



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
ECOTURÍSTICO ENDÉMICO EN LA COMUNA FLOR DEL VALLE
PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS**

Trabajo de titulación previo la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios

Autora

Quiroz Rengifo María Elizabeth

Tutor

Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, QUIROZ RENGIFO MARIA ELIZABETH, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocio para la creación de un Complejo Ecoturístico Edénico en la Comuna Flor del Valle Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas 2020”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 16 días del mes de abril de 2021, firmo conforme:

Autora: María Elizabeth Quiroz Rengifo
Numero de Cedula: 171985079-2
Direccion: La Concordia, Barrio San Miguel
Correo Electronico: mquiroz_2009@hotmail.com
Teléfono: 0939203156

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO EDÉNICO EN LA COMUNA FLOR DEL VALLE PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS 2020” presentado por María Elizabeth Quiroz Rengifo, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Aprobado 16/04/21

Quito, 16 de abril de 2021



.....
Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 16 de abril de 2021

.....
María Elizabeth Quiroz Rengifo
C.C. No. 171985079-2

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO ENDÉMICO EN LA COMUNA FLOR DEL VALLE PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS 2020, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, de agosto de 2022

.....

Ing. María Fernanda Becerra MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Eco. Mercedes Galarraga MSc.
VOCAL

.....

Ing. Andrés Palacio MSc.
VOCAL

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico este proyecto a Dios por haberme dado el privilegio de estar en este mundo lleno de maravillas y por haberme acompañado siempre en el trayecto de mi vida, doy gracias por encontrarme en la culminación de mi carrera de Ingeniera, al darme la fortaleza necesaria para superar los obstáculos que se me presentan a diario.

A mi madre porque es el mejor ejemplo de inspiración y trabajo, por su apoyo diario, también a mi querido padre porque gracias a él supe lo que significaba llegar puntual, han sido muchas las lecciones aprendidas y gracias a esas bases me siento capaz de alcanzar mis metas y aspiraciones como profesional.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por el privilegio de la vida, y a mis padres por creer en mí, darme fuerzas para continuar estudiando y trabajando día a día.

A mis hermanas Gisela y Jazmín, por su apoyo, agradezco a mis niños Emilio y Analí, por ser los mejores hijos del mundo.

De manera especial agradezco a esta Honorable Universidad, porque sin ella no sería posible hoy realizar este sueño y a todas sus autoridades, en especial al Sr. Canciller Saúl Lara y todo el grupo de docentes por su desempeño.

La Autora

TABLA DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
APROBACIÓN TRIBUNAL	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
TABLA DE CONTENIDO.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
RESUMEN EJECUTIVO	xxii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
1. Área de marketing.....	4
1.1. Objetivo del Estudio del Mercado.....	4
1.2. Definición del Servicio.....	4
1.2.1. Especificaciones del Servicio	4
1.2.2. Aspectos innovadores que proporciona.	5
1.3. Definición del Mercado.....	8
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general	8
1.3.2. Demanda Potencial	32
1.4. Análisis del macro y microambiente	34
1.4.1. Análisis del microambiente	34

1.4.2.	Análisis del macro ambiente.....	36
1.4.3.	Proyección de la oferta.	41
1.5.	Demanda Potencial Insatisfecha.....	43
1.6.	Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación).....	44
1.7.	Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)	47
1.8.	Seguimiento de Clientes.....	48
1.9.	Especificar mercados alternativos.	49
CAPÍTULO II	50
2.	Área de operaciones.....	50
2.1.	Objetivos del estudio de operaciones.....	50
2.2.	Descripción del proceso.....	50
2.2.1.	Descripción de proceso de transformación servicio.....	50
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.	53
2.3.	Factores que afectan el plan de operaciones.....	61
2.3.1.	Ritmo de producción.	61
2.3.2.	Nivel de inventario promedio.	62
2.3.3.	Número de trabajadores.....	64
2.4.	Capacidad de Producción.....	64
2.4.1.	Capacidad de Producción Futura.....	65
2.5.	Definición de Recursos necesarios para la Producción.....	66
2.5.1.	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	66
2.6.	Calidad.....	66
2.6.1.	Método de Control de Calidad.....	66
2.7.	Normativas y permisos que afectan su instalación.....	68

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	68
CAPÍTULO III.....	71
3. Área de organización y gestión.....	71
3.1. Objetivos del estudio de organización y gestión.....	71
3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.....	71
3.2.1. Visión de la Empresa.....	71
3.2.2. Misión de la Empresa.....	71
3.2.3. Análisis FODA.....	71
3.2.4. Objetivos y Estrategias.....	73
3.3. Organización Funcional de la Empresa.....	75
3.3.1. Organización Estructural.....	75
3.3.2. Organigrama funcional.....	76
3.3.3. Descripción de puestos.....	76
3.4. Control de Gestión.....	82
3.4.1. Indicadores de gestión.....	82
3.5. Necesidades de Personal.....	83
CAPÍTULO IV.....	84
4. Área jurídica legal.....	84
4.1. Objetivos del estudio jurídico legal.....	84
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	84
4.3. Patentes y marcas.....	87
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	88
4.4.1. Obtención del RUC.....	88
4.4.2. Patentes Municipales.....	89
4.4.3. LUAE (Licencia única de actividades económicas):.....	90

4.4.4. Permiso de Uso de Suelo	91
4.4.5. Permiso de funcionamiento de bomberos.....	91
CAPÍTULO V	92
5. Área financiera	92
5.1. Objetivo del estudio financiero	92
5.2. Plan de Inversión	92
5.3. Plan de Financiamiento	97
5.4. Cálculos de Costos y Gastos	99
5.5. Cálculo de Ingresos	105
5.6. Flujo de Caja	107
5.7. Punto de Equilibrio.....	108
5.8. Estado de Resultados Proyectados	110
5.9. Evaluación Financiera	111
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
BIBLIOGRAFIA	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Características del Servicio	5
Tabla 2	Categorización de Sujetos	9
Tabla 3	Dimensión Geográfica	10
Tabla 4	Dimensión Demográfica	10
Tabla 5	Dimensión Conductual.....	10
Tabla 6	Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 1.	12
Tabla 7	Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 2.	13
Tabla 8	Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 3	13
Tabla 9	Género	19
Tabla 10	¿Conoce Ud. la Comuna Flor del Valle?	20
Tabla 11	¿Cree usted en la importancia de fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y ecología de la Comuna Flor del Valle?	21
Tabla 12	¿Le gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad?	22
Tabla 13	¿Qué atracciones le gustaría que oferte el Complejo Ecoturístico?.....	23
Tabla 14	¿Qué comida le gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico?.....	24
Tabla 15	¿Qué características busca usted cuando asiste a un Complejo Ecoturístico?.....	25
Tabla 16	¿En qué sector de la ciudad preferiría usted que se encuentre el Complejo Ecoturístico?.....	26
Tabla 17	¿Con qué frecuencia visita usted los Centros Turísticos?.....	27
Tabla 18	¿La mayoría de las veces que usted visita Complejos Turísticos acude en compañía de?.....	28
Tabla 19	¿Por qué medio de información le gustaría conocer del servicio que ofrece el Complejo Ecoturístico?.....	29
Tabla 20	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico?.....	30
Tabla 21	¿Le gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima	

agradable, ubicado a las riberas de un río, donde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?.....	31
Tabla 22 Cálculo de la demanda potencial	32
Tabla 23 Proyección de la Demanda.....	33
Tabla 24 Matriz FODA	37
Tabla 25. Matriz EFI	38
Tabla 26. Matriz EFE	39
Tabla 27. Matriz de Poder Competitivo	40
Tabla 28. Plan de Contingencia	41
Tabla 29 Empresas del Sector que Ofrecen Servicios Similares.	42
Tabla 30 Proyección de la Oferta	42
Tabla 31 Demanda Potencial Insatisfecha	43
Tabla 32 Plan de Acción del Complejo Ecoturístico endémico “Punto Verde” S.A.	46
Tabla 33 Presupuesto General del Plan de Marketing	47
Tabla 34 Listado de Verificación de Seguimiento al Cliente.....	49
Tabla 35 Descripción de las Actividades del Proceso de Distribución.....	51
Tabla 36 Descripción de las Actividades del Servicio de Alimentación	52
Tabla 37 Descripción de las Instalaciones del Complejo Ecoturístico Endémico	56
Tabla 38 Equipo de Computación	57
Tabla 39 <i>Equipo de Oficina</i>	57
Tabla 40 Maquinaria y Equipo.....	57
Tabla 41. Herramientas	58
Tabla 42 Tiempo horas – hombres de Operaciones	60
Tabla 43 Tiempo horas – hombre administrativo	61
Tabla 44 Ritmo de Producción Estimado.....	62
Tabla 45 Nivel de inventario promedio	63
Tabla 46 Número de Trabajadores	64
Tabla 47 Capacidad de Producción	64
Tabla 48 Capacidad de Producción Utilizada	65
Tabla 49 Capacidad de Producción Futura	66

Tabla 50	Ejemplo de Hoja de Verificación.....	67
Tabla 51	Ejemplo del Diagrama de Pareto.....	67
Tabla 52	Matriz FODA	72
Tabla 53	Descripción del Cargo de Gerente General.....	76
Tabla 54	Descripción del Cargo de Asesor Jurídico.....	77
Tabla 55	Descripción del Cargo de Contador	78
Tabla 56	Descripción del Cargo de Secretaria/Recepcionista	78
Tabla 57	Descripción del Cargo de Chef/Cocinero	79
Tabla 58	Descripción del Cargo de Ayudante de Cocina	80
Tabla 59	Descripción del Cargo de Técnico de Mantenimiento.....	80
Tabla 60	Descripción del Cargo de Limpieza.....	81
Tabla 61	Descripción del Cargo de Guía Turístico.....	81
Tabla 62	Descripción del Cargo de Guardia	82
Tabla 63	Indicadores de Gestión.....	83
Tabla 64	Necesidades del personal	83
Tabla 65	Plan de Inversión.....	92
Tabla 66	Plan de Financiamiento	97
Tabla 67	Forma de Financiamiento.....	98
Tabla 68	Tabla de Amortización	98
Tabla 69	Detalle de Costos	99
Tabla 70	Inflación Promedio.....	100
Tabla 71	Proyecciones de los Costos	101
Tabla 72	Detalle de Gastos	101
Tabla 73	Proyeccion de los Gastos Fijo.....	102
Tabla 74	Mano de Obra.....	102
Tabla 75	Provisiones Mano de Obra Directa	103
Tabla 76	Sueldos y salarios del Personal Administrativo	103
Tabla 77	Provisiones del Sueldo y Salarios del Personal Administrativo	104
Tabla 78	Cálculo de las Depreciaciones	105
Tabla 79	Proyección de la Depreciación.....	105
Tabla 80	Cálculo del Precio de Venta.....	106
Tabla 81	Cálculo de Ingresos	106

Tabla 82	Proyección de Ingresos Año.....	107
Tabla 83	Flujo de Caja	108
Tabla 84	Estado de Resultados Proyectados	110
Tabla 85	Determinación de la Tasa de descuento del Inversionista	111
Tabla 86	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	112
Tabla 87	Tasa Interna de Retorno	113
Tabla 88	Cálculo del Periodo de Recuperación	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Servicio de Caballerizas	6
Figura 2 Servicio de Pesca Deportiva.....	6
Figura 3 Servicio de Senderos	7
Figura 4 Servicio de Paintball.....	7
Figura 5 Mapa de Ubicación de La Comuna Flor del Valle	9
Figura 6 Género	19
Figura 7 ¿Conoce Ud. la Comuna Flor del Valle?.....	20
Figura 8 ¿Cree usted en la importancia de fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y ecología de la Comuna Flor del Valle?	21
Figura 9 ¿Le gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad?	22
Figura 10 ¿Qué atracciones le gustaría que oferte el Complejo Ecoturístico? ...	23
Figura 11 ¿Qué comida le gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico?	24
Figura 12 ¿Qué características busca usted cuando asiste a un Complejo Ecoturístico?.....	25
Figura 13 ¿En qué sector de la ciudad preferiría usted que se encuentre el Complejo Ecoturístico?.....	26
Figura 14 ¿Con que frecuencia visita usted los Centros Turísticos?	27
Figura 15 ¿La mayoría de las veces que usted visita Complejos Turísticos acude en compañía de?.....	28
Figura 16 ¿Por qué medio de información le gustaría conocer del servicio que ofrece el Complejo Ecoturístico?.....	29
Figura 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico?.....	30
Figura 18 ¿Le gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un río, donde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?.....	31
Figura 19 Proyección de la demanda	33
Figura 20 Las 5 fuerzas de Porter	34

Figura 21	Proyección de la oferta	43
Figura 22	Demanda Insatisfecha.....	44
Figura 23	Canal de Distribución	48
Figura 24	Flujograma del Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A.	51
Figura 25	Diagrama de Flujo del Servicio de Alimentos	52
Figura 26	Mapa de Procesos	53
Figura 27	Ubicación de las instalaciones del Complejo Ecoturístico.....	54
Figura 28	Instalaciones del Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A.	55
Figura 29	Diagrama de Pareto	68
Figura 30	Organigrama Estructural.....	75
Figura 31	Organigrama Funcional	76
Figura 32	Requisitos para obtener el RUC	89
Figura 33	Punto de Equilibrio.....	110

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO ECOTURÍSTICO EDÉNICO EN LA COMUNA FLOR DEL VALLE PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.

AUTORA: María Elizabeth Quiroz Rengifo

TUTOR: Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo la creación de un Complejo Ecoturístico Endémico en la Comuna Flor del Valle provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, por lo que es considerado uno de los sectores turísticos más importantes y reconocido de la zona, actualmente la Comuna no cuenta con un Complejo Ecoturístico que brinda alternativas de diversión y recreación donde los habitantes puedan disfrutar de los atractivos de la naturaleza alejados de la ciudad. Es por ello, que se ha realizado un estudio de mercado enfocado a los habitantes de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, a los hombres y mujeres de 10 a 80 y más años, teniéndose una importancia de creación del 85% y se apuntala con el desarrolló la oferta y la demanda determinándose que existe demanda insatisfecha; En operaciones se establecieron los procesos a seguir para la prestación del servicio, así como las instalaciones, equipos y personas necesarias para el funcionamiento de la empresa. Dentro del área de gestión y organización, se establece la misión y visión, así como las estrategias que se deben implementar para garantizar que la empresa sea reconocida en el mercado y lograr el posicionamiento y permanencia. En el área jurídica y legal se establece como Sociedad Anónima, así como también las normativas legales y reglamentarias a fin de permitir el normal desenvolvimiento de las actividades. Por último; se determinó que para el inicio de la actividad económica se necesitará una inversión inicial de \$ 220.481.09 dólares y para obtener un VAN de \$ 220.525 y una TIR es de 50% así como un periodo de recuperación de la inversión de 3 año 5 mes y 21 días. Se concluye que el proyecto es factible y se recomienda su implementación a fin de satisfacer la necesidad de la población.

DESCRIPTORES: Complejo Turístico, Ecoturístico, Endémico.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN EDENIC
ECOTOURISTIC COMPLEX IN THE COMMUNITY OF FLOR DEL
VALLE PROVINCE OF SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.**

AUTHOR: María Elizabeth Quiroz Rengifo

TUTOR: Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

ABSTRACT

The present investigative work aims to create an Endemic Ecotourism Complex in the Flor del Valle Commune in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas, which is why it is considered one of the most important and recognized tourist sectors in the area, currently the Commune does not It has an Ecotourism Complex that offers alternatives for fun and recreation where the inhabitants can enjoy the attractions of nature away from the city. That is why a market study has been carried out focused on the inhabitants of the Province of Santo Domingo de los Tsáchilas, men and women aged 10 to 80 and over, having a creation importance of 85% and it is supported with the development of supply and demand, determining that there is unsatisfied demand; In operations, the processes to be followed for the provision of the service were established, as well as the facilities, equipment and people necessary for the operation of the company. Within the management and organization area, the mission and vision are established, as well as the strategies that must be implemented to guarantee that the company is recognized in the market and achieve positioning and permanence. In the legal and legal area, it is established as a Public Limited Company, as well as the legal and regulatory standards to allow the normal development of activities. By last, it was determined that for the start of economic activity an initial investment of \$ 220,481.09 will be needed and to obtain a NPV of \$ 220,525 and an IRR is 50% as well as a recovery period of the investment of 3 years 5 months and 21 days. It is concluded that the project is feasible, and its implementation is recommended to satisfy the needs of the population.

KEYWORDS: Ecotourism, Endemic, Tourist Complex.

INTRODUCCIÓN

El estudio tiene como finalidad desarrollar un plan de negocio para la creación de un Complejo Ecoturístico Endémico en la Comuna Flor del Valle provincia de Santo Domingo de los Tsachilas, (Cabezas et al., 2015) que en la actualidad no dispone de lugares convenientes para ejecutar distintas actividades como básquet, fútbol, natación, recreaciones infantiles; por lo que la construcción de un complejo contribuirá con el progreso del sector dando prestigio y reconocimiento local, y a nivel nacional e internacional. (Solís & León, 2013)

La Comuna Flor del Valle dispone de un enorme potencial turístico gracias al caudaloso río Blanco, el mismo que para atravesarlo se tiene que hacer uso de la tarabita (Quiroz Rengifo, 2013), atrayendo a los turistas que gozan de dichos atractivos; esta Comuna no se cuenta con un Complejo Turístico que brinde las alternativas de diversión y recreación para la población a los turistas.

Los capítulos desarrollados en el presente plan de negocios son los siguientes:

En el Capítulo I; Se describe el mercado al cual se va a centrar, el público objetivo a tratar, también se detalla la oferta y la demanda del servicio para poder determinar si existe o no demanda insatisfecha, así como también, se incluye el tipo de distribución y publicidad que este contendrá.

En el Capítulo II; se expone el desarrollo de la prestación del servicio, así como también de los recursos necesarios para la ejecución de este.

En el Capítulo III; Se especifica como se desarrollará la empresa, la estructura organizacional, objetivos estratégicos, misión, visión, políticas; es decir; hacia donde estará enfocada la empresa y que se quiere lograr con su constitución.

En el Capítulo IV; Se muestra la forma de constitución y los trámites legales para establecerse como empresa de servicios y permisos de funcionamiento, incluyendo la marca de la empresa que la identificará del resto de empresas.

En el Capítulo V; Se incluye el plan de inversión de la empresa, los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación para la prestación del servicio. Es decir, se conocerá los costos y gastos que está incurriendo y a su vez las ganancias por ventas anuales que esta poseerá y las utilidades netas o pérdidas en caso de que existiera.

Posteriormente, se exponen las conclusiones y recomendaciones, las referencias bibliografía y anexos.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la creación de un Complejo Turístico Endémico, basado en el concepto de desarrollo sustentable y gestión de productos ecoturísticos, con el beneficio directo para los pobladores locales y artesanos, ubicado en la comuna Flor del Valle.

Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado con la finalidad de caracterizar la oferta y la demanda del servicio y los potenciales consumidores.
- Diseñar el proceso del servicio utilizando la cadena de valor que permita a los clientes visualizar de una forma clara los servicios que se ofrecerá.
- Realizar la planificación de la empresa, la estructura organizacional, su misión, visión, objetivos estratégicos, valores y políticas.
- Establecer los métodos legales donde se determina como va a estar constituida la empresa.

- Realizar la evaluación de los estados financieros a fin de determinar la factibilidad del plan.

CAPÍTULO I

1. Área de marketing

1.1. Objetivo del Estudio del Mercado

Realizar el estudio de mercado con la finalidad de caracterizar la oferta y la demanda del servicio y los potenciales consumidores.

1.2. Definición del Servicio

Se propone un plan de negocios en el contexto del agroturismo el cual se define como una forma de turismo rural formado de un grupo de ocupaciones en relación con la explotación agropecuaria (CEUPE, 2021). Los turistas amantes del agroturismo disfrutan del contacto con la naturaleza, el modo de vida rural, del tipo de vivienda y las peculiaridades de su gastronomía. (CEUPE, 2021)

El turismo en la actualidad es una actividad que en la Comuna Flor del Valle cada vez va progresando más. La demanda de turistas ha aumentado y los paraderos turísticos existentes a la fecha no satisfacen al turista en sus expectativas de recreación.

Por esto, se hace primordial el fortalecimiento del turismo en este sector por medio de la implementación de un Complejo Ecoturístico que dado que es un espacio bastante propicio para desarrollar proyectos turísticos debido a su riqueza natural y a su enorme capacidad de recursos hídricos.

1.2.1. Especificaciones del Servicio

Un Complejo Ecoturístico es un ámbito diseñado para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, poniendo a su disposición una vasta gama

de servicios turísticos como por ejemplo actividades deportivas y de descanso en general. (Tite Cunalata, 2018)

El Complejo Ecoturístico Edénico “Punto Verde” S.A., ofrece variedad de productos y servicios atractivos como: balnearios, alimentación, recreación (canchas deportivas, juegos infantiles, entre otros.), senderos (lugar de caminata para las personas), paintball, pesca deportiva y cabalgata.

Tabla 1

Características del Servicio

Servicio	Característica	Beneficios
Complejo Ecoturístico Edénico	Actividades y áreas de recreo	<ul style="list-style-type: none"> • Entretenimiento • Diversión para toda la familia. • Relajación. • Deporte. • Buena alimentación • Contacto con la naturaleza. • Experiencias

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

1.2.2. Aspectos innovadores que proporciona.

El Complejo Ecoturístico Edénico “Punto Verde” S.A., se diferencia de los demás complejos turísticos locales por su variedad de servicios que ofrecerá como:

En el servicio de caballerizas, se contará con un área de establos y corrales para caballos adiestrados donde los clientes puedan cabalgar con seguridad, con previo asesoramiento y vigilancia de un entrenador, que es la persona encargada de especificar y controlar las rutas de cabalgata, así como también adiestrar y suministrar los respectivos cuidados a los animales.

Figura 1

Servicio de Caballerizas



Fuente: (FREEPIK, s.f.)

El **servicio de pesca deportiva** está para los clientes que gustan de la pesca y lo pueden realizar en el río Blanco donde tenemos lugares estratégicos en que habitan peces y son capturados por los profesionales en este deporte, por otro lado, el complejo turístico también contará con una piscina de peces tilapias donde los clientes puedan pescar y degustar de este delicioso plato típico de tilapia frita.

Figura 2

Servicio de Pesca Deportiva



Fuente: (WordPress.com, s.f.)

El servicio de Senderos, aprovechando los recursos ecológicos de la comuna se creará los senderos con piedras, maderas, desechos de palma entre otros, los mismos que conservaran un aspecto natural permitiendo al cliente caminar y trotar al aire libre y no dañará el medio ambiente.

Figura 3

Servicio de Senderos



Fuente: (ConceptoDefinición, s.f.)

El servicio de Paintball se contará con un área diseñada estratégicamente como campo de paintball con los implementos y protecciones adecuadas para este deporte, lo que motivará a los clientes a regresar a nuestro complejo turístico en busca de este nuevo deporte.

Figura 4

Servicio de Paintball



Fuente: (BogotaTravelGuide.com, s.f.)

Además de los diferentes servicios antes mencionados, el Complejo Ecoturístico Edénico brindará confort para el descanso, la relajación, el contacto con la naturaleza y convivencia familiar, brindando un servicio personalizado y de calidad.

1.3. Definición del Mercado

En un inicio el término mercado se utilizó como nombre del sitio donde asistían consumidores y vendedores para intercambiar sus bienes. Los economistas adoptaron esta definición de mercado como el grupo de consumidores y vendedores que intercambian un determinado producto. (Monferrer Tirado, 2013, p. 51). El mercado es el grupo de individuos con inquietudes o necesidades similares que tienen recursos para adquirir productos y/o servicios. (Universidad Tecnológica Indoamérica, 2019)

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general

El Complejo Ecoturístico Edénico “Punto Verde” S.A. está dirigido a las familias, grupos de amigos, empresas, por lo que las instalaciones estarán diseñadas para todo grupo de personas sin excepción de género, edad entre otros (niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores) residentes de la Comuna Flor del Valle, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas - Cantón La Concordia.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

En la categorización de sujetos se encamina a establecer con que clientes la empresa se involucrará directamente para la decisión de compra, en este caso serán:

Tabla 2

Categorización de Sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Personas que les gusta la biodiversidad y que deseen tener días de relax en un ambiente natural y sano, en cualquier ocasión.
¿Quién usa?	Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores.
¿Quién decide?	Jefes de familia, grupos de amigos o compañeros de trabajo
¿Qué influye?	Los niños, la sociedad, las parejas, los familiares, amigos, compañeros de trabajo y las mismas personas que desean adquirir el servicio.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

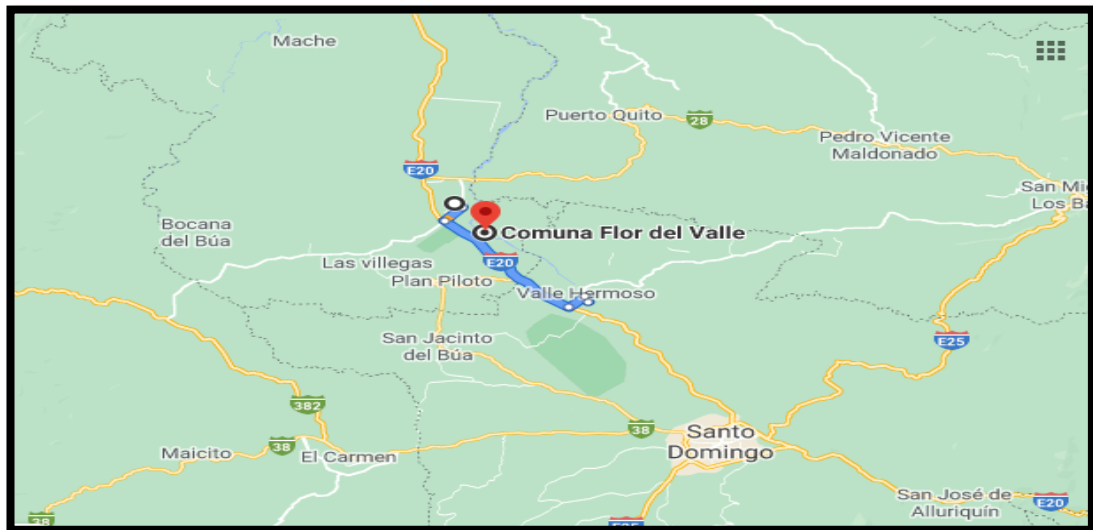
1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Segmentar es distinguir del mercado total en grupos diferentes de clientes, homogéneos o no referentes a gustos, necesidades y hábitos que requieren un producto o servicio. (Monferrer Tirado, 2013, p. 57)

El Complejo Ecoturístico Edénico “Punto Verde” S.A., se encontrará situado en la Comuna Flor del Valle, ubicado en el Km. 42 de la vía Santo Domingo – Quinindé.

Figura 5

Mapa de Ubicación de La Comuna Flor del Valle



Fuente: (Google Maps, s.f.)

Con la finalidad de identificar el mercado meta al que la empresa pertenece, se procedió a realizar la segmentación de mercado, conductual, demográfica y geográfica de la localidad.

Tabla 3

Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	No. Habitantes
País	Ecuador	17.510.643
Región	Sierra	7.847.136
Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas	458.580

Fuente: Proyecciones poblacionales 2020 (INEC, 2010)

Elaborado por: La Autora.

Tabla 4

Dimensión Demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	De 10 a 80 y más	53% (367.412)
Género	Hombres / Mujeres	49.7% (182.604) / 50.3% (184.808)
PEA	Urbano	142.644

Fuente: Proyecciones poblacionales 2020 (INEC, 2010)

Elaborado por: La Autora.

Tabla 5

Dimensión Conductual

Variable	Descripción
Tipo De Necesidad:	Social
Tipo De Compra:	Comparación
Relación Con La Marca:	No
Actitud Frente Al Servicio:	Positiva

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

1.3.1.3. Plan de Muestreo

El plan de muestreo es el proceso de selección de personas participantes en la investigación de mercados para obtener la información requerida. (Luna, 2012).

La población total considerada dentro del plan de negocio es de 142.699 personas que pertenecen al segmento de mercado al que está enfocado nuestro plan de negocio, siendo nuestra población finita.

Muestra

La muestra se define como el subgrupo de participantes seleccionados de la población para el estudio una característica o condición. (Carrillo Flores, 2015)

Muestreo. Es un procedimiento por medio el cual se adquiere una muestra de la población. Hay 2 tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. El muestreo probabilístico es aquel con el que todos los sujetos poseen la misma posibilidad de entrar a conformar parte del estudio. La elección se hace al azar. El no probabilístico, es aquel en el cual no todos los sujetos poseen la misma probabilidad de conformar parte de la muestra de estudio. (Otzen & Manterola, 2017)

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se va a aplicar el muestreo probabilístico. Por lo tanto; a continuación, se describe la fórmula que establecerá el número de personas a las que se debe aplicar la encuesta. (Loya Simbaña et al., 2021)

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 P \cdot Q + (N - 1)e^2} \quad (1)$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra	
Z = Nivel de Confianza 95%	= (1,96)
P = Probabilidad de Ocurrencia 50%	= (0.5)
Q = Probabilidad de No Ocurrencia 50%	= (0,5)
N = Tamaño Población o Universo	= (142.644)
e = Error de la Muestra 5%	= (0,05)

Reemplazando fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 142.699}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + (142.644)(0,05)^2}$$
$$n = \frac{136.995,3}{0,9604+356,61} = \frac{136.995,3}{357,57} = 383$$

Del cálculo se tiene una muestra de **383** personas para aplicarles la encuesta.

1.3.1.4. Instrumento de recopilación de información

1.3.1.4.1. Cuadros de necesidades de información

Objetivo Específico 1: Realizar el estudio de mercado con la finalidad de identificar el nivel de oferta y demanda del servicio y a los potenciales consumidores.

Tabla 6

Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 1.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado potencial.	Primaria	Investigación de campo	Encuesta
Aceptación del servicio.	Primaria	Investigación de campo	Encuesta
Gustos y preferencia de los consumidores.	Primaria	Investigación de campo	Encuesta
Frecuencia de uso.	Primaria	Investigación de campo	Encuesta
Determinar los recursos que se necesita.	Secundaria	Investigación de campo	Encuesta
Determinar el sistema del servicio.	Secundaria	Investigación de campo	Encuesta
Precio del servicio	Primaria	Investigación de campo	Encuesta

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Objetivo Específico 2: Determinar las características, maquinaria, equipos para la prestación del servicio.

Tabla 7*Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 2.*

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Conocer sobre los Complejos Turísticos	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Conocer sobre los Complejos Ecoturístico	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Conocer sobre el Turismo Rural	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Tipos de Maquinarias y Equipos	Secundaria	Internet	Cotización
Herramientas que se necesitan	Secundaria	Internet	Cotización
Determinar los gastos para la compra de equipos de computación y muebles de oficina.	Secundaria	Internet	Cotización
Factores críticos para el sector	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación de campo.**Elaborado por:** La Autora.

Objetivo Específico 3: Realizar la planificación estratégica de la organización, su estructura organizacional, misión, visión, objetivos estratégicos, valores y políticas.

Tabla 8*Cuadro de Necesidades. Objetivo Específico 3*

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es planificación estratégica?	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Procedimientos necesarios para realizar un plan estratégico	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Métodos de implementación de estrategias.	Secundaria	Libros	Bancos de datos de otras organizaciones
Elaboración de la Figura de la empresa	Secundaria	Internet	Cotización
Diseño de la estructura organizacional	Secundaria	Internet	Cotización

Fuente: Investigación de campo.**Elaborado por:** La Autora.**Instrumento 1:** Banco de Datos de Otras Organizaciones (7)**Instrumento 2:** Encuesta (7)**Instrumento 3:** Cotización (5)

1.3.1.4.2. Diseño y recolección de información.

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

- **SISTEMA DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

El sistema de información secundaria es la que está disponible previo a que surja la necesidad de disponer de ella para llevar a cabo la investigación que la requiere. (Grande & Abascal, 2014) Esta información puede haber sido generada por la propia compañía, o por terceros, y entonces obtiene los nombres de información secundaria interna o externa, respectivamente. (Grande & Abascal, 2014)

Complejos Turísticos

El complejo turístico es un espacio elaborado para ocupaciones turísticas para la relajación y la recreación, en especial para el periodo de las vacaciones. Principalmente, un complejo turístico se diferencia por una gigantesca selección de ocupaciones, como las concernientes con comida, bebida y alojamiento, ocio, deporte, entretenimiento y las compras. (Pilco, 2012)

Ecoturístico

El ecoturismo se refiere a las ocupaciones turísticas considerando la preservación, sustentabilidad y la apreciación del medio natural y cultural que acoge a los turistas. (Del Corral et al., 2017). Además, el Ecoturismo se fundamenta en viajes a zonas naturales con el objetivo de disfrutar de la naturaleza de una forma responsable, promoviendo la conservación de los espacios naturales, y minimizando impacto en el medio ambiente.

Turismo Rural

El Turismo Rural es una actividad turística en un lugar rural con poblaciones menores a los 1.000 o 2.000 habitantes o en localidades de mayor tamaño fuera del casco urbano. Las instalaciones generalmente son viejas masías y caseríos

adaptados y reformados, que brindan un servicio de calidad, dirigidos familiarmente o por sus propietarios. (boletinagrario.com, 2022)

Factores Críticos

Los FCE son zonas donde las cosas funcionan bien para que los resultados, si éstos son satisfactorios, aseguran un rendimiento competitivo y hacen que negocio florezca; por otro lado, si los resultados no son convenientes, los esfuerzos de la empresa, para el período, no estarán definidos y las metas de gestión no van a poder ser alcanzados. (Universidad de Chile, 2019)

Planificación Estratégica

Según Fred (2008), indica que un plan estratégico es consecuencia de un proceso de selección, entre algunas buenas alternativas, y sugiere un compromiso con mercados, métodos, operaciones y políticas específicos. Po otro lado, la Planificación Estratégica es un instrumento de gestión que ayuda a la toma de decisiones de las organizaciones. (Basurto Zambrano, 2016)

Procedimientos para la realización de un plan estratégico

El proceso de planeación estratégica consta de tres fases: formulación, implementación y evaluación de estrategias. Respecto a la formulación de la estrategia se tiene el desarrollo de la visión y la misión, identificando oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades para la organización, establecer objetivos a largo plazo, regenerando estrategias a seguir. (Fred, 2008, p. 6)

Implementación de las estrategias

La implementación de la estrategia es llevar a la práctica las estrategias, para lo cual se debe establecer metas anuales, políticas, motivación a los empleados, designación de recursos, estructura organizacional eficaz, desarrollo de una cultura, elaborar presupuestos, utilizar sistemas de información y enlazar la remuneración con el desempeño de la organización. (Fred, 2008, p. 6)

- **SISTEMA DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Es la que no existe anterior a desarrollar una investigación y se crea especialmente para ella, por medio de observaciones, encuestas, entrevistas o experimentos. La información primaria se puede obtener con técnicas cuantitativas o cualitativas, cuantitativas cuando la información obtenida se trata con técnicas de análisis de datos y las cualitativas que se interpretan sin herramientas estadísticas o matemáticas. (Grande & Abascal, 2014, p. 40)

Para la recolección de la información se usará la herramienta de la encuesta donde se ha considerado un grupo de 12 preguntas abiertas y cerradas combinadas entre opción múltiple y verdadero / falso, direccionada a la muestra de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

A continuación, se presenta el formato de cuestionario.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICAS

La información es confidencial y será utilizada con fines educativos.

Género: Femenino () Masculino ()

Marque con una (X) dentro del recuadro según su criterio.

ENCUESTA

1.- ¿Conoce Ud. la Comuna Flor del Valle?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Cree usted en la importancia de fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y ecología de la Comuna Flor del Valle?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Le gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Qué atracciones le gustaría que oferte el Complejo Ecoturístico?

Canchas deportivas	<input type="checkbox"/>
Piscinas	<input type="checkbox"/>
Rio	<input type="checkbox"/>
Servicios de Evento Social	<input type="checkbox"/>
Juegos infantiles	<input type="checkbox"/>
Juegos de Paintball	<input type="checkbox"/>
Cabalgata	<input type="checkbox"/>
Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>
Senderos	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Qué comida le gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico?

Típica Nacional	<input type="checkbox"/>
De la Zona	<input type="checkbox"/>
Platos a la Carta	<input type="checkbox"/>
Comida Rápida	<input type="checkbox"/>
Gourmet	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Qué características busca usted cuando asiste a un Complejo Ecoturístico?

Comodidad	<input type="checkbox"/>
Entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Buen Ambiente	<input type="checkbox"/>

7.- ¿En qué sector de la ciudad preferiría usted que se encuentren el Complejo Ecoturístico?

Zona Rural	<input type="text"/>
Zona Urbana	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

8.- ¿Con que frecuencia visita usted los Centros Turísticos?

Semanal	<input type="text"/>
Quincenal	<input type="text"/>
Mensual	<input type="text"/>
Trimestral	<input type="text"/>

9.- ¿La mayoría de las veces que usted visita Complejos Turísticos acude en compañía de?

Solo	<input type="text"/>
Familia	<input type="text"/>
Amigos	<input type="text"/>
Pareja	<input type="text"/>

10.- ¿Por qué medio de información le gustaría conocer del servicio que ofrece el Complejo Ecoturístico?

Radio	<input type="text"/>
Televisión	<input type="text"/>
Presa Escrita	<input type="text"/>
Banner publicitario	<input type="text"/>
Páginas web	<input type="text"/>
Redes Sociales	<input type="text"/>
Hojas volantes	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico?

\$ 3.00 dólares	<input type="text"/>
\$ 4.00 dólares	<input type="text"/>
\$ 5.00 dólares	<input type="text"/>
\$ 6.00 dólares	<input type="text"/>

12.- ¿Le gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un río, donde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?

SI	<input type="text"/>
NO	<input type="text"/>

1.3.1.5. Análisis e Interpretación

Género

Tabla 9

Género

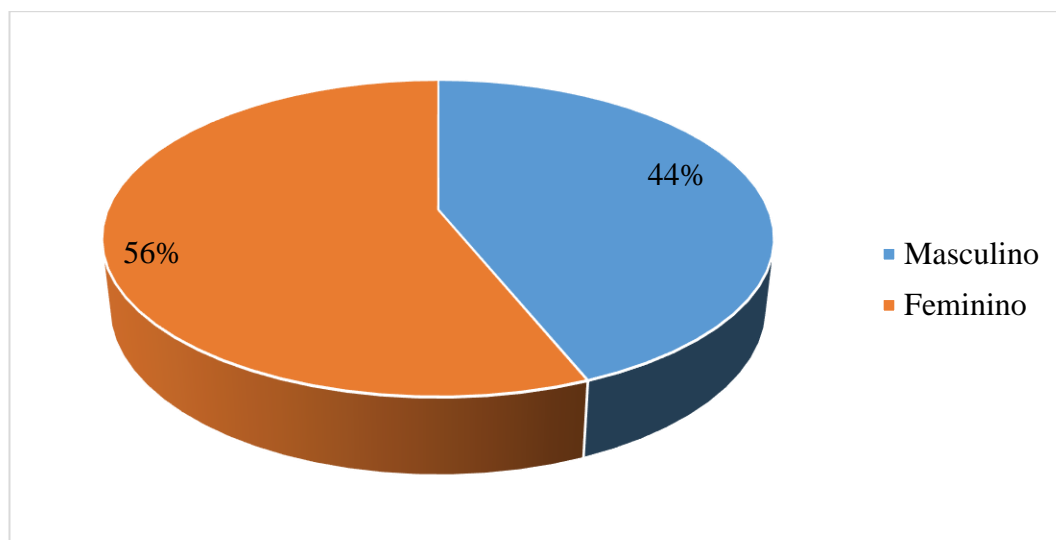
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	168	44%
Femenino	215	56%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 6

Género



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Del total de las personas encuestadas el 56% pertenecen al género femenino y el 44% son de género masculino.

Interpretación: Los encuestados están equilibrados para poder tener una buena apreciación de los requerimientos sean mujeres u hombres.

Desarrollo de la Pregunta No. 1

Tabla 10

¿Conoce Ud. la Comuna Flor del Valle?

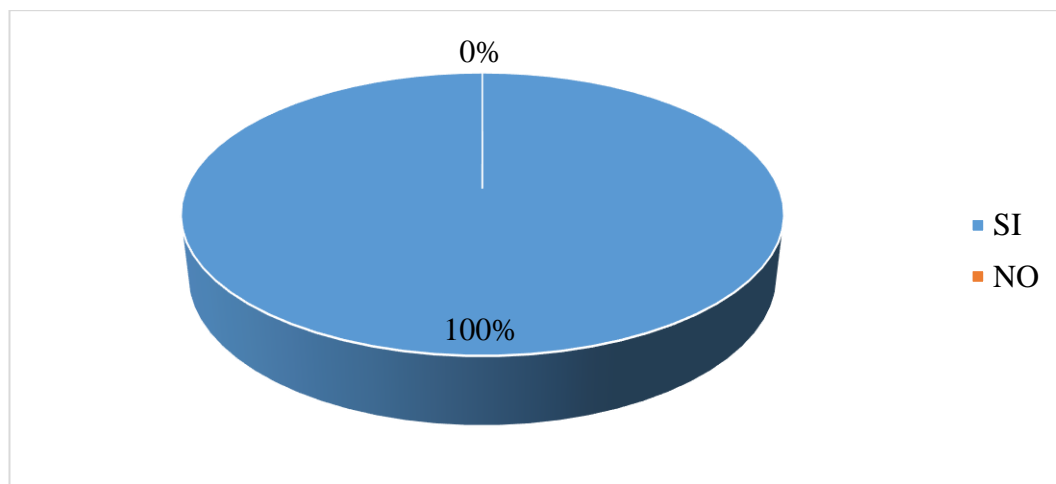
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 7

¿Conoce Ud. la Comuna Flor del Valle?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Sobre el conocimiento de la Comuna Flor del Valle, el 100% de los encuestados manifiestan conocer la Comuna Flor del Valle.

Interpretación: Los resultados obtenidos revelan que existe un alto porcentaje de las personas que conocen la Comuna Flor del Valle, lo que favorece para la creación del Complejo Ecoturístico en este lugar por lo que es reconocido por la población.

Desarrollo de la Pregunta No. 2

Tabla 11

¿Cree usted en la importancia de fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y ecología de la Comuna Flor del Valle?

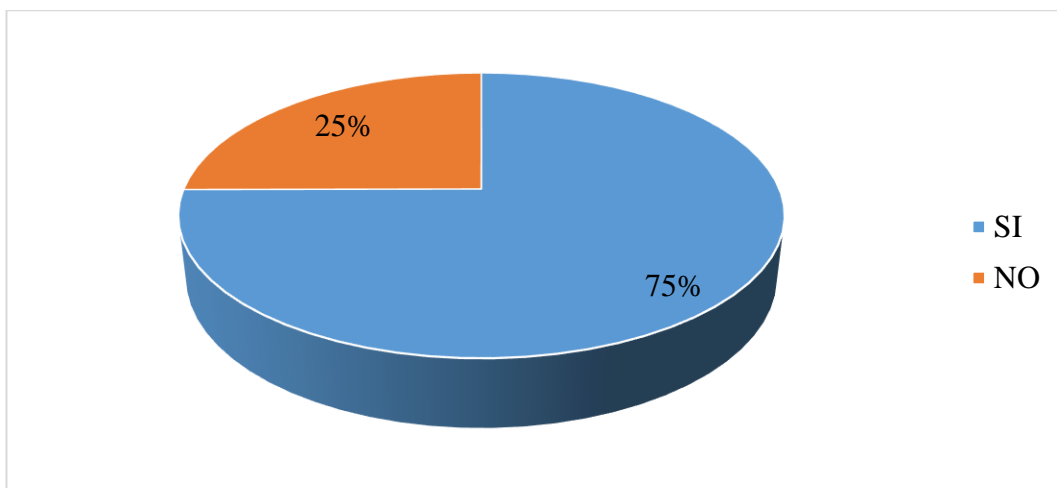
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	287	75%
NO	96	25%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 8

¿Cree usted en la importancia de fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y ecología de la Comuna Flor del Valle?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas, el 75% consideran que es importante fomentar el turismo dentro de la Comuna Flor del Valle y el 25% no lo considera.

Interpretación: Los resultados revelan que la mayoría de las personas están de acuerdo en fomentar el turismo alternativo aprovechando la diversidad y

ecología de la Comuna Flor del Valle, por lo que es un lugar donde se puede disfrutar de la naturaleza.

Desarrollo de la Pregunta No. 3

Tabla 12

¿Le gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad?

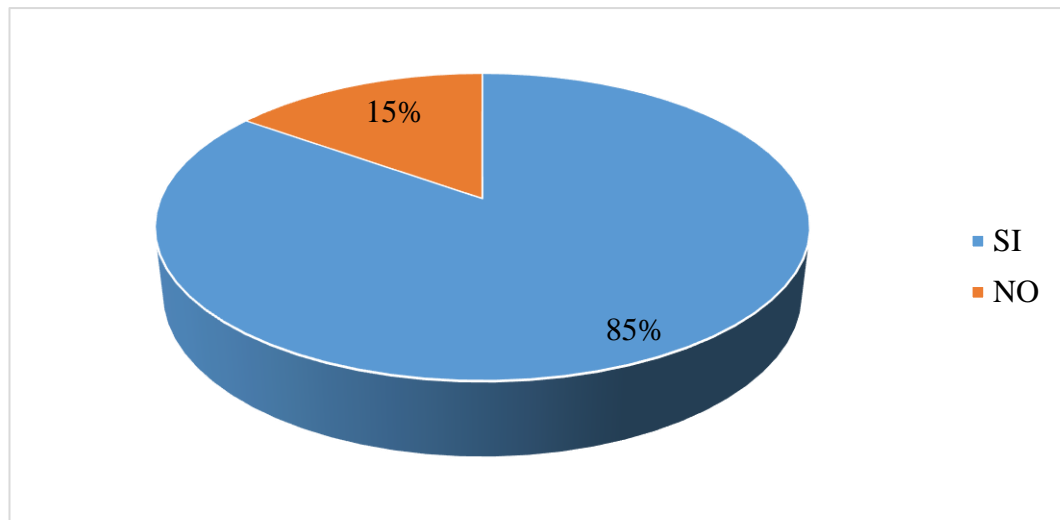
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	325	85%
NO	58	15%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 9

¿Le gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 85% de las personas encuestadas manifiestan que les gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la Ciudad y el 15% no les gustaría.

Interpretación: Se observa que el 85% de los encuestados les gustaría disfrutar de un complejo ecoturístico alejado de la ciudad lo que favorece a nuestro plan de negocio.

Desarrollo de la Pregunta No. 04

Tabla 13

¿Qué atracciones le gustaría que oferte el Complejo Ecoturístico?

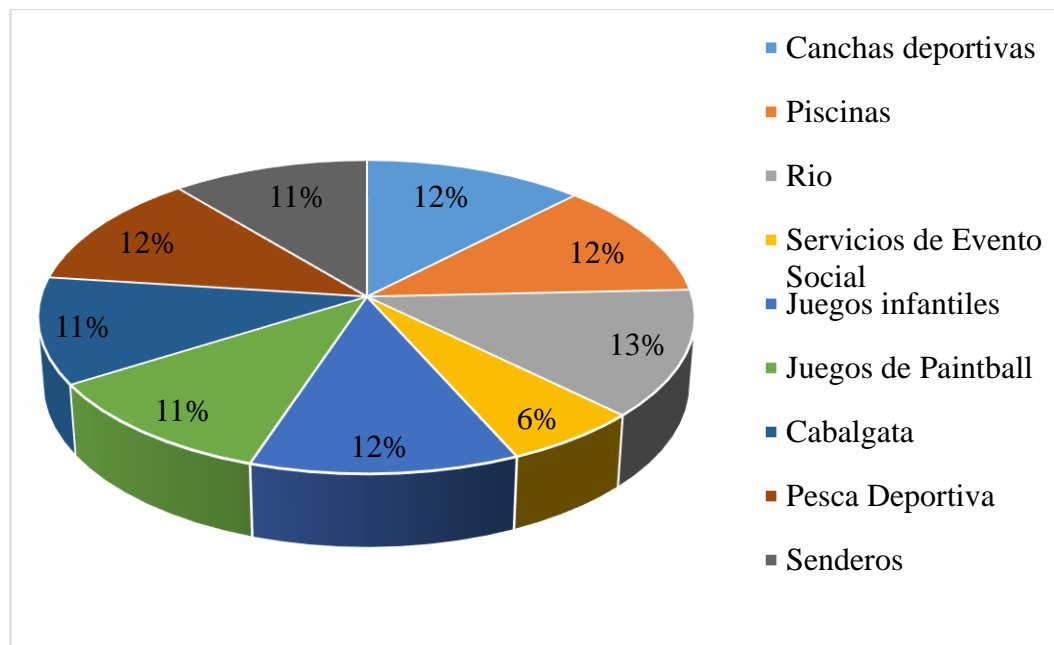
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Canchas deportivas	47	12%
Piscinas	46	12%
Rio	50	13%
Servicios de Evento Social	23	6%
Juegos infantiles	45	12%
Juegos de Paintball	42	11%
Cabalgata	42	11%
Pesca Deportiva	46	12%
Senderos	42	11%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 10

¿Qué atracciones le gustaría que oferte el Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 13% de las personas encuestadas les gustaría que el Complejo Ecoturístico tenga atracciones como el río, el 12% prefieren canchas deportivas, piscinas, juegos infantiles y pesca deportiva, el 11% prefieren juegos de paintball, cabalgata y senderos y el 6% que ofrezcan servicios de eventos sociales.

Interpretación: La mayoría de los encuestados manifiestan que les gustaría que el Complejo Ecoturístico ofrezca diferentes atracciones donde puedan disfrutar en familia del río, canchas deportivas, juegos infantiles piscinas, pesca deportiva y de los senderos.

Desarrollo de la Pregunta No. 05

Tabla 14

¿Qué comida le gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico?

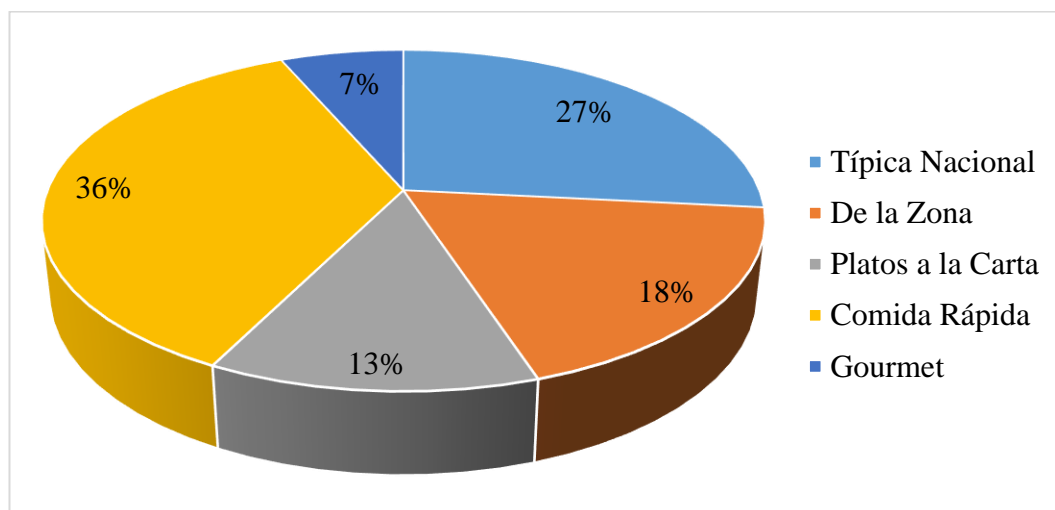
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Típica Nacional	102	27%
De la Zona	70	18%
Platos a la Carta	48	13%
Comida Rápida	138	36%
Gourmet	25	7%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 11

¿Qué comida le gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 36% de las personas encuestadas manifiestan que les gustaría degustar en el Complejo Ecoturístico de comidas rápidas, el 27% comidas típicas nacional, el 18% comida de la zona, el 13% platos a la carta y el 7% comida gourmet.

Interpretación: Los resultados obtenidos indican que el 36% de los encuestados les gustaría degustar de comidas rápidas, 18% comida de la zona en el Complejo Ecoturístico lo que nos permite ofrecer a nuestros clientes en su mayoría de comidas rápidas.

Desarrollo de la Pregunta No. 06

Tabla 15

¿Qué características busca usted cuando asiste a un Complejo Ecoturístico?

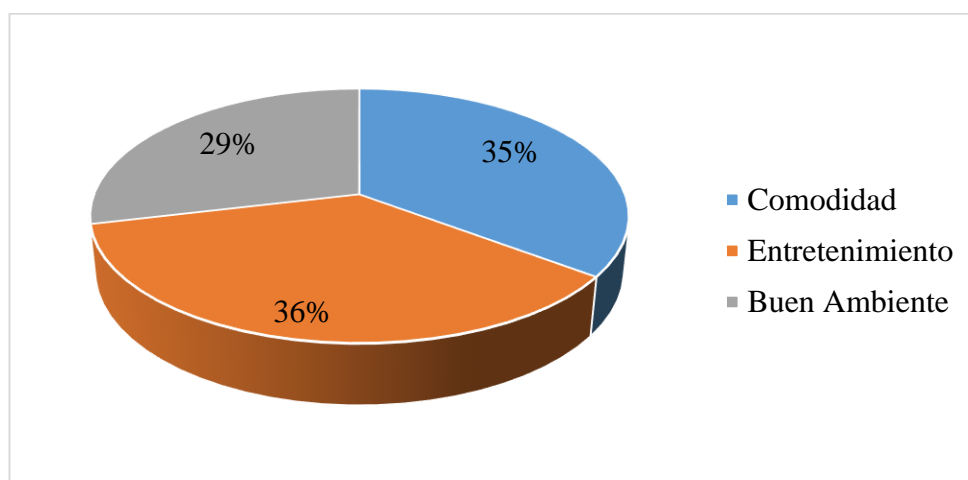
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Comodidad	135	35%
Entretenimiento	138	36%
Buen Ambiente	110	29%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 12

¿Qué características busca usted cuando asiste a un Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 36% de los encuestados exterioriza que buscan entretenimiento, el 35% comodidad y el 29% buen ambiente.

Interpretación: La mayoría de los individuos manifiestan que en un Complejo Ecoturístico lo que buscan es entretenimiento y comodidad disfrutar de un lugar agradable acompañado de la naturaleza.

Desarrollo de la Pregunta No. 07

Tabla 16

¿En qué sector de la ciudad preferiría usted que se encuentre el Complejo Ecoturístico?

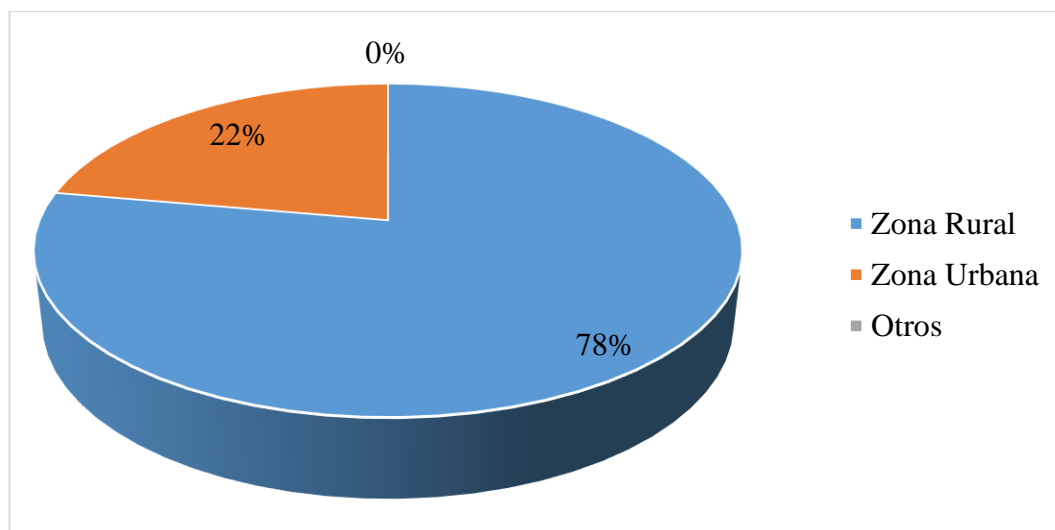
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Zona Rural	298	78%
Zona Urbana	85	22%
Otros	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 13

¿En qué sector de la ciudad preferiría usted que se encuentre el Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 78% de las personas encuestadas demuestran la preferencia que el Complejo Ecoturístico se encuentre en la zona rural de la ciudad y el 22% lo prefieren en la zona urbana.

Interpretación: De los obtenido, se observa que el 78% que prefieren la zona rural evidencian que las personas les gustaría que el Complejo Ecoturístico se encuentre en el lugar preferido según la encuesta por lo que les gusta disfrutar de la naturaleza alejados de la ciudad.

Desarrollo de la Pregunta No. 08

Tabla 17

¿Con que frecuencia visita usted los Centros Turísticos?

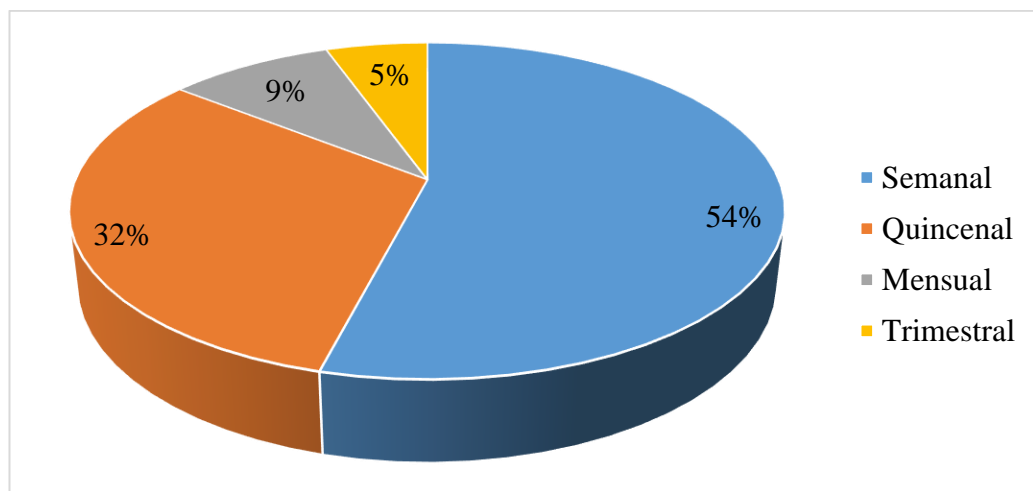
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanal	207	54%
Quincenal	121	32%
Mensual	34	9%
Trimestral	21	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 14

¿Con que frecuencia visita usted los Centros Turísticos?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 54% de las personas encuestadas manifiestas que con

frecuencia visitan los Centros Turísticos semanalmente, el 32% quincenalmente, el 9% mensualmente y el 5% trimestralmente.

Interpretación: Con frecuencia la mayoría de los individuos visitan los Centros Turísticos semanalmente lo que nos permite darnos cuenta de que semanalmente habrá demanda de personas en el Complejo Ecoturístico.

Desarrollo de la Pregunta No. 09

Tabla 18

¿La mayoría de las veces que usted visita Complejos Turísticos acude en compañía de?

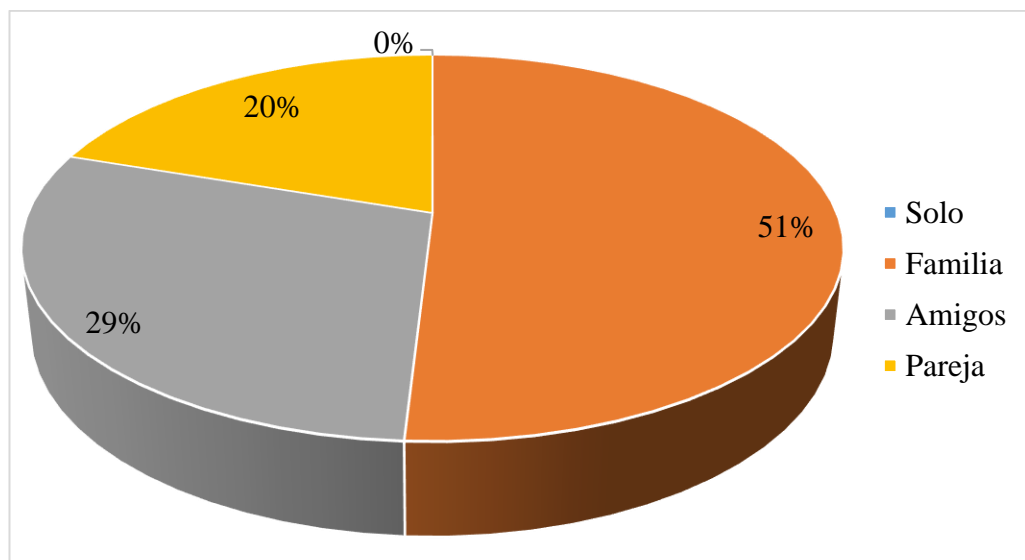
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Solo	0	0%
Familia	195	51%
Amigos	112	29%
Pareja	76	20%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 15

¿La mayoría de las veces que usted visita Complejos Turísticos acude en compañía de?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 51% de las personas encuestadas manifiestan que visitan los Complejos Turísticos acompañado de sus familias, el 29% visitan en compañía de amigos, el 20% visitan en compañía de sus parejas.

Interpretación: Con los resultados obtenidos, se puede dar cuenta de que la mayor parte de las personas visitan los Complejos Turísticos acompañado de sus familias, lo que nos permite brindar un mejor servicio.

Desarrollo de la Pregunta No. 10

Tabla 19

¿Por qué medio de información le gustaría conocer del servicio que ofrece el Complejo Ecoturístico?

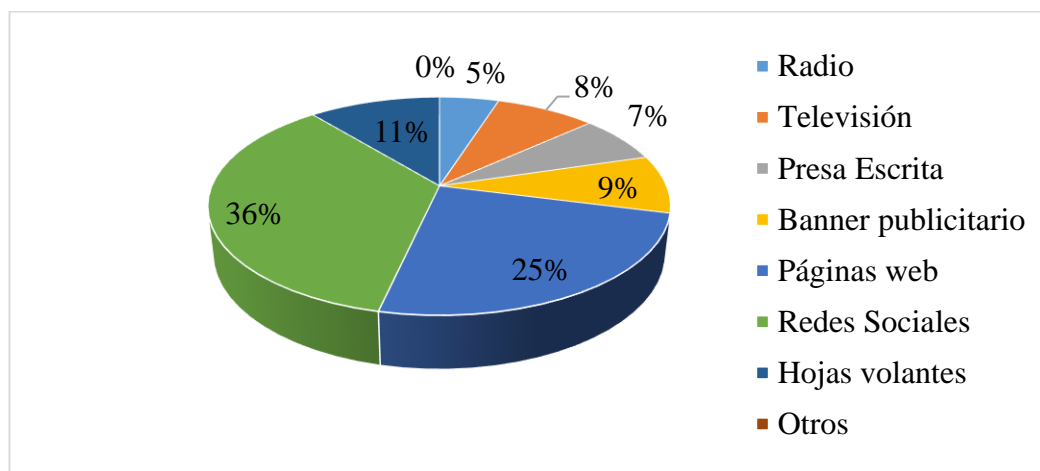
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio	19	5%
Televisión	32	8%
Presa Escrita	27	7%
Banner publicitario	33	9%
Páginas web	94	25%
Redes Sociales	136	36%
Hojas volantes	42	11%
Otros	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 16

¿Por qué medio de información le gustaría conocer del servicio que ofrece el Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: El 36% de la población manifiestan que el medio de información en que le gustaría conocer del servicio es por medio de redes sociales, el 25% por página web, el 11% por hojas volantes, el 9% por banner publicitario, el 8% por televisión, el 7% prensa y el 5% por medio de la radio.

Interpretación: De acuerdo con lo obtenido, se puede evidenciar que la mayor parte de las personas les gustaría conocer del servicio en las redes sociales, y páginas sociales, lo que nos permite buscar las mejores estrategias para publicitar el Complejo Ecoturístico y sea reconocido en el mercado.

Desarrollo de la Pregunta No. 11

Tabla 20

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico?

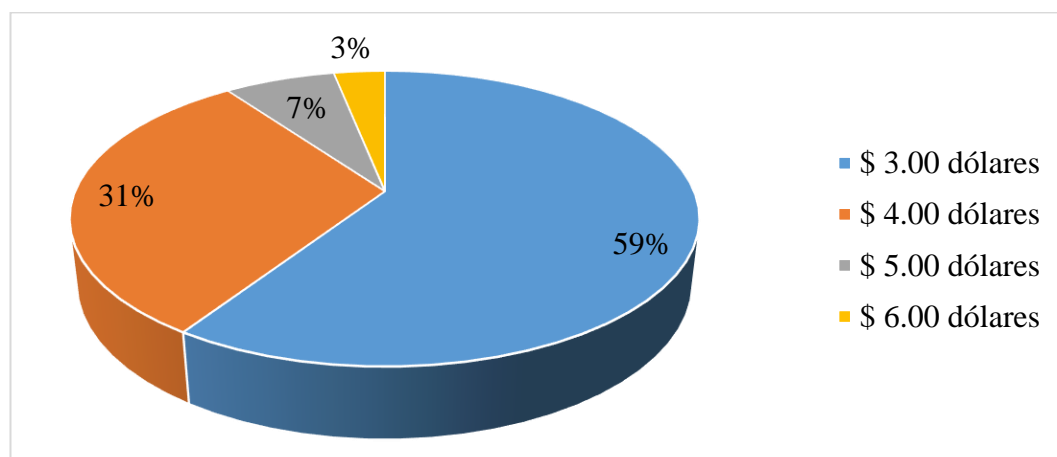
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$ 3.00 dólares	227	59%
\$ 4.00 dólares	118	31%
\$ 5.00 dólares	26	7%
\$ 6.00 dólares	12	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 17

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas, el 59% estarían dispuestos

a pagar \$ 3.00 dólares por la entrada al Complejo Ecoturístico, el 31% pagarían \$ 4.00 dólares, el 7% pagarían \$ 5.00 dólares y el 3% pagarían \$ 6.00 dólares.

Interpretación: Del total de los encuestados la mayoría expresa que, estarían dispuestos a pagar por la entrada al Complejo Ecoturístico el valor de \$ 3.00 dólares, lo nos permite tener en cuenta al momento de poner el valor de la entrada al Complejo, más lo correspondiente a cada actividad específica de diversión.

Desarrollo de la Pregunta No. 12

Tabla 21

¿Le gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un rio, donde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?

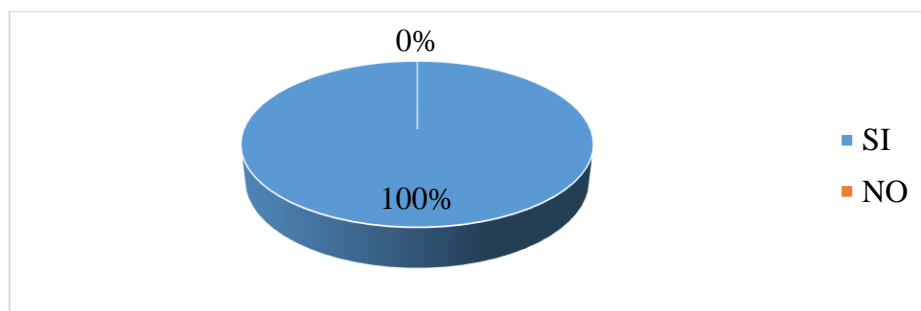
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Figura 18

¿Le gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un rio, donde usted puede realizar actividades recreativas y de turismo?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Como se puede observar el 100% de las personas encuestadas si les gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un río, donde se pueda realizar actividades recreativas y de turismo.

Interpretación: La mayoría de las personas encuestadas si les gustaría visitar un sitio Ecoturístico Endémico cercano a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con diversos atractivos naturales, clima agradable, ubicado a las riberas de un río, donde se pueda realizar actividades recreativas y de turismo.

1.3.2. Demanda Potencial

La demanda corresponde a los consumidores dispuestos a adquirir bienes o servicios para de esta manera satisfacer sus necesidades, quienes, además, poseen capacidad de pago para hacer la transacción a un valor definido y en un sitio predeterminado. (Thompson, 2006)

A continuación, se establece la demanda actual a través de métodos no estadísticos por ello no se dispone de datos históricos, debido a lo cual se ha considerado la frecuencia de visita que realizan la población a los Complejos Turísticos según datos obtenidos de los resultados de la encuesta.

Tabla 22

Cálculo de la demanda potencial

Frecuencia de compra en el año	No. de compras al año	Porcentaje de compra en el año	Total de la población encuestada	Número de Preferencia en la frecuencia de compra	Cálculo de la demanda del servicio en unidades según frecuencia
Semanal	207	54%	142.699	77.125	15.964.776,63
Quincenal	121	32%	142.699	45.082	5.454.976,66
Mensual	34	9%	142.699	12.668	430.705,08
Trimestral	21	5%	142.699	7.824	164.309
TOTAL	383			142.699	22.014.767,14

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

El establecimiento de la demanda potencial se realiza después de analizar los resultados de las encuestas. La proyección de los siguientes 5 años se realiza tomando datos del INEC del Crecimiento Poblacional de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas que es de 1.015% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2019).

A continuación, se presenta la proyección anual de la demanda tomando el valor total del cálculo de la demanda del servicio según frecuencia de compra especificado en la tabla No. 21.

Tabla 23

Proyección de la Demanda

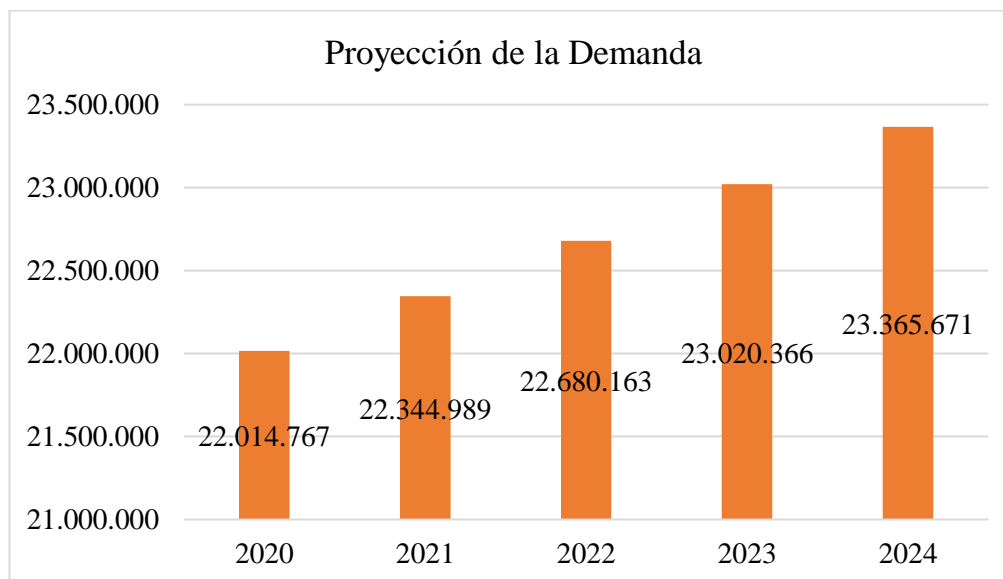
Año	Demanda del Servicio
2020	22.014.767
2021	22.344.988
2022	22.680.163
2023	23.020.365
2024	23.365.671

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Figura 19

Proyección de la demanda



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

1.4. Análisis del macro y microambiente

1.4.1. Análisis del microambiente

La siguiente investigación se realizará con las cinco fuerzas de PORTER que permitirán conocer lo influyente que será la organización en el mercado. Las 5 fuerzas de PORTER es un modelo establecido por el profesor Michael Porter que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria.

Figura 20

Las 5 fuerzas de Porter



Fuente: (Ingreso Pasivo, 2021)

1.4.1.1. Amenaza de nuevos competidores entrantes.

Impacto bajo:

La amenaza de nuevos competidores para el Complejo Ecoturístico Endémico en La Comuna Flor del Valle representa un impacto bajo, dado que en la Comuna Flor del Vale no existe un Complejo Turístico de ninguna índole que brinde todas las alternativas de diversión y recreación que el Complejo Ecoturismo “Punto Verde” ofrece, por lo que en la Comuna Flor del Valle solo cuenta con un gran potencial turístico gracias a su caudaloso río Blanco (Quiroz Rengifo, 2013), siendo una ventaja para la organización ya que brindará los mejores

entretenimientos recreacional para disfrutar de un lugar agradable, acogedor y seguro.

Actualmente vivimos en un mercado muy competitivo, que cada día va creciendo a gran escala, por ende; El Complejo Ecoturismo “Punto Verde” creará una plataforma web donde los clientes puedan acceder e informarse más sobre los servicios que brindará, descuentos y promociones en fechas festivas teniendo como finalidad ofrecer un servicio de la calidad esperada y variedad de entretenimiento.

1.4.1.2. Rivalidad entre los competidores existentes

Impacto bajo:

La rivalidad entre competidores del Complejo Ecoturístico Endémico en La Comuna Flor del Valle tendrá un impacto bajo, como se mencionó anteriormente no existe Complejos Turísticos dentro de la Comuna, pero cabe mencionar que fuera de la Comuna si tendrá un impacto de mayor rivalidad por lo que en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas existen lugares que ofrecen entretenimiento y diversión similares a Complejos Turísticos.

1.4.1.3. Poder de negociación de los proveedores

Impacto medio:

Se considera como impacto medio por motivo que en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas existen proveedores que abastecen a grandes supermercados, comerciales, tiendas dentro y fuera de la Ciudad a precios competitivos esto nos permite efectuar alianzas provechosas.

1.4.1.4. Poder de negociación de los clientes o compradores

Impacto alto:

El poder de negociación de los clientes será de impacto alto; por lo cual el Complejo Ecoturístico Endémico en La Comuna Flor del Valle tratará de limitar este poder de negociación con descuentos a los turistas y así de esta manera

minimizar este impacto. El poder de negociación con los clientes representa una fuerza importante para el desarrollo, crecimiento y permanencia de la organización en el mercado, por lo que ellos también están en la capacidad de exigir mejoras en los servicios que prestará el Complejo Ecoturístico.

1.4.1.5. Amenazas de nuevos productos o servicios

Impacto bajo:

El ingreso de nuevos productos o servicios por el momento no se considera como relevante por lo cual en la Comuna Flor del Valle solo existe el río Blanco, que sirve como un lugar para bañarse únicamente.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

El análisis del macroentorno es primordial para las acciones competitivas de las organizaciones, puesto que, si estas anhelan anticiparse a los competidores y a los cambios de sus mercados, deben adelantarse a la posible influencia de esta clase de variables.

El análisis del macroentorno además posibilita a la organización detectar tanto sus oportunidades de negocio como las amenazas para su desempeño, lo que en ocasiones puede demandar una reorganización de las metas empresariales o un rediseño de su composición organizativa. (*Rivera Camino, 2009*)

Para alcanzar un análisis del macroentorno se deben identificar tanto factores internos (controlables) como factores externos (incontrolables), los mismos que parten por de un análisis interno y externo de la empresa implantado en la Matriz FODA, una vez identificados los factores que conforman parte de la matriz, nos permite consecutivamente realizar matrices como la EFE, EFI y MPC e identificar como embestir a la competencia.

Tabla 24*Matriz FODA*

FACTORES INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
(F1) Buena ubicación geográfica.	(D1) Desconocimiento de los clientes de la empresa.
(F2) Servicio de calidad y eficiente.	(D2) Falta de publicidad y promoción.
(F3) Primera empresa que ofrece Ecoturismo	(D3) Escases de recursos financieros.
(F4) Variedad de atracciones turísticas	(D4) Poca frecuencia de buses.
(F5) Clima agradable	(D5) Empresa nueva que carece de experiencia.
(F6) Diversidad en flora y fauna.	(D6) Nivel de endeudamiento con tasa de interés altas.
(F7) Precios accesibles	(D7) Falta de capacitación al personal.
(F8) Buena infraestructura para a las necesidades de los clientes.	(D8) Deficiente señalización en la vía de acceso a la empresa.
FACTORES EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
(O1) Los complejos turísticos existentes que ofrecen otros cantones cercanos no satisfacen al mercado.	(A1) Ingreso de nuevos competidores
(O2) El plan del buen vivir está desarrollando y fomentando el turismo de la zona lo cual beneficiará a la empresa.	(A2) Crecimiento de la tasa de desempleo.
(O3) Aceptación de la empresa por los clientes.	(A3) Pandemia que provoca la disminución del servicio.
(O4) No existe un lugar similar en el sector	(A4) Inestabilidad económica y política del país
(O5) Apoyo del gobierno para proyectos de emprendimiento.	(A5) Impacto Ambientales que provoca inundaciones y por ende daños a las vías de ingreso a la empresa.
(O6) Crecimiento de turistas en la Comuna.	(A6) Cambios en la tendencia de la demanda de mercado turístico.

Fuente: Investigación de campo.**Elaborado por:** La Autora.**1.4.2.1. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)**

Según Fred (2008), la matriz de evaluación de factores internos (EFI) es una herramienta que ayuda para la formulación de estrategias y evalúa las fortalezas y las debilidades primordiales en las zonas funcionales de la empresa, al igual que proporciona una base para detectar y evaluar las interrelaciones entre estas áreas. Es decir, mediante la matriz EFI se puede evaluar los factores internos de la empresa.

Tabla 25.*Matriz EFI*

N.º	Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación (1 - 4)	Peso Ponderado
Fortalezas				
F1	Buena ubicación geográfica.	0,11	4	0,44
F2	Servicio de calidad y eficiente.	0,09	4	0,36
F3	Primera empresa que ofrece este tipo de servicio.	0,07	3	0,21
F4	Variedad de atracciones turísticas.	0,06	4	0,24
F5	Clima agradable.	0,04	3	0,12
F6	Diversidad en flora y fauna.	0,05	3	0,15
F7	Precios accesibles	0,05	4	0,20
F8	Buena infraestructura acorde a las necesidades de los clientes.	0,07	3	0,21
				1,93
Debilidades				
D1	Desconocimiento de los clientes de la empresa.	0,06	1	0,06
D2	Falta de publicidad y promoción.	0,05	1	0,05
D3	Escases de recursos financieros.	0,04	2	0,08
D4	Poca frecuencia de buses.	0,03	1	0,03
D5	Empresa nueva que carece de experiencia.	0,08	1	0,08
D6	Nivel de endeudamiento con tasa de interés altas.	0,06	1	0,06
D7	Falta de capacitación al personal.	0,09	1	0,09
D9	Deficiente señalización en la vía de acceso al lugar.	0,05	2	0,10
				0,55
TOTAL		1,00		2,48

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis. - Dado que la suma de los valores de la Matriz de Evaluación de Factores Internos presenta un peso ponderado de 2,48 que es considerado como muy buena expectativa, mostrando que las debilidades pueden ser contrarrestadas con sus fortalezas de la empresa, donde se puede manejar de una manera eficiente y eficaz para ofrecer un servicio excelente de calidad y calidez a la sociedad.

1.4.2.2. Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)

La Matriz de evaluación del factor externo (EFE) admite resumir y evaluar la información económica, ambiental, cultural, demográfica, gubernamental, legal, política, social, tecnológica y competitiva. (Fred, 2008, p. 110). Esta matriz permite

determinar los factores externos de la empresa tales como las oportunidades y amenazas que tiene en su entorno.

Tabla 26.

Matriz EFE

N.º	Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación (1 – 4)	Peso Ponderado
Oportunidades				
O1	Los complejos turísticos cercanos existentes de otros cantones no satisfacen al mercado.	0,13	4	0,52
O2	El plan del buen vivir está desarrollando y fomentando el turismo de la zona lo cual beneficiará a la empresa.	0,09	3	0,27
O3	Aceptación del complejo por parte de los clientes.	0,11	4	0,44
O4	No existe un lugar similar en el sector.	0,12	4	0,48
O5	Apoyo del gobierno para proyectos de emprendimiento.	0,07	2	0,14
O6	Crecimiento de turistas en la Comuna.	0,08	3	0,24
				2,09
Amenazas				
A1	Ingreso de nuevos competidores	0,07	2	0,14
A2	Crecimiento de la tasa de desempleo.	0,05	1	0,05
A3	Pandemia que provoca la disminución del servicio.	0,08	3	0,24
A4	Inestabilidad económica y política del país.	0,05	1	0,05
A5	Impacto Ambientales que provoca inundaciones y por ende daños a las vías de ingreso a la empresa.	0,09	4	0,36
A6	Cambios en la tendencia de la demanda de mercado turístico.	0,06	2	0,12
				0,96
TOTAL		1,00		3,05

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis.- Después de analizar las variables externas nos da como resultado **3.05**, esta es una calificación positiva, ya que el mínimo es 1 y el máximo es 4, lo que nos da a conocer que la empresa del Complejo Ecoturismo está aprovechando sus oportunidad y sabe controlar sus amenazas el nivel externo tiene buenas oportunidades, mismo que nuestro precio serian accesible para el cliente, y nos proporcionaría una rentabilidad favorable, permitiéndonos obtener créditos bancarios y ampliar el negocio lo que quedaría por encima de las amenazas.

1.4.2.3. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Según Fred, la matriz de perfil competitivo (MPC) relaciona a los importantes competidores, como las fortalezas y debilidades con relación al enfoque estratégico de la organización en estudio. (2008, p. 112)

La Matriz de Perfil Competitivo será utilizada como una herramienta para comparar las empresas que actualmente está posesionado en el mercado y analizar las fortalezas y debilidades, con fin de comprender y mejorar el entorno externo para identificar los principales competidores de una empresa y comparar a través del uso de los factores críticos de éxito de la industria.

A continuación, se muestra la (MPC) de la empresa.

Tabla 27.

Matriz de Poder Competitivo

Factores determinantes de éxito	Complejo Ecoturístico Endémico "Punto Verde"		Complejo Turístico "El Trébol"		Parque Acuático "El Pulpo"		
	Peso	Calif. (1 - 4)	Peso Ponderado	Calif. (1 - 4)	Peso Ponderado	Calif. (1 - 4)	Peso Ponderado
Calidad del servicio	0,25	4	1,00	2	0,50	4	1,00
Seguridad	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40
Infraestructura	0,15	3	0,45	2	0,30	4	0,60
Personal calificado	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27
Ubicación Geográfica	0,09	4	0,36	3	0,27	2	0,18
Precios Competitivos	0,05	4	0,20	4	0,20	1	0,05
Publicidad	0,09	3	0,27	2	0,18	2	0,18
Trayectoria	0,08	1	0,08	4	0,32	4	0,32
Variedad en Servicios	0,10	3	0,30	1	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,38		1,24		2,45

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

Análisis. - La empresa de menor competitividad en el mercado es el Complejo Turístico "El Trébol" y de mayor competitividad es el Parque Acuático "El Pulpo".

Es decir, por ser una empresa nueva el Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” no tiene reconocimiento alguno en el mercado a diferencia de los demás complejos turístico debido a los factores determinantes como: la trayectoria y seguridad en el servicio.

1.4.2.4. Plan de Contingencia

Tabla 28.

Plan de Contingencia

Estrategia	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuán do?	¿Quién?
	Programas	Acciones Inmediatas	Recursos Necesarios	Plazo	Responsabl e
Realizar un programa de capacitación de atención al cliente	Capacitación para retención de clientes	Determinar quiénes se beneficiarán de estas capacitaciones. Establecer costo de capacitaciones	Humanos Financieros Materiales Tecnológico s	Perman ente	Representant e legal de la empresa
Implementar planes de contingencia para eventuales catástrofes naturales	Capacitación sobre evacuacione s y seguridad.	Determinación de equipo de evacuación. Determinar el costo de las capacitaciones	Humanos Materiales Financiero	Perman ente	Jefe de seguridad

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

1.4.3. Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta está referida a la cantidad de bienes que se puede colocar en el mercado y producir. (Romo Mora, 2018). La oferta del presente estudio está relacionada con la competencia existente en el mercado ofreciendo servicio similar a los pobladores de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para el cálculo de la oferta se consideró a las empresas existentes en el mercado que ofrecen servicios similares dentro de la provincia como son: El Complejo Turístico “El Trébol”, Parque Acuático “El Pulpo”, Aqua Park D’ Carlos y el Complejo Turístico Laguna, siendo estas empresas competencia indirecta para la empresa.

De este modo se pudo obtener el número de personas que mensual y anualmente concurren a estos establecimientos.

Tabla 29*Empresas del Sector que Ofrecen Servicios Similares.*

EMPRESA	No. de Preferencia en frecuencia de compra mensual en unidades	No. de Preferencia en frecuencia de compra anual en unidades
Complejo Turístico "El Trébol"	22.000	264.000
Parque Acuático "El Pulpo"	27.300	327.600
AQUA PARK D´CARLOS	11.800	141.600
Complejo turístico Laguna	9.500	114.000
TOTAL	70.600	847.200

Fuente: Investigación de Campo**Elaborado por:** La Autora

Con el cálculo anterior se puede determinar el número de personas concurren a los Complejos Ecoturístico que realizan actualmente las empresas, esto nos da una oferta total de mercado de 847.200 unidades.

El resultado obtenido muestra el total de la oferta al año 2020, con estos datos se procede a realizar el cálculo de la proyección de la misma hasta el año 2024, tomando como referencia el 1,015% de índice de crecimiento poblacional de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

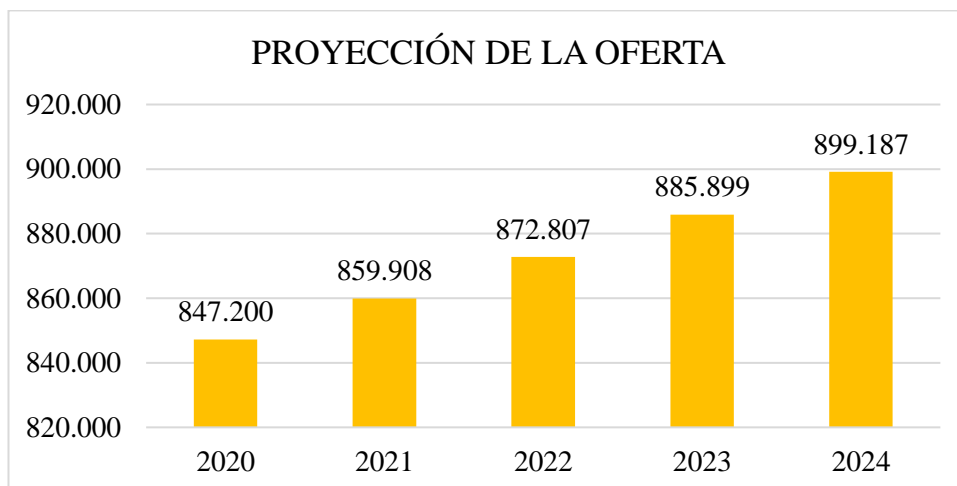
Tabla 30*Proyección de la Oferta*

Año	Oferta del Servicio
2020	847.200
2021	859.908
2022	872.807
2023	885.899
2024	899.187

Fuente: Investigación de Campo**Elaborado por:** La Autora

Figura 21

Proyección de la oferta



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

1.5. Demanda Potencial Insatisfecha

Los resultados entre la demanda y la oferta, tanto anual como diaria, se detallan a continuación:

Tabla 31

Demanda Potencial Insatisfecha

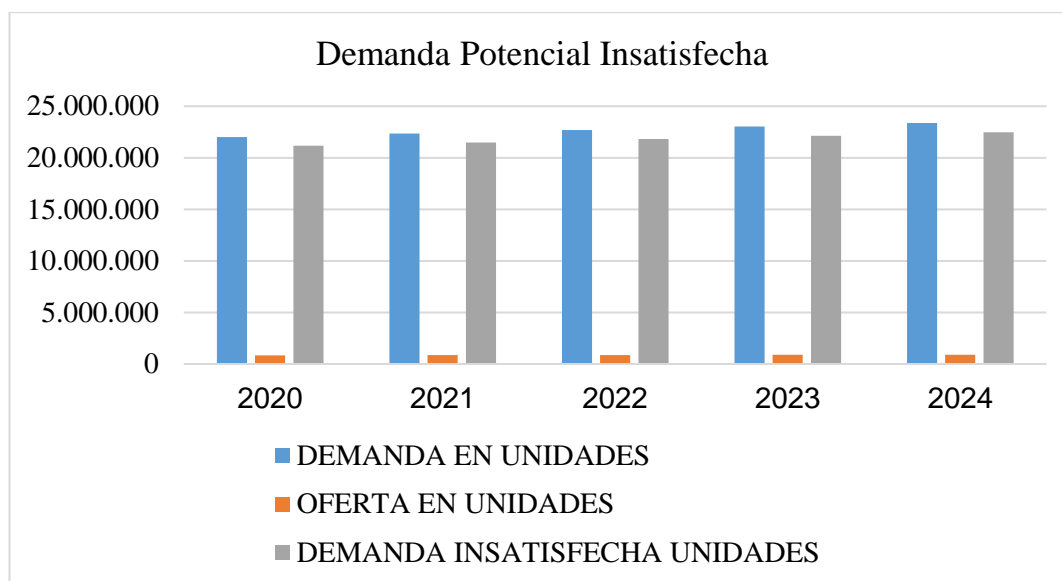
Año	Demanda	Oferta	DPI/Año	DPI/Día
2020	22.014.767	847.200	21.167.567	57.993
2021	22.344.989	859.908	21.485.081	58.863
2022	22.680.163	872.807	21.807.357	59.746
2023	23.020.366	885.899	22.134.467	60.642
2024	23.365.671	899.187	22.466.484	61.552

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Figura 22

Demanda Insatisfecha



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Observando los datos finales, la empresa tiene un mercado amplio para ofrecer nuestros servicios, por lo cual la empresa puede aprovechar y tomar un determinado porcentaje de la demanda insatisfecha.

1.6. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Para implantar nuestro canal de comunicación es necesaria la construcción de un Plan de Marketing con el fin de fomentar una política de información de los productos y servicios, siendo estos la carta de presentación para los clientes.

Un plan de marketing es un documento que relaciona los objetivos de una organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece que objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y qué debe hacer para alcanzar dichos objetivos es decir estrategia de marketing. (Hoyos, 2013, p. 3)

La promoción estará dirigida a la población de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y la publicidad se realizará a través de los diferentes medios de comunicación, tales como radio, televisión, prensa, vallas publicitarias, hojas volantes y online es decir por las redes sociales.

PROPUESTA

Implementar estrategias de marketing con la intención de posicionar el Complejo Ecoturismo Endémico “Punto Verde” S.A. en el mercado.

OBJETIVOS

- Diseñar formas de diferenciación de nuestra empresa con relación a la empresa que ofrece servicios similares.
- Buscar maneras de fidelización de los clientes.
- Incrementar la participación del servicio en el mercado.

ESTRATEGIAS

- Dar a conocer los servicios mediante los diferentes medios de comunicación.
- Capacitar en temas de atención al cliente para los trabajadores de la empresa.
- Crear la página web de la empresa para promocionar los servicios que ofrece la empresa.

PLAN DE ACCIÓN

Tabla 32

Plan de Acción del Complejo Ecoturístico endémico “Punto Verde” S.A.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO													
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Diseñar formas de diferenciación de nuestra empresa con relación a la empresa que ofrece servicios similares.	Dar a conocer los servicios mediante los diferentes medios de comunicación.	* Elaborar el slogan de la empresa	Gerente propietario														
		* Elaborar hojas volantes, trípticos, tarjetas de presentación, valla publicitaria, banners publicitaria.	Gerente propietario														
		* Distribuir material de mano (hojas volantes, trípticos, tarjeta de presentación)	Gerente propietario														
Buscar maneras de fidelización de los clientes.	Capacitar en temas de atención al cliente para los trabajadores de la empresa.	* Elección de temas para la capacitación	Gerente propietario														
		* Establecer un lugar para la capacitación	Gerente propietario														
		* Coffe Break (12 personas)	Gerente propietario														
Incrementar la participación del servicio en el mercado.	Crear la página web de la empresa para promocionar los servicios que ofrece la empresa.	* Crear la página web de la empresa	Gerente propietario														
		* Dar el debido funcionamiento de la página web para promocionar el servicio	Gerente propietario														

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

PRESUPUESTO

Tabla 33

Presupuesto General del Plan de Marketing

Estrategias	Detalle	Cant	Valor Anual
Dar a conocer los servicios mediante los diferentes medios de comunicación.	Diseño de eslogan	1	50,00
	Hojas volantes 10x15	1000	240,00
	Tarjeta de presentación	1000	120,00
	Tríptico 1/4 pg.	1000	750,00
	Vaya publicitarias	5	300,00
	Banners publicitarios	2	120,00
	Propaganda en radio	2	420,00
	Distribución de material de mano	2	240,00
Capacitar en temas de atención al cliente para los trabajadores de la empresa.	Contratación de facilitador para la capacitación	1	480,00
	Café Break	12	120,00
Crear la página web de la empresa para promocionar los servicios que ofrece la empresa.	Diseño de página web	1	500,00
	Diseño de redes sociales	3	540,00
TOTAL			3.880,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

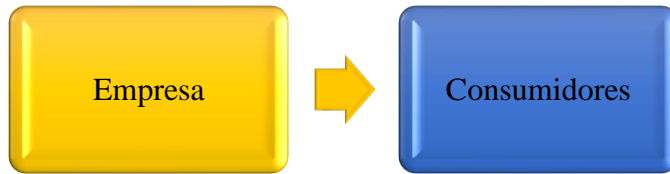
1.7. Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Un canal de distribución se basa en el grupo de individuos y organizaciones comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del productor al consumidor o cliente de negocios final; el canal incluye continuamente al que produce y al comprador final del bien o servicio, así como a cualquier intermediario, como detallistas y mayoristas. (Stanton et al., 2007)

El canal de distribución que se utilizará para el servicio del Complejo Ecoturístico Endémico será el directo, es decir; que no existirán intermediarios sino únicamente la relación entre el cliente y la empresa.

Figura 23

Canal de Distribución



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

Cabe indicar que el Gerente General de la empresa será quien se encargue de realizar todas las gestiones necesarias para contactar a los clientes, adicional de los canales de comunicación que se mencionaron anteriormente tales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros que servirán de apoyo para que las personas conozcan de los servicios que brinda la empresa.

1.8. Seguimiento de Clientes

El seguimiento a los clientes se lo realizará mediante correos electrónicos, realizando preguntas útiles para nuestro mejoramiento, que podamos saber cuál es el nivel de satisfacción del servicio, y si podemos mejorar nuestro servicio, además de hacerlo personalmente y poder conocer más del cliente de la expectativa del servicio.

A continuación, se presenta el formato de lista de verificación para conocer la percepción del cliente sobre el servicio, esta herramienta será de gran ayuda para la permanencia y el crecimiento de la empresa.

Tabla 34

Listado de Verificación de Seguimiento al Cliente

HOJA DE VERIFICACIÓN						
NOMBRE: _____						
TELÉFONO: _____						
FECHA: _____						
E-MAIL: _____						
LISTADO DE SATISFACCION DEL CLIENTE						
DETALLE	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE	TOTAL
Precio del Servicio						
Calidad del Servicio						
Atención requerida						
Trato del personal						
Comunicación Oportuna						
Conformidad del servicio						
Observaciones: _____						

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

1.9. Especificar mercados alternativos.

Nuestros mercados alternativos más cercanos a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas son las parroquias aledañas como Plan Piloto, Monterrey, Las Villegas, para ello se deberá realizar un nuevo estudio de mercado para conocer el nivel de aceptación de nuestro servicio. Además, se debería realizar alianzas estratégicas con los centros educativos, fábricas o empresas que proporcionen a sus trabajadores momentos de diversión y recreación de esta forma se incrementaría más clientes para la empresa. Por otro lado, en el caso de no poder cumplir con el plan de ventas se consideran la implementación de nuevos servicios entre ellos se considera los siguientes:

- Salón de eventos
- Servicio de Spa

CAPÍTULO II

2. Área de operaciones

2.1. Objetivos del estudio de operaciones

Diseñar el proceso del servicio mediante la cadena de valor que permita a los clientes visualizar de una forma clara los servicios que se ofrecerá.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación servicio

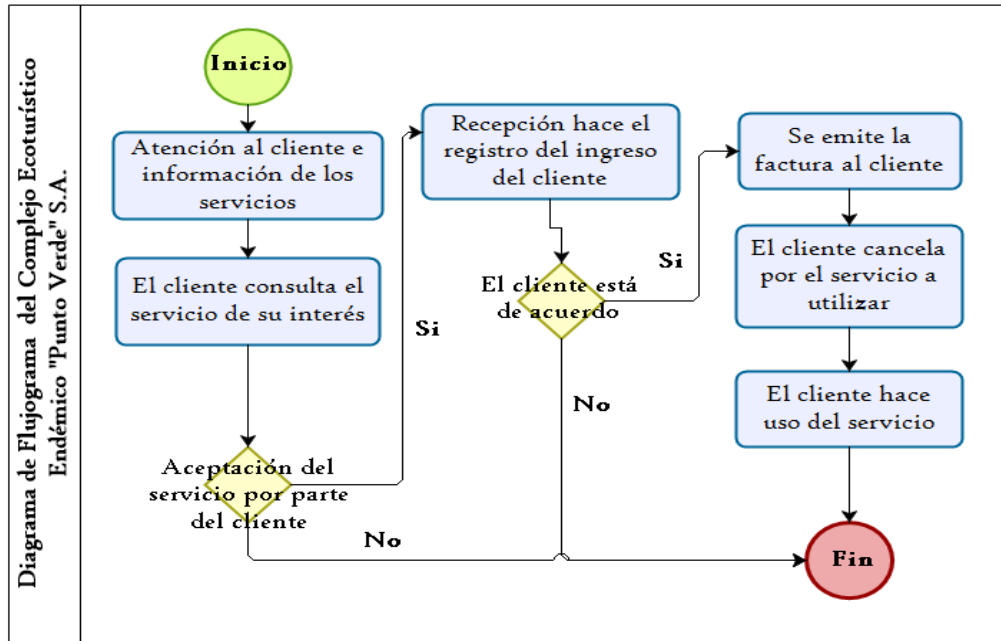
Según Krajewski, Ritzman, & Malhotra (2008) manifiesta: “Que los procesos de servicios producen bienes intangibles” (p. 8). Vale decir que se puede realizar un proceso de transformación mediante el proceso de servicio por lo que mediante este tipo de proceso tiene el mayor grado de contacto con el cliente.

El Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A., realizará dos procesos para la prestación del servicio, el primero se describe los procesos a seguir para la prestación de los servicios en general (servicio de piscina, servicio de caballeriza, servicio pesquero y servicio de recreación paintball); el segundo describe los procesos a seguir para el servicio de alimentación. Posteriormente se hace una descripción de las acciones de cada proceso a seguir con los tiempos definidos.

Seguidamente, se muestra el Figura de diagrama de flujo donde se describen gráficamente los procedimientos que se realizarán para la prestación del servicio.

Figura 24

Flujograma del Complejo Ecoturístico Endémico "Punto Verde" S.A.



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

Tabla 35

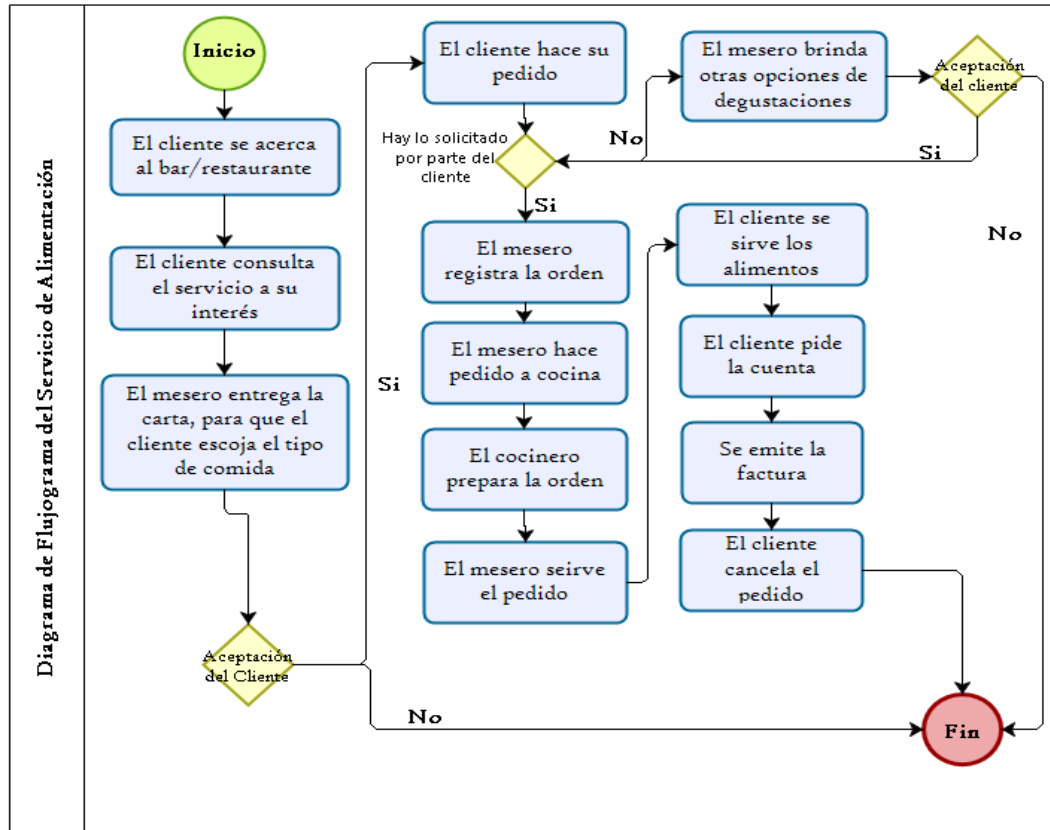
Descripción de las Actividades del Proceso de Distribución

ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)	FIGURA
Inicio	0	Inicio
Atención al cliente e información de los servicios	3	Actividad
El cliente consulta el servicio de su interés	2	Actividad
Aceptación del servicio por parte del cliente	1	Decisión
Recepción hace el registro del ingreso del cliente	3	Actividad
El cliente está de acuerdo	1	Decisión
Se emite la factura al cliente	1	
El cliente cancela la factura por el servicio a utilizar	2	Actividad
El cliente hace uso del servicio	---	Actividad
Fin	0	Fin
TOTAL	13 minutos	

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

Figura 25

Diagrama de Flujo del Servicio de Alimentos



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 36

Descripción de las Actividades del Servicio de Alimentación

Actividad	Tiempo, min	Figura
Inicio	0	Inicio
El cliente se acerca al bar/restaurante	1	Actividad
El cliente consulta el servicio a su interés	1	Actividad
El mesero entrega la carta, para que el cliente escoja el tipo de comida	1	Actividad
Aceptación del cliente	1	Decisión
El cliente hace su pedido	2	Actividad
Hay lo solicitado por parte del cliente	1	Decisión
El mesero brinda otras opciones de degustaciones	1	
Aceptación del cliente	1	Decisión
El mesero registra la orden	1	Actividad
El mesero hace el pedido a cocina	1	Actividad
El cocinero prepara la orden	7	Actividad
El mesero sirve el pedido	2	Actividad
El cliente se sirve los alimentos	10	Actividad
El cliente solicita la cuenta	1	Actividad
Se emite la factura	1	Actividad
El cliente cancela su orden	1	Actividad
Fin	0	Fin
TOTAL	33 minutos	

Fuente: Elaboración propia

2.2.1.1. Mapa de Procesos

Los mapas de proceso permiten una comprensión o visión global gráfica del funcionamiento general de una organización, en los que se puede observar la correlación con las partes interesadas. (Arias Coello, n.d.)

En el siguiente Figura se puede observar el mapa de proceso del Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A.

Figura 26

Mapa de Procesos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Las instalaciones del Complejo Ecoturístico funcionarán en la Comuna Flor de Valle, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas que está ubicada en el Km 40 vía Santo Domingo - La Concordia.

Figura 27

Ubicación de las instalaciones del Complejo Ecoturístico



Fuente: (Google Maps, s.f.)

2.2.2.1. Descripción de instalaciones

A continuación, se describe el plano de distribución de las instalaciones del Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A.

Figura 28

Instalaciones del Complejo Ecoturístico Endémico "Punto Verde" S.A.



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

Tabla 37**Descripción de las Instalaciones del Complejo Ecoturístico Endémico**

No.	Área	Descripción de las Áreas
1	Ingreso Principal	El cliente llega a nuestras instalaciones, donde al ingreso se contará con una pequeña oficina donde será atendido.
2	Área de Piscinas	Para disfrutar de un día soleado y rodeado de naturaleza contaremos con tres piscinas (niños y adultos): una piscina general, para adultos y adolescentes y otra para niños menores de 6 años, acomodadas con sillas donde podrá disfrutar del día junto a su familia, las respectivas señaléticas estarán ubicadas cerca de las piscinas para más información.
3	Área de Bar/ Restaurante	Nuestros clientes tendrán la opción de escoger entre comida rápida en el servicio de bar como snacks, golosinas, helados, colas, hamburguesas, pinchos, empanadas, bochines entre otros, también contaremos platos a la carta, este servicio comprende exquisitos platos tradicionales y variedad de mariscos, acompañado de música para disfrutar junto a los amigos o familiares.
4	Área de Canchas Deportivas	Para los que aman el fútbol o vóley estarán las canchas deportivas que podrán ser usadas a cualquier hora del día.
5	Área de Criaderos de Tilapias	En esta área estará el área de criadero de tilapias donde un empleado será el encargado de su mantenimiento.
6	Área de Pesca Deportiva	Para las personas que les guste disfrutar de la pesca deportiva, en esta área podrán disfrutar de un momento agradable, se contará con todos los implementos para su realización, el cliente a la vez podrá degustar del mismo.
7	Área de Juegos Infantiles	Para los niños el complejo contará con juegos infantiles que les permitirá recrearse en un ambiente acogedor.
8	Senderos	Los senderos permitirán realizar caminatas, disfrutar de la flora y fauna.
9	Área de Caballerizas	Otra actividad que ofrecerá el Complejo Ecoturístico es el paseo de caballos para niños y para adultos que será bajo previo asesoramiento y vigilancia del entrenador.
10	Área de Paintball	El complejo contará con un área diseñada estratégicamente como campo de paintball con los implementos y protecciones adecuadas para este deporte.
11	Río Blanco	Para quienes les gusta disfrutar de río de agua dulce el complejo dispone del acceso al río para quienes desean bañarse en él.
12	Parqueaderos	Para la seguridad de los visitantes se ha destinado un adecuado estacionamiento con vigilancia durante las 24 horas. A la entrada del Complejo Ecoturístico un guardia de seguridad le entregará el respectivo ticket de ingreso, el mismo que debe ser devuelto a la salida del complejo turístico. El área de parqueadero tendrá las señaléticas correspondientes.
13	Área de Vestidores	Se contará con cuatro vestidores, dos para las damas y dos para caballeros, en este espacio las personas podrán cambiarse de vestimenta.
14	Área de Cocina	En esta área se preparará las delicias que ofrecerá el Complejo Ecoturístico.

Fuente: Elaboración propia**Elaborado por:** La Autora.

2.2.2.2. Descripciones de los Equipos

Los equipos que se utilizarán para el desarrollo del trabajo en el Complejo Ecoturístico Endémico son los siguientes:

Tabla 38

Equipo de Computación

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
Administrativo/ Gerenciales	Computadora de escritorio LG	1	8 horas	550,00	550,00
	Impresora Epson L220 multifunción	1	8 horas	390,00	390,00
	Laptop Hp	1	8 horas	850,00	850,00
	Telefax	1	8 horas	100,00	100,00
	Intercomunicadores	2	8 horas	65,00	130,00
					2.020,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

Tabla 39

Equipo de Oficina

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
Administrativo/ Gerenciales	Teléfono	1	8 horas	55,00	55,00
	Sumadora Casio	2	8 horas	110,00	220,00
	Cámara de Seguridad	2	8 horas	100,00	200,00
					475,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

Tabla 40

Maquinaria y Equipo

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
Operaciones	Bomba de agua	1	8 horas	80,00	80,00
Operaciones	Bomba de piscinas	2	8 horas	250,00	500,00
Operaciones	Podadora Eléctrica	1	8 horas	340,00	340,00
Operaciones	Cocina Industrial de acero inoxidable	1	8 horas	700,00	700,00
Operaciones	Congeladores	2	8 horas	590,00	1.180,00
Operaciones	Refrigeradora Indurama	1	8 horas	640,00	640,00
Operaciones	Asadero grande	1	8 horas	150,00	150,00
Operaciones	Rastrillo	1	8 horas	5,50	5,50
Operaciones	Extractor de Jugos	1	8 horas	50,00	50,00
Operaciones	Tanques de gas	2	8 horas	80,00	160,00

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
Operaciones	Smart TV FULLHD LG 43''	1	8 horas	450,00	450,00
Operaciones	Soporte para televisor	1	8 horas	35,00	35,00
Operaciones	Equipo de Sonido	1	8 horas	350,00	350,00
Operaciones	Radios de Comunicación	6	8 horas	35,00	210,00
					4.850,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

Tabla 41. Herramientas

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
FACILIDADES DE RESTAURANTE					
Operaciones	Combo de microondas + waflera	1	8 horas	300,00	300,00
Operaciones	Juego de tazas 12 pzs	5	8 horas	20,00	100,00
Operaciones	Juego de 12 ollas grandes	2	8 horas	80,00	160,00
Operaciones	Juego de 12 ollas medianos	2	8 horas	50,00	100,00
Operaciones	Ollas tamaleras grandes	4	8 horas	45,00	180,00
Operaciones	Tostadora	2	8 horas	45,00	90,00
Operaciones	Batidora	2	8 horas	70,00	140,00
Operaciones	Sartenes Grandes	2	8 horas	580,00	1.160,00
Operaciones	Sartenes Medianos	2	8 horas	480,00	960,00
Operaciones	Sartén Pequeño	1	8 horas	25,00	25,00
Operaciones	Juego de Coladores en Acero Inoxidable	3	8 horas	3,00	9,00
Operaciones	Rodillo de cocina	1	8 horas	1,00	1,00
Operaciones	Exprimidor Eléctrico	2	8 horas	25,00	50,00
Operaciones	Juego de tablas para picar	1	8 horas	50,00	50,00
Operaciones	Juego de cuchillos	1	8 horas	30,00	30,00
Operaciones	Vasos cerveceros	50	8 horas	3,00	150,00
Operaciones	Copas de agua	50	8 horas	1,75	87,50
Operaciones	Juego de cubiertos de 18 piezas	8	8 horas	20,00	160,00
Operaciones	Juego de vajillas completa	8	8 horas	60,00	480,00
Operaciones	Pírex de Cristal	3	8 horas	30,00	90,00
Operaciones	Porta vajillas	1	8 horas	10,00	10,00
Operaciones	Tijeras de cocina	1	8 horas	5,00	5,00
Operaciones	Pinzas para brasas	1	8 horas	5,00	5,00
Operaciones	Extintor de gas 10 libras	2	8 horas	50,00	100,00
Operaciones	Licuada 10 velocidades	3	8 horas	75,00	225,00
Operaciones	Kit de equipo de mantención	1	8 horas	25,00	25,00

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
	(medición del pH y cloro)				
Operaciones	Jarras Plásticas (capacidad 2 (1/2))	8	8 horas	1,50	12,00
Operaciones	Cucharetas pequeñas	10	8 horas	1,50	15,00
Operaciones	Cuchillos de acero inoxidable	10	8 horas	2,50	25,00
Operaciones	Baldes plásticos de 8 litros	2	8 horas	1,75	3,50
Operaciones	Servilletero	12	8 horas	1,50	18,00
Operaciones	Tollas de cocina	9	8 horas	1,50	13,50
Operaciones	Manteles	40	8 horas	3,80	152,00
Operaciones	Cubre manteles	40	8 horas	1,85	74,00
Operaciones	Microondas LG	1	8 horas	95,00	95,00
Operaciones	Frascos para sal/azúcar	2	8 horas	12,00	24,00
Operaciones	Abrelatas	1	8 horas	5,00	5,00
Operaciones	Afilador	1	8 horas	6,00	6,00
Operaciones	Rallador	1	8 horas	2,50	2,50
Operaciones	Cucharones	3	8 horas	9,00	27,00
Operaciones	Cesto para legumbres	1	8 horas	3,50	3,50
					5.172,00
ÁREA DE RECREACIÓN					
Operaciones	Columpios	5	8 horas	60,00	300,00
Operaciones	Sube y baja de madera	3	8 horas	120,00	360,00
Operaciones	Toboganes plásticos para niños	1	8 horas	1.500,00	1.500,00
Operaciones	Resbaladera	2	8 horas	75,00	150,00
Operaciones	Casa de Juego para niños	1	8 horas	150,00	150,00
Operaciones	Caja de arena juegos infantiles	1	8 horas	40,00	40,00
Operaciones	Balones de baloncestos	2	8 horas	20,00	40,00
Operaciones	Balones de ecua-vóley	2	8 horas	5,00	10,00
Operaciones	Balones de indor-futbol	2	8 horas	7,00	14,00
Operaciones	Red de Ecuá vóley	2	8 horas	10,00	20,00
Operaciones	Bancas de madera	10	8 horas	70,00	700,00
Operaciones	Corta césped	1	8 horas	30,00	30,00
					3.314,00
ÁREA DE CABALLERIZAS					
Operaciones	Monturas	5	8 horas	30,00	150,00
Operaciones	Herraduras	20	8 horas	1,00	20,00
Operaciones	Equipo de equino terapia	5	8 horas	35,00	175,00
Operaciones	Sogas 100 metros	5	8 horas	25,00	125,00
					470,00
ÁREA DE PISCINA					

Actividad	Equipo	Cant	Velocidad Nominal	Costo Unitario	Costo Total
Operaciones	Kit de equipo de mantención (medición del pH y cloro)	1	8 horas	25,00	25,00
Operaciones	Válvula multivias	1	8 horas	133,00	133,00
Operaciones	Filtros de agua	2	8 horas	860,00	1.720,00
Operaciones	Skimmer para piscinas	1	8 horas	650,00	650,00
Operaciones	Calefones	2	8 horas	260,00	520,00
Operaciones	Conector limpia fondo	1	8 horas	180,00	180,00
					3.228,00
ÁREA DE CRIANZA DE TILAPIA					
Operaciones	Maya anti pájaros	1	8 horas	185,00	185,00
Operaciones	Alambre de amarre	1	8 horas	48,00	24,00
Operaciones	Palas	3	8 horas	13,50	40,50
Operaciones	Oxímetro	1	8 horas	800,00	800,00
					1.049,50
TOTAL					13.233,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

2.2.2.3. Descripción de personas

Seguidamente se detalla el tiempo requerido en operaciones para la prestación del servicio:

Tabla 42

Tiempo horas – hombres de Operaciones

ACTIVIDAD	TIEMPO	NO. PERSONAS	HORAS-HOMBRES
Preparación de la comida y demás degustaciones	480 minutos	1	8 horas
Ayudar en la Preparación de la comida, servir los alimentos y bebidas, preparar la cuenta y recibir el pago	480 minutos	1	8 horas
Guiar al cliente a conocer las instalaciones y atractivos del lugar	480 minutos	1	8 horas
Mantener las instalaciones limpias	480 minutos	2	8 horas
Tiempo requerido por el servicio		5	8 horas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

En la tabla No. 42 se describió las actividades de operaciones las cuales para este departamento se ha podido determinar que se requiere de cinco trabajadores

como mínimos, de esta manera dará un total de 480 minutos en el día, en horas – hombre serán 8 horas que deberán laborar cada trabajador.

Tabla 43

Tiempo horas – hombre administrativo

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas-Hombres
Dirigir y representar a la empresa	240 minutos	1	8 horas
Llevar la contabilidad de la empresa	80 minutos	1	4 horas
Atención del cliente, llevar con exactitud la entrada y salida de efectivo.	240 minutos	1	8 horas
Atender los requerimientos del cliente	10 minutos	1	8 horas
Dar a conocer el servicio	15 minutos	1	8 horas
Facturación	8 minutos	1	
Velar por la seguridad del cliente y de la empresa	480 minutos	1	8 horas
Tiempo requerido por el servicio		4	8 horas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

Para las actividades administrativas se ha considerado cuatro personas: gerente general, secretaria administrativa y guardia que laborarán 8 horas diarias, la contadora laborará 4 horas diarias.

2.2.2.4. Tecnología que aplicar

La tecnología que se implementará es el desarrollo de un sistema informático que permita generar la base de datos para tener toda la información referente a los clientes y adicionalmente permita tener el control de todas las acciones que se generen; con el objetivo de ingresar las novedades, problemas, reporte de materiales utilizados y faltantes, gestiones realizadas por los trabajadores entre otros.

2.3. Factores que afectan el plan de operaciones

2.3.1. Ritmo de producción.

El ritmo de trabajo de la prestación del servicio en tiempo normal semanalmente se presenta a continuación.

Tabla 44*Ritmo de Producción Estimado*

Actividad	No. Personas	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo (tiempo normal * 5 días)
Atención al cliente y recaudo	1	8	8	40 horas a la semana
Velar por la seguridad de los clientes y de la empresa	1	8	8	40 horas a la semana
Preparación de la alimentación/platos a la carta y comida rápida	1	8	8	40 horas a la semana
Ayudar en la Preparación de la comida, servir los alimentos y bebidas, preparar la cuenta y recibir el pago	1	8	8	40 horas a la semana
Guiar al cliente a conocer las instalaciones y atractivos del lugar	1	8	8	40 horas a la semana
Mantener las instalaciones limpias	2	8	8	40 horas a la semana

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

De acuerdo con el cálculo obtenido en la tabla anterior, se transformará el ritmo de trabajo a mensual, quedando que se obtendrá un ritmo de trabajo de 120 horas mensuales para la prestación del servicio.

2.3.2. Nivel de inventario promedio.

En este caso el Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A. es una empresa exclusivamente de servicio por lo cual no mantiene un inventario de productos terminados debido que el servicio es prestado al cliente en el momento requerido y no pueden ser almacenados.

A continuación, para la prestación de los servicios se exponen los materiales que se deben mantener en stock.

Tabla 45*Nivel de inventario promedio*

Descripción	Medida	Cantidad
Materia Prima		
Semillas de Tilapia	Kg	100
Plátano	Racima	12
Arroz	qq	3
Gallina criolla	Unidad	5
Pollo	Lb	10
Chuleta	Lb	30
Chorizo	Lb	15
Huevos	Unidad	30
Queso	Lb	10
Camarones	Lb	5
Carne de Chanco	Lb	10
Carne de Red	Lb	10
Pescado	Lb	5
Carbonato de calcio (cal P24)	saco (25kg)	2
Fertilizantes completos, nitro de sodio, nitro de amonio, carbonato de calcio, di fosfato de amonio, ácido cítrico y meta silicato de sodio (Fito Bloom)	saco (30kg)	0,5
Alevines (Tilapia Roja)	unidad	1000
Balanceados polvo T 4-50	saco de 20 kg	1
Balanceados desarrollo T 3-20	saco de 40 kg	2
Balanceado desarrollo T 2-80	saco de 40 kg	4
Tachos Medianos	unidad	10
Cañas de pecar Ecológicas	unidad	10
Aceite Girasol 4 litros	Litros	1,25
Sal Yodada 2 Kg.	Kg	1,8
Azúcar Valdez	Lb.	2,2
Aliño condimenta 380 gr.	Gramo	0,55
Fósforos el sol paquete de 10 cajas	Cajas	1,5
Cebolla blanca	Atado	0,25
Ajo en pepa	Libra	1
Lechuga, col, pepinos, zanahoria	Libra	0,5
Cebolla paiteña, pimiento, tomate, cilantro	Libra	1
Frejoles, arvejas	Libra	1
Limón, aguacate,	Libra	1
Mantequilla	Libra	1,2
Harina de Trigo	Libra	0,3
Café	Frasco	3,5
Achiote La Favorita	Frasco	2,5
Té	Paquete	0,65
Pimienta Molida	Funda	0,9
Papa	qq	13
Yuca	Libra	0,7
Alfalfa	kg	10
Balanceados	qq	5
Vacunas	unidad	1
Herraduras	unidad	20
Fardo de Heno	kg	10
Pesticidas	Frasco	2
Cloro al 70%	Caneca	5
Anti-algas (Sulfato de alúmina)	Kg	1

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora.

2.3.3. Número de trabajadores.

Para poner en marcha el funcionamiento el “Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A., se requieren de recursos financieros, tecnológicos, pero siendo el más importante el talento humano, por lo cual, se realizará la contratación del siguiente personal:

Tabla 46

Número de Trabajadores

No.	Fijo / Variable	Cargo	Función principal	Tipo de contrato
1	Fijo	Gerente General	Representación legal	Tiempo completo
1	Fijo	Secretaria / Recepcionista	Secretariado	Tiempo completo
1	Fijo	Contador medio tiempo	Declaraciones de impuestos.	Medio tiempo
1	Fijo	Chef	Elaboración de platos	Tiempo completo
1	Fijo	Ayudante de cocina	Ayudar en la elaboración de platos	Tiempo completo
1	Fijo	Guía turístico	Orientar al cliente en las instalaciones	Tiempo completo
1	Fijo	Técnico de mantenimiento	de Brindar el mantenimiento a las instalaciones	Tiempo completo
1	Fijo	Personal de Limpieza	Mantener las instalaciones limpias	Tiempo completo
1	Fijo	Guardia de Seguridad	Garantizar la seguridad de los clientes y de la empresa	Tiempo completo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

2.4. Capacidad de Producción

La capacidad de producción considerada se describe a continuación:

Tabla 47

Capacidad de Producción

Servicio	Cantidad	Días laborables	Capacidad Utilizada	Cantidad Mensual
Uso de Piscina (adultos)	110	260	28600	2.383
Uso de Piscina (niños)	50	260	13000	1.083
Servicio de Caballeriza	45	260	11700	975
Servicio Pesquera	60	260	15600	1.300
Bar/Restaurante	85	260	22100	1.842
TOTAL	350	260	91000	7.583

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

La capacidad de producción futura permite analizar la capacidad máxima que puede generar la empresa como nos dice Monsalve Fonnegra (2018) que:

La capacidad de producción es la cantidad máxima de productos o servicios que la empresa puede llegar a producir. Existen algunos factores que se encuentran por debajo de este concepto los cuales dificultan la aplicación y comprensión de la capacidad de producción, entre los cuales se centran principalmente las variaciones diarias como las inasistencias de los empleados, fallas en los equipos, vacaciones, reuniones, capacitaciones de última hora y retrasos en la entrega de los materiales. (pág. 121)

Tabla 48

Capacidad de Producción Utilizada

Servicio	Días laborables	Capacidad Instaladas Diarias	Capacidad Utilizada Diaria	Capacidad Ociosa
Uso de Piscina (adultos)	260	157	110	47
Uso de Piscina (niños)	260	72	50	22
Servicio de Caballeriza	260	64	45	19
Servicio Pesquera	260	85	60	25
Bar/Restaurante	260	122	85	37
TOTAL	260	500	350	150

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

La capacidad instalada corresponde al número máximo de servicios que el Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A., puede atender en el primer año. La capacidad utilizada, es el porcentaje de la capacidad máxima instalada. En el presente caso la capacidad máxima instalada es de **500** servicios diarios. Por lo que la empresa a partir del primer año de su instalación tendrá una capacidad de brindar **350** servicios diarios que corresponde al **70%** de utilización.

La capacidad ociosa, es la no utilizada. En el en presente caso es del 30%. Cabe indicar que para la proyección de los primeros 5 años se ha considerado el 1,64% anual de crecimiento poblacional según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC.

Tabla 49*Capacidad de Producción Futura*

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Uso de Piscina (adultos)	28.600	29.029	29.464	29.906	30.355
Uso de Piscina (niños)	13.000	13.195	13.393	13.594	13.798
Servicio de Caballeriza	11.700	11.876	12.054	12.234	12.418
Servicio Pesquera	15.600	15.834	16.072	16.313	16.557
Bar/Restaurante	22.100	22.432	22.768	23.109	23.456
TOTAL	91.000	92.365	93.750	95.157	96.584

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora.

2.5. Definición de Recursos necesarios para la Producción

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Como anteriormente se ha mencionado el Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A. es una empresa de servicio, por lo tanto; no posee materias primas ni ningún grado de sustitución que se pueda presentar.

2.6. Calidad

2.6.1. Método de Control de Calidad.

La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes de un producto o servicio cumple con los requisitos solicitados o establecidos. (Organización Internacional de Normalización, 2015)

El método de control de calidad que utilizará la empresa es una hoja de verificación de actividades y el diagrama de Pareto, estas herramientas de control se podrán analizar y tomar decisiones de forma oportuna para el bien de la empresa. Una Hoja de Verificación es una herramienta para recolectar y registrar datos. Es utilizada cada vez que se deban reunir datos para ayudar a identificar y a cuantificar problemas y oportunidades para mejorar.

El Diagrama de Pareto permitirá determinar las irregularidades de la empresa, identificando cuales son los problemas que se presentan y que deben ser resueltos primero.

A continuación, se presenta un ejemplo de la hoja de verificación y del diagrama de Pareto:

Ejemplos:

Tabla 50

Ejemplo de Hoja de Verificación

HOJA DE VERIFICACIÓN						
FECHA DE INICIO:	_____					
FECHA DE FIN:	_____					
INSPECTOR/A:	_____					
DEFECTOS	DIA					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Tuberías en perfectas condiciones	II	III	I	I	I	9
Baños en buen estado	I	II	II	II	III	10
Limpieza de caballerizas	III	II	II	I	III	12
Piscina de tilapia en buen estado	III	IIII	III	III	II	19
Revisión de las piscinas	II	I	IIII	IIII	III	18
Condiciones del bar	III	III	II	II	I	12

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 51

Ejemplo del Diagrama de Pareto

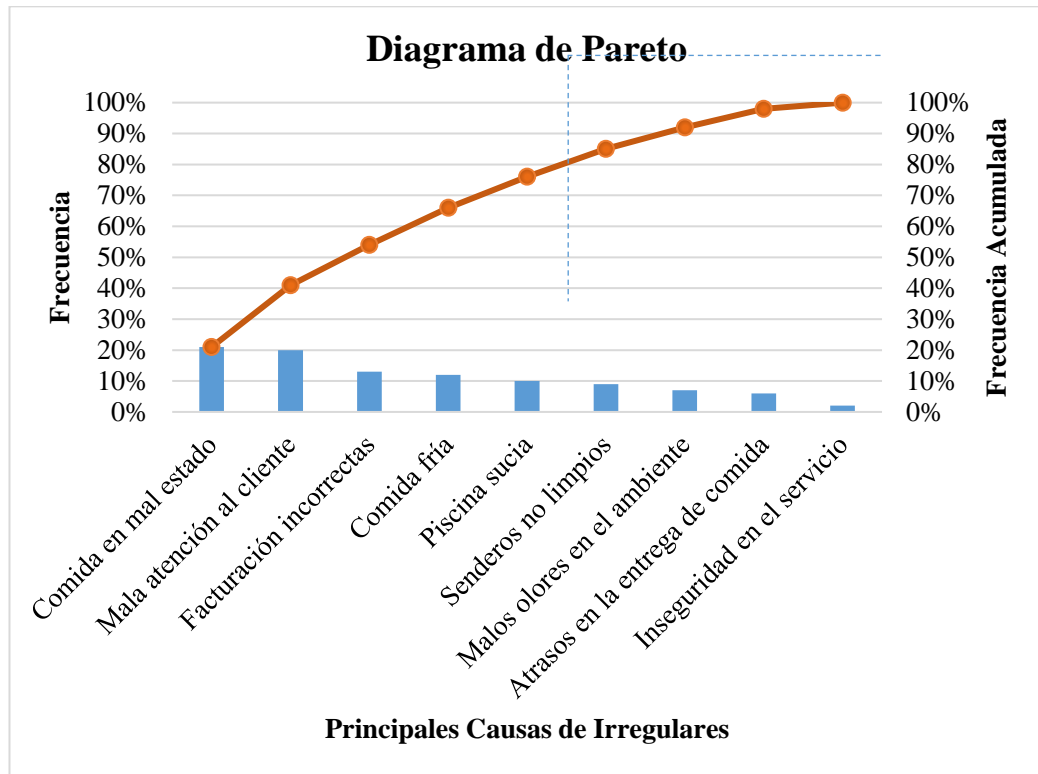
No.	Principales causas	No. Irregularidades	Frecuencia	Frecuencia Acumulada
1	Comida en mal estado	21	21%	21%
2	Mala atención al cliente	20	20%	41%
3	Facturaciones incorrectas	13	13%	54%
4	Comida fría	12	12%	66%
5	Piscina sucia	10	10%	76%
6	Senderos no limpios	9	9%	85%
7	Malos olores en el ambiente	7	7%	92%
8	Atrasos en la entrega de comida	6	6%	98%
9	Inseguridad en el servicio	2	2%	100%
TOTAL		100	100%	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Figura 29

Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Análisis: Como se puede observar las principales causas del problema que la empresa debe enfocares es: primera causa en la comida que brindan en mal estado, como segunda causa la mala atención que brinda el empleado al cliente, seguidamente la elaboración de facturas incorrectas, y por último en las comidas frías que se brindan al cliente y la limpieza de las piscinas.

2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.

El complejo Ecoturístico Endémico se debe regir a lo que indica el Ministerio de Turismo del Ecuador que es el organo rector de la actividad turística ecuatoriana.

En el Artículo 1 de la ley de turismo indica que el objeto es determinar el marco jurídico que rige la promoción, desarrollo y regulación de las actividades

turísticas de la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado el fomento y promoción del turismo nacional en el interior y en el exterior. (Congreso Nacional de Ecuador, 2002)

En el Artículo 3 de la misma ley de turismo se indica sobre los principios de las actividades turísticas las cuales son los siguientes:

- a) La iniciativa privada que contribuye con inversión directa genera empleo y la proyección en el ámbito nacional e internacional;
- b) Promoción de la construcción de infraestructura.
- c) Protección de los recursos naturales y culturales
- d) La iniciativa y participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubios o afroecuatorianas cuyas culturas y tradiciones mantengan su identidad, protejan sus ecosistemas y participen en la prestación de los servicios turísticos. (Congreso Nacional de Ecuador, 2002)

En el Artículo 5 de la ley de turismo se consideran actividades turísticas las realizadas por personas naturales o jurídicas que se comprometan a remunerar periódicamente una o varias de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicios de banquetería;
- c) El transporte, aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de vehículos
- d) Operación de agencias de servicios de viajes y organizadores de eventos, congresos y conferencias; y,
- e) Sala de juegos, hipódromo y parque de atracciones. (Congreso Nacional de Ecuador, 2002)

En la Constitución Política de la República en su artículo No. 271 expresa que: El Estado garantiza el capital de inversión nacional y extranjero que se inviertan en la producción, con especial énfasis en el consumo interno y la exportación. La ley podrá asignar tratamiento especial para inversores públicos y privados en las regiones menos elaboradas o en ocupaciones de interés nacional. El País, en contratos con inversionistas, podrá construir garantías y seguridades para

que no se modifiquen los acuerdo por ley u otras posiciones de cualquier clase que perjudiquen sus términos. (Asamblea Nacional de Ecuador, 2008)

Además, la empresa deberá tener un reglamento interno que le permita regularizar las normativas de seguridad e higiene vigentes y debe regirse a las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura, Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN y demás normas que cuente el Estado.

Las Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Es un grupo de medidas preventivas y prácticas en general de limpieza en la manipulación, preparación, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, a fin de asegurar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias idóneas y se reduzcan de esta forma los peligros potenciales o riesgos para su inocuidad. (ARCSA, 2020)

Sobre las obligaciones de buenas prácticas de manufacturas, se estipula que los establecimientos de producción y manipulación de alimentos se diseñarán y construirán de acuerdo con los riesgos asociados a las actividades, y que cumplan los requisitos siguientes:

- a) El peligro de falseamiento sea el mínimo;
- b) El diseño y repartición de las superficies posibilite el mantenimiento, la limpieza y la sanitización oportuna; y, que minimice los peligros de contaminación;
- c) Las zonas y materiales que tomen contacto con alimentos no deben ser tóxicos, sencillos de conservar, limpiar y desinfectar; y,
- d) Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte la entrada y refugio de estas. (Presidente Constitucional de la República, 2002)

CAPÍTULO III

3. Área de organización y gestión

3.1. Objetivos del estudio de organización y gestión

Realizar la planificación de la empresa, la estructura organizacional, su misión, visión, objetivos estratégicos, valores y políticas.

3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1. Visión de la Empresa

“Ser para el 2024, El Complejo Ecoturística Endémico “Punto Verde” S.A. más importante y reconocido en el mercado turístico de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, orientados a brindar un servicio de calidad que opera de forma oportuna, ágil y profesional y así lograr las mejores experiencias de nuestros clientes”

3.2.2. Misión de la Empresa

“Somos una empresa de servicios, dedicada al entretenimiento, recreación, diversión, descanso y ecología, aprovechando las bondades turísticas tanto naturales como culturales que brinda la Comuna Flor del Valle con un equipo humano calificado y preparado para desempeñar sus funciones y cumplir con las expectativas de nuestros clientes”

3.2.3. Análisis FODA

Una vez identificados los factores positivos y negativos de la empresa elaborado en el primer capítulo podemos establecer estrategias.

Las *estrategias FO* usan las fortalezas para aprovechar las oportunidades externas de la organización. Las *estrategias DO* poseen como fin mejorar las debilidades internas al aprovechar las oportunidades externas. Las *estrategias FA* utilizan las fortalezas para evadir o minimizar el efecto de las amenazas externas de la organización. Las *estrategias DA* son defensivas que poseen como objetivo minimizar las debilidades internas y evitar las amenazas externas. (Fred, 2008)

Por lo expuesto se procede a realizar las estrategias FO, DO, FA y DA.

Tabla 52

Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Internos	<p>(F1) Buena ubicación geográfica.</p> <p>(F2) Servicio de calidad y eficiente.</p> <p>(F3) Primera empresa que ofrece este tipo de servicio.</p> <p>(F4) Variedad de atracciones turísticas.</p> <p>(F5) Clima agradable.</p> <p>(F6) Diversidad en flora y fauna.</p> <p>(F7) Precios accesibles</p> <p>(F8) Buena infraestructura acorde a las necesidades de los clientes.</p>	<p>(D1) Desconocimiento de los clientes de la empresa.</p> <p>(D2) Falta de publicidad y promoción.</p> <p>(D3) Escases de recursos financieros.</p> <p>(D4) Poca frecuencia de transporte.</p> <p>(D5) Empresa nueva que carece de experiencia.</p> <p>(D6) Nivel de endeudamiento con tasa de interés altas.</p> <p>(D7) Falta de capacitación al personal.</p> <p>(D8) Deficiente señalización en la vía de acceso a la empresa.</p>
Factores Externos	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO
	<p>(O1) Los complejos turísticos existentes que ofrecen otros cantones cercanos no satisfacen al mercado.</p> <p>(O2) El plan del buen vivir está desarrollando y fomentando el turismo de la zona lo cual beneficiará a la empresa.</p> <p>(O3) Aceptación de la empresa por parte de los clientes.</p> <p>(O4) No existe un lugar similar en el sector.</p> <p>(O5) Apoyo del gobierno para proyectos de emprendimiento.</p> <p>(O6) Crecimiento de turistas en la Comuna.</p>	ESTRATEGIA DO
	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un plan de marketing que permita el posicionamiento de la empresa en el mercado. (F4, O1) Ofrecer promociones de descuentos a los clientes potenciales de esta manera incentivarlos para que vuelvan hacer uso del servicio. (F2, O6) 	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer los servicios de la empresa al cliente a través de su página web, redes sociales y material de mano. (D1, O1) Desarrollar programas de capacitación al personal para brindar un servicio de calidad en base a una atención personalizada a los clientes. (D7, O3)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
(A1) Ingreso de nuevos competidores (A2) Crecimiento de la tasa de desempleo. (A3) Pandemia que provoca la disminución del servicio. (A4) Inestabilidad económica y política del país. (A5) Impacto Ambientales que provoca inundaciones y por ende daños a las vías de ingreso a la empresa. (A6) Cambios en la tendencia de la demanda de mercado turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer nuestros servicios en base a la competencia a fin de satisfacer las expectativas de los turistas quienes buscan calidad y precios accesibles. (F8, A3) • Crear un fondo de provisiones para salvaguardar la empresa de acuerdo con los cambios que se den por la situación económica del país. (F9, A5) 	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el cuidado ambiental a través de paseos y conciencia a los turistas que preserven el medio ambiente. (D5, A5) • Buscar formas de financiamiento para la empresa en entidades financieras. (D3, O5)

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

3.2.4. Objetivos y Estrategias

Objetivo General:

Posicionar al Complejo Ecológico Endémico “Punto Verde” S.A., ofreciendo servicios de calidad y con una infraestructura adecuada para contribuir al desarrollo turístico, social y económico en la Comuna Flor del Valle.

Estrategia de Producto

El Complejo Ecoturístico Endémico para atraer consumidores potenciales se basa en las estrategias de diferenciación, dando calidad en los servicios e higiene. Entre los servicios de calidad que ofrece el Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A. se encuentra:

- Área Recreativas
 - Canchas Deportivas:
 - 1 de Vóley
 - 1 de Fútbol
 - Juego de Paintball
 - Juegos Infantiles
 - Senderos
 - Piscinas

- Piscina de adultos
 - Piscina de niños
- Rio Blanco
- Área de Cocina
 - Bar/Restaurante.
- Área de criadero de Tilapias.
 - Pesca Deportiva
- Área de Caballerizas.
- Área de vestidores.
- Parqueaderos

Estrategia de Precio

El precio de los servicios que se determinará para el Complejo Ecoturístico será fijado en base a la competencia a fin de satisfacer las expectativas de los turistas quienes buscan calidad y precios accesibles.

Estrategia de Plaza

El Complejo Ecoturístico necesitará disponer de fuentes de información, para ello se usará las redes sociales tales como: Facebook, Twitter e Instagram, en donde se detallarán los servicios que se ofrecerán, precios y las instalaciones, podrá solicitar información y hacer reservaciones, además estará al día con las promociones periódicas que se realizarán.

Estrategia de Promoción y posicionamiento de marca.

Las estrategias de promoción que se utilizará para el conocimiento del Complejo Ecoturístico y así lograr captar el interés de los clientes, así como también posicionar la marca en la región y en el país a fin de recibir clientes de todo el Ecuador bajo reservación a fin de no sobrepasar la capacidad instalada. Se describen las siguientes actividades.

- Se distribuirá material publicitario como: hojas volantes en lugares estratégicos como en los cantones y parroquias de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Se realizará descuentos de un 10% durante los meses de temporadas bajas (junio, Julio, agosto, septiembre), durante el primer año.
- Ofrecer descuentos a los clientes potenciales de esta manera incentivándoles para que vuelva hacer uso del servicio y así obtener más clientes.

3.3. Organización Funcional de la Empresa

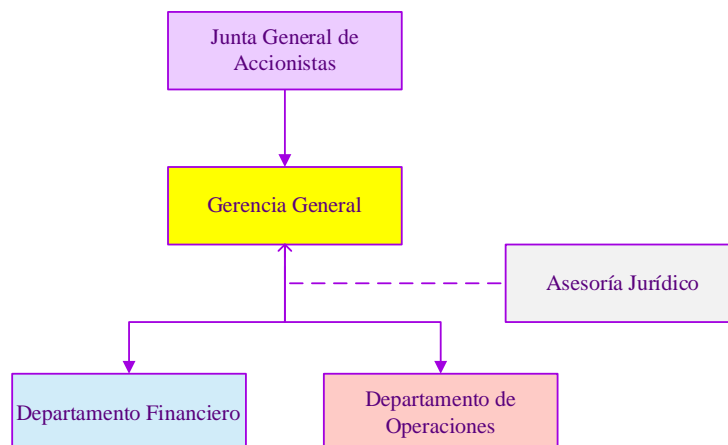
La organización funcional es una de las maneras más simples y lógicas de separación empresarial empleada en especial por empresas pequeñas, que producen y comercializan una línea limitada de productos, ya que facilitan el aprovechamiento eficaz de los recursos humanos especializados. Además, permite de forma notable la supervisión de cada gerente como experto con conocimientos y capacidades en un área delimitada por sus funciones.

A continuación, se presenta el Organigrama Estructural y Funcional del Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A., donde se podrá visualizar de una forma general las funciones de cada una de las personas que laboran en la empresa.

3.3.1. Organización Estructural

Figura 30

Organigrama Estructural

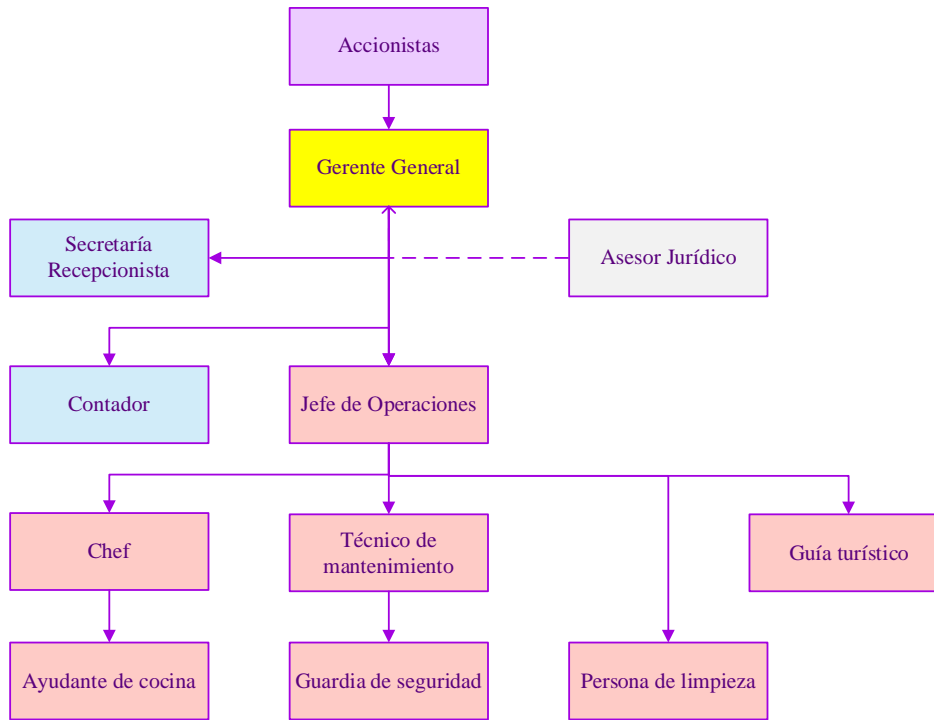


Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

3.3.2. Organigrama funcional

Figura 31

Organigrama Funcional



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

3.3.3. Descripción de puestos

A continuación, se realiza una breve descripción de cada uno de los cargos especificados en los organigramas anteriores, aquí se detallan las funciones en relación con el puesto de trabajo y sus requerimientos respectivos.

Tabla 53

Descripción del Cargo de Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Gerente General
Jefe Inmediato Superior:	Junta de Accionistas
Supervisa a:	Jefe de Operaciones, Contador y secretaria

II. NATURALEZA DEL PUESTO:

Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa, representar legalmente a la empresa en todo acto social y velar los intereses de esta.

III. FUNCIONES:

- Administrar y representar legalmente a la empresa.
- Suscribir certificados de aportaciones.
- Convocar a sesiones de Junta General y participar como secretario y llevar los Libros de Actas.
- Formular políticas, cumplir y hacer cumplir las políticas determinadas.
- Nombrar y remover al personal de empleados y trabajadores de la empresa y fijar sus remuneraciones.
- Controlar bajo su personal responsabilidad que se lleve la contabilidad al día, así como cuidar los bienes enseres de la empresa.
- Mantener actualizada la promoción y difusión turística del complejo en páginas web y redes sociales.
- Evaluar mensualmente los comentarios y sugerencias de los turistas por la prestación de los servicios.
- Hacer cumplir las metas y objetivos propuestos.
- Firmar documentos en representación legal de la empresa.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:

Título Profesional:	Ingeniero en Administración de Empresa o afines.
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Liderazgo, comunicación efectiva, capacidad de trabajo en equipo.
Formación	Marketing, Contabilidad, Turismo.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 54

Descripción del Cargo de Asesor Jurídico

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto:	Asesor Jurídico
Jefe Inmediato Superior:	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno

II. NATURALEZA DEL PUESTO:

Asesorar y resolver problemas jurídicos de la empresa.

III. FUNCIONES:

- Asesorar de forma legal los procedimientos para la legalización de la empresa al momento que la circunstancia lo amerite.
- Defender en todo tipo de procedimiento judiciales los intereses de la empresa.
- Resolver los problemas legales de la empresa.
- Realizar los contratos pertinentes a la empresa.
- Intervenir en todo tipo de negociaciones laborales.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:

Título Profesional:	Abogado
Experiencia:	Años
Habilidades:	Trabajo en equipo, habilidad en la resolución de conflictos, manejo profesional, responsable, empático, honesto, cumplidor, capacidad de comunicación y de negociación
Formación:	Cursos relacionados al cargo.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 55*Descripción del Cargo de Contador*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Contador
Jefe Inmediato Superior:	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Coordinar, registrar y aplicar los recursos financieros – económicos de la organización, suministrando información financiera y contable a la gerencia para la planeación, organización, presupuesto en la toma de decisiones.	
III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/> Elaborar reportes contables y presentar a la jefatura inmediata. <input type="checkbox"/> Evaluar la ejecución presupuestaria y controlar. <input type="checkbox"/> Planificar y coordinar las funciones relacionadas con el área contable y obtener la consolidación de los estados financieros. <input type="checkbox"/> Presentar las obligaciones tributarias, patronales y laborales sean mensuales y anuales. <input type="checkbox"/> Llevar la contabilidad de la empresa. <input type="checkbox"/> Mantener en orden los archivos contables de respaldo. <input type="checkbox"/> Supervisar las transacciones contables y tributarias. <input type="checkbox"/> Realizar los roles de pago del personal. <input type="checkbox"/> Dar recomendaciones a la gerencia sobre el estatus de la empresa, sugerencia y soluciones administrativas.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Contador CPA o afines
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Destreza en el manejo de contabilidad, Normas Tributarias y NIFF, Ética profesional, Integridad y Confianza.
Formación:	Cursos o seminarios en Tributación.
Fuente: Elaboración propia	
Elaborado por: La Autora.	

Tabla 56*Descripción del Cargo de Secretaria/Recepcionista*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Secretaria /Recepcionista
Jefe Inmediato Superior:	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Llevar actividades contables en coordinación con el gerente general y contadora, elaborar oficios, memorándum, informes entre otros, brindar información a los clientes, resguardar, velar y cuidar por el buen uso de los equipos, materiales y muebles de la empresa.	
III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/> Receptar las comunicaciones internas como externas. <input type="checkbox"/> Coordinación de actividades de la empresa asignadas. <input type="checkbox"/> Realizar la redacción de documentos y oficios de la empresa. <input type="checkbox"/> Recibir y atender a los clientes, receptar llamadas telefónicas. <input type="checkbox"/> Cumplir con actividades asignadas adicionalmente. <input type="checkbox"/> Llevar un registro de clientes que visitan la empresa.	

- Atención y soluciones a los clientes de las actividades que se podrían realizar.
- Recaudar los pagos realizados por los clientes.
- Apoyar en la elaboración de los informes económicos.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:

Título Profesional:	Bachiller o título de tercer nivel
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Creativa, Trabajo en Equipo, Iniciativa propia, facilidad de palabras.
Formación:	Cursos o seminarios en Computación, Atención al cliente, Microsoft office.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 57

Descripción del Cargo de Chef/Cocinero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Chef / Cocinero
Jefe Inmediato Superior:	Jefe de Operaciones
Supervisa a:	Ayudante de Cocina
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Deberá poseer conocimientos en gastronomía, elaborará la carta del restaurante con los platillos a ofrecer, supervisión y elaboración de los alimentos ofrecidos en el menú, recibe, revisa y controla la calidad de alimentos.	
III. FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conocer la preparación de platos típicos nacionales y de otros países. <input type="checkbox"/> Elaborar diferentes cartas y menús para el servicio. <input type="checkbox"/> Se encargará de la compra de materia prima para la elaboración de los platos que se van a ofrecer como menú. <input type="checkbox"/> Dirigir la elaboración de las comidas. <input type="checkbox"/> Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales. <input type="checkbox"/> Controlar los pedidos que realiza el cliente. <input type="checkbox"/> Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. <input type="checkbox"/> Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina. <input type="checkbox"/> Realizar el listado de materiales, equipos y utensilios de cocina que se necesite adquirir o reemplazar. <input type="checkbox"/> Asignar funciones que deben cumplir en la cocina. <input type="checkbox"/> Planificación del menú y elaboración de los platos. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Licenciado en gastronomía
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Conocimiento de una amplia gama de recetas, Capacidad de resolución de conflictos, Buenas Relaciones Humanas, Buena presencia, Tolerancia a la presión, Trabajo en equipo, Capacidad de mantener la calma bajo presión, Capacidad de organizarse y tomar decisiones con rapidez.
Formación:	Formación en Cocina Profesional Avanzada, Técnico en Cocina y Gastronomía, Técnico Superior en Dirección de Cocina.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 58*Descripción del Cargo de Ayudante de Cocina*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Ayudante de Cocina
Jefe Inmediato Superior:	Chef
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Conocimientos básicos de cocina: ayudará al chef en la preparación de diferentes platos, así como en sus decoraciones, lavado de utensilios y menajes utilizados en la cocina, tendrá a cargo al mantenimiento y limpieza diaria de la cocina	
III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/> Mantener limpia la cocina y los utensilios. <input type="checkbox"/> Revisar que no exista fuga de gas. <input type="checkbox"/> Colaborar con el chef para la preparación de los alimentos. <input type="checkbox"/> Organizar neveras y almarios. <input type="checkbox"/> Cumplir con las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. <input type="checkbox"/> Observar que los ingredientes y suministros no falten. <input type="checkbox"/> Atender a los clientes. <input type="checkbox"/> Tomar el pedido de los clientes. <input type="checkbox"/> Cobrar en la caja registradora. <input type="checkbox"/> Ayudar en la preservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Bachiller
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina, Capaz de Trabajo en Equipo, Responsabilidad en el cumplimiento de su labor, Buena higiene personal y buena forma física, Buenas Relaciones Humanas, Rápida y eficiente
Formación:	Formación en cocina, en manipulación de alimentos o Técnico en cocina y Gastronomía.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 59*Descripción del Cargo de Técnico de Mantenimiento*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Técnico de mantenimiento
Jefe Inmediato Superior:	Jefe de Operaciones
Supervisa a:	Guardias de seguridad
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Reparar y mantener la estructura física, los equipos y los jardines de la instalación en buen estado.	
III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/> Supervisa de forma diaria el sistema de reciclaje. <input type="checkbox"/> Supervisa de forma diaria el estado del agua de las piscinas. <input type="checkbox"/> Tener el equipo necesario para el mantenimiento de los jardines. <input type="checkbox"/> Administrar los insumos de limpieza, velar que su uso sea adecuado y llevar un control de este. <input type="checkbox"/> Solicitar oportunamente los materiales y artículos de limpieza para desarrollar las actividades. <input type="checkbox"/> Cumplir con las normas e instrucciones encomendadas.	

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Bachiller técnico, Tecnólogo.
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Buenas Relaciones Humanas, Trabajo en equipo, Responsable, Tolerancia a la presión, Honestidad.
Formación:	No necesaria

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 60

Descripción del Cargo de Limpieza

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Limpieza
Jefe Inmediato Superior:	Jefe de Operaciones
Supervisa a:	N.a.

II. NATURALEZA DEL PUESTO:
Reparar y mantener la estructura física, los equipos y los jardines de la instalación en buen estado.

III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/>	Mantiene la limpieza del área de recreación.
<input type="checkbox"/>	Mantiene las mesas del restaurante limpias.
<input type="checkbox"/>	Mantiene limpio baños y vestidores del complejo.
<input type="checkbox"/>	Administrar los insumos de limpieza, velar que su uso sea adecuado y llevar un control de este.
<input type="checkbox"/>	Solicitar oportunamente los materiales y artículos de limpieza para desarrollar las actividades.
<input type="checkbox"/>	Cumplir con las normas e instrucciones encomendadas.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Escolaridad Básica, Bachiller o Conocimiento del trabajo que va a cumplir.
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Buenas Relaciones Humanas, Trabajo en equipo, Responsable, Tolerancia a la presión, Honestidad.
Formación:	No necesaria

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 61

Descripción del Cargo de Guía Turístico

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Guía Turístico
Jefe Inmediato Superior:	Jefe de Operaciones
Supervisa a:	Ninguno

II. NATURALEZA DEL PUESTO:
Responsable de la recepción, asistencia, orientación, coordinación, información y animación de los turistas.

III. FUNCIONES:	
<input type="checkbox"/>	Dar la bienvenida a los clientes
<input type="checkbox"/>	Se encarga de dar a conocer las instalaciones con la que cuenta el complejo.
<input type="checkbox"/>	Velar la seguridad y ofrecer un servicio de calidad a los visitantes.
<input type="checkbox"/>	Colaborar y solventar las inquietudes o necesidades de los clientes.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Técnico en Actividades de Guía Turístico.

Experiencia:	2 años
Habilidades:	Trabajo en Equipo, Responsabilidad en el cumplimiento de su labor, Buena presencia, Buenas Relaciones Humanas.
Formación:	Curso o capacitaciones realizadas al cargo.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

Tabla 62

Descripción del Cargo de Guardia

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Puesto:	Guardia
Jefe Inmediato Superior:	Supervisor de mantenimiento y limpieza
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Salvaguardar la seguridad de los clientes y las instalaciones de la empresa.	
III. FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Rondar y proteger las instalaciones y activos del Complejo Turístico y velar por la seguridad de los clientes. <input type="checkbox"/> Controlar y autorizar la entrada y salida de los visitantes y de los vehículos. <input type="checkbox"/> Patrullar el Complejo Turístico. <input type="checkbox"/> Informar permanentemente sobre incidentes e irregularidades al Gerente General. <input type="checkbox"/> Velar por el mantenimiento y el orden de la empresa. <input type="checkbox"/> Colaborar con supervisión en eventos especiales o actividades desarrollados por la empresa. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS:	
Título Profesional:	Bachiller
Experiencia:	2 años
Habilidades:	Capacidad para manejar sistemas de detección y equipos de emergencia, capacidad de vigilancia y orientación,
Formación:	Cursos de seguridad y protección a las personas, Cursos de primeros Auxilio, Prevención de Riesgo, Atención al Cliente.

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

3.4. Control de Gestión

3.4.1. Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son datos por medio de los cuales se aprecia y evalúa el desempeño de la administración de una empresa. A su vez, ayudan a delinear los cursos de acción correctivos y las herramientas necesarias para modificar las derivaciones encontradas. (Levy, 2005, p. 129)

Tabla 63*Indicadores de Gestión*

Área	Indicadores	Fórmula
Administrativa	Satisfacción del Cliente	No. de Clientes satisfecho/Total de clientes.
	Objetivos planteados	No. de Objetivos Ejecutados/Total de Objetivos programados.
	Empleados capacitados	No. de Capacitación realizadas/Total de Capacitaciones programadas.
	Cientes Atendidos	No. de Clientes atendidos/Total de clientes que adquirieron el servicio.
	Grado Insatisfacción	No. de clientes que presentaron reclamos/ Total de Clientes.
Operaciones	Nivel de Ventas	No. de ventas realizadas/Total de ventas programadas.
	Horas Trabajadas	No. de Incidentes ocasionados/Total de horas trabajadas.
	Cumplimiento de presupuesto de ventas	No. de ventas realizadas/ Total de ventas presupuestadas
	Desempeño del personal	No. de trabajadores que cumplen las metas de evaluación/Total de trabajadores evaluados

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

3.5. Necesidades de Personal

El Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde” S.A., iniciará con 9 personas para el inicio de su actividad económica. Sin embargo, se proyecta que la organización alcanzará participación en el mercado, por lo que se necesitará la contratación de más personas, como se muestra a continuación:

Tabla 64*Necesidades del personal*

Año	Número de Personas
2020	9
2021	9
2022	9
2023	10
2024	12

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

CAPÍTULO IV

4. Área jurídica legal

4.1. Objetivos del estudio jurídico legal

Establecer la constitución jurídica de la empresa como Compañía de Responsabilidad Limitada, cumpliendo con los requisitos establecidos por la ley de compañías.

4.2. Determinación de la forma jurídica

El Complejo Ecoturístico Endémico “Punto Verde”, se constituirá como una Sociedad Anónima, debidamente registrada en la Superintendencia de Compañías y ante las autoridades legales competentes, como lo establece la Ley de Compañías. La principal característica de la compañía anónima es que es una sociedad que cuyo capital está fraccionado en acciones negociables, y sus asociados responden por el valor de sus aportaciones individuales. (Congreso Nacional de Ecuador, 1999)

En cuanto a la escritura de fundación de la compañía, ésta debe considerar los requisitos establecidos por la Ley de Compañías de acuerdo con los siguientes puntos:

- El lugar y fecha de ejecución del contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la empresa;
- El objeto social, debidamente especificado;
- Su denominación y plazo;
- El monto del capital social, y el número de acciones divididas, el valor nominal, clase, nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

- La descripción de lo que cada socio entrega en dinero o en otros bienes suscritos; el valor de éstos y capital no pagado;
- Dirección de la empresa;
- Forma de gestión y los poderes de los administradores;
- Formas y tiempos de las juntas generales de accionistas;
- Forma de designación de gerentes y representación legal de la organización;
- Las normas de reparto de utilidades;
- Determinación de situaciones de disolución anticipada de la compañía; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores. (Congreso Nacional de Ecuador, 1999)

Otorgada la escritura de constitución, se presentan a la Superintendencia de Compañías, tres copias notariales de dicha escritura más el certificado de afiliación a la Cámara de la Producción correspondiente, solicitando la aprobación de la constitución de la compañía. Una vez aprobada la constitución, el Superintendente o su delegado, ordenarán la inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía. Cabe indicar que es necesario como empresa considerar lo prescrito en Leyes que se aplican en la República del Ecuador y la ley orgánica de turismo en lo concerniente a constituir y legalizar una empresa de actividades recreacionales en Complejos Turísticos.

Bajo las consideraciones indicadas, para la constitución de la empresa se debe realizar los siguientes pasos:

1. **Reserva de Nombre emitido por la Superintendencia de Compañías.** - Proceso que puede ser realizado desde el balcón de servicios en la página web de la Superintendencia de Compañías.
2. **Ejecución de la Minuta de Constitución y Aprobación.** - Es el contrato social que registrará a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado, la cual deberá contener:
 - a) Nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los Socios o Accionistas que lo conforman.

- b) Razón Social, Objeto y Domicilio de la Compañía.
 - c) Nombre de los Representantes Legales Provisionales.
 - d) Capital Suscrito.
 - e) Plazo de Duración.
3. **Apertura de una Cuenta de Integración de Capital.** - El pago del capital inicial para la constitución de la empresa puede ser realizado en cualquier institución bancaria del país contando con los siguientes requisitos:
- a) Capital mínimo para los diferentes tipos de sociedades, \$800 para el caso de una compañía anónima.
 - b) Carta de socios (mínimo 2) y el detalle de la participación de cada uno dentro de la organización.
 - c) Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.
 - d) Solicitar el “certificado de cuentas de integración de capital”, trámite que se realiza en el mismo banco.
4. **Elevar a Escritura Pública.** – Ir donde un notario público con la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
5. **Aprobación del Estatuto.** - Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. **Publicación del extracto en el periódico de la ciudad.** - La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. **Inscripción de la Escritura en el Registro de la Propiedad y Mercantil del Cantón.** - Con todos los documentos antes descritos, se debe registrar en el Registro de la Propiedad y Mercantil del Cantón la escritura pública.
8. **Realizar la Junta General de Accionistas.** - En esta reunión se nombrará a los representantes legales de la empresa (presidente, gerente, entre otros).
9. **Inscripción de los nombramientos de los representantes.** - Inscribir el acta de junta general de accionistas y los representantes legales de la empresa en el Registro de la Propiedad y Mercantil del Cantón.

10. **Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC)** en el servicio de rentas internas (SRI).
11. **Obtener la carta para el banco.** - Una vez obtenido el RUC, la Superintendencia de Compañías entregará una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta para que se pueda disponer del valor depositado.

4.3. Patentes y marcas

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el órgano administrativo que protege y defiende los derechos intelectuales; acomodar y gestionar la información acerca los registros de derechos de propiedad intelectual. (SENADI, 2021)

Antes de realizar un trámite para registrar una marca se debe ejecutar una búsqueda fonética que permite revisar si existe en el Ecuador marcas iguales o similares; este trámite se lo realiza por correo electrónico a foneticoquito@iepi.gob.ec , con una cancelación de \$ 16.00 USD. El trámite de registro de derecho de Marcas cuesta \$ 208,00 USD y dura de 10 años con renovación indefinidamente la cual se la puede realizar seis meses antes o después del vencimiento.

Se debe iniciar con los requisitos: solicitud de registro de signos distintivos, el pago de tasa y la etiqueta en digital (Formato JPG de 5X5 cm.). Los formatos y anexos que se utilizan para el registro son el enlace para creación de Casillero Virtual para iniciar el trámite (<https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/casilleros/>), enlace para generación de comprobante de pago (https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/PDF/requisitos_para_registrar_un_signo_distintivo.pdf) y el enlace que permite realizar la solicitud de acuerdo al trámite en referencia (<https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes/>).

El procedimiento para registrar la marca en el SENADI (SENADI, 2021), son los siguientes:

1. Depositar USD 208.00 en el Banco del Pacífico a nombre del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.
2. Ingresar en la página del SENADI: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>, ir a “Servicios en Línea” y luego a “Formularios”
3. Bajar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenar, imprimir y firmar. Incluir el número del depósito.
4. Adjuntar la solicitud, una original y dos copias de la papeleta de depósito.
5. Adjuntar una copia notariada del nombramiento del representante legal de la organización.
6. Adjuntar seis artes (imágenes o logotipos) en tamaño de 5 x 5 cm en papel adhesivo.
7. Entregar los documentos en la oficina del SENADI.

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Para la legalización del Complejo Ecoturístico- Endémico “Punto Verde” se debe realizar los siguientes requisitos.

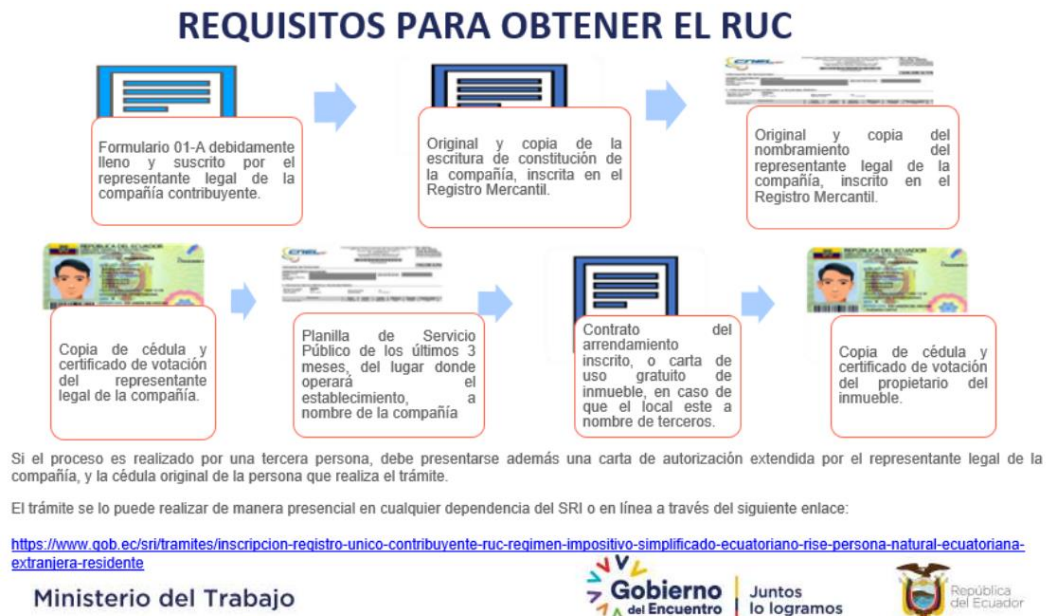
4.4.1. Obtención del RUC

La función del Registro Único de Contribuyentes, RUC (número de identificación) es registrar e identificar a los contribuyentes, naturales o jurídicas, frente al SRI, a efectos del pago de impuestos por el ejercicio de alguna actividad económica en el territorio, permanente o temporal.

Para obtener el RUC para las personas naturales y jurídicas que realicen alguna actividad económica, deben presentar lo siguiente:

Figura 32

Requisitos para obtener el RUC



Fuente: (Ministerio de Trabajo, n.d.)

4.4.2. Patentes Municipales

De conformidad con lo dispuesto por el Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD, están obligados personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras a la cancelación anual del impuesto de la patente municipal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010)

Para obtener la patente se requiere de los siguientes requisitos:

- Declaración del impuesto a la renta y presentado a la superintendencia de compañía
- No adeudar al GADMSD
- Formulario de patente, describiendo el número de teléfono y correo electrónico
- Informe de uso de suelo
- Copia del RUC
- Formulario 1.5 por mil sobre los activos totales (persona natural obligada a

llevar contabilidad y personas jurídicas)

A continuación, se detalla los requisitos que solicita el GAD Municipal del Cantón para obtener la patente municipal.

- Formulario único de solicitud.
- Copias de:
 - Registro Único de Contribuyente (RUC) actualizado de la empresa.
 - Nombramiento del representante legal.
 - Cédula de ciudadanía y papeleta de votación de las últimas elecciones del representante legal.
 - Impuesto Predial del año en curso.
- Permisos de:
 - Funcionamiento de bomberos.
 - Ambiental.
 - Uso de suelo.
- Inspección de Patente Municipal.

4.4.3. LUAE (Licencia única de actividades económicas):

Este es un permiso único que se debe obtener para realizar cualquier actividad económica, que incluye:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permisos:
 - Sanitario
 - Funcionamiento de Bomberos
 - Ambiental
 - Funcionamiento de la Intendencia General de Policía (anual)
- Licencia Única Anual de Funcionamiento (Actividades Turísticas)
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)

Todo ello se solicita en las oficinas municipales. La página web del municipio <https://online.santodomingo.gob.ec/>

4.4.4. Permiso de Uso de Suelo

El GAD Municipal del Cantón es el organismo que emite el Certificado de Uso de Suelo, para lo cual se necesita los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al Sr. alcalde, donde se detalle claramente los nombres del solicitante, los nombres del propietario del predio, la actividad comercial y la clave catastral.
- Copias de:
 - Cédula y papeleta de votación del propietario del predio.
 - RUC correspondiente a la actividad comercial.
- Certificado de no adeudar al municipio a nombre del propietario del predio.

4.4.5. Permiso de funcionamiento de bomberos

Requisitos previos a la obtención del permiso de funcionamiento

- Copias de:
 - Permiso del año anterior de existir.
 - Cédula y certificado de votación.
 - Impuesto predial actualizado.
 - RUC actualizado.
- Extintor de CO₂ o de PQS, dependiendo del local.
- Señalética de ECU 911 como único número de Emergencia, como lo estipula la ley.
 - Rótulo de 20x30 cm para los locales que miden de 0 a 100m².
 - Rótulo de 30x40 cm para los locales que miden de 101 a 200m².
 - Rótulo de 20x30 cm para los locales que miden de 201m²
- Plan de evacuación para los locales de 01 a 24 personas y 100m².
- Plan de Riesgo para todo local que sobrepase la acumulación de 24 personas (Formato lo emite el GAD Municipal del Cantón).

CAPÍTULO V

5. Área financiera

5.1. Objetivo del estudio financiero

Establecer los estados financieros para determinar si la empresa será rentable o no.

5.2. Plan de Inversión

Tabla 65

Plan de Inversión

Descripción	Cant.	V. Unitario	Total (USD)
<u>ACTIVOS FIJOS</u>			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Ejecutivo	1	200,00	200,00
Silla ejecutiva giratoria	1	85,00	85,00
Sillas de Espera	6	200,00	1.200,00
Archivadores de 4 cajones	2	125,00	250,00
Acondicionador de Aire Split	1	425,00	425,00
Mesa de comedor 12 personas	1	420,00	420,00
Sillas Plásticas reforzadas	50	9,50	475,00
Alacena en madera	2	120,00	240,00
Mesa para niños	4	36,00	144,00
Mesas plásticas cuadrada para cuatro personas	25	12,99	324,75
Mesa plásticas cuadrada para seis personas	5	13,99	69,95
Total			3.833,70
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadora de escritorio LG	1	550,00	550,00
Impresora Epson L220 multifunción	1	390,00	390,00
Laptop HP	1	850,00	850,00

Descripción	Cant.	V. Unitario	Total (USD)
Telefax	1	100,00	100,00
Intercomunicadores	2	65,00	130,00
Total			2.020,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono	1	55,00	55,00
Sumadora Casio	2	110,00	220,00
Cámara de Seguridad	2	100,00	200,00
Total			475,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Bomba de agua	1	80,00	80,00
Bomba de piscinas	2	250,00	500,00
Podadora Eléctrica	1	340,00	340,00
Cocina Industrial de acero inoxidable	1	700,00	700,00
Congeladores	2	590,00	1.180,00
Refrigeradora Indurama	1	640,00	640,00
Asadero grande	1	150,00	150,00
Rastrillo	1	5,50	5,50
Extractor de Jugos	1	50,00	50,00
Tanques de gas	2	80,00	160,00
Smart TV FULLHD LG 43''	1	450,00	450,00
Soporte para televisor	1	35,00	35,00
Equipo de Sonido	1	350,00	350,00
Radios de Comunicación	6	35,00	210,00
Total			4.850,50
CONSTRUCCIONES			
Terreno			50.000,00
Construcción del Área Administrativa			10.980,00
Construcción de Canchas de Juegos			3.500,00
Construcción de Piscinas			8.450,00
Adecuación del Restaurante			9.875,00
Adecuación de Parqueadero			2.900,00
Adecuación de Área de Hamacas			1.250,00
Construcción de Baños y vestidores			6.250,00
Adecuación de Senderos			5.800,00
Adecuación de Juegos infantiles			4.860,00
Adecuación de Área de Pesca			3.900,00
Adecuación de los Juegos de paintball			4.850,00

Descripción	Cant.	V. Unitario	Total (USD)
Adecuación de Caballerizas			5.230,00
Instalaciones Eléctricas			3.690,00
Instalaciones Sanitarias			4.985,00
Total			126.520,00
HERRAMIENTAS			
Facilidades de Restaurante			
Combo de microondas + waflera	1	300,00	300,00
Tostadora	2	45,00	90,00
Batidora	2	70,00	140,00
Licuadaora 10 velocidades	3	75,00	225,00
Microondas LG	1	95,00	95,00
Exprimidor Eléctrico	2	25,00	50,00
Utensilios de Cocina			
Juego de tazas 12 pzs	5	20,00	100,00
Juego de 12 ollas grandes	2	80,00	160,00
Juego de 12 ollas medianos	2	50,00	100,00
Juego de Coladores en Acero Inoxidable	3	3,00	9,00
Juego de cubiertos de 18 piezas	8	20,00	160,00
Juego de vajillas completa	8	60,00	480,00
Juego de tablas para picar	1	50,00	50,00
Juego de cuchillos	1	30,00	30,00
Jarras Plásticas (capacidad 2 1/2)	8	1,50	12,00
Cesto para legumbres	1	3,50	3,50
Cesto para frutas	1	3,50	3,50
Copas de agua	50	1,75	87,50
Cuchillos de acero inoxidable	10	2,50	25,00
Ollas tamaleras grandes	4	45,00	180,00
Porta vajillas	1	10,00	10,00
Pírex de Cristal	3	30,00	90,00
Pinzas para brasas	1	5,00	5,00
Sartenes Grandes	2	580,00	1.160,00
Sartenes Medianos	2	480,00	960,00
Sartén Pequeño	1	25,00	25,00
Rodillo de cocina	1	1,00	1,00
Vasos cervecedores	50	3,00	150,00
Tijeras de cocina	1	5,00	5,00
Extintor de gas 10 libras	2	50,00	100,00

Descripción	Cant.	V. Unitario	Total (USD)
Cucharetas pequeñas	10	1,50	15,00
Baldes plásticos de 8 litros	2	1,75	3,50
Abrelatas	1	5,00	5,00
Afilador	1	6,00	6,00
Rallador	1	2,50	2,50
Cucharones	3	9,00	27,00
Materiales de Mesa			
Servilletero	12	1,50	18,00
Tollas de cocina	9	1,50	13,50
Manteles	40	3,80	152,00
Cubre manteles	40	1,85	74,00
Frascos para sal/azúcar	2	12,00	24,00
ÁREA DE RECREACIÓN			
Columpios	5	60,00	300,00
Sube y baja de madera	3	120,00	360,00
Toboganes plásticos para niños	1	1.500,00	1.500,00
Resbaladera	2	75,00	150,00
Casa de Juego para niños	1	150,00	150,00
Caja de arena juegos infantiles	1	40,00	40,00
Balones de baloncestos	2	20,00	40,00
Balones de ecua-vóley	2	5,00	
Balones de indor-futbol	2	7,00	10,00
Red de Ecua vóley	2	10,00	20,00
Bancas de madera	10	70,00	700,00
Corta césped	1	30,00	30,00
ÁREA DE CABALLERIZAS			
Monturas	5	30,00	150,00
Herraduras	20		20,00
Equipo de Equino terapia	5	1,00	175,00
Sogas 100 metros	5	25,00	125,00
ÁREA DE PISCINA			
Kit de equipo de mantención (medición del pH y cloro)	1	25,00	25,00
Válvula multi vías	1	133,00	133,00
Filtros de agua	2	860,00	1.720,00
Skimmer para piscinas	1	650,00	650,00
Calefones	2	260,00	520,00

Descripción	Cant.	V. Unitario	Total (USD)
Conector limpia fondo	1	180,00	180,00
ÁREA DE CRIANZA DE TILAPIA			
Maya anti pájaros	1	185,00	185,00
Alambre de amarre	1	48,00	24,00
Palas	3	13,50	40,50
Oxímetro	1	800,00	800,00
Total			13.233,50
VEHÍCULOS			
Camioneta D-MAX 4x4	1	12.500,00	12.500,00
Total			12.500,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			163.407,70
ACTIVOS BIOLÓGICOS			
Ganado de Trabajo y reproducción			
Caballos de paso	5	2.500,00	12.500,00
Total			12.500,00
TOTAL DE ACTIVOS BIOLÓGICOS			12.500,00
ACTIVO DIFERIDO			
		-	Valor
Gastos de Constitución			800,00
Honorarios Abogado			1.500,00
Registro Mercantil			95,00
Patentes y Licencias			280,00
Permiso de Bomberos			225,00
Patentes Municipales			80,00
Costos del estudio del proyecto			350,00
Imprevistos 5%			168,00
Total			3.498,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS			3.498,00
CAPITAL DE TRABAJO			-
COSTO DEL SERVICIO			26.152,87
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			13.952,52
GASTOS DE VENTAS			970,00
Total			41.075,39
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			220.481,09

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Como se puede observar en la tabla anterior, para el inicio de la actividad económica se necesita una inversión de \$ **220.481,09** dólares, los cuales se han considerado todos los equipos de oficina, herramientas en otros necesarios para su operación.

5.3. Plan de Financiamiento

El plan de financiación analiza y determina las fuentes de financiamiento de la empresa, es decir, de donde van a obtener los socios el dinero para realizar sus inversiones. Las distintas vías para adquirir ese dinero se conocen por el nombre de “fuentes de financiación”, que se reflejan en el Pasivo y el Neto patrimonial del balance. (Caldas Blanco & Hidalgo Ortega, 2019, p. 113)

Tabla 66

Plan de Financiamiento

Rubros de Inversión	Usos de Fondos	Fuentes de Financiamiento	
		Recursos Terceros	Recursos Propios
Activos Fijos	163.407,70	65.363,08	98.044,62
Activos Diferidos	3.498,00	1.399,20	2.098,80
Activos Biológicos	12.500,00	5.000,00	7.500,00
Capital de Trabajo	41.075,39	16.430,15	24.645,23
TOTAL INVERSION	220.481,09	88.192,43	132.288,65

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Para el Plan de Financiamiento se ha considerado que: el 60% del total de la Inversión Inicial serán adquiridos por recursos propios de los accionistas y el 40% serán adquiridos mediante una entidad financiera como es el BanEcuador, mismo que apoya a nuevos emprendimientos en todo el país, los porcentajes de recursos propios y terceros se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 67*Forma de Financiamiento*

Descripción	Parcial (Usd)	Total (Usd)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios				60%
Efectivo		132.288,65		
Socio 1	26.457,73		12%	
Socio 2	26.457,73		12%	
Socio 3	26.457,73		12%	
Socio 4	26.457,73		12%	
Socio 5	26.457,73		12%	
Recursos de terceros				
Préstamo Bancario				40%
Préstamo BanEcuador		88.192,43		

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

A continuación, se muestra la tabla de amortización del préstamo a solicitar:

Tabla 68*Tabla de Amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
<u>DATOS</u>					
Inversión Total		220.481,09			
Préstamo:		88.192,43			
Tasa de Interés:		11,00%			
Periodo, Años:		5			
Cuota:		23.862,25			
Año	Deuda	Interés Vencido	Capital Pagado	Cuota De Pago	Saldo
1	88.192,43	9.701,17	14.161,09	23.862,25	74.031,35
2	74.031,35	8.143,45	15.718,81	23.862,25	58.312,54
3	58.312,54	6.414,38	17.447,87	23.862,25	40.864,67
4	40.864,67	4.495,11	19.367,14	23.862,25	21.497,53
5	21.497,53	2.364,73	21.497,53	23.862,25	0,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

5.4. Cálculos de Costos y Gastos

a) Detalle de Costos

El costo se define como un conjunto de erogaciones realizadas para generar un bien o servicio. El gasto corresponde al conjunto de erogaciones destinadas a la gestión, distribución, comercialización, e incluye el mantenimiento de la planta física de la empresa. (Reveles, 2021)

Tabla 69

Detalle de Costos

Descripción	Medida	Cant idad	Valor Unit.	Valor Mensual	Valor Anual	Valor Total
COSTOS DIRECTOS						
Mano de Obra Directa						33.830,45
Chef	Unid	1		608,83	7.306,00	
Ayudante de cocina	Unid	1		493,63	5.923,60	
Guía turístico	Unid	1		608,83	7.306,00	
Técnico de mantenimiento	Unid	1		608,83	7.306,00	
Personal de Limpieza	Unid	1		499,07	5.988,85	
Materia Prima						28.927,20
Semillas de Tilapia	Kg	100	50,00	600,00	7.200,00	
Plátano	Racima	12	18,00	216,00	864,00	
Arroz	qq	3	105,00	1.260,00	5.040,00	
Gallina criolla	Unidad	5	75,00	900,00	3.600,00	
Pollo	Lb	10	12,00	144,00	1.728,00	
Chuleta	Lb	30	67,50	810,00	3.240,00	
Chorizo	Lb	15	15,00	180,00	720,00	
Huevos	Unidad	30	2,40	28,80	115,20	
Queso	Lb	10	20,00	240,00	960,00	
Camarones	Lb	5	15,00	180,00	720,00	
Carne de Chanco	Lb	10	40,00	480,00	1.920,00	
Carne de Red	Lb	10	50,00	600,00	2.400,00	
Pescado	Lb	5	8,75	105,00	420,00	
Costos Indirectos de Fabricación						36.068,40
Carbonato de calcio (cal P24)	saco (25kg)	2	5,50	11,00	132,00	
Fertilizantes completos, nitro de sodio, nitro de amonio, carbonato de calcio, di fosfato de amonio, ácido cítrico y meta silicato de sodio (Fito Bloom)	saco (30kg)	0,5	25,00	12,50	150,00	
Alevines (Tilapia Roja)	unidad	1000	0,08	80,00	960,00	
Balanceados polvo T 4-50	saco de 20 kg	1	26,30	26,30	315,60	
Balanceados desarrollo T 3-20	saco de 40 kg	2	37,00	74,00	888,00	
Balanceado desarrollo T 2-80	saco de 40 kg	4	31,00	248,00	2.976,00	
Tachos Medianos	unidad	10	2,50	50,00	50,00	
Cañas de pecar Ecológicas	unidad	10	0,60	12,00	12,00	
Aceite Girasol 4 litros	Litros	1,25	1,25	300,00	3.600,00	
Sal Yodada 2 Kg.	Kg	1,8	1,80	216,00	2.592,00	
Azúcar Valdez	Lb.	2,2	2,20	132,00	1.584,00	
Aliño condimenta 380 gr.	Gramo	0,55	0,55	66,00	792,00	
Fósforos el sol paquete de 10 cajas	Cajas	1,5	1,50	180,00	720,00	
Cebolla blanca	Atado	0,25	0,25	30,00	360,00	
Ajo en pepa	Libra	1	1,00	120,00	480,00	
Lechuga, col, pepinos, zanahoria	Libra	0,5	0,50	60,00	72,00	
Cebolla paitaña, pimienta, tomate, cilantro	Libra	1	1,00	240,00	1.440,00	
Frejoles, arvejas	Libra	1	1,00	60,00	720,00	
Limón, aguacate,	Libra	1	1,00	240,00	1.440,00	
Mantequilla	Libra	1,2	1,20	216,00	1.296,00	
Harina de Trigo	Libra	0,3	0,30	90,00	1.080,00	
Café	Frasco	3,5	3,50	84,00	504,00	

Descripción	Medida	Cant idad	Valor Unit.	Valor Mensual	Valor Anual	Valor Total
Achiote La Favorita	Frasco	2,5	2,50	30,00	360,00	
Té	Paquete	0,65	0,65	39,00	234,00	
Pimienta Molida	Funda	0,9	0,90	54,00	324,00	
Papa	qq	13	13,00	468,00	2.808,00	
Yuca	Libra	0,7	0,70	42,00	504,00	
Alfalfa	kg	10	1,00	10,00	220,00	
Balanceados	qq	5	20,00	100,00	1.200,00	
Vacunas	unidad	1	30,00	30,00	360,00	
Herraduras	unidad	20	5,00	100,00	1.200,00	
Fardo de Heno	kg	10	1,00	10,00	120,00	
Pesticidas	Frasco	2	10,00	20,00	240,00	
Cloro al 70%	Caneca	5	15,00	75,00	900,00	
Anti-algas (Sulfato de alúmina)	Kg	1	2,90	2,90	34,80	
Plantas Arbóreas y Ornamentales	unidad	15	30,00	450,00	5.400,00	
Servicios Básicos						5.785,44
TOTAL COSTOS						104.611,49

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Como se puede observar en la tabla anterior el costo total de producción es de \$ 104.611,49 dólares en los cuales se ha considerado para los costos: la mano de obra directa, materia prima directa, los costos indirectos de producción y el 80% de utilización de los servicios básicos.

b) Proyección de los Costos

Para realizar la proyección de los costos de los primeros cinco años, se ha considerado el porcentaje promedio de inflación de los últimos cinco años de acuerdo con la información obtenida de la página web del Banco Central del Ecuador (BCE)

Tabla 70

Inflación Promedio

Año	Inflación anual
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
Total	4,50%
Inflación Promedio	0,900%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: La Autora.

Tabla 71*Proyecciones de los Costos*

Descripción	Valor mensual	Años				
		1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	2.819,20	33.830,45	34.134,92	34.442,14	34.752,12	35.064,89
MP	2.410,60	28.927,20	29.187,54	29.450,23	29.715,28	29.982,72
CIF	3.005,70	36.068,40	36.150,86	36.476,21	36.804,50	37.135,74
Servicios Básicos	482,12	5.785,44	5.837,51	5.890,05	5.943,06	5.996,54
Total costo Variable	8.717,62	104.611,49	105.310,83	106.258,63	107.214,96	108.179,89

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

c) Detalle de Gastos

Los gastos administrativos son los incurridos por la organización que no están directamente relacionados con funciones como la producción o las ventas. Dichos gastos siguen estando relacionados con toda la organización y no con un departamento individual.

Tabla 72*Detalle de Gastos*

Descripción	Valor mensual	Valor anual	Total
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>	-		66.380,58
Sueldos administrativos	4.163,33	49.960,00	
Viáticos	150,00	1.800,00	
Amortizaciones	58,30	699,60	
Depreciaciones	372,02	4.464,23	
Mantenimiento	450,56	5.406,69	
Energía Eléctrica	48,00	576,00	
Agua potable	63,21	758,52	
Internet	6,12	73,44	
Teléfono	3,20	38,40	
Suministros de oficina	69,00	827,95	
Útiles de Aseo	147,98	1.775,75	
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	-		3.880,00
Publicidad	323,33	3.880,00	
<u>GASTOS DE FINANCIEROS</u>	-		9.701,17
Gasto Intereses	801,73	9.701,17	
TOTAL DE GASTOS		79.961,75	79.961,75

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Seguidamente se realiza la proyección de los gastos, que de igual manera como se realizó la proyección de los costos se realizará la de los gastos, tomado en cuenta el porcentaje de inflación promedio de los últimos cinco años.

d) Proyección de los Gastos

Tabla 73

Proyección de los Gastos Fijo

Descripción	Valor mensual	Años				
		1	2	3	4	5
Gastos de Administración	5.531,72	66.380,58	66.916,56	67.457,35	67.551,87	68.102,42
Gastos de Ventas	323,33	3.880,00	3.914,92	3.950,15	3.985,71	4.021,58
Gastos de Financieros	808,43	9.701,17	8.143,45	6.414,38	4.495,11	2.364,73
Total gasto fijo	6.340,15	79.961,75	78.974,93	77.821,89	76.032,69	74.488,73

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Mano de Obra

La mano de obra representada por el recurso humano empleado como esfuerzo físico o intelectual que se utiliza en la realización un producto o servicio y que se paga un valor.

Seguidamente se detalla la Mano de Obra Directa que necesitará para la prestación del servicio.

Tabla 74

Mano de Obra

Cant.	Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total	Aporte. Individual 9.45%	Sueldo mensual	Total Anual
1	Chef	500,00	500,00	47,25	452,75	5.433,00
1	Ayudante de cocina	400,00	400,00	37,80	362,20	4.346,40
1	Guía turístico	500,00	500,00	47,25	452,75	5.433,00
1	Técnico de mantenimiento	500,00	500,00	47,25	452,75	5.433,00
1	Personal de Limpieza	404,72	404,72	38,25	366,47	4.397,69
	Total	3.500,00	3.500,00	330,75	3.169,25	38.031,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

Tabla 75

Provisiones Mano de Obra Directa

Cant	Recurso Humano	Aporte. Patronal 12,15%	Bono de Escolaridad 14 to	Bono Navideño 13 to	Vacaciones	Provisión Mensual	Provisión Anual
1	Chef	60,75	32,83	41,67	20,83	156,08	1.873,00
1	Ayudante de cocina	48,60	32,83	33,33	16,67	131,43	1.577,20
1	Guía turístico	60,75	32,83	41,67	20,83	156,08	1.873,00
1	Técnico de mantenimiento	60,75	32,83	41,67	20,83	156,08	1.873,00
1	Personal de Limpieza	49,17	32,83	33,73	16,86	132,60	1.591,16
	Total	425,25	131,33	291,67	145,83	994,08	11.929,00
	Costo Mensual de Mano de Obra Directa					4.163,33	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Por otro lado, se presenta los sueldos y salarios del Personal Administrativo.

Tabla 76

Sueldos y salarios del Personal Administrativo

Cant.	Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total	Aporte. Individual 9.45%	Sueldo mensual	Total Anual
1	Gerente General	2.500,00	2.500,00	236,25	2.263,75	27.165,00
1	Secretaria / Recepcionista	400,00	400,00	37,80	362,20	4.346,40
1	Contador medio tiempo	200,00	200,00	18,90	181,10	2.173,20
1	Guardia de Seguridad	400,00	400,00	37,80	362,20	4.346,40
	Total	2.304,72	2.304,72	217,80	2.086,92	25.043,09

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Tabla 77*Provisiones del Sueldo y Salarios del Personal Administrativo*

Cant .	Recurso Humano	Aporte. Patronal 12,15%	Bono de Escolaridad 14 to	Bono Navideño 13 to	Vacaciones	Provisión Mensual	Provisión Anual
1	Gerente General	303,75	32,83	208,33	104,17	649,08	7.789,00
1	Secretaria / Recepcionista	48,60	32,83	33,33	16,67	131,43	1.577,20
1	Contador medio tiempo	24,30	32,83	16,67	8,33	82,13	985,60
1	Guardia de Seguridad	48,60	32,83	33,33	16,67	131,43	1.577,20
Total		280,02	164,17	192,06	96,03	732,28	8.787,36
Costo Mensual del Personal Administrativo						2.819,20	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Depreciación

La depreciación contable es un método de contabilidad que corresponde a la distribución de forma sistemática y razonables de parte de los costos del activo fijo, ya que con la utilización estos bienes valen menos, por lo que se considera su valor de desecho, si lo poseen, entre la vida útil eficaz y se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo. (Gitman & Zutter, 2012)

Tomando en cuenta que los activos incluidos en el plan de inversiones estarán sujetos a este fenómeno, por tal razón; se ha realizado el cálculo de depreciación con el detalle de los porcentajes aplicables para cada uno de los activos.

Tabla 78*Cálculo de las Depreciaciones*

Detalle del Activo	Valor	% de Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación
Muebles y Enseres	3.833,70	10%	383,37	10	345,03
Equipos de Computación	2.020,00	33%	666,60	3	451,13
Equipos de Oficina	475,00	10%	47,50	10	42,75
Maquinaria y Equipo	4.850,50	10%	485,05	10	436,55
Vehículo	12.500,00	20%	2.500,00	5	2.000,00
Herramientas	13.208,50	10%	1320,85	10	1188,77
TOTALES			5.403,37		4.464,23

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Proyección de Depreciación

El valor correspondiente a las depreciaciones se proyectará en el tiempo a lo largo de la vida útil del proyecto, a excepción de los equipos de computación, cuya vida útil sólo es de tres años.

Tabla 79*Proyección de la Depreciación*

Detalle del Bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	345,03	345,03	345,03	345,03	345,03
Equipos de Computación	451,13	451,13	451,13	0,00	0,00
Equipos de Oficina	42,75	42,75	42,75	42,75	42,75
Maquinaria y Equipo	436,55	436,55	436,55	436,55	436,55
Vehículo	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
Herramientas	1188,77	1188,77	1188,77	1188,77	1188,77
TOTALES	4464,23	4464,23	4464,23	4013,09	4013,09

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

5.5. Cálculo de Ingresos

La medición de las ganancias que se obtiene por la venta de productos y servicios. Luego de cubrir el mercado y determinar los productos a ofrecer en el negocio se establecerá el nivel de ingresos de este, para lo cual es necesario establecer el precio unitario y las cantidades proyectadas para vender, de esta

manera se pueden fijar valores para el año uno y mediante un criterio de crecimiento en ventas, se proyecta para los años siguientes. (Universidad Tecnológica Indoamérica, 2019)

Los ingresos son los valores correspondientes por la venta de un bien o servicio que brinda la empresa para obtener ganancias y poder cubrir sus costos y gastos en un periodo determinado.

Tabla 80

Cálculo del Precio de Venta

Servicios	Costo Total mensual, USD	% de producto a realizar	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Margen de Utilidad, %	Precio de Venta Unitario
Uso de Piscina (adulto)	2.739,82	31,4%	2.383	1,15	248%	4,00
Uso de Piscina (niños)	1.245,37	14,3%	1.083	1,15	161%	3,00
Servicio de caballeriza	1.120,84	12,9%	975	1,15	335%	5,00
Servicio de pesquera	1.494,45	17,1%	1.300	1,15	422%	6,00
Servicio de bar/restaurante	2.117,14	24,3%	1.842	1,15	226%	3,75
	8.717,62	100,0%	7.583	1,15	271%	4,27

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Obtenido el precio de venta de nuestros servicios, ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser nuestros ingresos en el transcurrir del tiempo y mientras dure nuestro proyecto.

Tabla 81

Cálculo de Ingresos

Servicio	Precio De Venta Unitario	Cantidad Mensual	Ingreso Mensual	Cantidad Anual	Ingreso Anual
Uso de Piscina (adulto)	4,00	2.383	9.533,33	28.600	114.400,00
Uso de Piscina (niños)	3,00	1.083	3.250,00	13.000	39.000,00
Servicio de caballeriza	5,00	975	4.875,00	11.700	58.500,00
Servicio de pesquera	6,00	1.300	7.800,00	15.600	93.600,00
Servicio de bar/restaurante	3,75	1.842	6.906,25	22.100	82.875,00
TOTAL		7.583	32.364,58	91.000	388.375,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Entonces, para la proyección de los primeros cinco años se ha tomado en consideración los mismos indicadores de proyección que utilizó para proyectar los costos y los gastos:

Tabla 82

Proyección de Ingresos Año

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIO DE PISCINA (Adultos)						
Uso de Piscina (adulto)	28.600	28.600	29.029	29.464	29.906	30.355
Valor	4,00	4,00	4,04	4,07	4,11	4,15
Total Anual	114.400	114.400	117.161	119.989	122.885	125.850
SERVICIO DE PISCINA (Niños)						
Uso de Piscina (niños)	13.000	13.000	13.195	13.393	13.594	13.798
Valor	3,00	3,00	3,03	3,05	3,08	3,11
Tota Anual	39.000	39.000	39.941	40.905	41.892	42.904
SERVICIO DE CABALLERIZA						
Servicio de caballeriza	11.700	11.700	11.876	12.054	12.234	12.418
Valor	5,00	5,00	5,05	5,09	5,14	5,18
Tota Anual	58.500	58.500	59.912	61.358	62.839	64.355
SERVICIO PESQUERA						
Servicio de pesquera	15.600	15.600	15.834	16.072	16.313	16.557
Valor	6,00	6,00	6,05	6,11	6,16	6,22
Tota Anual	93.600	93.600	95.859	98.173	100.542	102.969
SERVICIO DE BAR						
Servicio de bar/restaurante	22.100	22.100	22.432	22.768	23.109	23.456
Valor	3,75	3,75	3,78	3,82	3,85	3,89
Tota Anual	82.875	82.875	84.875	86.924	89.022	91.170
TOTALES	388.375	388.375	397.748	407.348	417.179	427.248

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

5.6. Flujo de Caja

El flujo de caja permite demostrar la capacidad de pago en efectivo y su utilidad radica en determinar los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permite tomar decisiones relacionadas a recuperaciones de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores y las instituciones crediticias, manejo de inventarios, nuevas inversiones, etc. (Universidad

Tecnológica Indoamérica, 2019)

Tabla 83

Flujo de Caja

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	-	388.375,00	397.748,43	407.348,09	417.179,44	427.248,06
	Ingresos por venta		388.375,00	397.748,43	407.348,09	417.179,44	427.248,06
B	EGRESOS OPERACIONALES	0,00	174.872,07	176.142,31	177.666,14	178.752,53	180.303,89
	Materia prima directa		28.927,20	29.187,54	29.450,23	29.715,28	29.982,72
	Mano de Obra Directa		33.830,45	34.134,92	34.442,14	34.752,12	35.064,89
	CIF		41.853,84	41.988,36	42.366,26	42.747,56	43.132,28
	Gastos de Administración		66.380,58	66.916,56	67.457,35	67.551,87	68.102,42
	Gastos de Ventas		3.880,00	3.914,92	3.950,15	3.985,71	4.021,58
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0,00	213.502,93	221.606,12	229.681,95	238.426,90	246.944,17
D	INGRESOS OPERACIONALES NO OPERACIONALES	-220.481,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Recursos propios	- 132.288,65					
	Recursos de terceros	- 88.192,43					
E	EGRESOS OPERACIONALES NO OPERACIONALES	-	97.740,39	101.242,47	104.796,75	108.662,53	112.522,30
	Pago Capital de Préstamo		14.161,09	15.718,81	17.447,87	19.367,14	21.497,53
	Pago de Intereses de Préstamos		9.701,17	8.143,45	6.414,38	4.495,11	2.364,73
	Pago de participación de utilidades		30.570,26	32.019,40	33.490,14	35.089,77	36.686,92
	Pago 25% Impuesto a la Renta		43.307,87	45.360,82	47.444,36	49.710,51	51.973,13
F	FLUJO OPERACIONAL (D-E) NO OPERACIONAL (D-E)	-220.481,09	-97.740,39	-101.242,47	-104.796,75	-108.662,53	-112.522,30
G	FLUJO GENERAL (C-F) NETO	-220.481,09	115.762,54	120.363,65	124.885,20	129.764,37	134.421,87
(+)	DEPRECIACIONES		4.464,23	4.464,23	4.464,23	4.013,09	4.013,09
(+)	Amortizaciones		699,6	699,6	699,6	699,6	699,6
J	FLUJO NETO DE CAJA	-220.481,09	120.926,36	125.527,47	130.049,03	134.477,07	139.134,56

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

Como se puede observar en la tabla anterior, la empresa tendrá la capacidad de pagar sus deudas en el primer año.

5.7. Punto de Equilibrio

El análisis del Punto de Equilibrio tiene como fin proyectar el nivel de producción en el que los ingresos por ventas netas que necesita una organización, para no perder ni ganar y cubrir los costos operativos. (Baca Urbina, 2013)

El cálculo del punto de equilibrio se realiza con las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{CF}{\frac{CV}{IT}} \quad (2)$$

$$PEu = \frac{CF}{PVU - CVU} \quad (3)$$

$$PE\% = \frac{PE\$}{IT} \times 100 \quad (4)$$

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

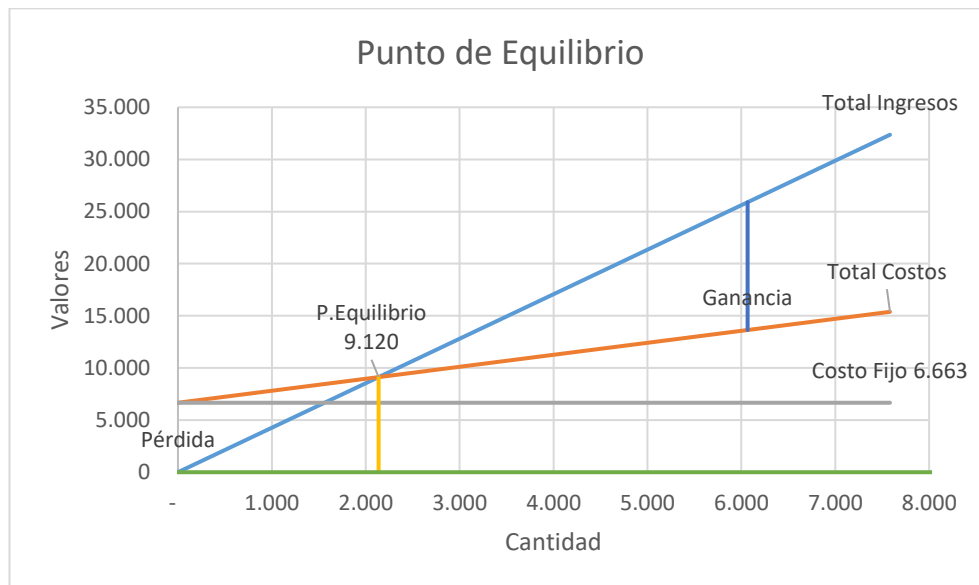
$$PE \$ = \frac{6.663,48}{1 - \frac{8.717,6}{32.364,58}} = 9.120,02$$

$$PE \text{ und} = \frac{6.663,48}{4,27 - 1,15} = 2.137$$

$$PE \% = \frac{9.120,02}{32.364,58} * 100 = 28\%$$

Figura 33

Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: La Autora.

En el Figura No. 32 se puede observar que el punto de equilibrio en valores monetarios que es de \$ **9.120,02** dólares que la empresa debe obtener para no ganar ni perder; en unidades vendidas corresponde a **2.137** servicios y en porcentaje de producción corresponde al **28%** que representa el porcentaje de servicios que debe prestar la empresa.

5.8. Estado de Resultados Proyectados

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es un resumen financiero de la operación durante un periodo específico. (Gitman & Zutter, 2012). Calcula la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto. (Baca Urbina, 2013)

Tabla 84

Estado de Resultados Proyectados

<u>INGRESOS</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Tasa de inflación promedio	0,90%	0,90%	0,90%	0,90%	0,90%
Ventas Totales	388.375,00	397.748,43	407.348,09	417.179,44	427.248,06
(-) Costos de Producción	104.611,49	105.310,83	106.258,63	107.214,96	108.179,89
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	283.763,51	292.437,60	301.089,46	309.964,48	319.068,17

GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración	66.380,58	66.916,56	67.457,35	67.551,87	68.102,42
Gastos de Ventas	3.880,00	3.914,92	3.950,15	3.985,71	4.021,58
UTILIDAD OPERACIONAL	213.502,93	221.606,12	229.681,95	238.426,90	246.944,17
Gasto Financiero	9.701,17	8.143,45	6.414,38	4.495,11	2.364,73
UTILIDAD DEL EJERCICIO	203.801,76	213.462,67	223.267,57	233.931,79	244.579,44
15 % Participación Laboral	30.570,26	32.019,40	33.490,14	35.089,77	36.686,92
UTILIDAD DESPUÉS DE PART. LABORAL	173.231,50	181.443,27	189.777,44	198.842,02	207.892,53
25% Impuesto a la Renta	43.307,87	45.360,82	47.444,36	49.710,51	51.973,13
UTILIDAD NETA	129.923,62	136.082,45	142.333,08	149.131,52	155.919,39
(-) Reserva legal 5%	6.496,18	6.804,12	7.116,65	7.456,58	7.795,97
(=) Utilidad/Perdida Retenida	123.427,44	129.278,33	135.216,42	141.674,94	148.123,42

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

5.9. Evaluación Financiera

La siguiente evaluación financiera nos permitirá evaluar en porcentajes los resultados de las operaciones proyectadas al transcurso del ejercicio económico de la planeación y ejecución del proyecto, que a continuación se procede a calcular:

Indicadores

Dentro de los indicadores que se planea calcular estará con sus respectivas formulas e interpretaciones que ayudará analizar la situación económica interna y externa de la empresa. Uno de estos indicadores es la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Tabla 85

Determinación de la Tasa de descuento del Inversionista

TMAR = Costo del Capital + Premio al Riesgo + Inflación				
COSTO DEL CAPITAL				
DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Recursos propios	132.288,65	60%	6,37%	3,82%
Recursos terceros	88.192,43	40%	11,00%	4,40%
TOTAL	220.481,09	100%	17,37%	8,22%
	CPPC		8,22%	
	Premio al riesgo		5,00%	
	Inflación		0,90%	
	TMAR		14,12%	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), según el resultado obtenido es de **14,12%**, lo que indica que es el porcentaje que como mínimo podemos esperar ganar por la inversión.

a.1) Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto se obtiene de sumar los flujos de caja proyectado a largo plazo y restando la inversión inicial y permite calcular su valor actualizado donde certifica los beneficios reales del proyecto. (Baca Urbina, 2013)

Tabla 86

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Años	Flujo Neto Actual	Factor Actual	Flujo Actualizado
		14,12%	
0	-220.481,09	1,00000000	-220.481,09
1	120.927,76	0,87625524	105.963,58
2	125.528,87	0,76782324	96.383,98
3	130.050,43	0,67280913	87.499,12
4	134.478,47	0,58955252	79.282,12
5	139.135,96	0,51659849	71.877,43
		VAN	220.525,14

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

El proyecto es viable si el VAN es positivo; por tanto, el Valor Actual Neto es de \$ **220.525,14** dólares, siendo un valor positivo lo que indica que el proyecto es económicamente viable.

a.2) Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento que iguala el Valor Actual Neto (VAN) a cero. (Baca Urbina, 2013)

La fórmula para su cálculo es:

$$\begin{aligned}
 VAN &= -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} \\
 &= -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0
 \end{aligned}
 \tag{5}$$

Tabla 87*Tasa Interna de Retorno*

Año	Proyecto
0	-220.481,09
1	120.927,76
2	125.528,87
3	130.050,43
4	134.478,47
5	139.135,96
TIR	49,81%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

La Tasa Interna de Retorno es de **49,81%** lo que indica que el proyecto es factible dado que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) **14,12%**, por ende, ese será el margen de rentabilidad de la empresa.

a.3) Beneficio Costo

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. (Universidad Tecnológica Indoamérica, 2019) Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

La fórmula de la relación costo-beneficio es:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC} \quad (6)$$

Donde:

B/C: relación costo-beneficio.

VAI: Valor Actual de los Ingresos Totales Netos o Beneficios Netos

VAC: Valor Actual de la Inversión Inicial

$$\text{Relación} \frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{1.386.448,52}{629.483,65} = 2.20$$

Los resultados obtenidos sobre la relación beneficio/ costo del proyecto es de \$2,20 lo significa que por cada dólar invertido se obtiene \$1,20 dólar de beneficio.

a.4) Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un método para evaluar los proyectos de inversión y radica en establecer el número de periodos de tiempo, en años, para que una empresa recupere la inversión inicial en el proyecto, calculado por medio de las entradas de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto. (Baca Urbina, 2013)

Fórmula

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d} \quad (7)$$

Donde:

- a. Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b. Inversión inicial.
- c. Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- d. Flujo de efectivo de año en que se recupera la inversión. (Santana Pincay & Villamar Velez, 2014)

Tabla 88

Cálculo del Periodo de Recuperación

Años	Flujo de caja	Flujos de caja actualizados	Inversión	Flujos de caja acumulados
0	-220481,09	0,00	220.481,09	-220481,09
1	120927,76	105963,58		-114517,50
2	125528,87	96383,98		-18133,52
3	130050,43	87499,12		69365,60
4	134478,47	79282,12		148647,72
5	139135,96	71877,43		220525,14
PRI	3,48			3,00
Meses	0,48			5,00
Días	0,71			21,00
3 AÑOS, 5 MESES, 21 DIAS				

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: La Autora.

El valor obtenido en el cálculo nos indica que la inversión se recuperará en 3 años, 5 meses y 21 días, por lo que el negocio propuesto se considera atractivo para invertir.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La investigación de mercado aplicado a una muestra de 383 personas en la Comuna Flor del Valle Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de un Complejo Ecoturístico Edénico se tiene que un 85% consideran disponer en el lugar de un complejo ecoturístico.
- El área de operaciones se relaciona con la fuerza laboral y está en función de la capacidad de las instalaciones para uso de las instalaciones en uso de piscina, servicio de caballeriza, servicio pesquera y bar restaurante.
- El área de organización y gestión en Complejo Ecoturístico Edénico en su estructura organizacional se tendrá 5 personas en la atención del servicio y 4 en la administración.
- En el área legal, el Complejo Ecoturístico Edénico se considera una Sociedad Anónima cumpliendo las normas que se requiere para la creación de una microempresa.
- En análisis financiero refleja en sus resultados la total viabilidad y factibilidad del Complejo Ecoturístico Edénico, basado en los valores obtenidos para el VAN con \$ 220.525 y una TIR es de 50% así como un periodo de recuperación de la inversión de 3 año 5 mes y 21 días.

RECOMENDACIONES

- El área de marketing debería desarrollar una planificación estratégica para la difusión de los servicios que se ofrece y ser reconocidos nacionalmente adoptando nuevas estrategias empresariales que se encuentren dirigidas a los usuarios.
- El área de producción debería realizar controles y vigilancia sobre los costos de la materia prima y el nivel de calidad a fin de mantener los servicios ofrecidos en el tiempo.

- El área de organización y gestión se recomienda establecer programas de capacitación al personal del Complejo Ecoturístico Edénico a fin de dar cumplimiento a su misión y visión.
- El área legal es importante mantenerse en constante actualización de las normativas para complejos turísticos.
- El área financiera es importante considerar la proyección a los 5 años e ir monitoreando a fin de que se cumpla lo establecido en este estudio.

BIBLIOGRAFIA

- ARCSA. (2020). *Registro de Certificado de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*.
<https://www.gob.ec/arcsa/tramites/registro-certificado-buenas-practicas-alimentos-procesados>
- Arias Coello, A. (n.d.). UNIDAD DIDÁCTICA: 3 LA GESTIÓN DE LOS PROCESOS. *Facultad de Ciencias de La Documentación*. Retrieved February 20, 2022, from <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Asamblea Nacional de Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008 (Decreto Legislativo 0). *Registro Oficial 449 de 20-Oct-2008 Ultima Modificación: 13-Jul-2011*, 1–136.
<http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2021/marzo/AnexoA2/CONSTITUCION.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD (Ley 0). *Registro Oficial Suplemento 303 de 19-Oct-2010 Ultima Modificación: 16-Ene.-2015*, 16–2015.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5pGpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=definicion+de+costo+y+gasto&ots=c-4hnwdXy6&sig=qynb_9E7pEshHgshrcrFoaC75W0#v=onepage&q&f=false
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos Séptima Edición (7ma.)*. McGrawHill Educación.
- Basurto Zambrano, X. A. (2016). Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias. *Dominio de Las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 2, N°. 3, 2016, Págs. 3-14, 2(3), 3–14*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761614&info=resumen&idioma=SPA>
- boletinagrario.com. (2022). *TURISMO RURAL - ¿Qué es turismo rural? - significado, definición, traducción y sinónimos para turismo rural*.
<https://boletinagrario.com/ap-6,turismo-rural,5083.html>
- Cabezas, M. B., Llangarí, L. M., & Rafael, V. (2015). Descripción de cuatro

- especies nuevas del subgrupo *Drosophila fasciola*, grupo repleta (Diptera, drosophilidae) en dos bosques nublados del Ecuador. *Iheringia - Serie Zoología*, 105(4), 383–392. <https://doi.org/10.1590/1678-476620151054383392>
- Caldas Blanco, M. E., & Hidalgo Ortega, M. L. (2019). *Empresa e iniciativa emprendedora 360º - Ed.2019*. Editorial Editex, S.A. <https://www.editex.es/Publicacion/01e0c9c6-b100-4e23-b818-67deee91a498>
- Carrillo Flores, A. L. (2015). POBLACIÓN Y MUESTRA UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO ESCUELA PREPARATORIA TEXCOCO. *Material Didactico Solo Visión*, 1–35. <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- CEUPE. (2021). *¿Qué es el agroturismo??* Centro Europeo de Postrado México. <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-agroturismo.html>
- Congreso Nacional de Ecuador. (1999). LEY DE COMPAÑIAS (Codificación 0). *Registro Oficial 312 de 05-Nov.-1999 Ultima Modificación: 29-Dic.-2017*. www.lexis.com.ec
- Congreso Nacional de Ecuador. (2002). *Ley de turismo (Ley 97)*. Registro Oficial Suplemento 733 de 27-Dic.-2002 Ultima Modificación: 29-Dic.-2014. <https://vlex.ec/vid/ley-97-ley-turismo-643461609>
- Del Corral, V. H., Sucoshañay, D., Álvarez, L., & Castro, P. (2017). La actividad ecoturística y su incidencia en la conservación ambiental del Jardín Botánico Las Orquídeas del sector Los Ángeles de Puyo, Pastaza, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(2), 129–137. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200129>
- Fred, D. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica* (11th ed.). PEARSON Prentice Hall. [http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/530/Conceptos de Administracion Estrategica R. David.pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/530/Conceptos%20de%20Administracion%20Estrategica%20R.%20David.pdf?sequence=1)
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). Principios de administración financiera. In Pearson (Ed.), *Pearson Educación* (12th ed., Vol. 12). Pearson Educación. <https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>

- Grande, I., & Abascal, E. (2014). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. In ESIC EDITORIAL (Ed.), *12ª Edición Revisada y ampliada*.
- Hoyos, R. (2013). *Plan de Marketing: Diseño, implementación y control*. <https://books.google.com.pe/books?id=oMC4DQAAQBAJ>
- INEC. (2010). Proyecciones Poblacionales |. In *Proyecciones Poblacionales* (p. 1). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Levy, L. (2005). *Planeacion Financiera en la Empresa Modera*. Google Libros. <https://books.google.es/books?id=zrjKBSptgdcC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Loya Simbaña, J. A., Cajas Cajas, V. E., & Tello Martínez, L. A. (2021). Dulcamara una bebida refrescante y medicinal. *Centrosur Agraria*, *1(10)*, 13–24. <https://doi.org/10.37959/Cs.V1i10.67>
- Luna, O. (2012). *Investigación de mercados*. Issuu. <https://issuu.com/olsendluna/docs/investigacion>
- Ministerio de Trabajo. (n.d.). ¿Cómo hacer tu emprendimiento legal? Personas Jurídicas. *Pptx*. Retrieved February 21, 2022, from <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.trabajo.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2F2021%2F07%2FPERSONAS-JURIDICAS.pptx%3Fx42051&wdOrigin=BROWSELINK>
- Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos del marketing. In *Fundamentos del marketing*. Universitat Jaume I. <https://doi.org/10.6035/sapientia74>
- Monsalve Fonnegra, G. P. (2018). *Planificación de operaciones de manufactura y servicios*. Instituto Tecnológico Metropolitano. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/pucesp/reader.action?docID=5758780&query=Planificaci%2525C3%2525B3n%2525Bcontrol%2525Bde%2525Bproducci%2525C3%2525B3n>
- Organización Internacional de Normalización. (2015). Sistemas de Gestion de la calidad - Fundamentos y vocabulario (Norma ISO 9000:2015). *Secretaria Central de ISO*, 2015, 58. http://www.justicialarioja.gob.ar/planificacion/pagina/Norma ISO 9000_2015

Vocabulario Fundamentos.pdf

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pilco, W. (2012). *Proyecto de factibilidad para la implementación de un complejo turístico en el sector de Quilán del Cantón Píllaro*. Escuela Politécnica del Ejército.
- Presidente Constitucional de la República. (2002). REGLAMENTO DE BUENAS PRACTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS (Decreto Ejecutivo 3253). *Registro Oficial 696 de 04-Nov-2002*. www.lexis.com.ec
- Quiroz Rengifo, M. E. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Comuna Flor del Valle, Km 42 Santo Domingo. Quinindé* [Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha]. <https://es.scribd.com/document/263967909/PROYECTO-TURISTICO>
- Reveles, R. (2021). Análisis de los elementos del costo. In *Google Libros* (2da ed.). https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5pGpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=definicion+de+costo+y+gasto&ots=c-4hnwdXy6&sig=qynb_9E7pEshHgshrcrFoaC75W0#v=onepage&q&f=false
- Rivera Camino, J. (2009). *Dirección de marketing : fundamentos y aplicaciones*. <https://books.google.fr/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA57&lpg=PA57&dq=lo+cual+a+veces+puede+demandar+una+re+organización+de+las+metas+empresariales+o+un+rediseño+de+su+estructura+organizativa.&source=bl&ots=cRDeVyTo-S&sig=ACfU3U3JCNzS-WWJybOURECG1TqOGQuyrrw&hl=>
- Romo Mora, D. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LICORES A DOMICILIO MEDIANTE APLICACIONES MÓVILES EN LA CIUDAD DE QUITO AÑO 2018* [Universidad Tecnológica Indoamérica]. <https://books.google.fr/books?id=xL1OrX6R-oIC&pg=PA57&lpg=PA57&dq=lo+cual+a+veces+puede+demandar+una+re+organización+de+las+metas+empresariales+o+un+rediseño+de+su+estructur>

a+organizativa.&source=bl&ots=cRDeVyTo-S&sig=ACfU3U3JCNzS-
WWJybOURECG1TqOGQuyrw&hl=

- Santana Pincay, J. K., & Villamar Velez, D. S. (2014). *Proyecto de producción y comercialización de compost obtenido a partir del proceso de “raquis” de palma en la empresa INBIOALES S.A en el cantón la Concordia, provincia Santo Domingo de los Tsachilas*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- SENADI. (2021). *¿Cómo registro una marca? – Servicios*. Información Web. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Solís, S., & León, R. (2013). Estudio de Factibilidad para la creación de un complejo turístico en el Cantón Simón Bolívar. In *Universidad Estatal de Milagro*. Universidad Estatal de Milagro.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de MARKETING* (14th ed.). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. A. <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Thompson, I. (2006). *DEFINICIÓN DE DEMANDA*. Promonegocios.Net. <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Tite Cunalata, G. M. (2018). *Plan de negocios para la creación de un centro turístico especializado en personas con discapacidades, en el cantón San Pedro de Pelileo, provincia Tungurahua*.
- Universidad de Chile. (2019). Factores de éxito críticos y los indicadores de desempeño. *Proyecto CORFO 16BP62299*.
- Universidad Tecnológica Indoamérica. (2019). *Manual de forma para la elaboración del plan de emprendimiento*. 1–27. https://www.uti.edu.ec/~utiweb/wp-content/uploads/2019/05/plan-de-emprendimiento_2019.pdf