
<b>2015</b>	4348	2174	362	181	91	13
<b>2016</b>	4670	2335	389	195	97	14
<b>2017</b>	5017	2509	418	209	105	15
<b>2018</b>	5389	2695	449	225	112	16
<b>2019</b>	5789	2895	482	241	121	17

En base a la proyección de los consumidores con respecto al servicio de guianza, para el año 2019 tendremos 17 clientes diarios.

## 2. Localización del proyecto

### a. Macrolocalización



**Figura 21:** Macrolocalización Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

El proyecto está ubicado en la parroquia La Candelaria, cantón Penipe, provincia de Chimborazo, Republica del Ecuador. (Google Corporation, 2015, pág. 1)

### b. Microlocalización



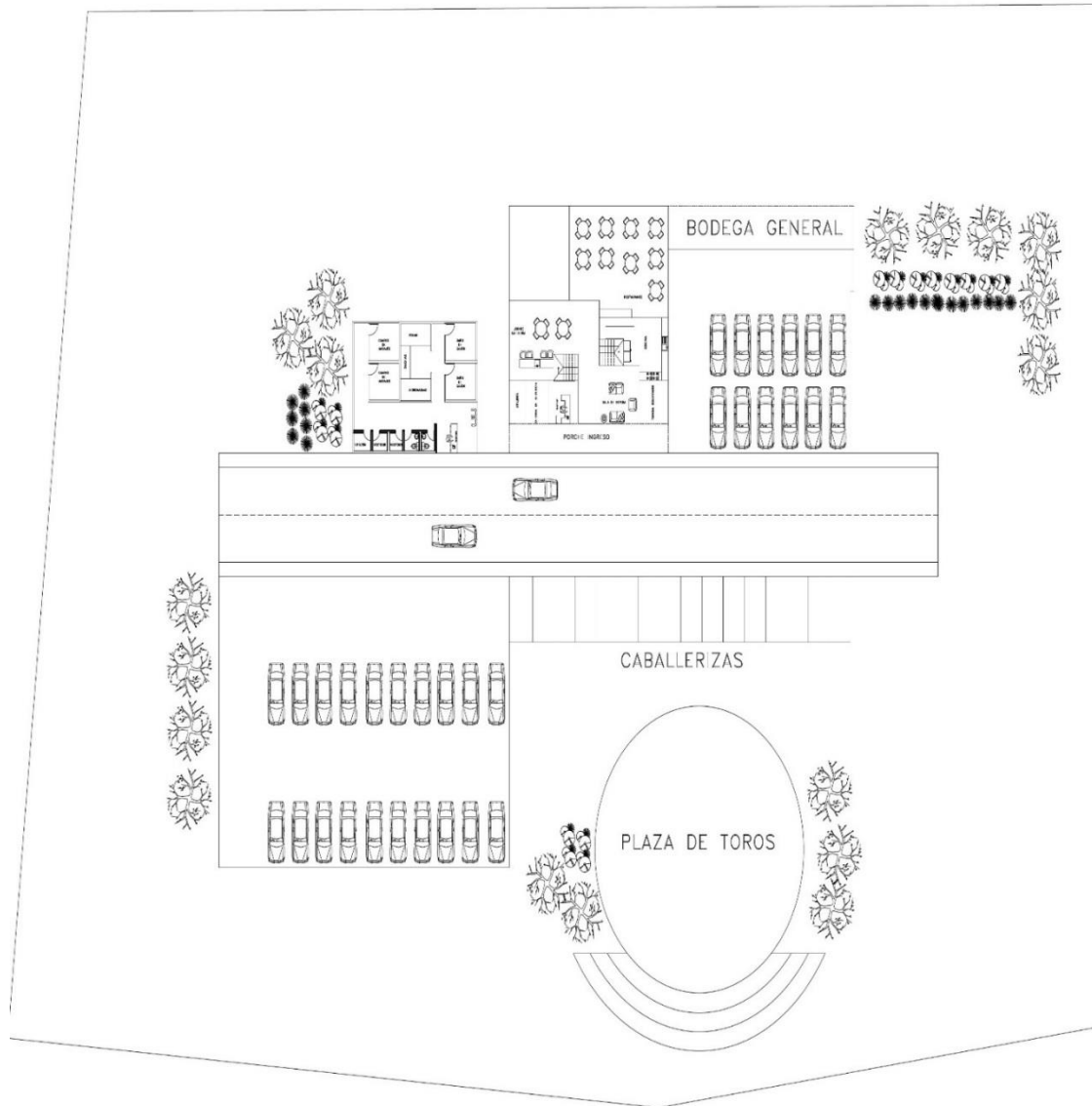
**Figura 22:** Microlocalización Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

El lugar para el complejo ecoturístico, se encuentra en la hacienda San Vicente, inmediaciones del Parque Nacional Sangay, en las estribaciones del nevado El Altar.

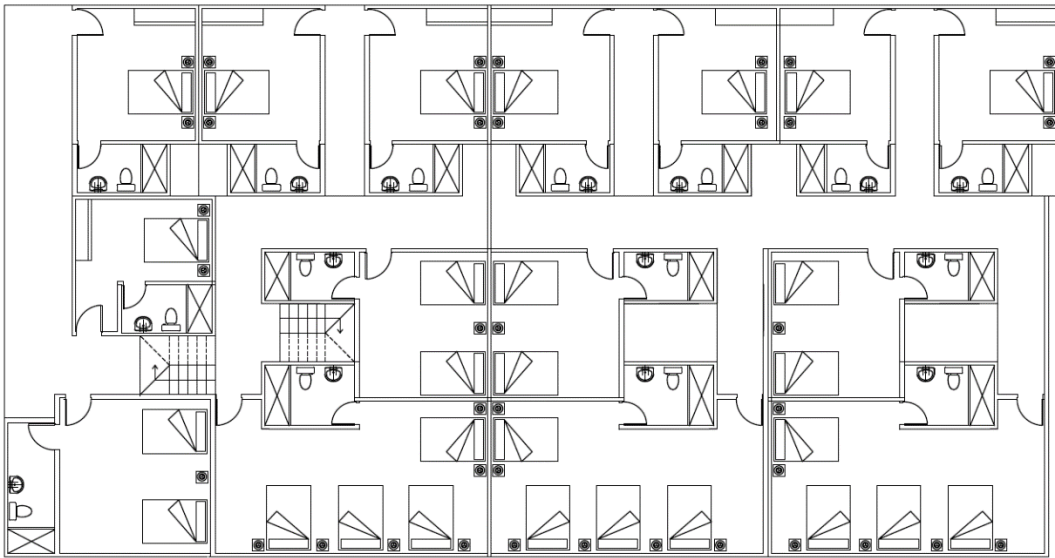
(Google Corporation, 2015)

### 3. Tamaño de la planta

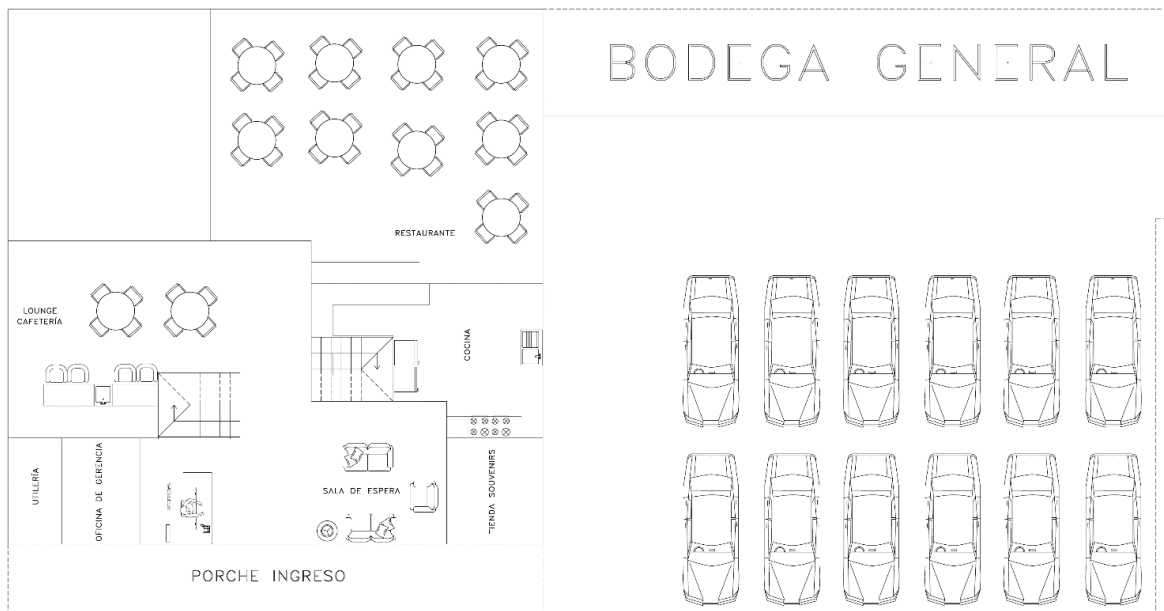
a. **Diseño arquitectónico del proyecto Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.**(Segura, 2015, págs. 1-3)



**Figura 23:** Vista general, diseño arquitectónico

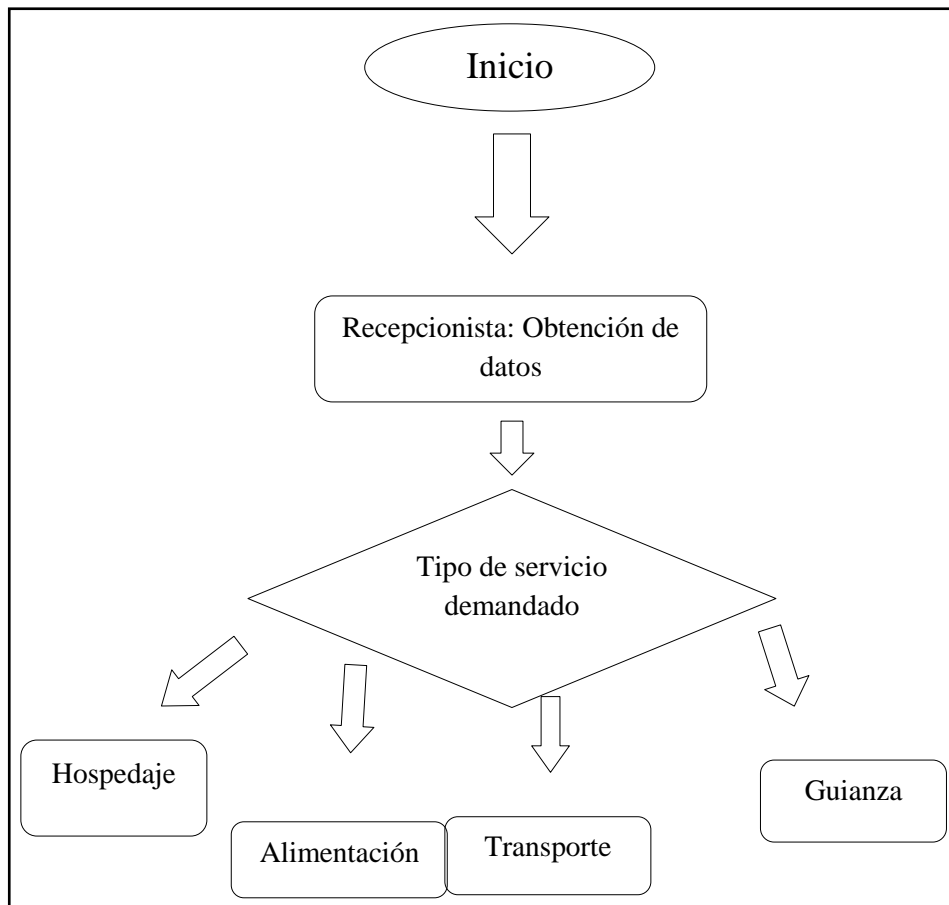


**Figura 24:** Vista planta alta, diseño arquitectónico



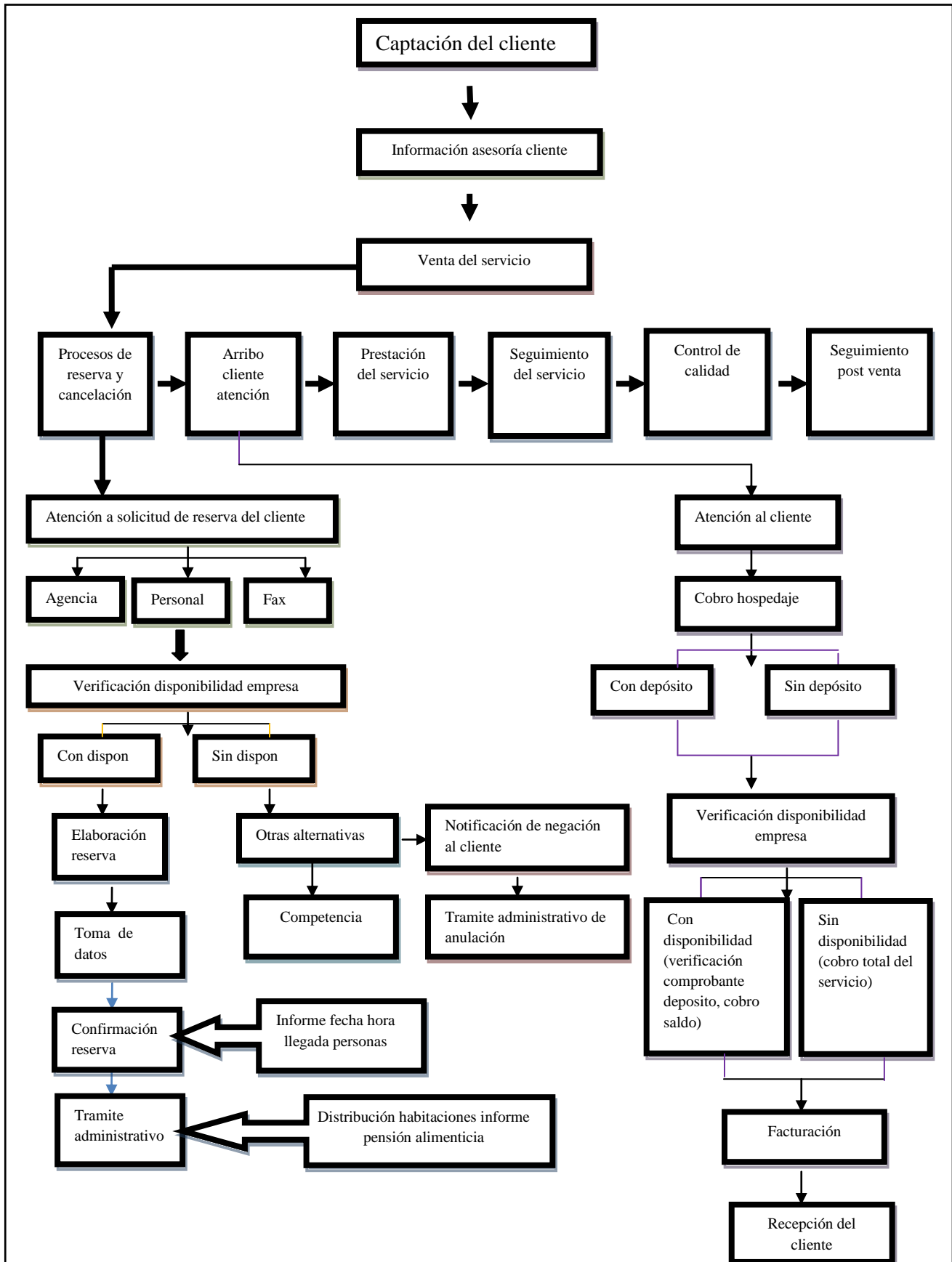
**Figura 25:** Vista planta baja, diseño arquitectónico

4. **Procesos de producción**
  - a. **Flujogramas del proceso productivo**
    - 1) **Diagrama de flujo del proceso productivo**

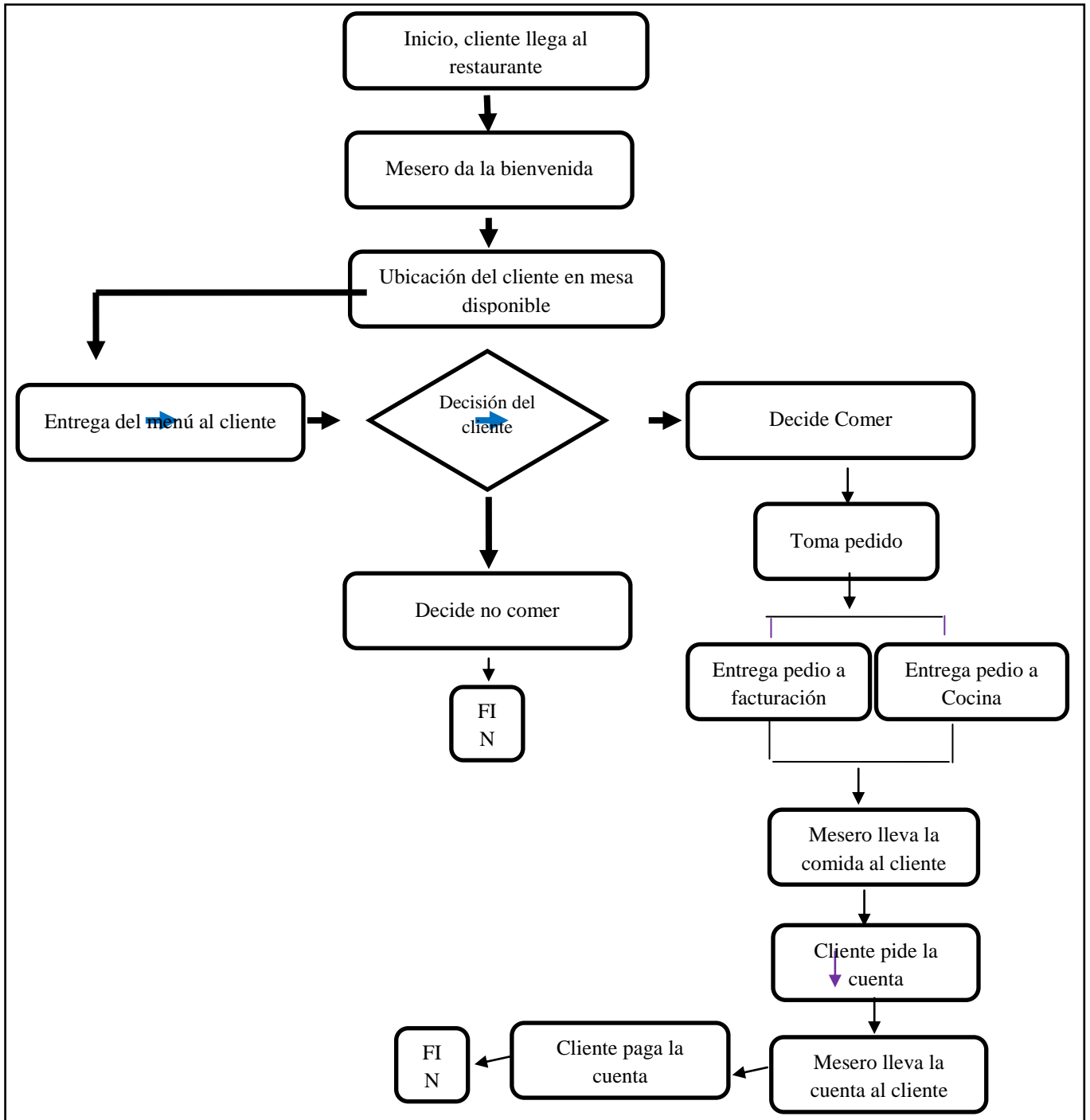


**Figura 26:** Flujograma del proceso productivo

2) Diagrama de flujo del servicio de hospedaje



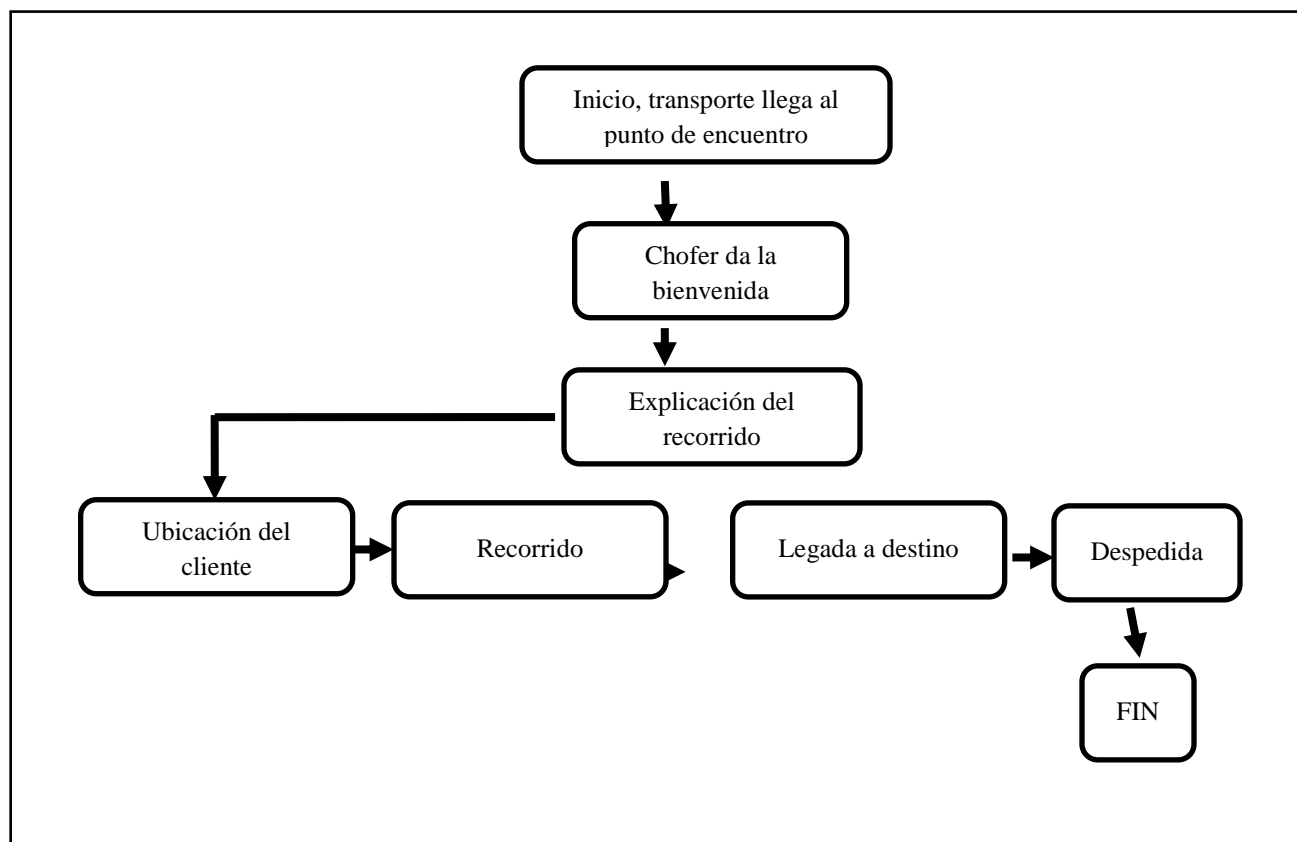
### 3) Diagrama de flujo del servicio de alimentación



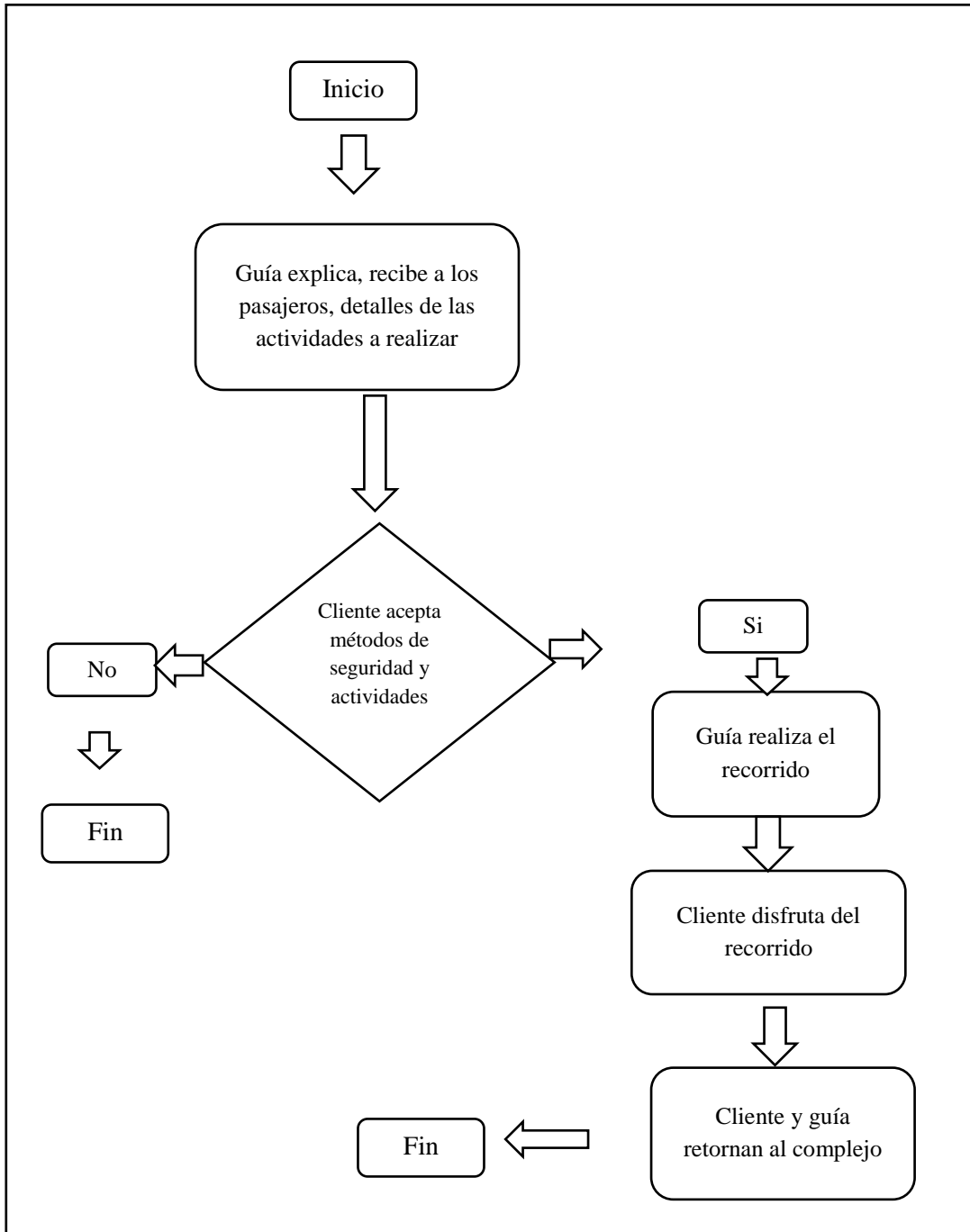
**Figura 28:** Diagrama de flujo del servicio de alimentación



#### 4) Diagrama de flujo del servicio de transporte



**Figura 29:** Diagrama de flujo del servicio de transporte

**5) Diagrama de flujo del servicio de guianza****Figura 30:** Diagrama de flujo del servicio de guianza.



## 6. Requerimiento del departamento comercial

### a. Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial

**Cuadro 6:** Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial

CARGO	Nº	Costo mensual en dólares	Costo anual en dólares, incluye décimo tercer y cuarto sueldo
Secretaria/Recepcionista	1	500,00	6713,16
Mercadotécnico	1	400,00	5513,16
	<b>TOTAL</b>		<b>12226,32</b>

### b. Equipamiento para el área comercial

**Cuadro 7:** Equipamiento para el departamento comercial

Descripción	Cantidad	Costo unitario dólares	Costo total dólares
Computadora	1	900,00	900,00
impresora facturación	2	200,00	400,00
Telefax	1	200,00	45,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Mostrador	1	500,00	500,00
Silla giratoria	1	100,00	100,00
Sala de espera	1	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>2265,00</b>

### c. Requerimiento para publicidad.

**Cuadro 7:** Requerimiento para publicidad.

Medios publicitarios	Cantidad	Precio unitario, dólares	Precio total, dólares
Multimedia webside	1	1250,00	1250,00
Trípticos, afiches, tarjetas presentación	1	1200,00	1200,00
<b>TOTAL</b>			<b>2450,00</b>

**7. Requerimientos para el departamento operacional.**

**a. Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional.**

**Cuadro 8:** Requerimientos de mano de obra para el departamento operacional.

<b>CARGO</b>	<b>Nº</b>	<b>COSTO MENSUAL, dólares</b>	<b>COSTO ANUAL, dólares, incluye décimo tercer y cuarto sueldo</b>
Chef	1	500,00	6713,16
Ayudante de cocina	1	356,58	4992,12
Mesero	1	356,58	4992,12
Camarera	1	356,58	4992,12
Encargado/Guía	1	600,00	7913,16
Chofer	1	500,00	6713,16
Jardinero	1	356,58	4992,12
<b>Total</b>			<b>41307,96</b>

**b. Requerimiento de equipamiento para el área de cocina.**

**Cuadro 9.** Equipamiento para el área de cocina.

<b>Cantidad</b>	<b>Item</b>	<b>Costo unit, dólares</b>	<b>Costo total, dólares</b>
<b>Equipos</b>			
1	Cocina Industrial	600,00	600,00
2	Tanque de gas	200,00	400,00
1	manguera para gas	20,00	20,00
1	Refrigerador	900,00	900,00
1	congelador 2 horizontal 2 puertas	600,00	600,00
1	Horno/asador	400,00	400,00
1	Microondas	150,00	150,00
1	Licuada cuadrada 2 velocidades	200,00	200,00
1	Batidora industrial	200,00	200,00
1	Extractor de jugos	150,00	150,00
2	calentadores de comida	600,00	1200,00
1	Cafetera	500,00	500,00
1	Asadero	241,00	241,00
2	mesas de acero inoxidable trabajo	300,00	600,00
1	Extractor de olores	600,00	600,00
2	Extintor	80,00	160,00
<b>Total Equipos</b>			<b>6921,00</b>
<b>Menaje-Utensillos</b>			

1	Hachuela pequeña	7,00	7,00
5	Tabla de picar	4,00	20,00
2	Olla de presión	120,00	240,00
5	Ollas pequeñas	15,00	75,00
8	Ollas medianas	25,00	200,00
4	Ollas grandes	70,00	280,00
1	Juego de cuchillos	30,00	30,00
1	Juego de cubiertos grande	20,00	20,00
1	Juego de cedazos	10,00	10,00
1	Juego de sartenes	90,00	90,00
8	Recipientes para especias	2,00	16,00
4	Recipientes para sal/azúcar	12,00	48,00
2	Jarra pequeña	2,00	4,00
2	Abre latas	5,00	10,00
2	Saca corchos	10,00	20,00
10	Charoles	12,00	120,00
8	Cucharones	4,00	32,00
4	Pinzas	2,00	8,00
1	Balanzas	20,00	20,00
2	Rallador	2,00	4,00
15	Jarra para jugos	4,00	60,00
5	Docena plato fuerte	15,00	75,00
5	Docena platos hondos	15,00	75,00
5	Docena plato base	12,00	60,00
5	Docena platos/café	14,00	70,00
5	Docena cucharitas	10,00	50,00
5	Docena cucharas	10,00	50,00
5	Docena tenedores	10,00	50,00
5	Docena cubiertos	10,00	50,00
5	Docena vasos whisky	16,00	80,00
5	Docena copas	18,00	90,00
5	Docena vasos/jugo	12,00	60,00
5	Docena tazas/café	15,00	75,00
12	Saleros	2,00	24,00
12	Azucareras	2,00	24,00
12	Pimenteros	2,00	24,00
12	Ajiceros	2,00	24,00
<b>Total menaje</b>			<b>2195,00</b>
<b>Total equipamiento cocina</b>			<b>9116,00</b>

**c. Requerimiento de equipamiento para el área de restaurante**

**Cuadro 10:** Equipamiento para el área de restaurante

<b>Cantidad</b>	<b>Item</b>	<b>Costo unit, dólares</b>	<b>Costo total, dólares</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
10	Mesas de madera	150,00	1500,00
40	Sillas	35,00	1400,00
1	barra	500,00	500,00
1	Decoraciones	400,00	400,00
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>3800,00</b>
<b>Menaje</b>			
10	Mantelería	40,00	400,00
40	Servilletas de tela	7,00	280,00
<b>Total menaje</b>			<b>680,00</b>
<b>Total Equipamiento restaurant</b>			<b>4480,00</b>

**d. Requerimiento equipamiento para el área de hospedaje**

<b>Cuadro 11:</b> Equipamiento para Dormitorios				
<b>Cantidad</b>	<b>Ítem</b>	<b>Costo unit, dólares</b>	<b>Costo por habitación, dólares</b>	<b>Costo total habitaciones, dólares</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
1	Juego de dormitorio (cama 2 plazas, 2 Veladores)	700,00	700,00	5600,00
1	2 Camas 1 plaza ,1 velador	800,00	800,00	3200,00
1	1 cama 2 plazas,3 camas de 1 plaza,6 veladores	1700,00	1700,00	5100,00
1	Juego de muebles (escritorio, silla)	550,00	550,00	8250,00
1	Closet	400,00	400,00	6000,00
1	Cajas fuertes digitales	150,00	150,00	2250,00
1	Colchón 1 plaza	120,00	120,00	2040,00
1	colchón 2 plazas	200,00	200,00	2200,00
1	Lámpara	60,00	60,00	900,00
1	Decoraciones	40,00	40,00	600,00
1	Rodapiés	6,00	6,00	234,00
1	Espejos	8,00	8,00	120,00
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>4734,00</b>	<b>36494,00</b>
<b>Menaje</b>				

1	Cubre cama grande	40,00	80,00	2240,00
2	Almohadas	8,00	32,00	1120,00
1	Protector de colchón	60,00	60,00	1680,00
1	Juego sábanas 2 plazas	25,00	30,00	330,00
1	Juego de sábanas de 1 plaza	20,00	20,00	320,00
1	Juego de 6 armadores	3,00	6,00	48,00
2	Cortinas	40,00	80,00	640,00
1	Cobijas de 2 plazas	25,00	100,00	1100,00
1	cobija de 1 plaza	20,00	20,00	320,00
1	Cortina de baño	30,00	30,00	450,00
4	Toallas pequeñas	3,00	12,00	180,00
4	Toallas grandes	15,00	60,00	900,00
<b>Total menaje</b>			<b>530,00</b>	<b>9328,00</b>
<b>Útiles de aseo</b>				
1	Set desinfectantes	40,00	40,00	600,00
2	Basureros	6,00	12,00	180,00
1	Escobas	3,00	3,00	36,00
1	Trapeadores	3,50	3,50	42,00
<b>Total Menaje</b>			<b>58,50</b>	<b>858,00</b>
<b>Total equipamiento dormitorios</b>			<b>5322,50</b>	<b>46680,00</b>

**e. Requerimiento de equipo para el área de guianza**

**Cuadro 12:** Equipo para el departamento de guianza

Descripción	Cantidad	Costo total ,dólares
vehículo	1	15000,00
<b>TOTAL</b>		<b>15000,00</b>



**f. Requerimiento de implementos y útiles de aseo**

**Cuadro 13:** Requerimiento de implementos y útiles de aseo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario, dólares</b>	<b>Costo total, dólares</b>
Overoles	6	25,00	150,00
Mascarillas	100	0,06	6,00
Gorros desechables	100	0,06	6,00
Toallas de papel	6	7,00	42,00
Botella con atomizador	12	1,50	18,00
Cepillo para lavar ropa	6	1,50	9,00
Trapeadores	12	3,00	36,00
Guantes de caucho negro	12	1,50	18,00
Pala para basura	12	1,50	18,00
Destapa cañerías	2	3,00	6,00
Cepillo limpia sanitarios	6	4,00	24,00
Escobas	12	3,00	36,00
Basureros metálicos	12	15,00	180,00
Manguera	3	20,00	60,00
Baldes	5	3,00	15,00
Desinfectantes	12	4,00	48,00
Detergentes	12	2,50	30,00
Fundas de basura	100	0,70	70,00
Jabón platos	24	2,50	60,00
Estropajos	36	0,60	21,60
Limpiones	12	1,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>865,60</b>

**g. Requerimiento de materia prima para el área de cocina**

**Cuadro 14** Materia prima para el área de cocina.

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo total anual, dólares</b>
Café	Frasco	3	3	9	108
Chocolate en polvo	Frasco	2	4	8	96
Hierbas infusión	Cartón	3	1,5	4,5	54
Leche	Litro	24	0,65	15,6	187,2
Huevos	Cubeta	3	3,4	10,2	122,4
Pimienta	Funda	5	1	5	60
Sal	Funda	2	0,75	1,5	18
Queso grande	Unidad	5	2,5	12,5	150
quesomozarella	unidad	5	7	35	420
Frutas	Canasto	3	30	90	1080
Vegetales	Canasto	3	30	90	1080
Azúcar	Libra	100	0,35	35	420
Arroz	Libra	100	0,58	58	696
pulpa de frutas	libra	40	0,75	30	360
higos	unidad	100	0,25	25	300
mora silvestre	libra	10	1	10	120
Papas	Quintal	1	0,26	0,26	3,12
Vinagre	Botella	2	1,5	3	36
Aceite	Botella	4	2	8	96
Lomo de res	Libra	10	2	20	240
Lomo de cerdo	Libra	10	4	40	480
Pollo	Unidad	6	9	54	648
Sazonador	Cartón	8	1,2	9,6	115,2
cyrup chocolate	frasco	10	7	70	840
chocolate barra	unidad	10	3	30	360
Espicias	Funda	10	0,75	7,5	90
Fósforos	Paquete	3	0,8	2,4	28,8
Toallas de cocina	Paquete	3	4	12	144
Mermelada	Frasco	3	1,5	4,5	54
Harina	Funda	3	3	9	108
<b>TOTAL</b>				<b>709,56</b>	<b>8514,72</b>

### h. Requerimiento de insumos área de Restaurant

**Cuadro 15:** Insumos para el área de restaurant.

Descripción	Cantidad	Costo unitario, dólares	Costo total, dólares	Costo anual, dólares
Servilletas	1	3,00	3,00	15,00
Sorbetes	1	2,00	2,00	14,00
Palillos	2	0,50	1,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>6,00</b>	<b>41,50</b>

### i. Requerimiento para el área guianza

**Cuadro 16:** Insumos para el área de guianza.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo anual
combustible extra	40	2,36	94,40	1132,80
<b>TOTAL</b>			<b>94,40</b>	<b>1132,80</b>

## 8. Requerimientos para el departamento administrativo

### a. Requerimientos de mano de obra para el área administrativa

**Cuadro 17:** Mano de obra área administrativa.

CARGO	Nº	Costo mensual, dólares	Costo anual, dólares, incluye décimo tercer y cuarto sueldo
Gerente General	1	1000,00	12713,16
<b>Total</b>			<b>12713,16</b>

**b. Requerimiento equipamiento área administrativa**

**Cuadro 18:** Equipos área administrativa.

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario, dólares</b>	<b>Costo total, dólares</b>
Computadora	1	900,00	900,00
Teléfono	1	45,00	45,00
televisión	1	400,00	400,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Escritorio	1	300,00	300,00
Silla giratoria	1	100,00	100,00
Sillas de madera	2	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>1825,00</b>

**c. Requerimiento de insumos para el área administrativa**

**Cuadro 19:** Insumos área administrativa.

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo anual</b>
esferos	3	0,5	1,5	18
resma papel bond	2	5	10	120
grapadora	1	7	7	84
perforadora	1	7	7	84
corrector	1	2	2	24
resaltador	3	1	3	36
lápices	3	0,4	1,2	14,4
caja de grapas	2	1	2	24
<b>TOTAL</b>			<b>33,7</b>	<b>404,40</b>

9. **Requerimiento de costos de servicios básicos**

**Cuadro 20:** Costo de servicios básicos.

<b>Servicio</b>	<b>Costo mensual, dólares</b>	<b>Costo anual, dólares</b>
Energía eléctrica	200,00	2400,00
Agua	60,00	720,00
Teléfono fijo	100,00	1200,00
Teléfono celular porta	60,00	720,00
<b>Total</b>	<b>420,00</b>	<b>5040,00</b>

10. **Requerimientos de gastos de constitución**

**Cuadro 21:** Gastos de constitución.

<b>GASTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR , dólares</b>
De constitución	IEPI	230,00
	Otras instituciones	200,00
De permisos, patentes y licencias.	Registro de MINTUR	210,00
	Permiso sanitario	204,00
	Licencia de funcionamiento	139,62
	Otras instituciones	30,00
<b>TOTAL</b>		<b>1013,62</b>

11. **Requerimientos para el departamento financiero**

a. **Requerimiento de mano de obra departamento financiero**

**Cuadro 22:** Mano de obra departamento financiero

<b>CARGO</b>	<b>Nº</b>	<b>Costo mensual, dólares</b>	<b>Costo anual, dólares, incluye décimo tercer y cuarto sueldo</b>
Contador	1	500,00	6713,16
<b>Total</b>			<b>6713,16</b>

**b. Requerimiento equipamiento para el departamento financiero**

**Cuadro 23:** Equipos departamento financiero

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario dólares</b>	<b>Costo total dólares</b>
Computadora	1	900,00	900,00
software contable	1	2000,00	2000,00
impresora matricial	1	600,00	600,00
Teléfono	1	45,00	45,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Escritorio	1	300,00	300,00
Silla giratoria	1	100,00	100,00
Sillas de madera	2	30,00	60,00
Archivador	1	150,00	150,00
<b>TOTAL</b>			<b>4175,00</b>

**12. Análisis de precios**

**Cuadro 24: Análisis de precios competencia y precio de producción**

COMPETENCIA	PRECIO DE LA COMPETENCIA, dólares			PRECIO DE LA DEMANDA, dólares	PRECIO DE PRODUCCION, dólares		
	Hospedaje	Alimentación	Guianza		Hospedaje	Alimentación	Guianza
REFUGIO CAPAC HURCU	15,00	0,00	20,00	TURISTAS NACIONALES			
HOSTERIA HACIENDA RELECHE	15,00	8,00	20,00	Menos de 50	20,00	15,00	20,00
HOSTERIA UTUÑAG	20,00	8,00	0,00				
ALBERGUE LA CANDELARIA	12,00	6,00	20,00	TURISTAS INTERNACIONALES	20,00	15,00	20,00
HOSTERIA SANTA MONICA	120,00	15,00	0,00	Menos de 50			
HOSTERIA VULCANO GREEN	15,00	10,00	0,00				

## **C. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1. Identificación de acciones que pueden causar impacto.**

#### **a. Fase de instalación**

##### **1) Movimiento de tierra**

Aquí se realizarán trabajos de replanteo del terreno, aplanamiento y deforestación, por lo que se deberá crear acciones que recompensen a futuro estas acciones.

##### **2) Montaje de la obra.**

La planta turística será creada en esta fase, y sus impactos deben ser tomados en cuenta con las respectivas acciones de mitigación.

#### **b. Fase de operación.**

##### **1) Operación turística.**

La actividad turística como tal, conlleva la interacción de la naturaleza con el ser humano, por este motivo, debemos tomar las acciones correspondientes para el proyecto.

##### **2) Actividades turísticas (Hospedaje y Restaurante)**

Estas actividades serán las principales para atraer turismo al proyecto, por esta razón deben ser tomadas en cuenta para mitigar su impacto en el medio.

##### **3) Actividades recreacionales.**

Las actividades desarrolladas en el complejo serán de suma importancia para el proyecto y deben ser tomadas en cuenta para lograr mitigar su influencia en la naturaleza.

##### **4) Educación Ambiental**

Sensibilizar a los visitantes de nuestro proyecto, debe ser fundamental como prevención de posibles daños medio ambientales.

##### **5) Eliminación de desechos**

La generación de desechos orgánicos e inorgánicos, su recolección y eliminación, son parte importante de toda operación turística. En nuestro proyecto deben ser tomados en cuenta.

##### **6) Fuentes de trabajo**

Nuestro organigrama es donde se muestra claramente que nuestro proyecto generará fuentes de trabajo para la comunidad de manera formal.



## **2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno que pueden recibir impactos.**

### **a. Aire**

Un estudio de gases contaminantes se debe realizar, como principal impacto a este elemento vital, debido a la utilización de vehículos desde la construcción de complejo hasta la operación turística.

### **b. Suelo**

Captación y contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos, deben ser evaluados como principales impactos sobre el suelo de la zona, en la construcción y desarrollo del proyecto.

### **c. Flora y fauna**

La flora perdida en el proceso de construcción será algo real, además que la operación turística, traerá visitantes, que modificaran el comportamiento animal del área.

Por esta razón evaluaremos la modificación del habitat, alejamiento de especies de fauna, perdida de flora y reforestación de especies nativas para mitigar el impacto en la zona.

### **d. Socio económico**

Debido a la afluencia turística y la operación implantada en el complejo es obvio que se desarrollara una generación de nuevas fuentes de trabajo en el sector además, de un intercambio cultural entre los visitantes y la gente de la localidad.

Sera de importancia crear en nuestro proyecto un sistema de fomento de actividades al aire libre, vida sana y relación de afecto con la naturaleza, que es donde se desarrollara el proyecto como tal.

Evaluaremos entonces; el intercambio cultural, aumento de turismo en la zona, fomento de deportes y esparcimiento, sensibilización de turistas y la dinamización de la economía local.

### **e. Paisaje**

En esta área analizaremos; Generación y eliminación de basura, modificación del entorno y la perturbación por ruido. Debido a que la operación turística como tal, genera desperdicios, ruido en el ambiente donde se encuentra. Además que la construcción del complejo como tal modificara el entorno.

### 3. Matriz de evaluación de impactos

**Cuadro25:**Matriz de evaluación de impactos del Complejo turístico Hacienda San Vicente

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Movimiento	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreativas	6. Educación	7. Eliminación	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	
<b>A. AIRE</b>	X	X	X						Emisión de gases contaminantes	(-)	1	1	C	Pr	2	3	C	N	6
<b>B. SUELO</b>	X	X							Compactación	(-)	1	1	D	Pr	2	3	M	N	6
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos orgánicos e	(-)	1	1	C	Sc	1	3	C	N	5
<b>C. AGUA</b>					X	X			Revalorizar la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X	X					X		Modificación del hábitat	(-)	1	2	C	Pr	1	1	C	N	4
	X	X		X	X		X		Alejamiento de especies de fauna	(-)	1	2	C	Sc	2	2	C	N	6
	X	X		X					Perdida de flora	(-)	1	2	C	Sc	2	3	C	N	7
		X				X			Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	6
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	1	3	D	Pr	2	3	L	S	8
					X	X			Sensibilización de turistas	+	1	2	D	Pr	2	3	M	S	7
				X	X	X			Intercambio cultural	+	1	1	C	Pr	2	3	M	S	6
	X	X	X	X	X			X	Dinamización de la economía local	+	1	2	D	Pr	2	3	M	S	7
					X				Fomento de deportes y esparcimiento	+	1	2	D	Pr	2	3	M	S	7
<b>F. PAISAJE</b>	X	X		X	X		X		Generación y eliminación de Basura	(-)	1	2	D	Pr	1	1	C	N	4
	X	X		X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	X	X					X		Modificación del Entorno	(-)	1	2	C	Pr	1	3	C	N	5

**4. Matriz de cuantificación del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente**

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL(+)	TOTAL(-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
<b>A</b>	-	-	-						-	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>B</b>	-6, -5	-6, -5		-	-		-		-	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>C</b>					+	+			<b>1</b>	-	<b>1</b>
<b>D</b>	-4, -6, - 7	-4, -6, - 7, +6		-6, -7	- 6	+ 6	-4, -6		<b>1</b> <b>2</b>	<b>6</b> <b>3</b>	<b>7</b> <b>5</b>
<b>E</b>	+ 7	+ 7	+ 7	+8, +6, + 7	+8, +7, +6 ,	+8, +7, + 6		+ 7	<b>10</b> <b>5</b>	-	<b>10</b> <b>5</b>
<b>F</b>	-4, -3, - 5	-4, -3, - 5		-4, -3	-4, -3		-4, -5		-	<b>4</b> <b>7</b>	<b>4</b> <b>7</b>
<b>TOTAL(+)</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	-	<b>7</b>	<b>9</b>		
<b>TOTAL(-)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	-	<b>2</b>	-		<b>16</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>7</b>			<b>29</b>

**Cuadro: 26** Matriz de cuantificación del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

## **5. Interpretación de la matriz de impacto del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente**

La creación de dos matrices fue necesarias para determinar el impacto en el medio ambiente, y así obtener resultados reales en cuanto a esta evaluación.

Un valor de 91 sobre la variable negativa de 165, dando un resultado negativo, debido a la construcción del complejo, que es la etapa inicial del proyecto.

El valor de 40 positivo, se obtuvo de las actividades recreacionales, siendo estas las más beneficiosas, tanto por su aporte a la creación de nuevas fuentes alternativas de trabajo, como la sensibilización a las actividades al aire libre y cuidado a la naturaleza, tanto de la gente de la zona, como de los futuros visitantes al complejo.

La construcción de la obra y el movimiento de tierras, obtuvieron un valor de 46 negativos, mostrando ser las acciones de mayor impacto, es aquí donde debemos procurar mantener un mayor control, para evitar la menor afectación al área.

La parte más beneficiada, de los componentes ambientales, con un valor de 105 positivo, es la socio-económica. Todas las fuentes de trabajo directas o indirectas que se logren en el proyecto ecoturístico, beneficiaran la economía de forma general. Se creara conciencia ecológica y ambiental, durante el desarrollo del proyecto a lo largo del tiempo. Y en donde se deberá trabajar con responsabilidad, es en el intercambio cultural visitante- comunidad, para que exista un responsable acoplamiento del visitante en la zona, y se mantenga un respeto mutuo, necesario para una experiencia positiva de ambas partes.

El proyecto como tal y su implementación, en la flora y fauna del lugar, tendrían un valor de 63 negativos. Siendo este el aspecto de mayor relevancia, en cuanto a la modificación del habitat donde se creara el proyecto. Por esta razón la reforestación será nuestra principal acción de mitigación de impacto en la zona, permitiéndonos lograr a futuro que nuestro paisaje se vea afectado visiblemente, y así nuestro crecimiento turístico no decaiga.

## 6. Plan de Manejo Ambiental

**Cuadro 27:** Plan de manejo ambiental

<b>COMPONENTE</b>	<b>IMPACTOS</b>	<b>MEDIDAS</b>	<b>RESPONSABLE</b>		<b>CUANDO</b>		<b>REQUERIMIENTO</b>	<b>COSTO</b>
<b>AIRE</b>	Emisión de gases contaminantes.	Control en avance de obra	Arquitecto	Gerente	Inicio de obra civil	Diario	-	0,00
		Instalación de extractor de olores en cocina	Técnico	Gerente	Montaje general cocina	Anual	Extractor de olores o campana	600,00
<b>SUELO</b>	Compactación	Implementación de senderos	Arquitecto	Gerente	Inicio de obra civil	Diario	Elaboración de senderos como se encuentra detallado en la implementación del complejo	0,00
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Manejo de desechos	Arquitecto	Gerente	Finalización de obra civil	Semanal	Separación de desechos orgánicos e inorgánicos a través de unidades de punto limpio	150,00
<b>AGUA</b>	Revalorizar la naturaleza	Implementación de señalética de concientización de uso adecuado del agua	Personal del complejo	Gerente	Finalizada la obra civil	anual	Letrero plegables, 25 unidades	200,00
<b>FLORA Y FAUNA</b>	Modificación del habitat	Reforestación del terreno	Arquitecto	Gerente	Etapas intermedia de construcción de la obra civil(75%)	Semestral	Colocación de plantas como: Oreopanax equadorensis, polylepis incana para bordes y cerramientos, ambrosia arborescens, Malus peruviana, Salanum	0,00

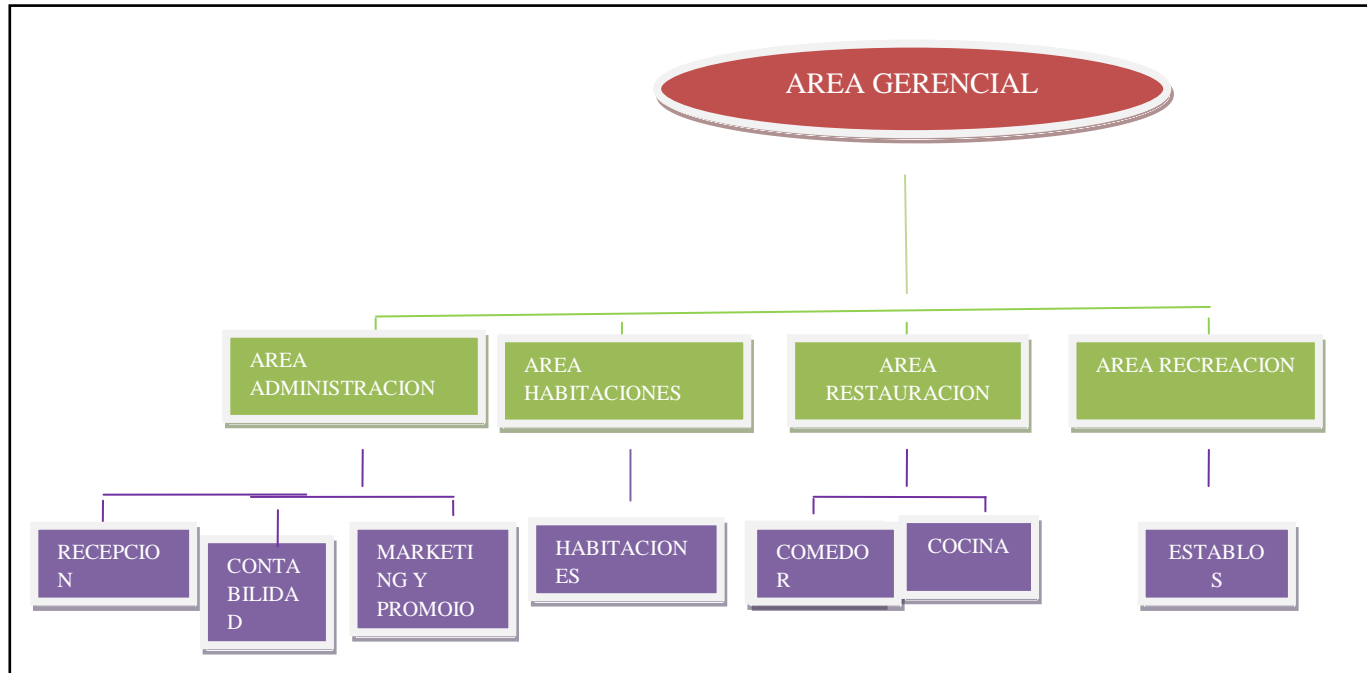
							nigrum, Brugmansia aurea para decoración en jardines.	
	Alojamiento de especies de fauna	con plantas nativas de la zona.						
	Perdida de flora							
	Reforestación de especies nativas							
<b>SOCIO ECONOMICO</b> –	Aumento de turismo en la zona	Capacitación al personal y a la comunidad sobre turismo sostenible						
	Sensibilización del turista	Implementar señalética con mensajes de conservación, incentivo al turismo y placas de información de las plantas nativas.						
	Intercambio Cultural							
	Dinamización de la economía local							
	Fomento de deportes de esparcimiento	Implementación de una carrera por la naturaleza	Llamado a la comunidad	Gerente	Gerente	-	Anual	100,00
<b>PAISAJE</b>	Generación y eliminación de basura	Desechos entregados a plantas recicladoras.	Arquitecto y personal de limpieza del complejo	Gerente	Inicio de operaciones del complejo	Diario	Unidades de punto limpio para desechos orgánicos e inorgánicos	50,00

	Perturbación por ruido	Control de plazos de construcción obras civiles	Arquitecto	Gerente	Construcción del complejo	Diario	Control de obra civil	0,00
	Modificación del entorno	Reforestación del terreno con especies nativas	Arquitecto	Gerente	Etapas de construcción	Semestral	Colocación de plantas como: Oreopanax equadorensis, polylepis incana para bordes y cerramientos, ambrosia arborescens, Malus peruviana, Salanum nigrum, Brugmansia aurea para decoración en jardines.	0,00
	Compactación	Control de plazos de construcción obras civiles	Arquitecto	Gerente	Etapas de construcción	Diario	Control de obra civil.	

## D. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA – LEGAL

### 1. Estructura organizativa de la empresa

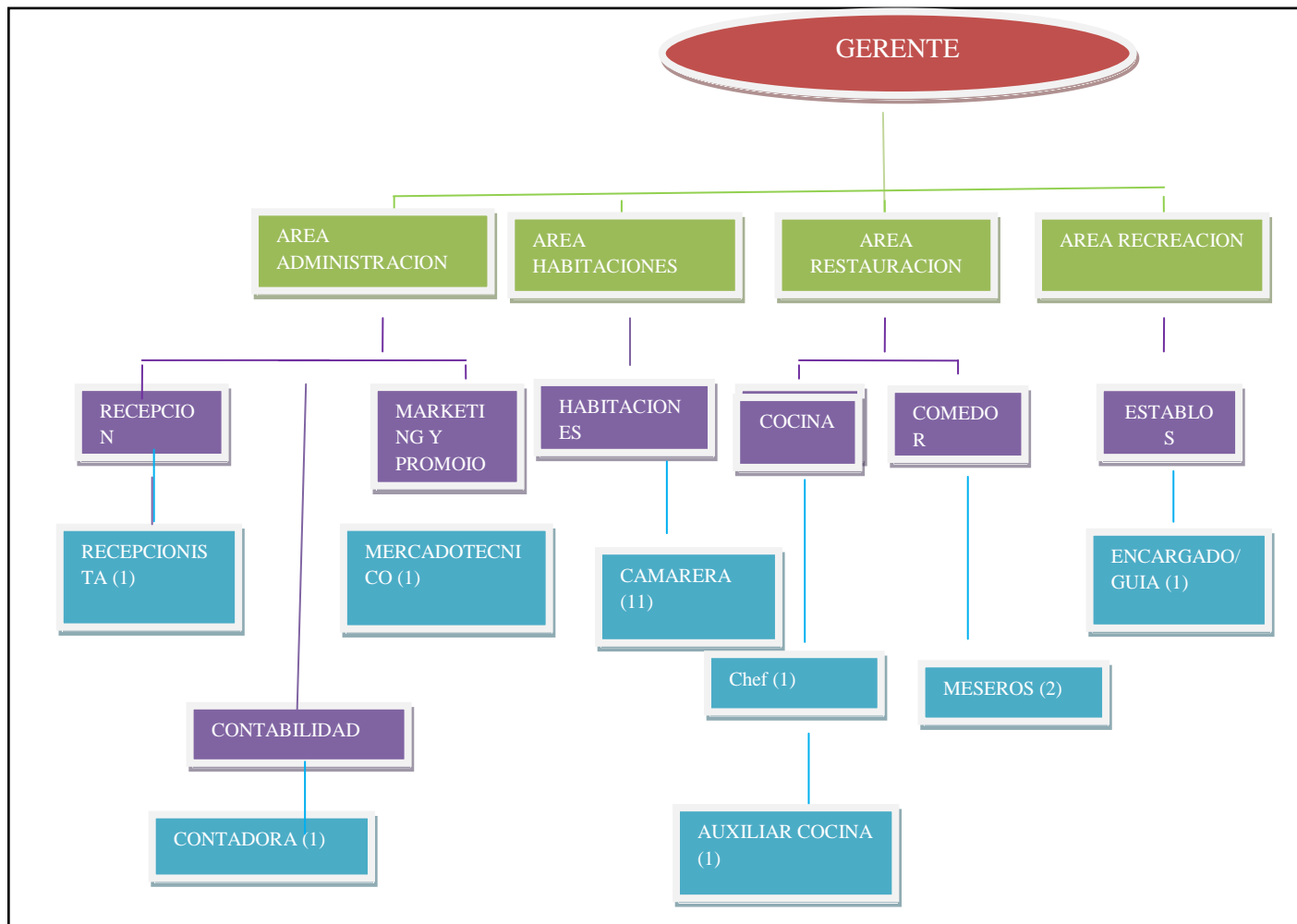
#### a. Organigrama estructural



**Figura 31:** Organigrama estructural



### b. Organigrama funcional



**Figura 32:** Organigrama Funcional.

## 2. Manual de funciones de la empresa

**Cuadro 28:** Manual de funciones del gerente

<b>CARGO</b>	<b>GERENTE</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación superior, en carreras administrativas o turísticas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas básicas de planificación y control.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración especializada en servicios turísticos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas básicas de definición de calidad, costos, servicios y políticas comerciales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas básicas de negociación y administración de contratos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones en situaciones críticas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para solucionar conflictos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección del personal calificado y conducción del mismo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delegación de funciones a las personas capacitadas para realizarlas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de las pautas de actuación para cada área operativa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de todas y cada una de las áreas en que se divide el establecimiento.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación del personal a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de políticas e incentivos .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportación de nuevas ideas y soluciones .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de horarios licencias y vacaciones .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de políticas empresariales .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijación de sanciones e incentivos para el personal .</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de descuentos especiales.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones públicas para el complejo.</li> </ul>
--	---

**Cuadro 29:** Manual de funciones de la Recepcionista/secretaria

<b>CARGO</b>	<b>RECEPCIONISTA/SECRETARIA</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación superior, en carreras administrativas o turísticas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional, tarifas a cobrar, horarios con descuento, posibilidades de uso celular no local, números de teléfono útiles en caso de emergencia y uso de la guía telefónica.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Términos técnicos en turismo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad y costos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos de higiene personal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglas de etiqueta y protocolo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones humanas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones en situaciones críticas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para solucionar conflictos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención de reservas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar el planning de reservas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación del cliente, Registro de solicitud de reserva.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información y asesoría al cliente venta del servicio.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de slip de reserva.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del planning de reservas anuales y mensuales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro, control, cambios, extensiones, notificaciones, y cancelación de las reservas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control del depósito de cuenta de reservaciones que reciba de los clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibimiento y atención al cliente .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación de habitaciones, entrega de tarjeta de</li> </ul>

<b>RESPONSABILIDADES</b>	bienvenida.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención y solución a problemas y quejas presentadas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerciorarse de la correcta identidad de los clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución a problemas o quejas del establecimiento .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control reservas .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del cardex.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe diario de reservas a cocina y habitaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación con otras áreas para controlar servicios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento post venta de los clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de políticas que marquen las normas de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener al día el cuadro de disponibilidad de habitaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocerá las características del establecimiento y sus servicios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar reportes de reservaciones y ocupaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar suministros.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar las tarjetas de historia del huésped.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar paquetes y planes especiales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificación de depósito de pago y cobro de saldo pendiente a los clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de servicios a los clientes, y de todas las actividades que podrían realizar.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de llamadas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a las solicitudes de llamadas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del parte del mensaje o comunicación .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar y archivar el reporte de llamadas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención de las personas que llegan a la oficina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibimiento de solicitudes de reservaciones .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover servicios del establecimiento.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de oficios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar la hoja del control de ocupación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar reportes, archivar.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar correspondencia del departamento de reservaciones a otros departamentos (reportes, memorándums, circulares etc.).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar de mantener la oficina siempre limpia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resguardo y entrega de llaves..</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de recados.</li> </ul>	

**Cuadro 30:** Manual de funciones del Mercadotécnico

<b>CARGO</b>	<b>MERCADOTECNICO</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación superior, en carreras de marketing, diseño, comercial, publicidad o afines.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en leyes tributarias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de normas laborales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informática y software contables.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos de procedimientos contables.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de productos, servicios comerciales y del destino vendido.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer recorrido e itinerario para realizar la promoción.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar frecuentemente los nuevos productos y servicios de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y desarrollar nuevas técnicas de promoción.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambios en el mercado.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar investigaciones de mercado para determinar nuevos servicios turísticos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar campañas promocionales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer acuerdos y alianzas comerciales.</li> </ul>

**Cuadro 31:** Manual de funciones del contador

<b>CARGO</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación superior, en Contabilidad y Auditoría.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas básicas de planificación, control y método.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de mercadeo por internet.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas básicas de definición de calidad, costos, servicios y políticas comerciales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos para promoción utilizados en el turismo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de productos, servicios comerciales y del destino vendido.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocabulario técnico del turismo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad para entablar relaciones personales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persuasivo, con capacidad de vender sus ideas y proyectos.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar el libro diario, el libro mayor, el balance general.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar el estado de pérdidas y ganancias, el ejercicio económico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manejar el software contable del establecimiento.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar declaraciones mensuales de iva.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar declaraciones patrimoniales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar declaración del impuesto a la renta.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar contratos, despidos, renunciaciones y liquidaciones laborales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pago a proveedores con egresos de cajas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pagos de servicios básicos.</li> </ul>

**Cuadro 32:** Manual de funciones del Chef

<b>CARGO</b>	<b>CHEF</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Educación superior, en Preparación y manejo de alimentos, o carreras afines.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principios de administración de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguridad industrial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje de platos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de aprovechamiento y porcionamiento de alimentos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura y aroma.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maquinaria, equipos y utensilios de cocina.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad para entablar relaciones personales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persuasivo, con capacidad de vender sus ideas y proyectos.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección del menú diario.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobación del estado de las instalaciones de la cocina y solicita su reparación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petición de personal extra en ocasiones especiales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control diario de reservaciones, revisión del planning de reservas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verifica y aprueba la compra de insumos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisa permanentemente la calidad y porción de los platos que se sirven al cliente.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de platos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de presentación de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de las instalaciones y equipos necesarios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza general del área.</li> </ul>

**Cuadro 33:** Manual de funciones del asistente de cocina

<b>CARGO</b>	<b>AYUDANTE DE COCINA</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción mínima bachiller.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principios de administración de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad industrial.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje de platos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de aprovechamiento y porcionamiento de alimentos .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>color, textura y aroma.</li> <li>• Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.</li> <li>• Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación.</li> <li>• Maquinaria, equipos y utensilios de cocina.</li> <li>• Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.</li> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> <li>• Facilidad para entablar relaciones personales.</li> <li>• Organizado y cuidadoso de su aseo personal.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia en la confección del menú y elaboración de los platos.</li> <li>• Selección y limpieza de insumos de cocina.</li> <li>• Limpieza de las instalaciones.</li> <li>• Lavado de vajilla.</li> <li>• Control de caducados en inventario.</li> <li>• Manejo de cardex de cocina.</li> <li>• Requerimientos de reposición de insumos de cocina.</li> <li>• Armado de platos pre-servicio.</li> </ul>

**Cuadro 34:** Manual de funciones de meseros

<b>CARGO</b>	<b>MESERO</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción mínima bachiller.</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas.</li> <li>• Principios de administración de alimentos y bebidas.</li> <li>• Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio.</li> <li>• Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas.</li> <li>• Seguridad industrial.</li> <li>• Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina.</li> <li>• Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje de platos.</li> <li>• Técnicas de aprovechamiento y porcionamiento de alimentos .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura y aroma.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentación.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria, equipos y utensilios de cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad para entablar relaciones personales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizado y cuidadoso de su aseo personal.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia en la confección del menú y elaboración de los platos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección y limpieza de insumos de cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de las instalaciones .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavado de vajilla .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de caducados en inventario.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de cardex de cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requerimientos de reposición de insumos de cocina.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armado de platos pre-servicio.</li> </ul>

**Cuadro 35:** Manual de funciones de Camareras

<b>CARGO</b>	<b>CAMARERAS</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción mínima bachiller.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocabulario básicotécnico relativo al servicio mantenimiento y aseo de áreas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos de higiene básicos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos en montaje de habitaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutinas de lavandería.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de cardex.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos de privacidad y seguridad del huésped.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operación de equipos de uso común en las habitaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manipular objetos con firmeza y habilidad motriz.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detallista, metódico y ordenado en sus funciones diarias.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auxiliar de limpieza en todas las áreas del establecimiento.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobación del estado de las instalaciones y solicita la reparación de las averías pudieran a ver surgido.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento de instalaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de anomalías a administrativo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de suministros de limpieza.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventariación de elementos de limpieza existentes y faltantes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido y supervisión de áreas para intervenir su limpieza.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrar los programas de limpieza.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de servicios complementarios a los clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de quejas de clientes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de inventarios de ropa del establecimiento (habitaciones, comedor, salón, uniformes del personal, etc.).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de ropa del establecimiento .</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a la ropa de clientes (lavado, planchado).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobar el estado de las instalaciones y solicitar la reparación de las averías que pudieran a ver surgido.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento de instalaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de anomalías a administrativo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de suministros de limpieza.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventariación de elementos de limpieza existentes y faltantes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de quejas de clientes.</li> </ul>

**Cuadro 36:** Manual de funciones de Jardinero

<b>CARGO</b>	<b>JARDINERO</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima en áreas similares de 1 año.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocabulario básico técnico relativo al servicio mantenimiento y aseo de áreas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos de higiene básicos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de preparación de terrenos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de uso de equipos de jardinería básicos.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento de plantas ornamentales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos de privacidad y seguridad del huésped.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manipular objetos con firmeza y habilidad motriz.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detallista, metódico y ordenado en sus funciones diarias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar los jardines.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podar.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer malezas y eliminarlas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar plagas y enfermedades, y eliminarlas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regar continuamente las áreas verdes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.</li> </ul>

**Cuadro 37:** Manual de funciones para encargado/guía

<b>CARGO</b>	<b>ENCARGADO / GUIA</b>
<b>PERFIL:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía nativo II, Guía Naturalista II, Guía Nacional.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio del idioma inglés oral y escrito.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares.</li> </ul>
<b>ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de primeros auxilios básicos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de técnicas de supervivencia.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de normas de seguridad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de técnicas interpretativas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de gps.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de cardex.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos de los principales atractivos cercano al proyecto.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de vías de acceso .</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva.</li> </ul>
<b>DESTREZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista con el desarrollo de la actividad a su cargo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactivo en su actividad diaria.</li> </ul>
<b>RESPONSABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manipular objetos con firmeza y habilidad motriz.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detallista, metódico y ordenado en sus funciones diarias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado de los animales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de los animales.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de inventarios de accesorios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprobación el estado de las instalaciones y solicita la reparación de las averías que pudieran haber surgido.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza general y mantenimiento diario de las instalaciones.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación y ornamentación del lugar.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de visitantes al área de caballerizas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicación de normas de seguridad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de estándares de atención al cliente.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos guiados.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducir el vehículo en recorrido turístico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominar rutas, itinerarios, vías de acceso principales y alternativas.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar con anterioridad sobre posible alteración de itinerarios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir trayectos, punto de parada y de estacionamiento del vehículo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar y aplicar toda señalización turística y de tránsito.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por la protección del medio ambiente.</li> </ul>	

### 3. Políticas de remuneración del negocio

**Cuadro 38:** Remuneración del departamento administrativo

CARGO	N	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL, DECIMO TERCERO Y CUARTO(\$)
Gerente General	1	1000	12713,16
<b>Total</b>			<b>1273,16</b>

**Cuadro 39:** Remuneración del departamento comercial

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL, DECIMO TERCERO Y CUARTO(\$)
Secretaria/Recepcionista	1	500	6713,16

Mercadotécnico	1	400	5513,16
	<b>TOTAL</b>		<b>12226,32</b>

**Cuadro 40:** Remuneración del departamento financiero

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL, DECIMO TERCERO Y CUARTO(\$)
Contador	1	550	6713,16
<b>Total</b>			6713,16

**Cuadro 41:** Remuneración del departamento operacional

CARGO	Nº	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL, DECIMO TERCERO Y CUARTO(\$)
Chef	1	500	6713,16
Ayudante de cocina	1	356,58	4992,12
Mesero	1	356,58	4992,12
Camarera	1	356,58	4992,12
Encargado/Guía	1	600	7913,16
Chofer	1	500	6713,16
Jardinero	1	356,58	4992,12
<b>Total</b>			41307,96

#### 4. Reglamento Interno de Trabajo del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

El reglamento interno para los trabajadores nos permitirá lograr un eficiente trabajo en el proyecto(Ver Anexo 3).

#### 5. Políticas para los visitantes del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente

1. En caso de tormenta eléctrica o lluvia, por favor tome precauciones y/o pida instrucciones.
2. En caso de emergencia o actividad volcánica se le solicita que siga las instrucciones del personal del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.
3. Los adultos deben supervisar a sus hijos todo el tiempo y en todas las áreas.
4. No está permitido ir más allá de los límites de la propiedad.
5. Ningún visitante puede ingresar con comida y bebidas al complejo ecoturístico.
6. No está permitido ingresar a la propiedad con botellas o contenedores de vidrio.
7. Los huéspedes deben ser cuidadosos al visitar y caminar en las áreas comunes ya que el suelo puede estar húmedo o mojado.

8. Quienes han sufrido ataques al corazón o sufren de hipertensión deben informar sobre esto a los trabajadores del complejo, para mantener visibilidad sobre su caso.
9. No está permitido remover plantas de las áreas de las aguas termales.
10. Está permitido tomar fotografías personales y video. Sin embargo, no está permitido tomar fotografías o videos de otros huéspedes.
11. Para fotografías o videos con fines profesionales, educativos o promocionales por favor contacte al departamento de mercadeo para aprobación y para coordinar una visita guiada de las instalaciones.
12. Los intrusos no están permitidos.
13. De acuerdo con la Ley de Ambiente Libre de Humo de Tabaco de Ecuador, fumar en todas las áreas públicas ya sean internas o externas está estrictamente prohibido. Esta legislación incluye todas las áreas del complejo turístico.

## **6. Viabilidad legal**

El “**COMPLEJO ECOTURÍSTICO HACIENDA SAN VICENTE**”, se constituyó como una iniciativa privada a través de la administración de una persona natural, a nombre de Luis Rodolfo Cedeño Miño, de constitución legal, que se fundamenta legalmente en las leyes de la República del Ecuador. Las cuales detallamos a continuación:

### **a. Extractos de ley que abalicen la creación de la empresa y leyes requeridas**

#### **1) Constitución política de la República del Ecuador**

**Art.66.Numeral15:** El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

**Art.66.Numeral25:** derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

**Art83.Literal6.** Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

## 2) Ley de Turismo

**Art.5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La intermediación, agencias de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art.8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Honorable Congreso Nacional, 2002) (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art.10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederá a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

## 3) Reglamento general de aplicación a la ley de turismo

**Art.45.-** Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresamente señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la

prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

#### a) Del registro único de turismo

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrá el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art. 48.-** Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

#### c) De la licencia única anual de funcionamiento

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art. 56.-** Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la Licencia Única Anual de Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Artículo 10 de la Ley de Turismo. (Honorable Congreso Nacional, 2002) (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art. 60.-** Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente. (Honorable Congreso Nacional, 2002)



#### 4) Reglamento General de actividades turísticas

**Art.31.-** Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuyas instalaciones y servicios permitan al cliente disfrutar de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y si ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art.32.- Servicios en los complejos vacacionales.-** Para que un alojamiento sea considerado complejo vacacional deberá presentar como mínimo los siguientes servicios:

##### a) De hospedaje y complementarios

- Servicio de recepción
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor
- Servicio telefónico
- Servicio de lavandería y planchado
- Servicio de asistencia médica
- Servicio de venta de "souvenirs" y artículos de uso frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y,

##### b) Servicio de carácter deportivo:

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

□ En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34, el mismo que comprenderá como mínimo un periodo de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrella. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

En los complejos vacacionales, cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

La asistencia médica será prestada en cargo de los clientes que la soliciten. En todo caso, el médico realizará unavista diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales.** - Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios de establecimiento, con excepción de las siguientes: (Honorable Congreso Nacional, 2002)

□ Campo de golf

□ Pista de tenis

□ Bolos

□ Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional para la utilización de los servicios de otros que su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

La celebración de veladas folklóricas, bailes, concursos o entretenimientos, dentro de los complejos vacacionales, podrá dar lugar al cobro de un valor adicional, siempre y cuando lo autorice el Ministerio de Turismo. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

**Art.34.-Reglamento interno de los complejos vacacionales.-** En todo los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción contendrá las disposiciones a las deberán sujetarse los huéspedes. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

En el reglamento se determinará las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos. (Honorable Congreso Nacional, 2002)

## **7. Requisitos legales para la constitución del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente**

**Cuadro 42:** Requisitos legales

<b>Inscripción del RUC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planilla anual de pago de servicios</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC</li> </ul>
<b>Registro único de turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este pago se realizará una sola vez</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solicitud dirigida al ministerio de turismo (director)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Constitución legal de la empresa</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Representación legal de la entidad</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solicitud dirigida al señor Alcalde del Cantón</li> </ul>
<b>Licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>La patente municipal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia certificada del RUC.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificado del Cuerpo de Bomberos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulario actualizado de la planta turística.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lista de precios del establecimiento turístico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia de La Escritura o Contrato de Arrendamiento del local</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia de la cédula y papeleta de votación</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia de RUC.</li> </ul>

<b>Patente municipal</b>	• Copia permiso de cuerpo de bomberos
	• Formulario solicitud Patente
	• Certificado factibilidad Gestión Ambiental
	• Copia del título del predio donde se ubica la actividad
	• Copia de la Licencia única Anual de Funcionamiento
	• Copia del permiso de la Intendencia
<b>Invencción en Ecuador</b>	• Solicitud en formato IEPI
	• Tasa de solicitud
	• Memoria descriptiva en español
	• Reivindicaciones en español
	• Dibujos
	• Cesión de derechos
	• Copia de prioridad
• Tasa de mantenimiento por diez años	
<b>Permiso sanitario de la jefatura Provincial de salud.</b>	• Categorización (para locales nuevo) otorgado por el área de Control Sanitario
	• Comprobante de pago de patente del año
	• Certificados de salud de todo el personal
	• Informe del control sobre el cumplimiento de requisitos para la actividad
	• Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

## **8. Gastos de patentes y licencias del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente**

**Cuadro 43:** Gastos de patentes y licencias del Complejo Ecoturístico

<b>GASTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR , dólares</b>
De constitución	IEPI	230
	Otras instituciones	200
De permisos, patentes y licencias.	Registro de MINTUR	210
	Permiso sanitario	204
	Licencia de funcionamiento	139,62
	Otras instituciones	30
<b>TOTAL</b>		<b>1013,62</b>

El total de gasto que se tomó en cuenta, para gastos de constitución es de \$1013,62.

## 7. ESTUDIO FINANCIERO

### 1. Estudio Económico

El análisis fue determinado con los gastos que se generaron para la implementación del proyecto, los cuales son:

#### a. Cálculo de inversiones del proyecto

**Tabla 31:** Inversiones del proyecto

<b>Denominación</b>	<b>Inversión</b>
<b>Activos fijos</b>	<b>252629,90</b>
Terrenos	20000,00
Construcciones y edificaciones	148223,30
Maquinarias y equipos	6921,00
Equipos de cómputo	5700,00
Muebles y enseres	42859,00
Menaje	13926,60
Vehículo	15000,00
<b>Activos diferidos</b>	<b>4963,62</b>
Promoción y publicidad	2450,00
Patentes y permisos	583,62
Constitución de la organización	430,00
Estudios de investigación	1500,00
<b>Capital de trabajo</b>	<b>15687,42</b>
Mano de obra directa	6885,00
Mano de obra indirecta	5275,00
Materias primas	1419,12
Insumos	268,20
Servicios básicos	840,00
Contingencias	1000,00
<b>TOTAL</b>	<b>273280,94</b>

La inversión necesaria para este proyecto es de \$273280,94.

## b. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

**Tabla 32:** Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Denominación	Fuentes		
	USO	Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>	<b>252629,90</b>	<b>148873,59</b>	<b>103756,31</b>
Terrenos	20000,00	20000,00	
Construcciones y edificaciones	148223,30	44466,99	103756,31
Maquinarias y equipos	6921,00	6921,00	
Equipos de computo	5700,00	5700,00	
Muebles y enseres	42859,00	42859,00	
Menaje	13926,60	13926,60	
Vehículo	15000,00	15000,00	
<b>Activos diferidos</b>	<b>4963,62</b>	<b>4963,62</b>	
Promoción y publicidad	2450,00	2450,00	
Patentes y permisos	583,62	583,62	
Constitución de la organización	430,00	430,00	
Estudios de investigación	1500,00	1500,00	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>15687,42</b>	<b>15687,42</b>	
Mano de obra directa	6884,66	6884,66	
Mano de obra indirecta	5275,44	5275,44	
Materias primas	1419,12	1419,12	
Insumos	268,20	268,20	
Servicios básicos	840,00	840,00	
Contingencias	1000,00	1000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>273280,94</b>	<b>169524,63</b>	<b>103756,31</b>

Para la inversión total de nuestro proyecto, se requerirá un 70% de recursos propios con \$169524,63 y un 30% de préstamo con \$103756,31.

**c. Financiamiento del proyecto**

**Tabla 33:**Financiamiento del Proyecto

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
Préstamo	\$ 103756.31
Aporte de capital propio	\$ 169524.63
<b>TOTAL</b>	<b>\$273280.94</b>

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos” conjuntamente con el Banco Nacional de Fomento otorgan préstamos, que van de \$701,00 hasta 300000,00 con un plazo máximo de pago de 5 años y una tasa de interés del 11%. Por esta razón se optó por un préstamo de \$103756,31.

**d. Cálculo de amortizaciones**

El cálculo de amortización de la deuda se realizó con los siguientes datos

**Tabla 34:** Datos cálculo de amortización.

<b>FECHAS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CAPITAL PERIÓDICO USD</b>	<b>INTERES PERIÓDICO USD</b>	<b>CUOTA DE PAGO USD</b>	<b>SALDO INSOLUTO DE CAPITAL USD</b>
01/08/2015	REGISTRA PAGO DE PRESTAMO				103756,31
31/08/2015	CUOTA 1	1304,81	951,10	2255,91	102451,50
30/09/2015	CUOTA 2	1316,77	939,14	2255,91	101134,72
30/10/2015	CUOTA 3	1328,85	927,07	2255,91	99805,88
29/11/2015	CUOTA 4	1341,03	914,89	2255,91	98464,85
29/12/2015	CUOTA 5	1353,32	902,59	2255,91	97111,53
28/01/2016	CUOTA 6	1365,72	890,19	2255,91	95745,81
27/02/2016	CUOTA 7	1378,24	877,67	2255,91	94367,56
28/03/2016	CUOTA 8	1390,88	865,04	2255,91	92976,68
27/04/2016	CUOTA 9	1403,63	852,29	2255,91	91573,06
27/05/2016	CUOTA 10	1416,49	839,42	2255,91	90156,56
26/06/2016	CUOTA 11	1429,48	826,44	2255,91	88727,08
26/07/2016	CUOTA 12	1442,58	813,33	2255,91	87284,50
25/08/2016	CUOTA 13	1455,81	800,11	2255,91	85828,70
24/09/2016	CUOTA 14	1469,15	786,76	2255,91	84359,55
24/10/2016	CUOTA 15	1482,62	773,30	2255,91	82876,93
23/11/2016	CUOTA 16	1496,21	759,71	2255,91	81380,72
23/12/2016	CUOTA 17	1509,92	745,99	2255,91	79870,80
22/01/2017	CUOTA 18	1523,76	732,15	2255,91	78347,03



21/02/2017	CUOTA 19	1537,73	718,18	2255,91	76809,30
23/03/2017	CUOTA 20	1551,83	704,09	2255,91	75257,47
22/04/2017	CUOTA 21	1566,05	689,86	2255,91	73691,42
22/05/2017	CUOTA 22	1580,41	675,50	2255,91	72111,01
21/06/2017	CUOTA 23	1594,90	661,02	2255,91	70516,11
21/07/2017	CUOTA 24	1609,52	646,40	2255,91	68906,60
20/08/2017	CUOTA 25	1624,27	631,64	2255,91	67282,33
19/09/2017	CUOTA 26	1639,16	616,75	2255,91	65643,17
19/10/2017	CUOTA 27	1654,18	601,73	2255,91	63988,98
18/11/2017	CUOTA 28	1669,35	586,57	2255,91	62319,64
18/12/2017	CUOTA 29	1684,65	571,26	2255,91	60634,99
17/01/2018	CUOTA 30	1700,09	555,82	2255,91	58934,89
16/02/2018	CUOTA 31	1715,68	540,24	2255,91	57219,22
18/03/2018	CUOTA 32	1731,40	524,51	2255,91	55487,81
17/04/2018	CUOTA 33	1747,28	508,64	2255,91	53740,54
17/05/2018	CUOTA 34	1763,29	492,62	2255,91	51977,24
16/06/2018	CUOTA 35	1779,46	476,46	2255,91	50197,79
16/07/2018	CUOTA 36	1795,77	460,15	2255,91	48402,02
15/08/2018	CUOTA 37	1812,23	443,69	2255,91	46589,79
14/09/2018	CUOTA 38	1828,84	427,07	2255,91	44760,95
14/10/2018	CUOTA 39	1845,60	410,31	2255,91	42915,35
13/11/2018	CUOTA 40	1862,52	393,39	2255,91	41052,82
13/12/2018	CUOTA 41	1879,60	376,32	2255,91	39173,23
12/01/2019	CUOTA 42	1896,83	359,09	2255,91	37276,40
11/02/2019	CUOTA 43	1914,21	341,70	2255,91	35362,19
13/03/2019	CUOTA 44	1931,76	324,15	2255,91	33430,43
12/04/2019	CUOTA 45	1949,47	306,45	2255,91	31480,96
12/05/2019	CUOTA 46	1967,34	288,58	2255,91	29513,62
11/06/2019	CUOTA 47	1985,37	270,54	2255,91	27528,25
11/07/2019	CUOTA 48	2003,57	252,34	2255,91	25524,68

10/08/2019	CUOTA 49	2021,94	233,98	2255,91	23502,74
09/09/2019	CUOTA 50	2040,47	215,44	2255,91	21462,27
09/10/2019	CUOTA 51	2059,18	196,74	2255,91	19403,10
08/11/2019	CUOTA 52	2078,05	177,86	2255,91	17325,04
08/12/2019	CUOTA 53	2097,10	158,81	2255,91	15227,94
07/01/2020	CUOTA 54	2116,32	139,59	2255,91	13111,62
06/02/2020	CUOTA 55	2135,72	120,19	2255,91	10975,89
07/03/2020	CUOTA 56	2155,30	100,61	2255,91	8820,59
06/04/2020	CUOTA 57	2175,06	80,86	2255,91	6645,54
06/05/2020	CUOTA 58	2195,00	60,92	2255,91	4450,54
05/06/2020	CUOTA 59	2215,12	40,80	2255,91	2235,42
05/07/2020	CUOTA 60	2235,42	20,49	2255,91	0,00
	<b>TOTALES</b>	<b>103756,31</b>	<b>31598,51</b>	<b>135354,82</b>	<b>3343353,36</b>

El préstamo otorgado de \$103756,00, se calculó, para un periodo de 5 años o 60 meses plazo, con una tasa nominal del 11%, con periodos de capitalización anual, con la tasa efectiva del 0,009.

## e. Cálculo de depreciaciones

Tabla 35: Depreciación de activos fijos

DENIMONACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN EN EL PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO
Terrenos	20000				
Construcciones y edificaciones	148223,3	20	7411,165	37055,825	111167,475
Maquinarias y equipos	6921	10	692,1	3460,5	3460,5
Equipos de computo	5700	2	2850	14250	0
Menaje	13926,6	2	6963,3	34816,5	0
Muebles y enseres	42859	10	4285,9	21429,5	21429,5
Vehículo	15000	5	3000	15000	0
<b>TOTAL</b>	<b>252629,9</b>		<b>25202,465</b>	<b>126012,325</b>	<b>136057,475</b>

Las depreciaciones para activos fijos, se calcularon en proyección para 5 años, en base a la ley, obteniendo un valor de salvamento de \$136057,475.

**f. Amortización de activos diferidos****Tabla 36:** Amortización de activos diferidos

<b>AÑO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
2015	4963,62	4963,62
2016	992,72	3970,90
2017	992,72	2978,17
2018	992,72	1985,45
2019	992,72	992,72
2020	992,72	0,00

La amortización de activos diferidos se proyectó a 5 años, donde se muestra un valor final de \$0,00.

## g. Estructura de costos y gastos

Tabla 37: Costos y gastos

Denominación	AÑO				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos de producción</b>	<b>50996,98</b>	<b>53495,83</b>	<b>58866,87</b>	<b>67951,24</b>	<b>82280,96</b>
Mano de obra directa	41307,96	43332,05	47682,63	55041,05	66648,23
Materias primas/materiales e insumos	8556,22	8975,47	9876,62	11400,79	13805,01
Combustibles	1132,80	1188,31	1307,61	1509,41	1827,71
<b>Gastos administrativos</b>	<b>63313,13</b>	<b>65180,55</b>	<b>67139,47</b>	<b>69194,39</b>	<b>71349,99</b>
Mano de obra indirecta	31652,64	33203,62	34830,60	36537,30	38327,62
Servicios básicos	5040,00	5286,96	5546,02	5817,78	6102,85
Materiales de oficina	404,40	424,22	445,00	466,81	489,68
Permisos	1013,62	1063,29	1115,39	1170,04	1227,37
Depreciaciones	25202,47	25202,47	25202,47	25202,47	25202,47
<b>Gastos en ventas</b>	<b>2450,00</b>	<b>2570,05</b>	<b>2695,98</b>	<b>2828,09</b>	<b>2966,66</b>
Promoción y publicidad	2450,00	2570,05	2695,98	2828,09	2966,66
<b>Gastos Financieros</b>	<b>9130,56</b>	<b>6847,92</b>	<b>4565,28</b>	<b>2282,64</b>	<b>0,00</b>

El análisis de costos y gastos, dieron para el año 2020, costos de producción por un valor de \$ 82280,96, gastos administrativos por un valor de \$ 71349,99, gastos en ventas por un valor de \$ 2966,66, y gastos financieros por un valor de \$0,00.

## h. Ingresos

Tabla 38: Ingresos

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Alojamiento</b>	<b>3.120,00</b>	<b>3.364,00</b>	<b>3.614,00</b>	<b>3.882,00</b>	<b>4.170,00</b>
PRECIO	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Subtotal 1	\$62.400,00	\$67.280,00	\$72.280,00	\$77.640,00	\$83.400,00
<b>Alimentación</b>	<b>2.640,00</b>	<b>2.847,00</b>	<b>3.058,00</b>	<b>3.285,00</b>	<b>3.529,00</b>
PRECIO	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Subtotal 1	\$ 39.600,00	\$ 42.705,00	\$ 45.870,00	\$ 49.275,00	\$ 52.935,00
<b>Guianza y senderismo</b>	<b>2.240,00</b>	<b>2.415,00</b>	<b>2.594,00</b>	<b>2.787,00</b>	<b>2.994,00</b>
PRECIO	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Subtotal 1	\$ 44.800,00	\$ 48.300,00	\$ 51.880,00	\$ 55.740,00	\$ 59.880,00
TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$
	146.800,00	158.285,00	170.030,00	182.655,00	196.215,00

Los ingresos para el año 2020, serán de \$196215,00.

## i. Estado de resultados

Tabla 39: Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS	\$ 146.800,00	\$ 158.285,00	\$ 170.030,00	\$ 182.655,00	\$ 196.215,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 50.996,98	\$ 53.495,83	\$ 58.866,87	\$ 67.951,24	\$ 82.280,96
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 95.803,02	\$ 104.789,17	\$ 111.163,13	\$ 114.703,76	\$ 113.934,04
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 63.313,13	\$ 65.180,55	\$ 67.139,47	\$ 69.194,39	\$ 71.349,99
GASTOS VENTAS	\$ 2.450,00	\$ 2.570,05	\$ 2.695,98	\$ 2.828,09	\$ 2.966,66
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$ 30.039,90	\$ 37.038,57	\$ 41.327,68	\$ 42.681,29	\$ 39.617,39
GASTOS FINANCIEROS	\$ 9.130,56	\$ 6.847,92	\$ 4.565,28	\$ 2.282,64	\$ 0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICIÓN DE BENEFICIOS</b>	\$ 20.909,34	\$ 30.190,65	\$ 36.762,40	\$ 40.398,65	\$ 39.617,39
IMPUESTOS	\$ 5.227,33	\$ 7.547,66	\$ 9.190,60	\$ 10.099,66	\$ 9.904,35
<b>UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDADES</b>	\$ 15.682,00	\$ 22.642,99	\$ 27.571,80	\$ 30.298,99	\$ 29.713,04
REPARTICIÓN DE UTILIDADES	\$ 2.352,30	\$ 3.396,45	\$ 4.135,77	\$ 4.544,85	\$ 4.456,96
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 13.329,70	\$ 19.246,54	\$ 23.436,03	\$ 25.754,14	\$ 25.256,09

El estado de resultados concluyo que la utilidad neta para el año 2020 será de \$ 25256,09.

## j. Flujo de caja

Tabla 40: Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversiones	\$ 273.280,94					
VALOR DE SALVAMENTO						\$ 136.057,48
CAPITAL DE TRABAJO						\$ 15.687,42
UTILIDAD NETA		\$ 13.329,70	\$ 19.246,54	\$ 23.436,03	\$ 25.754,14	\$ 25.256,09
DEPRECIACIONES		\$ 25.202,47	\$ 39.417,54	\$ 39.417,54	\$ 39.417,54	\$ 39.417,54
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-\$ 273.280,94	\$ 38.532,17	\$ 58.664,08	\$ 62.853,57	\$ 65.171,68	\$ 216.418,52
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	\$ 1,00	\$ 0,95	\$ 0,91	\$ 0,86	\$ 0,82	\$ 0,78
<b>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</b>	-\$ 273.280,94	\$ 36.697,30	\$ 53.210,05	\$ 54.295,28	\$ 53.616,90	\$ 169.569,57
			\$ 89.907,35	\$ 144.202,63	\$ 197.819,53	\$ 367.389,10

El flujo de caja muestra que; El valor actual es de \$ 45480.50, la tasa interna de retorno es del 14%, la relación beneficio costo es de \$1.34, y el periodo de recuperación se dará en el quinto año.



**k. Cálculo del punto de equilibrio****Tabla 41:** Punto de equilibrio

<b>RUBRO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos fijos totales	117334,44	118694,66	122945,98	130388,76	142302,92
costos variables	8556,22	8975,47	9876,62	11400,79	13805,01
unidades a producir	8000,00	8626,00	9266,00	9954,00	10693,00
Precio de mercado	18,33	18,33	18,33	18,33	18,33
QE = punto de equilibrio para las unidades a producir	6797,87	6865,14	7121,48	7587,51	8351,62
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	117335,30	118695,50	122946,87	130389,77	142304,17
PE = Precio de equilibrio	15,74	14,80	14,33	14,24	14,60
MG = margen de ganancia	2,59	3,53	4,00	4,09	3,73
U = porcentaje de producción	0,85	0,80	0,77	0,76	0,78

El punto de equilibrio para el año 2020, para los ingresos debe ser de \$142304,17.

## I. Balance general

**Tabla 42:** Balance general

<b>DENOMINACION</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Activo corriente (capital de trabajo)	15687,42	53794,94	95473,18	1578,44	-1844,57	-60999,46
Activo Fijo	252629,90	252629,90	252629,90	252629,90	252629,90	252629,90
Depreciación acumulada		25202,47	50404,93	75607,40	100809,86	126012,33
Activos diferidos(valor anual de amortización)	4963,62	3970,90	2978,17	1985,45	992,72	0,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>273280,94</b>	<b>335598,20</b>	<b>401486,19</b>	<b>331801,18</b>	<b>352587,91</b>	<b>317642,77</b>
Pasivo corriente (Intereses)		9130,56	6847,92	4565,28	2282,64	0,00
Pasivo largo (préstamo)	103756,31	20751,26	83005,05	11413,19	32164,46	0,00
Patrimonio(capital social)	169524,63	292386,68	292386,68	292386,68	292386,68	292386,68
Utilidad. EJERCICIO (Utilidad neta)		13329,70	19246,54	23436,03	25754,14	25256,09
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>273280,94</b>	<b>335598,20</b>	<b>401486,19</b>	<b>331801,18</b>	<b>352587,91</b>	<b>317642,77</b>

El balance general muestra

## **2. Evaluación Financiera**

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión mediante el cálculo de:

### **a. El valor actual neto.**

**Cuadro 44:** VAN

<b>VAN</b>	\$ 89.626,80
------------	--------------

El valor actual neto se calculó con el 11% que es el interés del préstamo a obtener con el Banco del Fomento y se obtuvo un VAN positivo de \$ 89626.80, resultado favorable por la generación de ingresos.

### **b. La tasa interna de retorno.**

**Cuadro 45:** TIR.

<b>TIR</b>	14%
------------	-----

La tasa interna de retorno es del 14%, en relación con la tasa pasiva de los bancos del 5%, es decir que el proyecto generara ganancias del 9%, en relación con la ganancia del banco.

### **c. Relación beneficio costo**

**Cuadro 46:** relación beneficio costo.

<b>Relación Beneficio/ Costo</b>	\$1,34
----------------------------------	--------

La relación beneficio costo es de \$1.34, es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,34 centavos.

**d. Periodo de recuperación de capital.****Cuadro 47:** Periodo de recuperación de capital

<b>Periodo de Recuperación de Capital</b>	en el año 5
---	-------------

El periodo de recuperación del capital es en el quinto año.

## **VI. CONCLUSIONES**

- A. El estudio de mercado determino que se captaran 7476 clientes en el primer año, dato obtenido por el porcentaje de aceptación de los turistas nacionales (97%) e internacionales (98%), lo que indica que el proyecto es viable comercialmente.
- B. Se determinó que se cuenta con el espacio y características adecuadas, para prestar el servicio a una cantidad de 22 clientes diarios, además se conocen los precios correspondientes para la operación, demostrando así que el proyecto es técnicamente viable.
- C. Para el óptimo funcionamiento de la empresa se debe contar con 10 personas, contratadas en base a las políticas vigentes, el “COMPLEJO ECOTURÍSTICO HACIENDA SAN VICENTE”, se constituirá como una iniciativa privada a través de la administración de una persona natural de constitución legal, que se fundamenta legalmente en las leyes de la República del Ecuador. Se creó el manual de funciones del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente, un reglamento interno de trabajo, basado en el del Ministerio de Relaciones Laborales, políticas para los visitantes del complejo ecoturístico, remuneraciones salariales para cada puesto necesario en la operación, y se estableció direccionamientos para la viabilidad y requisitos legales necesarios para el normal funcionamiento .
- D. El estudio ambiental, muestra que el proyecto es viable, y que los aportes socio – económicos serán los que se verán con mayores aportes.
- E. Un valor actual neto positivo de \$ 89.626,80, dólares americanos, se dio después de realizar la comparación de ingresos y egresos, dejando notar que el proyecto da beneficios. El TIR es de 14% frente a la tasa mínima de 5%. El capital tendrá un periodo de recuperación en el quinto año. La relación beneficio costo es de \$1,34, lo que significa que por cada dólar invertido se ganara 34 centavos de dólar.

## **VII. RECOMENDACIONES.**

- A. Se recomienda aplicar en su totalidad el estudio propuesto, para el proyecto.
- B. Es recomendable mantener un buen mantenimiento de las áreas recreativas, tanto estética y funcionalmente, debido al clima extremo que la mayor parte del tiempo soporta la zona.
- C. Se recomienda mantener las capacitaciones al personal continuamente para mejorar la capacidad de atención en los diferentes servicios turísticos en todas las áreas del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.
- D. Los productos propuestos y diseñados en el estudio técnico deben ser flexibles (expuestos a cambios), para responder a los casos específicos. Es necesario además, crear nuevos productos turísticos los mismos deberán enfocarse en las variables representativas de los segmentos de mercado objetivo y así cubrir con sus necesidades y expectativas.
- E. Cumplir con todos los requerimientos legales para su debida operación de conformidad con las leyes vigentes. Además es importante que la empresa cuente con el personal calificado para un adecuado funcionamiento, de los cuales depende mucho la calidad del servicio, por lo que se recomienda que el recurso humano a contratar cumpla con los requisitos expuestos en el estudio administrativo.
- F. Seguido a la implementación del proyecto se recomienda ejecutar el plan de manejo ambiental propuesto, el mismo que mitigue los impactos ambientales causados por la operación turística durante la vida del proyecto.
- G. Gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de Fomento, Ministerio de Turismo, Corporación Financiera Nacional, entre otros para la implementación del proyecto y en un futuro la ampliación de nuevos servicios en el cual será necesario realizar estudios financieros contables en cada año de funcionamiento, para monitorear los datos que se identificaron en el estudio y determinar futuras factibilidades de nuevos servicios.

## VIII. RESUMEN

La presente investigación plantea: Un estudio de factibilidad para la implementación de un complejo ecoturístico en la parroquia La Candelaria, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo; a través de información primaria, secundaria y trabajo de campo, donde se utilizó, entrevistas y encuestas. El estudio de mercado mostro el porcentaje de desconocimiento de la existencia del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente, y de una alta aceptación por conocer en un futuro el proyecto, además de los servicios y actividades, más requeridos por turistas nacionales e internacionales, logramos con estos datos la planta turística absoluta .El logo, eslogan y pagina web para el complejo ecoturístico fueron diseñadas. Un plan de marketing para las necesidades propias del complejo se estableció. Se determinó a través del estudio técnico los diagramas de flujo necesarios para el correcto funcionamiento de cada área de atención del complejo ecoturístico, siendo estas hospedaje, alimentación y guianza. Además de manuales de funcionamiento para cada cargo. El estudio de impacto ambiental, de matriz de Lázaro Lagos, denoto resultados positivos y negativos, estando estos en parámetros controlables y de fácil resarcimiento. El marco legal, se determinó para la empresa; permisos de funcionamiento, reglamento laboral interno y político para los visitantes, de esta manera se asegura su ordenada labor. La viabilidad económica – financiera del proyecto fue positiva, dando un valor actual neto de \$85168,80, la relación beneficio- costo de \$1,33, un periodo de recuperación en el quinto año y una tasa interna de retorno del 13%. Se concluye que el proyecto es comercial, técnico-ambiental, social y económicamente viable.



## **IX. SUMMARY**

This research proposes: feasibility study for the implementation of an eco-resort at Candelaria parish of Penipe Canton, Chimborazo Province; through primary information, secondary and fieldwork, where it was used, interviews and surveys. The market survey showed the ignorance percentage of the Ecotourism Resort existence San Vicente Farm, and found high acceptance in the future project in addition to the services and activities, most required by national and international tourists, we managed to these data, the absolute tourist facilities. The logo, slogan and website for Ecotourism Resort were designed. A marketing plan for the needs of resort was established. It was determined through the technical study flow charts necessary for the proper functioning of ecotourism resort attention area, such as accommodations, meals and guidance. Also operating manuals for each position. The environmental impact matrix Lazarus lakes, I denote positive and negative results, being these easily controllable and compensation parameters. The legal framework was determined for the enterprise; operating permits, internal and political work regulations for visitors, thus ensuring their orderly work. The economic viability - financial project was positive, giving a net present value of \$ 85,168.80, the benefit - cost \$ 1.33, a recovery period in the fifth year and an internal rate of return 13%. It concludes that the project is commercial, technical, environmental, social and economically viable.

By: Sebastián Larco





## **X. BIBLIOGRAFÍA**

- Alegsa, L. (12 de Mayo de 2010). *Definicion de Factibilidad*, de [www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar):  
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Alvarez, F. (25 de Febrero de 2013). *COMUNICACION INTEGRAL DE MARKETING(CIM)*.  
Obtenido de [www.mundoadministrativo.net](http://www.mundoadministrativo.net): <http://mundoadministrativo.net/comunicacion-integral-de-marketing/>
- Arboleda. (1998). *Proyectos Formulación, Evaluación y Control*. Colombia: Cargraphics.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (01 de Junio de 2008). Constitución Política de la República del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador.
- Beltrami, M. (15 de Enero de 2010). *Turismo*, de [www.eumed.net](http://www.eumed.net): <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1377/>
- Castello, S. (2011). *Analisis territorial para el desarrollo turistico del canton Penipe*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Centro de sistemas de informacion geografica. (Martes 6 de Enero de 2015). Ubicacion georeferenciada parroquia La Candelaria. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Dominguez, Y. (09 de Agosto de 2012). *Investigacion Cientifica*. Obtenido de [www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com): <http://www.buenastareas.com/ensayos/Investigacion-Cientifica/4961000.html>
- Facultad de Economia de la Universidad Nacional de Administracion de Mexico. (25 de Enero de 2012). *Estudio tecnico*, de [www.economia.unam.mx](http://www.economia.unam.mx):  
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Garcés. (2005). *Analisis Financiero*. Mexico: DF Ediciones.
- Gomez, A. (15 de Enero de 2012). *Estudio Financiero*. Obtenido de [www.economia.unam.mx](http://www.economia.unam.mx):  
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
- Gonzalez, J. (21 de Enero de 2015). *Estudio tecnico del Proyecto*. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos82/estudio-tecnico-proyecto/estudio-tecnico-proyecto.shtml>
- Google Corporation. (15 de Marzo de 2015). *Google maps*. Obtenido de Google Maps:  
<https://www.google.com.ec/maps/place/Penipe/@-1.5561765,-78.5407877,15z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x91d3a392fde22f97:0x302d51b234bfa1f0>
- Honorable Congreso Nacional. (27 de Diciembre de 2002). Ley de Turismo. Quito, Pichincha, Ecuador.

- Jimdo. (12 de Enero de 2014). *Turismo en el Ecuador*, de [www.huecasgastronomicasdmq.jimdo.com](http://www.huecasgastronomicasdmq.jimdo.com): <http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-el-ecuador/>
- Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca. (24 de Enero de 2015). Tipos de suelo de la Parroquia La Candelaria. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (22 de Enero de 2015). Índice de crecimiento turístico año 2013. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (19 de Enero de 2015). Ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la Reserva de Producción y Fauna Chimborazo, 2014. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Muñoz, E. (20 de Abril de 2004). Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: ESPOCH.
- Organización Mundial de Turismo. (15 de Enero de 1999). *Sustainable Development of Tourism*, de [sdt.unwto.org](http://sdt.unwto.org): <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Pirámide Digital. (30 de Mayo de 1999). *Plan de mercadeo: 4. Distribución, promoción y presupuestos*. Obtenido de [www.piramidedigital.com](http://www.piramidedigital.com): <http://elmayorportaldegerencia.com/index.php/es/tips-gerenciales/226-mercadeo/1126--plan-de-mercadeo-4-distribucion-promocion-y-presupuestos>
- Ramírez Almaguer, V. M. (25 de Febrero de 2009). "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico", de [www.eumed.net](http://www.eumed.net): <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Rojas, C. (2 de Enero de 2010). *Impacto Ambiental*. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos13/impac/impac.shtml#ixzz33Q31UpiF3>.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (4a ed.). México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.
- Secretaría de Turismo de Estados Unidos Mexicanos. (22 de Diciembre de 2014). *Glosario*, de [www.datatur.sectur.gob.mx](http://www.datatur.sectur.gob.mx): <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/glosario.aspx>
- Segura, B. (02 de 02 de 2015). Diseño Arquitectónico para el Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Thompson, I. (23 de Mayo de 2006). *El Plan de Mercadotecnia*, de [www.promonegocios.net/](http://www.promonegocios.net/): <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (15 de Enero de 2013). *Desarrollo Turístico*. Obtenido de <http://desarrolloturistico.utpl.edu.ec/>: <http://desarrolloturistico.utpl.edu.ec/?q=es/ruta-ecoturistica>

Vallejo, G. (15 de 02 de 2015). Logotipo Complejo Ecoturistico hacienda San Vicente. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

## **XI. ANEXOS**

### **A. Anexo 1: Guía de entrevista para turistas nacionales.**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



La siguiente encuesta tiene por objetivo conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales al momento de la prestación de servicios turísticos en la Hacienda San Vicente, parroquia La Candelaria, cantón Penipe.

#### **1. Edad**

- a. 15 a 25 años   b. 26 a 36 años   c. 37 a 47 años  
d. 48 a 58 años   e. mayor a 58 años

#### **2. Género**

- a. Masculino....   b. Femenino....

#### **3. Ocupación**

- a. Empleado Privado.....   b. Empleado Público.....   c. Negocio Propio....   d. Otros...

#### **4. ¿Cuándo usted realiza un viaje, con quien lo realiza?**

- a. Amigos.....   b. Familiares.....   c. solo .....   d. otros.....

#### **5. ¿Conoce o a escuchado sobre la Hacienda San Vicente?**

- a. Si.....   b. No.....

#### **6. ¿Si su respuesta es no, le gustaría conocer el complejo ecoturístico Hacienda San Vicente?**

- Si.....   No.....

#### **7. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca un complejo ecoturístico?**

- a. Hospedaje....   c. Transporte.....  
b. Alimentación...   d. Guianza.....

#### **8. ¿Qué tipo de actividades le gustaría se ofrezca en el complejo ecoturístico?**

a. Cabalgatas... b. Senderos autoguiados...

**9. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el complejo ecoturístico?**

a. Típica de la zona ..... b. Ecuatoriana .....c. Internacional ..... d. Vegetariana ...

**10. ¿Qué tipo de hospedaje es el que usted prefiere?**

a. cabañas..... b. habitaciones..... c. camping...

**11. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en el complejo ecoturístico?**

a. un día..... b. dos días..... c. tres días..... d. Más de tres días.....

**12. ¿En promedio, cuanto estaría dispuesto a gastar por un día en el complejo ecoturístico?**

a. Menos de 50 usd ....b. 51 a 100usd.. c. 101usd a 150usd d. más de 200usd ....

**13. ¿Cuándo decide viajar lo hace a través de?**

a. Agencia de viajes..... b. Independiente.....

**14. ¿Cuál sería su forma de pago?**

a. Efectivo..... b. Tarjeta de crédito.....

**15. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse de nuevos sitios turísticos?**

a. Internet.....b. Radio .....c. Televisión.....d. Prensa.....c. Guía turística....

**B. ANEXO 2: Guía de entrevista para turistas internacionales.**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



The following survey aims to learn about the tastes and preferences of the foreign tourists at the time of the provision of tourist services at the Hacienda San Vicente, Parroquia La Candelaria, canton Penipe.

**1. Age**

- a. 15 to 25 years    b. 26 to 36 years    c. 37 to 47 years  
 d. 48 to 58 years    e. more than 58 years.

**2. Gender**

a. male... **3. Occupation**

- a. private employee...    b. public employee...    c. business own...    d. Other....

**4. When you do a trip, with whom does it?**

a. friends...    b. family...    only c....    d. other...

**5. What known or heard above the Hacienda San Vicente ?**

- a. Yes...    b. No...

**6. What if your answer is no, I'd like to get to know Hacienda San Vicente ecotourism complex?**

- a. Yes...    b. No...

**7. What services would you like to offering a ecotourism complex?**

- a. hosting...    c. transport...  
 b. power...    d. guidance...

**8. What kind of activities would you like to be offered in the complex ecotourism?**

- a. horseback riding...    b. self-guided trails...

**9. What type of food you would taste in the eco-tourism complex?**

- a. typical of the area...    b. Ecuadorian...    c. International ...    d. vegetarian...

**10. What kind of hosting is that you prefer?**

a cabins...      b. rooms...      c. camping...

**11. How many days would you remain in the eco-tourism complex?**

a one day... b. two days... c. three days... d. More than three days...

**12. On average, how much would be willing to spend a day in the ecotourism complex?**

a. less than 50 usd... b. 51 to 100 usd... c. 101usd to 150usd d. to more than 200 usd...

**13. Decide when to travel makes it through from?**

a. travel agency...      b. independent ....

**14. What payment method?**

a effective...      b. credit card...

**15. What means of communication used to learn of new sites?**

a internet... b. radio... c. television... d. press... c. travel guide...

**C. ANEXO 3: Reglamento interno de trabajo del Complejo Ecoturístico Hacienda San Vicente.**

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA  
SAN VICENTE.

La Empresa COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Riobamba, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

**CAPÍTULO I**

**OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO**

Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE**, tiene como objetivo principal la, venta de productos turísticos, de hospedaje, alimentación, guianza y spa, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.-** El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.



## CAPÍTULO II

### VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

- Art.- 3. **VIGENCIA.-** Este reglamento Interno comenzará a regir desde 1 DE AGOSTO DEL 2015, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.
- Art.- 4. **CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.-** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.
- Art.- 5. **ORDENES LEGÍTIMAS.-** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.
- Art.- 6. **ÁMBITO DE APLICACIÓN.-** El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE.

### CAPÍTULO III

#### **DEL REPRESENTANTE LEGAL**

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subroga, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

### CAPÍTULO IV

#### **DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

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

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los número telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.

- d)** Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e)** Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f)** Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g)** Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h)** Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

## CAPÍTULO V

**DE LOS CONTRATOS**

- Art.- 14. **CONTRATO ESCRITO.-** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.
- Art.- 15. **PERIODO DE PRUEBA.-** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.
- Art.- 16. **TIPOS DE CONTRATO.-** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

## CAPÍTULO VI

**JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA**

- Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Ambato.

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

- Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.
- Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.
- Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.
- Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.
- Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.
- Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:
- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
  - b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.
  - c)

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.



Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

## CAPÍTULO VII

### **DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES**

#### **DE LAS VACACIONES**

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

## **DE LAS LICENCIAS**

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad
- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

#### DE LOS PERMISOS

Art.- 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

#### CAPÍTULO IX

##### **DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO**

Art.- 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;

- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

## CAPÍTULO X

### ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

## CAPÍTULO XI

### DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

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

## CAPÍTULO XII

### TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

## CAPITULO XIII

**LUGAR LIBRE DE ACOSO**

Art.- 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

- Art.- 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.
- Art.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.
- Art.- 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

#### CAPÍTULO XIV

##### *OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR*

##### DE LAS OBLIGACIONES

- Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:
1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
  2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;

3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.



11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas

de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.

23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

## DE LOS DERECHOS

Art.- 56. Serán derechos de los trabajadores de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE:

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.

- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE.

## DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 57. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.

- g)** Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- h)** Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i)** Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j)** Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa

previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.

- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s)** Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- t)** Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u)** Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v)** Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w)** Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x)** Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y)** Fumar en el interior de la empresa.
- z)** No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- aa)** Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.

- bb)** Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc)** Ingresar a la dependencia de la compañía material pornográfica o lesiva, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd)** Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;
- ee)** Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.
- ff)** Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg)** Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador..
- hh)** Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- ii)** Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

## CAPÍTULO XVI

### *DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA*

- Art.- 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.
- Art.- 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de cajas provisionales o imprevistas que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

## CAPÍTULO XVII

### *DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO*

- Art.- 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.
- Art.- 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

### **DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS**

Art.- 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

**Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.**

Art.- 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la



remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 65. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

#### DE LAS FALTAS EN GENERAL

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

#### DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 67. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos DE EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE.

Son además faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos presentes en el reglamento de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g) Encubrir la falta de un trabajador.
- h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.

- k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
- n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
- r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
- v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

## CAPÍTULO XVIII

## DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 69. Los trabajadores de EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con EL COMPLEJO ECOTURISTICO HACIENDA SAN VICENTE, por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

## CAPITULO XIX

## OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

## CAPITULO XX

**SEGURIDAD E HIGIENE**

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

*DISPOSICIONES GENERALES*

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público del Ministerio de Relaciones laborales, regional Sierra Centro.