



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Título:

“Plan de Negocios para la creación de una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en la Ciudad de Latacunga”

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas.

Autor:

Molina Álvarez Douglas Fernando

Tutor:

Mg. Milton Marcelo Cárdenas

LATACUNGA –ECUADOR
2020

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de Negocios para la creación de una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en la Ciudad de Latacunga” presentado por Molina Álvarez Douglas Fernando, para optar por el título magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, diciembre, 07, 2020

.....
Mg. Milton Marcelo Cárdenas
CC. 0501810337

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: “Plan de Negocios para la creación de una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en la Ciudad de Latacunga”, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, 22 de diciembre, 2020.

.....
MBA. Darío Javier Díaz Muñoz
C.C. 1802865194
Presidente del tribunal

.....
MBA. Eliana Nathalie Palma Corrales
C.C. 0503032351
Lector 2

.....
PhD. Gabriel Ramírez Torres
Pas. 085103423
Lector 3

DEDICATORIA

El esfuerzo de este trabajo se lo dedico a mi amada familia: a mi esposa Ana Daniela, a mis hijas Daniela Fernanda y María Eduarda a mis padres Gilberto y Blanca por ser la fuerza determinante para conseguir los sueños y logros propuestos, sobre todo por confiar en mí.

Fernando Molina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi apoyo, fortaleza y guiar mi camino en todo momento, a la Universidad Técnica de Cotopaxi y cada uno de los profesores que nos transmitieron sus conocimientos y amistad, a mis compañeros de los cuales aprendí mucho en este proceso de formación académica, al Ing. Mg. Marcelo Cárdenas en calidad de tutor quien me ha guiado de la mejor manera en el presente trabajo.

Fernando Molina

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, 22 de diciembre, 2020

.....

Molina Álvarez Douglas Fernando

C.C. 0502277700

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, 22 de diciembre, 2020

.....

Molina Álvarez Douglas Fernando

C.C. 0502277700

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: Plan de Negocios para la creación de una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en la Ciudad de Latacunga” contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, 22 de diciembre, 2020

.....
MBA. Darío Javier Díaz Muñoz
C.C. 1802865194
Presidente del tribunal

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOTURÍSTICA EN EL SECTOR PANSACHE RETAMALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

Autor: Molina Álvarez Douglas Fernando

Tutor: Ing. Milton Marcelo Cárdenas.

RESUMEN

Ecuador busca que todas las actividades turísticas sean sostenibles y rentables a futuro, dentro de este marco, el ecoturismo constituye la modalidad más organizada y con mayor auge en los últimos años. El presente proyecto tiene como objetivo determinar la factibilidad de la creación de una hostería Ecoturística ubicada en el páramo Pansache Retamales, en el Cantón Latacunga. La investigación de este trabajo tiene gran importancia, puesto que está dirigida al desarrollo local territorial de los espacios naturales. El principal enfoque del proyecto es la conservación de la naturaleza y brinda grandes beneficios. Entre estos se encuentran la mitigación de los impactos socio-ambientales, una justa redistribución de los ingresos económicos e impulsar la conservación de los espacios naturales y la participación de las poblaciones locales. Se realizó un estudio Económico y Financiero, en donde se analizaron todos los recursos y factores para llevar a cabo el proyecto. Como primer aspecto, se reflejó una inversión inicial de \$360392,23. Con respecto al flujo de caja, se tomó como referencia el primer año de ejecución en el que se obtendrá un saldo de \$231693,01. En el balance general, las cuentas por pagar en el primer año serían de \$160260,02. Además, analizado diferentes indicadores financieros, la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR) es de 36,57% y el periodo de recuperación de la inversión se logrará en 24 meses a una tasa interna de retorno (TIR) del 42%. Finalmente, el costo-beneficio de la hostería sería de \$1,75. Por medio de este previo estudio y análisis se puede evidenciar que este proyecto es viable y generará rentabilidad.

PALABRAS CLAVE: Desarrollo, Ecoturismo, Plan de Negocios.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
POSTGRADUATE DIRECTION**

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Title: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN ECOTOURISM HOSTERY IN THE PANSACHE RETAMALES SECTOR IN THE CITY OF LATACUNGA".

Author: Molina Álvarez Douglas Fernando

Tutor: Ing. Milton Marcelo Cárdenas

ABSTRACT

Ecuador looks for that all tourism activities are sustentable and profitable in the future, within this framework, ecoturismo constituye the most organized modality and with the greatest boom in recent years. The objective of this project is to determine the feasibility of creating an Ecotourism inn located in the Pansache Retamales páramo, in the Latacunga Canton. The research of this work is of great importance, since it is directed to the local territorial development of natural spaces. The main focus of the project is the conservation of nature and it brings great benefits. These include the mitigation of socio-environmental impacts, a fair redistribution of economic income and promoting the conservation of natural spaces, and the participation of local populations. An Economic and Financial study was carried out, where all the resources and factors to carry out the project were analyzed. As a first aspect, an initial investment of \$ 360,392.23 was reflected. With regard to cash flow, the first year of execution was taken as a reference, in which a balance of \$ 231693.01 will be obtained. On the balance sheet, accounts payable in the first year would be \$ 160,260.02. Furthermore, after analyzing different financial indicators, the minimum acceptable rate of return (TMAR) is 36.57% and the investment recovery period will be achieved in 24 months at an internal rate of return (IRR) of 42%. Finally, the cost-benefit of the inn would be \$ 1.75. Through this previous study and analysis, it can be seen that this project is viable and will generate profitability.

KEYWORDS: Development, Ecotourism, Business Plan.

Santiago Gabriel Ramón Amores con cédula de identidad número: 050356882-6 Licenciado/a en Ciencias de la Educación mención Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1020-15-1380168; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOTURÍSTICA EN EL SECTOR PANSACHE RETAMALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA".de: Molina Álvarez Douglas Fernando, aspirante a Magíster en Administración de Empresas.

Latacunga, noviembre, 2020.

.....
Santiago Gabriel Ramón Amores
0503568826

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|----------------------------------|------|
| PORTADA..... | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| APROBACIÓN TRIBUNAL | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA | vi |
| RENUNCIA DE DERECHOS..... | vii |
| AVAL DEL VEEDOR..... | viii |
| RESUMEN..... | ix |
| ABSTRACT..... | x |
| INTRODUCCIÓN | 1 |

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

| | |
|--|----|
| 1.1. Fundamentación epistemológicas..... | 11 |
| Metodología Canvas..... | 15 |
| Segmento de mercado | 15 |
| Propuesta de valor..... | 16 |
| Canales | 16 |
| Relaciones con clientes | 16 |
| Fuentes de ingreso..... | 16 |
| Recurso clave | 17 |
| Asociación clave | 17 |
| Estructura de costes..... | 17 |
| Plan de Negocios..... | 17 |
| Estructura De Un Plan De Negocios..... | 18 |
| Resumen ejecutivo | 19 |
| Descripción y visión del negocio | 19 |
| Estudio de mercado | 19 |
| Tipos de investigación de mercado | 19 |

| | |
|--|----|
| Herramientas de la investigación primaria..... | 20 |
| Información secundaria..... | 20 |
| Muestra..... | 20 |
| Análisis de la demanda..... | 21 |
| Estudio técnico..... | 22 |
| Análisis FODA..... | 24 |
| Estudio Económico financiero..... | 24 |
| Costes Variables:..... | 25 |
| Costes Fijos:..... | 25 |
| 1.2. Fundamentación del estado del arte..... | 26 |
| 1.3. Conclusiones Capítulo I..... | 28 |

CAPÍTULO II. PROPUESTA

| | |
|--|----|
| 2.1 Título: Plan de negocios para la creación de una empresa ecoturística en la ciudad de Latacunga..... | 29 |
| 2.2 Objetivos:..... | 29 |
| 2.3 Resumen Ejecutivo..... | 29 |
| 2.4 Idea del Negocio..... | 31 |
| 2.5 Modelo de Negocio. -..... | 32 |
| 2.5.1. Segmentación de Clientes..... | 32 |
| 2.5.2 Análisis del macro y micro entorno. -..... | 33 |
| Factor Político:..... | 33 |
| Factor legal..... | 35 |
| Factor Económico..... | 38 |
| INFLACIÓN MENSUAL NACIONAL..... | 39 |
| Factor Social-demográfico..... | 41 |
| 2.5.3. Análisis de la competencia..... | 43 |
| Competencia indirecta..... | 44 |
| La Demanda..... | 44 |
| Oferta..... | 45 |
| 2.5.4 Propuesta de valor..... | 47 |
| Misión..... | 48 |

| | |
|--|----|
| Visión | 49 |
| Valores | 49 |
| Organigrama..... | 50 |
| Descripción de Funciones | 51 |
| Análisis FODA..... | 53 |
| 2.5.5 Canales. | 55 |
| Página Web | 56 |
| Redes sociales | 57 |
| 2.5.6 Tipo de relación con el cliente..... | 57 |
| 2.5.7 Fuente de ingresos. | 58 |
| 2.5.8 Recursos claves. - Est..... | 58 |
| 2.5.9 Actividades clave. | 59 |
| 2.5.10 Socios clave..... | 61 |
| 2.5.11 Estructura de costos. - | 62 |
| Requerimientos del proyecto | 63 |
| Sueldos..... | 66 |
| Gastos administrativos: | 69 |
| ESTUDIO ECONÓMICO | 69 |
| Inversión inicial..... | 69 |
| Depreciación y Amortización | 70 |
| Amortización:..... | 71 |
| Financiación: | 71 |
| Amortización del Préstamo: | 71 |
| Escenarios de Proyección..... | 72 |
| Presupuesto de Compras | 72 |
| Presupuesto de Ventas..... | 72 |
| Cuentas por pagar..... | 74 |
| Costos de operación | 75 |
| Punto de Equilibrio | 75 |
| Líneas de Negocios | 76 |
| Estados Financieros..... | 76 |
| Estrategia de Precio..... | 77 |

| | |
|--|----|
| Estado de resultados | 77 |
| Estado de flujo de caja | 78 |
| Balance general | 80 |
| Razones Financieras..... | 82 |
| Razones de liquidez..... | 82 |
| Capital Neto de Trabajo. | 82 |
| Razón Corriente. | 82 |
| Razones de apalancamiento | 83 |
| Razón de Endeudamiento Interno. | 83 |
| Razón de rentabilidad..... | 83 |
| Margen bruto de utilidad. | 84 |
| Rentabilidad sobre el capital. | 84 |
| Rentabilidad sobre el patrimonio. | 85 |
| ESTUDIO FINANCIERO | 85 |
| Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR). - | 86 |
| Valor Actual Neto (VAN). | 86 |
| Tasa Interna De Retorno. | 87 |
| Periodo de recuperación..... | 87 |
| Relación Costo Beneficio..... | 88 |
| Análisis de la Sensibilidad Económica. | 89 |
| Estrategias del Marketing Mix | 90 |
| Estrategia de Producto..... | 90 |
| 2.9.1.1 Nombre de la Empresa | 91 |
| 2.9.1.2 Logotipo | 91 |
| Colores que se utilizarán para la marca y la empresa. | 92 |
| Slogan..... | 92 |
| 2.10 Estrategia de Distribución | 92 |
| 2.12 Estrategia de promoción..... | 93 |
| Las estrategias de promoción..... | 93 |
| Conclusiones Capítulo II..... | 94 |

CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 3.1. Evaluación de expertos | 95 |
| Conclusión del III capítulo..... | 98 |
| Conclusiones generales | 99 |
| Recomendaciones..... | 100 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 101 |

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios se fundamenta de acuerdo a la Guía Turística del Ecuador (1998), la cual establece que:

El Ecuador es un país pequeño desde el punto de vista geográfico, pero gracias a esta posición privilegiada, su singular topografía, a la que se le suman factores climáticos, la Cordillera de los Andes, la conjunción de corrientes marinas como la cálida del Niño y la fría de Humboldt, hacen del Ecuador un destino incomparable para el desarrollo del ecoturismo (p.36).

Dichas realidades permiten que el país cuente con una posición geográfica privilegiada y que además tenga diversidad de seres vivos y una gran riqueza étnica y cultural en un pequeño gigante.

Antecedentes: El desarrollo económico representa el proceso de crecimiento de una nación de la mano del nivel de producción de bienes y servicios, hecho que se sustenta en la aplicación de políticas económicas dirigidas a la producción, las cuales van acompañadas por una serie de acciones concretas, tanto en el ámbito económico como en el social, realidad evidenciada en la capacidad que tiene una nación de generar una economía sostenible y sustentable, bajo estos principios surge la relación del presente plan de negocios: Creación de una Hostería Ecoturística en el Sector Pansache Retamales en la ciudad de Latacunga, con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015-2025. Este documento de trabajo surge para generar dinámicas endógenas y su proyección a escenarios territoriales más amplios; esto busca garantizar métodos compuestos micro y macro sociales, mediante nuevos modelos de negocios, con el fin único de la satisfacción colectiva de las necesidades vitales, logrando un equilibrio y armonía en el metabolismo sociedad-naturaleza, hecho sublime que define la siguiente investigación para la construcción de un Plan de Vida, la cual se inscribe en la línea de investigación: Administración y economía para el desarrollo social, en la sublínea de investigación Emprendimiento.

En función a lo expuesto surge el siguiente **Planteamiento del problema**, actualmente en la República del Ecuador el turismo es considerado una de las actividades económicas más importantes dentro del crecimiento y desarrollo

económico de la nación; se hace referencia a los lugares en los que el turista puede regocijarse y disfrutar de las bondades que brinda cada una de las regiones del país siendo participe de la cultura, atracciones, costumbres y lugares turísticos le ubican a nuestro país en destino turístico y ecológico por sus paisajes y ecosistemas. Lo que nos hace evidenciar que los turistas que se inclina por los sectores y entornos que tienen contacto con la naturaleza, saliendo de su rutina del día a día.

Haciendo énfasis en el plan de desarrollo integral de las naciones, es importante destacar que el gobierno incluya a los pueblos en vía de desarrollo dentro de sus actividades económicas y se tome como ejemplo los países más desarrollados en Latinoamérica, con la finalidad de buscar y apoyar el desarrollo de la región. Por tal razón se ha planteado según el documento expuesto crear una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en vista que se pose 250 hectáreas de paramo y siempre ha sido el sueño de la familia apoyar el desarrollo de este sector, para lo cual realizo el presente estudio.

Es de gran importancia resaltar, que la razón por la cual el turismo en el Ecuador se ha cristalizado de tal manera que se ha convertido en un medio que beneficia directamente a la población y a la localidad donde se desarrolla, es porque se ha considerado su cercanía a las áreas protegidas, a las empresas de turismo y al Estado como tal, lo que mejora los ingresos económicos de las localidades, permitiendo que se refleje en una propuesta sostenible y sustentable, que además impulse las empresas y microempresas dedicadas a ésta actividad.

El subsistema estatal recibe la denominación de Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), este subsistema abarca 48 áreas protegidas que representan aproximadamente el 20% del territorio nacional “Ecuador es uno de los países de América Latina con mayor territorio dedicado a la protección de Ecosistemas” (Columba, 2013, p.22). El subsistema estatal recibe la denominación de Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE). Este subsistema abarca 48 áreas protegidas que representan aproximadamente el 20% del territorio nacional. “Ecuador es uno de los países de América Latina con mayor territorio dedicado a la protección de los ecosistemas”

La Provincia de Cotopaxi, se encuentra al norte de la cordillera de los Andes, la misma se afirma en la hoya central oriental del Patate. Llamada en el pasado provincia de León, es poseedora de majestuosos paisajes, de los cuales se destacan su volcán de belleza fascinante, las aguas majestuosas de sus ríos, la maravillosa carga histórica de sus pueblos antiguos y modernos, donde se destacan invaluable monumentos, iglesias, calles angostas en su ciudad capital, maravillosos sitios de pesca, excelente gastronomía en sus restaurantes, montículos incásicos y santuarios entre otros atractivos. Esta cuenta con 7 cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Sigchos (Saransig, 2020).

Se puede apreciar que esta provincia tiene muchos sitios turísticos para ser visitados y apreciados, los cuales cuentan con una débil infraestructura ecoturista, hecho que se pretende fortalecer mediante la siguiente investigación. Además, se busca exponer de las maravillas naturales que existen en la localidad, que lamentablemente carecen de las instalaciones necesarias para brindar alojamiento a las personas que buscan descanso y aventura en este tipo de lugares, el páramo Pansache Retamales es un claro ejemplo. Este se encuentra ubicado a 33 kilómetros al este de la ciudad de Latacunga capital de la Provincia de Cotopaxi el camino que conduce al sitio indicado es de tercer orden el tiempo aproximado en llegar es de una hora y treinta minutos de la ciudad que cuenta con un terminal terrestre y un aeropuerto internacional de carga y alterno de pasajeros, la falta de condiciones no ha permitido la visita de turistas al lugar, considerando elementos en su cercanía como: La Laguna de Salayambo y La Laguna Yanacocha.

En función a lo antes expuesto se puede explotar de mejor manera la propuesta académica, en virtud de contribuir a mejorar la situación económica propia y de los habitantes del sector al darle esa condición de turístico, por esta razón nace la idea de realizar el Plan de Negocios para la Creación de una Hostería ecoturística en el cantón Latacunga, con la finalidad de determinar su creación y contribuir al desarrollo económico del sector, la ciudad y el país, convirtiéndose en un proyecto de desarrollo.

Preservar el ecosistema en la actualidad es una prioridad y hay que armonizar con la naturaleza cada decisión de apertura de rutas turísticas, por lo que en la

propuesta del plan de negocios, se plantea la creación de una hostería ecológica, al ser el sitio elegido la alta montaña lo hace diferente y única, buscando dar a conocer los paisajes y lugares que están ubicados en los páramos orientales de la Latacunga, ofreciendo una flora y fauna única del sector, concientizando el respeto y compromiso con éste lugar, ya que de ahí proviene el agua para el consumo humano, de la mayor parte de la ciudad.

Como resultado de lo anterior surge la **Formulación del problema**, como interrogantes investigativas que permitirán ser el punto de partida para la siguiente investigación.

¿La creación de una hostería ecoturística como aportaría al desarrollo de la provincia de Cotopaxi?

De acuerdo a la interrogante antes expuesta surge el **Objetivo General**: Diseñar el estudio para la creación de una empresa ecoturística en la ciudad de Latacunga. Así mismo para alcanzar este objetivo se apoyará en los siguientes **Objetivos Específicos** como un conjunto de **Tareas** que nos permitirán alcanzar el objetivo general.

Tabla 1. Sistemas de Tareas en relación a lo objetos específicos

| Objetivo | Actividad |
|--|---|
| 1.- Analizar los principales conceptos, teorías, enunciados relacionados para confección del plan de negocios en la actividad de Ecoturismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Establecer los principales trabajos desarrollados con relación a los modelos de negocios • Determinar los medios para la recolección de datos e información sobre el tema de estudio |
| 2.- Elaborar el desarrollo metodológico para la elaboración del proyecto. | <ul style="list-style-type: none"> • Proceso en cada uno de los componentes de la elaboración del proyecto |
| 3.- Elaborar la propuesta de plan de negocios. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estudio de mercado. • Estudio técnico • Estudio financiero. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Investigación de Campo

En el mismo orden de ideas surge la **Justificación** del presente plan de negocios, una vez que se puede apreciar que la provincia de Cotopaxi tiene muchos sitios turísticos, considerando que el ecosistema en la actualidad es una prioridad y hay que armonizar con la naturaleza en cada decisión de apertura de rutas turísticas

planteada, es importante señalar que para poder aprovechar de mejor manera y generar desarrollo en la provincia generar ideas de negocio que vayan en esa dirección y con el presente proyecto se está apuntando hacia eso.

Este proyecto también apoyara directamente a los habitantes del sector con nuevos ingresos y fuentes de trabajo, al darle esa condición de turístico, ofreciendo una flora y fauna única del sector, ver de cerca el trabajo que tiene el chagra con el ganado bravo, paseos en caballo, contemplar las llamas propias de nuestro territorio, la pesca en el río, el observar la vida silvestre y respirar aire puro, concientizando el respeto y compromiso con éste lugar, ya que de ahí proviene el agua para el consumo humano para la mayor parte de la ciudad.

Pero no solo únicamente se busca aprovechar los paisajes, el proyecto más bien se orienta a explotar una actividad de manera consciente y sostenible, que permita el acceso a gran parte de la población nacional y extranjera tomando las medidas de resguardo de la naturaleza. Por esta razón nace la idea de realizar el Plan de Negocios para la Creación de una Hostería Ecológica en los páramos de la Ciudad de Latacunga, es importante destacar que en la ciudad y en el sector no hay otro lugar que ofrezca lo planteado en la presente propuesta, el ofrecer una nueva alternativa a los páramos contribuiría considerablemente a la preservación y mantenimiento del ecosistema con la finalidad de determinar su creación y contribuir al desarrollo económico del sector, la ciudad y el país.

Para lograr los objetivos antes expuestos se requiere siempre del apoyo que obtiene el investigador en algún tipo de estrategia metodológica, que permite recoger y analizar los datos o elementos acerca del problema planteado, hecho que resalta la **Metodología** adoptada para el desarrollo del siguiente plan de negocios, la cual es un análisis **cuantitativo y cualitativo**.

Para el desarrollo del proyecto se trabajó bajo el paradigma cuantitativo, en vista que es un proyecto de aplicación, se recabo información de personas que han visitado nuestro país en los últimos cinco años y específicamente personas que visitaron el parque nacional Cotopaxi, porque se tomó esa consideración esta población para recabar información, porque son personas que gustan por este tipo de turismo en la información recabada están los correos electrónicos y fue a quien se les envió el cuestionario para recabar la información. Realidad que permite a la

investigación asumir el carácter descriptivo, debido a que este se encarga de describir las diversas situaciones y acontecimientos durante el proceso de investigación y poder así lograr los objetivos de la misma. Lo expuesto representa los elementos claros del método de investigación asumido, como la ruta científica e investigativa expuesta para resolver la problemática planteada y lograr los objetivos.

Luego se recabo información de los registros de uso en las hosterías que están siendo la competencia directa al proyecto información como capacidad instalada, frecuencia de uso y tipo de clientes que han llegado a las diferentes instalaciones con esta información se pudo calcular la oferta del servicio, para el cálculo de la oferta se tomó los registros de visitantes nacionales y extranjeros a las áreas naturales del Ecuador, especificando al Parque Nacional Cotopaxi evidenciando como referencia el año 2016, para una población de: 121.092 turistas estratificados en: 93.067 Turistas Nacionales los cuales representan el 76,86% y 28.025 Turistas Internacionales representando el 23,14%, según la Dirección Nacional de Biodiversidad, dejando en evidencia dos escenarios de estudio uno Nacional y uno Internacional.

De acuerdo a la población surge la muestra, como extracto del universo seleccionado, en cuanto a ello, Arias (2006) define la muestra como “los elementos escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador”. (p.85). Para ello se adoptó en la investigación la fórmula de las poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n= Tamaño de la muestra
- p= Probabilidad de éxito 50%
- E= Margen de error 5%
- N= Población total
- Z= Coeficiente de confiabilidad 95% (1.96)
- q= Probabilidad de fracaso 50%

Dicho cálculo arrojó como resultado una muestra de 386 Turistas entre nacionales y extranjeros, porque la provincia de Cotopaxi siempre busca promover el turismo a los extranjeros así mismo como a sus pobladores. Los cuáles serán referencia para la ejecución del plan de negocios, quienes a partir de su aporte mediante las técnicas e instrumentos seleccionados darán muestras tangibles de lo oportuno y eficaz del plan, otorgando calidad y equidad de negocios. En cuanto las técnicas mencionadas es importante resaltar a Arias (2006), que define que la técnica es “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p.67.). Hecho que, en respuesta al planteamiento, se indica que se aplicará la encuesta escrita como técnica para obtener información de los turistas, para tal término Arias (2006) señala que es “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p.72.).

Dentro de este marco de ideas, se incluye la aplicación del instrumento de impacto nacional a 296 turistas que representan el 76,86% y de impacto internacional 90 turistas que representan el 23,14%, con una participación mediante medios electrónicos que luego del análisis e interpretación de los resultados mediante la tabulación computarizada, aporó datos que funcionan como predictores para diseñar el plan de negocios. Donde finalmente, se evaluó los beneficios que conlleva la aplicación del plan de negocios a través de la proyección de los recursos naturales del Ecuador, el nivel económico y la proyección local.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes.- El hallar y escudriñar otros estudios sobre un problema específico es una acción que tiene una doble misión: conocer la diversidad de planteamientos reflexivos sobre el tema y contribuir con el enriquecimiento del trabajo investigativo propio, es así como Arias (2006), señala que los antecedentes son "... investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con nuestro trabajo ...". "los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones" (p.106). Ante este punto, se muestran algunos estudios y planteamientos diseñados con aplicación de planes de negocios, así como otros que apuntan al ecoturismo, aportes valiosos que le otorgan pertinencia a la investigación, vinculando la realidad y su solución teórica. Algunos de los trabajos se detallan a continuación.

Yáñez (2016), en el trabajo de investigación titulado "Plan de negocios para la creación de una hostería con temática musical en la zona de Tonsupa provincia de Esmeraldas" planteó como objetivo general proponer la creación de un área de hospedaje bajo la temática de una hostería que ayude a generar una mayor afluencia de visitantes que buscan un sitio de confort donde permanecer durante su tiempo de estadía.

De acuerdo a este trabajo de investigación se puede señalar que las propuestas turísticas se han impulsado en la Republica de Ecuador con el fin de mantener la identidad cultural desde un enfoque geo histórico y ecológico, razón que permite aprovechar los recursos naturales como potencial para fortalecer la calidad de las atracciones, destinos y sitios de confort en el país. Este trabajo permite relacionar plenamente la concepción del ecoturismo la cual sin duda alguna ha significado una oportunidad de emprendimiento para comunidades y poblados que disponen de una imagen escénica natural, espacio natural puede ser de interés para turistas que

buscan convivir con la naturaleza como parte del desarrollo de nuevas sensaciones y experiencias.

Con esta referencia investigativa expuesta anteriormente, se ha considerado su aproximación teórica a la investigación como base que servirá para la construcción de nuevos fundamentos e ideas sobre el plan de negocio enfocado en el turismo ecológico, para así comprender su importancia y darle una valoración de tipo profesional bajo los criterios del emprendimiento y el desarrollo social como indicadores esenciales fomentados en el Buen Vivir.

En este orden de ideas se expone el trabajo de Seiva y Villacís (2016), proyecto titulado “Análisis socioeconómico para la creación de cabañas eco amigables en la zona turística, en General Villamil Playas, para impulsar el desarrollo económico del cantón” en el que se planteó como objetivo incrementar la visita de extranjeros al cantón con el fin de aportar al desarrollo social y económico de los comuneros.

La idea fundamentada en la investigación está enfocada en la falta de áreas de descanso temporal que proporcionen confort a los turistas que frecuentan las playas; y que, al darle un plus al servicio turístico a través de cabañas eco amigables, ayudará a darle una identidad al destino. Además, destacando el aprovechamiento de recursos que no afectan el medio ambiente y que generan un estilo tropical, incrementan la captación y plazas de trabajo directo e indirecto como factor para el mejoramiento socioeconómico.

De la siguiente investigación se tomó como elemento, la metodología del proyecto referenciado hecho que permite establecer qué técnicas emplear para recolectar datos con diferentes actores que forman parte del turismo, sean estos los turista nacionales o internacionales para obtener datos que permitan fundamentar los beneficios que representa la innovación e inversión en el turismo como un sector importante para el desarrollo económico del país.

Esta propuesta investigativa llegó a la conclusión que el servicio de hospedaje y el desarrollo turístico son factores importantes para el crecimiento de la identidad cultural y el desarrollo social de las comunidades que dependen de esta actividad para obtener ingresos que ayuden a mejorar su calidad de vida. En ese mismo orden de ideas el investigador hace énfasis en cuanto a las propuestas de desarrollo turístico, las cuales producen un impacto en la creación de puestos de trabajo,

realidad que representa una necesidad ante las brechas sociales que aún persisten en las comunas y poblados de las regiones del Ecuador.

Castro y Castro (2016) en el proyecto de investigación “Plan de negocio para la implementación de una Hostería ubicada en la ciudad de Lambayeque” planteó como objetivo general el desarrollo de una estrategia de investigación para la creación de una hostería que sirva como estrategia para innovar el turismo en la ciudad de Lambayeque que carece de áreas de hospedaje que sean formales y debidamente constituidas, lo que no permite a los turistas lograr vivir una experiencia completa en su estadía temporal para disfrutar de lo que se ofrece en el lugar.

El proyecto concluye que con la implementación de una hostería en la ciudad de Lambayeque, se podría diversificar la oferta turística donde se aprovechen los espacios físicos y naturales para la creación de áreas de descanso, alimentación y entretenimiento, lo que permite elevar el grado de satisfacción de las personas que buscan opciones para descansar, a su vez se da paso a la generación de nuevos empleos directos e indirectos que ayuden a reducir el nivel de desempleo en la ciudad y consecuentemente se impulse el desarrollo económico social.

Estos detalles informativos sobre el desarrollo del plan de negocios será una base para la fundamentación de conocimientos propios, que sirvan como una fuente de consulta en posteriores investigaciones dentro del área del turismo.

En este orden de ideas finalmente se expone el trabajo de investigación de Herrera (2016) de la Universidad Central del Ecuador, titulado: “Plan de Desarrollo Turístico para la Zona de Amortiguamiento del Páramo Muertepungo”, el cual tiene como propósito principal el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico. Este proyecto servirá de apoyo para la planificación, administración y organización de las diferentes actividades turísticas en el sector. Asimismo, contribuirá para asegurar el crecimiento y generar beneficios económicos a la Asociación Pecuaría de Santa Rosa de Muertepungo, como actores directos, y a la población aledaña, como actores indirectos, estableciendo al turismo como una herramienta para el desarrollo sostenible de los recursos y servicios eco sistémicos del páramo.

La investigación mencionada concluye indicando que el proyecto es viable por sus atractivos naturales, debido a que se estableció el realce al sector y a las

poblaciones aledañas, creando fuentes de trabajo, evidenciando como aspecto fundamental que las propuesta y planes de negocio siempre debe estar de la mano de la conservación y preservación del ecosistema en un manejo adecuado. En relación directa a la investigación, los páramos son, por sus características, un atractivo turístico de primer orden, que pueden adquirir un valor agregado por sus relaciones con otros medioambientes andinos. Las tendencias mundiales a un turismo “diferente”, vivencial y de estrecho contacto con la cultura y la naturaleza, abren grandes posibilidades para desarrollar actividades sostenibles y no agresivas al medio natural. (Elías, 2001)

En líneas generales las directrices para el desarrollo del plan de negocios a través de los trabajos referenciados permitirán indicar proyecciones de los 5 años y hablan sobre la rentabilidad que dan este tipo de negocio se base al estudio Financiero y así conocer que la inversión es recuperable en un tiempo a corto plazo estructurar correctamente todos los enfoques técnicos, publicitarios, turísticos y financieros de la creación de una Hostería ecoturística conforme al objetivo general de la presente, de forma que resulte factible y viable la propuesta bajo una proyección de costo – beneficio.

1.1. Fundamentación epistemológica: Para el diseño de un plan de negocios, como primera instancia se deben definir la idea y el mercado al que se busca dirigirse para establecer las variables, de la mano con las posibles estrategias, inversión, financiamiento, entre otros. Razón por lo cual es necesario definir el segmento o público objetivo como parte de los mecanismos desarrollados para lograr obtener respaldo de diferentes escenarios para definir cómo, cuándo y de qué manera se llevará a cabo el plan de negocios.

En función a los planteamientos se establece la variable ecoturismo, la cual se ha convertido en un fenómeno de gran volumen y se practica de diferentes maneras y en diferentes sitios, realidad que ha sido objeto de múltiples trabajos de investigación. Se utilizan los bosques, las selvas, los lagos, los ríos, las montañas, los desiertos, los páramos, desarrollándose infinidad de actividades como la pesca, los safaris, la cacería, la tala, la toma de fotos, la recolección de flora, estudios de investigación y un sin números de acciones incontroladas que destruyen diferentes ecosistemas y crean desigualdades geológicas. Razón por lo cual es necesario

entender que el ecoturismo sano es el que logre establecer un nivel de compensación entre el disfrute de la naturaleza y la obtención de recursos naturales para usos industriales o alimentarios, pues la conservación de la biodiversidad es condición "sin equanón" para el bienestar y vivencia del ser humano y de otras especies.

El ecoturismo es el turismo que se practica cuando el hombre escoge como destino los entornos naturales donde se desenvuelven, los organismos cuyas relaciones con esos entornos estudia la Ecología. Dicho en otra forma, el ecoturismo es el turismo cuyo fin primordial es el acercamiento con la naturaleza. La ecología surge en función a lo expuesto como la ciencia que se ocupa de estudiar las interrelaciones de los diferentes Organismos con el medio ambiente donde viven y desarrollan sus actividades. En base a este criterio podría deducirse, partiendo del concepto definitorio de la ecología, la existencia de dos clases de turismo: el ecológico y el ecoturismo, aunque ambos se confundan en el desenvolvimiento de tal práctica turística.

El turismo ecológico sería el que practican los ecólogos en observación y defensa del entorno, del hábitat, del eco, del "oikos", para que además de disfrutarlo, puedan también enseñar, a quienes practican el ecoturismo, a sentirse en ambiente natural alejado de la población, de la destrucción, de la depredación, de la sequía, de la tala, etc., sembrando en la conciencia de quien no es ecólogo, cariño y respeto por la naturaleza. Desde los años de la década de los 70 ha venido desarrollándose una tendencia muy pronunciada en el incremento del ecoturismo, tomando actualmente características de masificación que a la larga van deteriorando el medio ambiente natural, de no tomarse las necesarias medidas de conservación del mismo (VenezuelaTuya, 2020).

El tema del Ecoturismo es sumamente extenso y es materia muy especializada que se debe plantear como variable de estudio a la presente, situación que requiere seriedad y estudio técnico en función a legislar, controlar y se coordinar su funcionamiento, para que no se convierta en desastroso y negativo lo que puede ser beneficioso para el ambiente, para el turista, para el habitante del destino escogido, para la economía regional o nacional, para el promotor turístico y para el empresario industrial.

En muchas partes del mundo se practica el ecoturismo, sea el caso de los Estados Unidos, del Canadá, de Costa Rica, por sus diferentes climas y gran cantidad de animales y vegetación, Argentina por su variada pesca, en el África por sus zonas selváticas para los zafarís, las zonas del mediterráneo y en fin en muchas otras partes. En la República del Ecuador se cuenta con diversidad de sitios para practicar el Ecoturismo, lo cual se debe someter a mantenimiento sostenido y a control severo. Para conservar los ecosistemas y aprovechar sus bellezas naturales como generadoras de turismo.

En los marcos de las observaciones anteriores se presenta la segunda variable, la cual se define como “Emprendimiento”, el cual puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.

La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones acerca de la actividad emprendedora como menciona Stevenson (2010): “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (p.68). O en otra definición se puede citar a:

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio (Kundel, 1991).

De acuerdo a los autores expuestos, un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos iniciaban la travesía de viajar hacia el Nuevo Mundo. Es justamente en ese punto del nuevo mundo y el actuar bajo incertidumbre, la primordial característica que distingue hoy quien inicia un negocio y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, mediante la creación de un plan de negocios, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

Según lo expuesto se puede establecer la diferencia entre el emprendedor y el individuo común, hecho que radica en su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas, y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

Esta variable que define el plan de negocios está relacionada al trabajo duro, eficiente y a la oportunidad de pensar diferente. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro. Emprender en la actualidad es sinónimo de innovar, y esto representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad. Cabe destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. «Pero busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad».

Una vez definidas las variables se hace necesario exponer de forma ordenada, la aproximación teórica con el tema de estudio y la acción a estudiar, razón por lo cual se hace referencia a Martínez sobre el plan de negocio y su importancia a nivel de emprendimiento indicó que:

Los planes de negocios son importantes porque son un medio viable que expone los pasos y lineamientos para llegar a cumplir con metas estratégicas basadas en el crecimiento económico y la factibilidad en la comercialización de bienes y servicios a un mercado de destino específico según los criterios del inversionista (2016, p.15).

En función a lo expuesto, cuando se realiza una correcta elaboración de los planes de negocios se pueden tener excelentes resultados a nivel financiero, ya que se establecen estrategias, producción, proyección de ventas, gastos, entre otros

rubros para determinar la rentabilidad proyectada durante un periodo de estudio establecido por el inversionista. A la hora de establecer acciones de negociación en el plan se debe definir criterios relacionados al total de la inversión necesaria, los accionistas, financiamiento, entre otros elementos que ayuden a encontrar la vía adecuada para llevar a cabo todos los gastos correspondientes a la producción del producto o servicio turístico que en este caso se enfoca en una hostería.

Un proyecto de inversión, en relación a lo señalado, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, en el cual se considera posible, obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo. Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda de un producto. Esta acción en el marco del plan de negocios se denomina estudio de mercado y determina a qué segmento del mercado se enfocará el proyecto y su impacto en la sociedad, de allí los proyectos de inversión nacen como una búsqueda para resolver un problema o una necesidad y dependiendo de la complejidad de estos y de su naturaleza son clasificados.

Metodología Canvas

Es una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder en el año 2004 dentro se aporte a la ciencia mediante un trabajo doctoral, el cual es un método que describe de forma lógica el proceso en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor.

Segmento de mercado

En función a este punto se define que la empresa debe definir de manera correcta el segmento o nicho de mercado al que está dirigido el producto o servicio y definir las oportunidades de negocio. Es muy relevante saber quiénes van a ser nuestros clientes, por ello tenemos los siguientes tipos de segmentación: geográfica, demográfica, pictográfica, psicológica, sociocultural, la relacionada con el tipo de cliente del producto o servicio.

La segmentación presenta los siguientes beneficios: posibilita una mejor posición para averiguar y comparar las oportunidades de marketing; mejor ajuste del producto y de los aspectos de marketing y el desarrollo de planes y previsiones

de costes de marketing basados en una idea más clara sobre las características de los segmentos específicos del mercado. Es posible distinguir tres etapas dentro del proceso de análisis de segmentación de mercado: a) etapa de examen; b) etapa de análisis y c) etapa de determinación del perfil (Kotler, 2018).

Propuesta de valor

Está destinada en forma de resolver los problemas o necesidades del cliente, así como el beneficio que se le da a diferencia de la competencia, haciéndole notar que tiene muchas ventajas a su favor. Lo antes señalado representa parte fundamental de la estrategia empresarial, por lo que las empresas deben conocer perfectamente a su cliente o posible cliente.

Canales

Es la manera como nos comunicamos y conseguimos que el producto o servicio llegue al cliente, en la propuesta de valor es importante determinar los canales estratégicos y eficientes para asegurar el éxito, hay tres sistemas de canales que son:

- **Sistemas directos.** - es cuando la empresa mantiene la responsabilidad de las ventas, distribución, servicio.
- **Sistemas indirectos.** - aquí existe un intermediario que adquiere el producto o servicio y en muchas ocasiones el control de las ventas.
- **Sistemas mixtos.** - son alianzas con distribuidores y/o vendedores para suman la fuerza de ventas para alcanzar el mercado meta e incrementar clientes.

Relaciones con clientes

Se necesita para establecer el segmento de clientes, las cuales pueden ser personalizadas o automatizadas, por lo cual es importante considerar cuán costosas son y que se integren al modelo de negocio.

Fuentes de ingreso

Son los recursos que deben tener para que el negocio funcione, estos pueden ser propios, arrendados o de propiedad de su aliado clave, y se producen una vez que el cliente adquiere la propuesta y se convierte en fuentes de ingresos.

Recurso clave

Son aquellos de gran valor e importancia fundamental para que la propuesta funcione, para los cuales se debe definir las estrategias para alcanzar los objetivos, estos van de la mano con la propuesta de valor.

Asociación clave

Esto representa la alternativa mediante alianzas estratégicas para mejorar el modelo de negocio, disminuir riesgos e incertidumbre y conseguir recursos, con potenciales socios, cliente- proveedor y de ser el caso la competencia.

Estructura de costes

Son los costos en que incurre la organización para que el modelo de negocio funcione, razón por lo cual es importante conocer a fondo los costos de su tratamiento y clasificación, mediante ellos analizara la forma más ventajosa de aplicar la estructura de costos de acuerdo a la naturaleza del negocio.

Plan de Negocios

Este es un documento que describe los objetivos de un emprendimiento y las acciones que deben darse para alcanzarlos. Tener el plan disminuye los riesgos y máxima las oportunidades, esto se puede hacer para llevar adelante una idea de negocio nueva o para hacer crecer un negocio ya existente. ¿Quién debe hacerlo? Nadie mejor que nosotros mismos hace lo que nos interesa. Por lo tanto, cada persona emprendedora debe hacer el plan de su negocio. Hacer el Plan de su negocio es trazar un mapa para lograr éxito empresarial, en su actividad productiva.

El Plan de negocios es una memoria, que puede considerarse una herramienta de reflexión en la que se analiza teóricamente el punto de partida de un proyecto empresarial, para la puesta en marcha del emprendedor. Es el estudio preliminar que plasma las ideas, detalles que tiene en mente, objetivos, estrategias que se consideran para su negocio y afrontar en la implementación.

Pymehelf (2015) en sus documentos sobre desarrollo sostenible dice que el plan de negocios sirve para abordar todos los temas importantes que posteriormente requieran mayor atención y análisis, como por ejemplo los gastos que realmente son necesarios, el beneficio que perseguimos, los compromisos adquiridos y sortear

los obstáculos que se puedan presentar en el negocio. Esta herramienta permite exponer claramente por escrito estos puntos para discutirlos de forma objetiva.

Según lo antes expuesto el plan de negocios, en primer lugar, debe contener una breve presentación del proyecto, la cual debe ser capaz de generar una visión inmediata de la visión empresarial. Para ello podrán mencionarse, entre otros, la actividad que se pretende desarrollar, el mercado objetivo, un sumario de las cifras económicas, etc.

Estructura De Un Plan De Negocios.

Según la guía para el desarrollo del micro y pequeña empresa, un plan de negocio contiene la siguiente estructura:

- **Resumen ejecutivo:** Este contiene de forma general el resumen y conclusiones.
- **Descripción y visión del negocio:** Esta es la información que permite entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece dentro de la organización y su impacto.
- **Estudio de mercado:** Descripción del sector en el que el negocio compite o competirá.
- **Planeamiento estratégico:** Estrategia de planeamiento que permite saber dónde se está y hacia dónde se va, así como cuáles son las fortalezas y debilidades.
- **Estrategia de comercialización y ventas:** Estrategia que se va a seguir para distribuir y vender los productos de la empresa.
- **Análisis del proceso productivo:** Forma de organizar para producir, qué insumos, maquinaria, etc., son necesarios.
- **Análisis económico financiero:** Parte del trabajo que permite ver cuántos ingresos y egresos se va a conseguir.

Resumen ejecutivo

Representa una síntesis del modelo de negocio destacando los aspectos fundamentales de los productos y servicios, la propuesta de valor para el cliente y a los mercados relevantes, y el atractivo del negocio de forma sistematizada (Boullon, 2015, p.19).

Descripción y visión del negocio

Permite que se entienda la filosofía del negocio de manera concisa y clara, describiendo los productos y los servicios que ofrece, para convertir en realidad la visión nos transmite, como canalizará los esfuerzos de la empresa para alcanzar sus metas en una manifestación duradera, y los aspectos distintivos de las demás, es importante que sea simple creíble y alcanzable (Boullon, 2015, p.23).

Estudio de mercado

Es un proceso que se realiza para determinar si existe una demanda insatisfecha, indagar las preferencias de los potenciales clientes y las necesidades que tienen. Estas constituyen la base de un negocio promisorio, son la razón de ser de la empresa.

Tipos de investigación de mercado

Quizá la clasificación más elemental sea dividir la investigación de mercados según la procedencia de la información utilizada, se clasifica en investigación primaria o secundaria, la clasificación obedece de acuerdo a la procedencia de la información. Nos permite obtener información de primera mano, indagando de manera directa al cliente y nos permite tener información cualitativa y cuantitativa, así lo menciona Bermúdez (2018):

- **Información cualitativa.** - está compuesta de datos no estructurado se obtiene por medio de preguntas abierta.
- **Información cuantitativa.** - reúne datos numéricos a través de técnica estadísticas y matemáticas por medio de la encuesta, sirve para la recolección de datos y se apoya en preguntas cerradas.

Herramientas de la investigación primaria

Las principales herramientas son la encuesta, la entrevista y el focus group, técnica sumamente útil de observación directa para obtener información primaria. La encuesta es seguramente la herramienta más frecuente en la investigación primaria, su principal característica es su versatilidad para poder aplicarla de manera presencial, por teléfono y por internet (Oliveira, 2015).

Información secundaria.

Su análisis parte de la información recolectada previamente, y nos permite obtener datos socio-económicos de los potenciales clientes que tienen que ver con tu mercado.

Su búsqueda puede darse en información propia de la empresa o información externa, pueden ser estadísticas gubernamentales, publicaciones de las diferentes entidades por medio de revistas especializadas, artículos, publicaciones etc., y el internet que es una fuerte dinámica para obtener información, y de esta manera tener una idea clara del mercado y la competencia.

Una vez que se ha definido con cuidado el problema, se deben establecer los objetivos de la investigación de mercados, que, según Kotler y Armstrong (2016), pueden ser de tres tipos:

1. Investigación Exploratoria: Busca obtener información preliminar que ayude a definir problemas y a sugerir la hipótesis.
2. Investigación Descriptiva: Busca describir mejor los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado de un producto o los parámetros demográficos y actitudes de los consumidores que compran el producto.
3. Investigación Causal: Busca probar la hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto.

Muestra

Consiste en obtener muestras suficientemente representativas del conjunto de personas que integran el punto focal de la investigación, el tamaño de la muestra

depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo el estudio. Dentro del Plan de negocios vamos a utilizar la fórmula matemática de la muestra que es la siguiente:

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas. Siendo la fórmula utilizada la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n= Tamaño de la muestra
- N= Población total
- p= Probabilidad de éxito 50%
- q= Probabilidad de fracaso 50%
- E= Margen de error 5%
- Z= Coeficiente de confiabilidad 95%

Análisis de la demanda

Se entiende por demanda a los bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Cazorla, 2010). El análisis de la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficas definidas, de individuos o entidades organizadas que son usuarios actuales o potenciales del bien o servicio ofertado.

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo sirve para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuales son las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando no existen estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar en:

- **Demanda insatisfecha**, es cuando lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado (Castillo, 2015, p.15).
- **Demanda satisfecha**, Lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste quiere. (Castillo, 2015, p.16)

Método de tasa de crecimiento se puede calcular basándose en la siguiente formula:

$$\{ 1/(N-1) \}$$

$$TC = (VA/VH) - 1$$

TC= Tasa de crecimiento

VA= Valor actual

VH= Valor histórico

N = Tamaño de la muestra

La fórmula de la regresión denota que la variable dependiente se pronostica sobre la base de una variable independiente, matemáticamente se la representa de la manera siguiente:

$$Y = a + bx$$

Y = Valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente (X).

X = Valor específico de la variable independiente.

a = Punto de intersección de la línea de regresión con el eje Y.

b = Pendiente de la línea de regresión.

Estudio técnico

Consiste en identificar las necesidades que se tienen acerca de los procesos de producción, los cuales permiten a la empresa fabricar productos u ofrecer servicios. En estos procesos además de los nombrados también entran las materias primas y su consecución, el talento humano que se va a encargar de dichos procesos, la

maquinaria, y el equipo que ha de estar bajo su directriz, de igual forma que la distribución física de la planta y su infraestructura (Prieto, 2014).

- **Análisis técnico de los procesos de producción:**

En la actualidad las empresas se deben comprometer con la “producción limpia”, es decir, incluir procesos, procedimientos y materia primas que no dañen el ambiente, de la premisa antes expuesta se sustenta el presente plan de negocios, de lo contrario, pueden no obtener los permisos de funcionamiento, licencias, certificaciones y los propios consumidores no elegirán sus productos y servicios. Una vez que se defina la plataforma técnica Stronza (2018) hace alusión que en el documento se deben describir los procesos de producción que incluye:

- Maquinaria
- Operarios: número, grado de formación, perfil y competencias
- Materias primas: tipo, procedencia, proveedores, tiempos de suministro, sustitutos.
- Flujo de proceso, desde que se comienza hasta que se obtiene el bien o servicio que su empresa ofrece.
- Planes de contingencia que aseguren que la producción continúa a pesar de imprevistos como cortes de luz, agua, entre otros.
- Análisis tecnológico: Consiste en describir qué tipo de tecnologías que se piensa utilizar con el propósito de aumentar la competitividad en el mercado y qué procesos tecnológicos serán utilizados tanto en las áreas de producción como de administración.
- Análisis técnico de la distribución de la planta: Se debe incluir un plano de la planta física de su empresa y de las diversas áreas, así como una descripción de la zona o barrio en que se opera y la justificación para estar allí y no en otro sitio. Este paso, además, le servirá de ejercicio para racionalizar la elección del sitio donde piensa ubicar su empresa ya que un error frecuente de nuevos empresarios es empezar por conseguir un sitio con criterios diferentes a la producción misma cuyo tamaño y costo no están alineados con el plan de mercadeo.

Análisis FODA

El análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) es una de las formas más adecuadas de realizar el estudio del ambiente externo e interno de una organización o de un emprendimiento (Fred, 2008).

Estudio Económico financiero

Una vez completado el análisis de las áreas anteriores, se presenta como fase final un último estudio, el económico financiero, mediante el cual será valorada la viabilidad económica y financiera del proyecto, este expone como se trata de medir un objetivo básico de todo plan de negocio, debido a que este representa la rentabilidad del mismo. Para cumplimentar el Plan Económico Financiero se plantean los siguientes pasos:

- **Primer Paso:**

Este inicia con el cálculo de las necesidades de inversión, seguidamente evaluar la inversión inicial desde el punto de vista técnico, lo cual es visto como el Activo de la empresa, que recoge los bienes y derechos necesarios para iniciar la actividad económica. Donde cada empresa requerirá un volumen distinto de inversión inicial, siendo coherente con el planteamiento de empresa que se ha realizado hasta el momento en el resto de los planes.

- **Segundo Paso**

Este representa la financiación de las inversiones, donde una vez sea calculado el volumen de inversión inicial para poner en marcha la empresa, donde se tendrá que determinar cómo se financiara dicha cantidad. Las fuentes de financiación habituales para las PYMES son las siguientes:

- **Recursos propios**, compuesto por el Capital o Capital Social, dependiendo que sea empresa individual o sociedad.
- **Financiación ajena**, a largo plazo o exigible a largo plazo o deudas a largo plazo.

- **Tercero Paso**

Esta cuenta de resultados para los próximos tres años. El resultado de una empresa es la diferencia entre los ingresos de la actividad y los gastos necesarios para la misma. Los ingresos en una empresa provienen de las ventas, aunque también pueden existir ingresos de carácter financiero o extraordinario, más habituales en las grandes empresas que en las pequeñas y medianas. Los gastos para el desarrollo de una actividad son de carácter diverso. La estructura de Cuenta de Resultados que, presentada, recoge la clasificación de costes mencionada en el área de Marketing, diferenciando los costes fijos y variables de la empresa, por lo que cada emprendedor o emprendedora deberá analizar cuáles son sus costes fijos o costes de estructura y sus costes variables.

Los gastos más comunes, en función de la clasificación de costes en fijos y variables, se relacionan a continuación, siendo ésta una relación abierta a las peculiaridades de cada negocio.

Costes Variables:

En función del tipo de empresa, pueden ser: Consumo de materias primas o productos. Se recogerán como coste, no las compras, sino los consumos, es decir, el resultado del siguiente cálculo:

$$\text{Consumo} = \text{Existencias iniciales} + \text{Compras} - \text{Existencias finales}$$

Mano de obra directa, para ello se incluyen los costes de los salarios brutos y de la Seguridad Social a cargo de la empresa, de las personas que intervienen en el proceso productivo o prestación del servicio.

Costes Fijos:

En función del tipo de empresas, pueden ser:

- Arrendamientos. Si el local es alquilado o si existe leasing de algunos elementos del inmovilizado.
- Comunicación, coste de las acciones previstas de comunicación.

- Transportes. En el caso de empresas que tengan como política el acercamiento del producto a la clientela.
- Servicios de profesionales independientes, normalmente se recogen aquí los gastos de gestoría o asesorías externas.

Tributos, contempla todos los tributos y tasas de la actividad, como la Licencia de Apertura, las Tasas Municipales, y cada uno de los impuestos necesarios para el funcionamiento.

Amortizaciones, la amortización es el coste por la pérdida de valor de los elementos del inmovilizado, susceptibles de ser amortizados.

Gastos financieros, recoge los intereses de la financiación externa. También los gastos de negociación y/o apertura que puedan existir. (&Iberbrokers, 2004). Estos surgen a partir de los Indicadores financieros de rentabilidad, periodo de recuperación, Valor Actual Neto (VAN), y Tasa interna de retorno (TIR).

1.2. Fundamentación del estado del arte

Tome en consideración que es este tipo de proyectos no va el estudio del arte sin embargo hago referencia a los siguientes estudios: El turismo ecológico, es un enfoque de las actividades recreativas en el que se ofrece la observación del medio natural. El cual es un estilo de turismo alternativo, o ecologista, diferente al turismo tradicional o de masas. En la relación al tema los autores consultados en el estudio financiero se logró aproximar el trabajo al verificar la factibilidad del plan de negocios propuesto.

Según lo expuesto la empresa encontrará el punto de equilibrio, en el 40% del valor requerido de la inversión, el cual será aportado por los socios mientras que el 60% restante será mediante una entidad financiera que consta con créditos para microempresas con un plazo de pago de 5 años (60 meses) con una tasa de interés de 15,3%. En función a la realidad mencionada los resultados expuestos muestran una efectiva rentabilidad del negocio, lo cual reafirmada en la cifra de la tasa de rentabilidad anual promedio, al igual que las razones financieras favorables en general que arrojan una buena salud financiera; Por lo cual es conveniente ejecutar el proyecto.

De acuerdo a los resultados expuestos Yáñez (2016) señala de forma documental la importancia del estudio realizado mostrando que: “un plan de negocio enfocado en el turismo ecológico, para así comprender su importancia y darle una valoración de tipo profesional bajo los criterios del emprendimiento y el desarrollo social son indicadores esenciales fomentados en el Buen Vivir”, en este orden en acuerdo a la investigación realizada por Seiva y Villacís (2016), permite establecer un Análisis socioeconómico en la creación del plan de negocios en la zona turística, para impulsar el desarrollo económico en la provincia de Cotopaxi, con el fin de atraer la visita de turistas nacionales y extranjeros. Por lo que se puede afirmar que este tipo de servicios está en auge y se convierten en un aporte significativo para el desarrollo de la economía nacional y local.

1.3. Conclusiones Capítulo I

La fundamentación teórica detallada anteriormente, contribuye a la importancia que ha tomado el ecoturismo, y la productividad de las empresas ofertantes en un ecosistema que busca un principio de conservación globalizado. El sector del turismo (ecoturismo) es una actividad que ayuda al mejoramiento económico del país hecho que además permite la conservación y el aprovechamiento de los ecosistemas, en tal virtud su fortalecimiento aporta a buscar nuevas formas de hacer empresa, conservar el medio ambiente y al mismo tiempo lucrar de la actividad, creando nuevos ingresos para las diferentes propuestas en paramo andino del Ecuador.

En este orden de ideas y en relación a lo expuesto, se fundamentan la intención de ilustrar el Plan de Negocios: Creación de una Hostería Ecoturística en el Sector Pansache Retamales en la ciudad de Latacunga, con el fin único de la satisfacción colectiva de las necesidades vitales, logrando un equilibrio y armonía en el metabolismo sociedad-naturaleza. Esto coloca en evidencia la tendencia del turista que se inclina por los sectores que los lleven a salir del ambiente rutinario y monótono del que viven constantemente; ruidos, contaminación, alimentos comunes, entre otros en la ciudad.

Preservar el ecosistema en la actualidad es una prioridad y así lo han mencionado los autores que han impulsado el ecoturismo como es Yanez (2016) en Tonsupa Esmeraldas, pues hay que saber armonizar con la naturaleza cada decisión de apertura de rutas turísticas, por lo que en la propuesta del plan de negocios, que se presenta a partir de esta aproximación teórica plantea la creación de una hostería ecológica, al ser el sitio elegido la alta montaña lo hace diferente y única, buscando dar a conocer los paisajes y lugares que están ubicados en los páramos orientales de la Latacunga, ofreciendo una flora y fauna única del sector, concientizando el respeto y compromiso con éste lugar, ya que de ahí proviene el agua para el consumo humano, de la mayor parte de la ciudad.

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1 Título: Plan de negocios para la creación de una empresa ecoturística en la ciudad de Latacunga.

2.2 Objetivos:

- 1.- Analizar los principales conceptos, teorías, enunciados relacionados para confección del plan de negocios en la actividad de Ecoturismo.
- 2.- Elaborar el desarrollo metodológico para la elaboración de una hostería ecoturística en la Provincia de Cotopaxi.
- 3.- Elaborar la propuesta de plan de negocios que permita realizar un estudio técnico y financiero de la hostería ecoturística en la Provincia de Cotopaxi.

2.3 Resumen Ejecutivo.

La presente describe de forma la Hostería Ecológica Retamales, como propuesta del plan de negocios la cual estará ubicada en un proyecto pensado con el principal objetivo de brindar un espacio cómodo y agradable en el que el visitante disfrute y conozca sectores de interés turístico poco expuestos del país.

La hostería funcionara en el Sector Pansache Retamales. Provincia de Cotopaxi, como un lugar exclusivo en contacto pleno con la naturaleza para aquellas personas que desean tener contacto directo, relajarse y divertirse. Esta por su ubicación resulta ideal para encuentros, aventuras y experiencias ecoturísticas en el entorno natural destacando actividades como el ciclismo, el rodeo, paseo en bote en la laguna de Salayambo, de igual forma la pesca deportiva, el paseo a caballo para Languarumi y ordeño.

Se busca incentivar el ecoturismo en el Sector Pansache, fomentar una forma de turismo que cuide, proteja y aproveche de manera sustentable los recursos naturales del sector, es decir inculcar al turista nacional o extranjero, que el visitar dicho

sector y sus áreas naturales poco alteradas se debe realizar siempre con respeto hacia la naturaleza sin que dicho contexto produzca en el turista un sentido de cohibición para disfrutar y apreciar los atractivos naturales, que no muchas personas conocen del Sector Pansache. Otro servicio que se expone es el de alojamiento el cual está dirigido a turistas nacionales y extranjeros con un nivel económico medio y alto. Para lo cual se dispondrá de espacios definidos como cabañas los cuales estarán equipados para garantizar la comodidad del visitante.

La Hostería está enmarcada en una economía verde inscrita en los valores de protección y respeto al medio ambiente, hecho que la hace sostenible y sustentable además que a nivel comercial brinda al cliente una oferta diversa, evidenciada en paquetes en los que se incluyen actividades recreativas para que no solo se diviertan y se relajen, sino también para vivir experiencias turísticas en los lugares maravillosos que tiene para ofrecerle el sector Pansache Retamales, resaltando los paseos a caballos a la montaña Languarumi, los paseos en bote con pesca deportiva en la laguna de Salayambo, hasta ordeño manual y rodeo dentro de los espacios destinados para los mismos.

Para garantizar el éxito de la empresa son altamente necesarias las alianzas corporativas con compañías con buenas bases en el mercado, estables y con una imagen reconocida, es por esto que resulta clave poder entablar una sociedad con agencias de viajes de reconocida trayectoria como Word tours y Firetur para impulsar el incremento de los visitantes a través del comercio de los paquetes turísticos que se ofrecen como estrategia de mercado clave. Hecho que traerá como resultado el incremento de visitantes el cual se traduce en ingresos, los cuales deben ser administrados de forma eficaz para que consecutivamente puedan ser utilizados como inversión en los recursos que requiera la hostería.

Otro elemento es procurar que el servicio que se brinda Nacionales e Internacionales, sea original en todos los aspectos, enfatizando la atención a los visitantes, alimentos variados y de calidad, guías competentes y confort. El valor adicional es la calidad y el diseño de los paquetes, pensados para el máximo goce y disfrute en los encantadores paisajes. Por estas razones Hostería Retamales busca ser una empresa consolidada en el servicio turístico que funcione como plataforma

para exponer los hermosos paisajes naturales de Ecuador que no son tan reconocidos, aunado a contribuir al desarrollo económico del sector Pansache, dirigiendo sus esfuerzos e impacto nacional e internacional como los puntos focales de la Hostería, clasificando dicho impacto en turistas nacionales e internaciones de acuerdo a las estadísticas que fundamentan la siguiente investigación.

2.4 Idea del Negocio.

La industria del turismo según el diario Nexotur (2019) representa el 10,4% del PBI mundial, hecho que sin lugar de acuerdo a los amplios espacios naturales con los que cuenta Ecuador y su posición geográfica privilegiada hace que el turismo sea un gran aspecto a explotar para potenciar el desarrollo económico y, al mismo tiempo, fomentar la concientización ambiental y cuidado del medio ambiente.

Este plan de negocios está fundamentado en las bases antes mencionadas, ya que fusiona el turismo y la ecología en la creación de la Hostería Ecológica Retamales, en la que se le ofrece al cliente una estancia agradable, cómoda y divertida enmarcada en los valores de protección del medio ambiente, con las prácticas sostenible y sustentable.

El lugar cuenta con cabañas confortables, además de diversas actividades recreativas al aire libre. Destacándose entre las actividades los paseos a caballo a la montaña Languarumi mediante un paseo guiado con alto contenido científico e histórico de la región, también se destaca los paseos en bote con pesca deportiva en la laguna de Salayambo destacando el valor natural y social de la región, zona de camping y ordeño manual y rodeo. Otro elemento de gran importancia es que la hostería cuenta con un comedor campestre con gastronomía típica de la región al igual que zonas destinadas para elaborar comida en familia en las cabañas.

Este plan de negocios está inmerso en sector turístico y económico, ya que, a través de la ejecución de las actividades contenidas en la propuesta de valor, se exponen espacios maravillosos y poco conocidos de esta parte del país, a la par de la generación de cientos de plazas de empleos, lo que contribuye al desarrollo económico.

2.5 Modelo de Negocio. -

Hostería Ecológica Retamales, cuenta con cerca de 500 hectáreas estas constituyen una de las reservas ecológicas privadas de la Sierra del Ecuador. Donde se puede disfrutar de la naturaleza y la belleza de este paraíso natural. En la cual se ofrecerá 12 habitaciones en una edificación estilo temático propio de la región en modalidades sencilla, doble o triple, de acuerdo a la necesidad del visitante, donde cada habitación está equipada con elementos para el confortable descanso, de igual forma se cuenta con zona de Restaurante Campestre, el cual se encuentra abierto a todo visitante ofreciendo alta cocina en sus desayunos, almuerzos y cenas.

Este proyecto se realizará mediante alianzas estratégicas, por un lado el aporte de los socios, entidades financieras y alianzas con agencias de viajes para su impacto nacional e internacional, hecho que se consolida mediante un plan de publicidad, manejo y uso de redes sociales. Según lo antes expuesto la comercialización del siguiente plan se realizará mediante venta de paquetes ecoturísticos mediante agencias y medios electrónicos.

2.5.1. Segmentación de Clientes

El servicio que la hostería ecoturística ubicada en la ciudad de Latacunga brinda, está dirigido primordialmente al público interesado en estar en contacto con el medio ambiente y hacer ecoturismo responsable. Familias, colegas, amigos, y todas aquellas personas que viajen constantemente en búsqueda de aventuras y comodidad, y que cuentan con la capacidad económica de costear los servicios que se ofrecen, para así poder generar los ingresos necesarios que ayuden a mantener beneficios económicos netos, realidad dirigida a turistas nacionales e internacionales. La segmentación se realiza en base a las líneas de negocio que usualmente se manejan en el área de Turismo y en el caso de este proyecto serán descritas en la siguiente tabla:

Tabla 2. Segmentación de Clientes en base la Línea de Negocios

| Línea de Negocio | Segmentación |
|------------------|--|
| Hospedaje | <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Estado civil • Ubicación Geográfica: • Nacional • Internacional |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Nacional • Internacional |
| Alimentación | <ul style="list-style-type: none"> • Nacional • Internacional |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Autoría Propia

2.5.2 Análisis del macro y micro entorno. -

Macro entorno



Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Investigación de Campo

El macro entorno se constituye por factores que, aunque no pertenecen a la empresa, su influencia en esta es innegable.

Factor Político: La Republica de Ecuador actualmente está bajo el gobierno del presidente Lenin Moreno, el cual trae una trayectoria política como vicepresidente durante el periodo 2009-2013 del entonces gobernante Rafael Correa. Moreno ganó las elecciones en el año 2017 con más del 50% de los votos, quedando como sucesor de Rafael Correa con el movimiento oficialista Alianza PAIS. Se propuso un sistema de gobierno de diálogo, unidad, con una mejor relación con la prensa y con el sector

privado, reformando la situación ejecutiva, informando sobre estrategias de severidad, eliminando todos los ministerios, coordinadores, y varias secretarías.

En el 2018, durante un discurso para la CELAC, el presidente Lenin Moreno subrayó su obligación de batallar contra los actos corruptos, esto en referencia a las diversas acusaciones y encubrimientos que emergieron a la luz luego de la salida del anterior mandatario, lo que desató una diversidad de fracturas en los partidos políticos, detenciones e investigaciones sobre malas gestiones y robo. Ante esta situación, el gobierno incentivó la conformación de nuevas estrategias, entre las que se halla una nueva herramienta cuyo objetivo es la planificación en el contexto nacional.

Por otra parte, siguiendo los lineamientos constitucionales, se inicia un Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) cuyo norte es suprimir la miseria, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al Buen Vivir. Con ello, los objetivos nacionales de desarrollo son:

Tabla 3. Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021)

| | | |
|--|----------|--|
| Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida | 1 | Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. |
| | 2 | Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades. |
| | 3 | Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. |
| Eje 2: Economía al servicio de la sociedad | 4 | Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización. |
| | 5 | Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria. |
| | 6 | Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural. |
| Eje 3: Mas sociedad, mejor Estado | 7 | Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano servicio de la ciudadanía. |
| | 8 | Promover la transparencia y la corresponsabilidad por una nueva ética social. |
| | 9 | Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: SENPLADES Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

La programación tiene el objetivo de que la economía trabaje para el servicio de la colectividad con gestiones como el turismo comunitario responsable con el desarrollo de emprendimientos de turismo locales, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo

receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural (SENPLADES, 2017).

En la Estrategia Territorial Nacional se tiene definido el desarrollo primario consolidado con enclaves industriales y/o turísticos, caracterizado por contar con un nivel de variación primario productivo, lo cual orienta a incursionar en niveles básicos de industrialización, manufactura y turismo. Con relación a las potencialidades ambientales, se enfatiza en la protección de áreas pertenecientes al Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), siendo importantes porque requieren de un manejo adecuado para proveer servicios ambientales, puesto que, su característica puede ser factible para las actividades como el turismo sostenible y comunitario (SENPLADES, 2017).

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2017- 2021, la Estrategia Territorial Nacional y el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), este Plan de negocios desde el factor de políticas nacionales emerge como oportunidad ya que está enmarcado en garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, de acuerdo a la posición geográfica de la hostería y a su vez busca el crecimiento económico sostenible y sustentable para posicionar estratégicamente a la República del Ecuador en la región y el mundo, la corrupción en la que se encuentra involucrado este gobierno se convierte en una amenaza por cuanto en el país no existe circulante y hay una cantidad de desempleos que pueden estar restando la aceptación de este tipo de proyectos.

Factor legal

En relación al aspecto legal que involucra al sector hotelero, en marzo de 2015 el Ministerio de Turismo expuso el Acuerdo Ministerial 24, el cual se modificó en febrero del 2016, y que se refiere a la posada turística. Este escrito destaca la categorización de los lugares que brindan hospedaje turístico, como hoteles, hostales, hosterías, haciendas turísticas, lodge, refugios, campamentos y casas de huéspedes, concretando para cada uno con las características y las categorías a las que pertenecerán según su infraestructura. Con esta regulación, la entidad que reglamenta el servicio turístico, procura certificar una calidad que facilite un incremento en la complacencia de los visitantes internacionales y nacionales incentivando el incremento de turistas. Aunado a esto existe el Reglamento General

de Actividades Turísticas Publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2002. Este reglamento consta de 222 artículos organizados en cuatro capítulos:

Tabla 4. Reglamento General De Actividades Turísticas

| | |
|--|---|
| <p>Capítulo I De Los Alojamientos</p> | <p>Este capítulo consta de 76 artículos en los que se describen las categorías a las que pertenece cada empresa dedicada a ofrecer alojamiento, bien sea hostería, hotel de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas. Además, le detalla todo lo referente a los servicios que se deben ofrecer, la higiene, seguridad, la tabulación de los precios, las actividades no permitidas, las obligaciones de los que laboran, los derechos y obligaciones del cliente.</p> |
| <p>Capítulo II De Las Agencias De Viajes</p> | <p>Con 13 artículos en este capítulo se expone todo lo referente a las agencias de viajes, la calidad y clasificación de las agencias según el servicio que ofrecen, los deberes que tienen con los usuarios y las obligaciones legales.</p> |
| <p>Capítulo III De Los Casinos Y Salas De Juegos (Bingo- Mecánicos)</p> | <p>Son 26 artículos en los que se detalla todo lo que la empresa que ofrece servicio de alojamiento debe tener en cuenta si dentro de la misma se encuentra habilitado un casino o una zona de juegos.</p> |
| <p>Capítulo IV De Los Guías Profesionales De Turismo</p> | <p>Es el capítulo que más artículos tienen en todo el reglamento, consta de 104. Dentro de este están desglosados 8 titulaciones en las que con detalle se describen los diversos parámetros del turismo. Los títulos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De Los Beneficios. 2. De La Bolsa Internacional De Turismo. 3. De La Obligación De Registro Y De La Obtención De Licencia Anual De Funcionamiento. 4. Del Ecoturismo Y La Sostenibilidad 5. Del Turismo Social. 6. De La Promoción Turística 7. De La Capacitación, Formación Y Profesionalización Turística. 8. Del Patrimonio Y El Régimen Financiero. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Reglamento General De Actividades Turísticas

En Ecuador también destaca la Ley del Turismo, la cual es un ordenamiento legal en donde se detallan todas las regulaciones que tienen las actividades de carácter turístico en el país, de las cuales se destacan: el hospedaje, la alimentación, el transporte, salas de juegos, parque de atracciones y todo aquello inmerso en el ejercicio de la prestación de servicios turísticos. Todas las acciones están sujetas a los reglamentos y normas que se estipulan en esta Ley.

En este orden de ideas, las compañías y empresas dedicadas a la oferta de los servicios de hospedaje y recreación, deben cumplir con ciertos requerimientos

legales para trabajar, permisos, pagos y reportes a los órganos encargados de la administración nacional de este sector. Estas obligaciones de carácter económico y legal están descritas a continuación:

Tabla 5. AHOTEC I

| Permisos | A quien se debe pagar y/o cumplir obligación | Frecuencia de Pago y/o cumplimiento | Quien debe Pagar y/o cumplir |
|--|---|--|-------------------------------------|
| Registro Actividad Turística | Ministerio de Turismo | Solo 1 vez | P. Naturales y Jurídicas |
| Licencia Única de Funcionamiento Turismo | Ministerio de Turismo/ municipios | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Permiso Sanitario | Ministerio Salud | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Certificados de Salud empleados | Ministerio Salud | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Patente | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Rótulos y Publicidad Exterior | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Bomberos | Cuerpo de bomberos | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Licencia Ambiental (Quito) | Municipio | Anual | P. Naturales y Jurídicas |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: AHOTEC II

Tabla 6. AHOTEC II

| OBLIGACIONES TRIBUTARIAS | A quien se debe pagar y/o cumplir obligación | Frecuencia de Pago y/o cumplimiento | Quien Debe Pagar y/o Cumplir |
|--|---|--|-------------------------------------|
| Declaración de Impuesto a la Renta | Servicio de Rentas Internas | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Retenciones en la Fuente – Renta | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Impuesto al Valor Agregado – IVA | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Impuesto Consumos Especiales – ICE | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Anexos Transaccionales (IVA / ICE / Renta) | Servicio de Rentas Internas | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Declaración Patrimonial | Servicio de Rentas Internas | Anual | P. Naturales |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: AHOTEC II

Tabla 7. AHOTEC III

| OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES | A quien se debe pagar y/o cumplir obligación | Frecuencia De Pago y/o cumplimiento | Quien Debe Pagar y/o Cumplir |
|--|---|--|---|
| Impuesto a los Activos Totales (1,5 x mil) | Municipios | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Impuesto Predial | Municipios | Anual | P. Naturales y Jurídicas |
| Energía Eléctrica | Empresa Eléctrica | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Agua Potable | Empresa Agua Potable | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Teléfono | Empresa Telefónica | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Reportes estadísticos | Ministerio Turismo | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |
| Tasa Servicios Turísticos | Municipio de Quito | Mensual | P. Naturales y Jurídicas |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: AHOTEC II

En este orden de ideas las amenazas se refieren a situaciones adversas que son externas a las empresas son consideraciones en una situación real y una hipotética que puede suceder, se presenta por el comportamiento natural del mercado y puede llegar a afectar con la existencia misma de la empresa, en algunos casos puede que tenga que ver con una inadecuada planeación estratégica. Las oportunidades son situaciones favorables y positivas para la empresa que se presentan en el mismo entorno en el que se desenvuelve la empresa o en un sector determinado, tiene la oportunidad de crear una ventaja competitiva si se le maneja de manera eficaz.

Factor Económico

En este apartado se expondrán los indicadores económicos que arrojan las instituciones especializadas en esos cálculos, para así examinar en detalle el contexto financiero del país. Conforme al Banco central de Ecuador, para el mes de julio del año 2020 la inflación se situó en 0.39%. En estos últimos meses la inflación ha tenido una fluctuación con tendencia al decrecimiento.

Por otra parte, la CEPAL proyecta caída del 9,1% del PIB de la región en 2020, lo que indica una disminución considerable de la producción, debiéndose principalmente a los efectos de la pandemia del COVID-19.

Gráfico 3. Indicador

| INDICADOR | AÑO | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. |
|--|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Exportación barriles de petróleo | 2015 | 14.451,47 | 11.666,82 | 13.676,87 | 10.095,74 | 13.199,80 | 12.154,31 | 14.618,23 | 14.460,78 | 12.346,41 | 11.194,89 | 12.024,52 | 11.875,26 |
| | 2016 | 12.632,84 | 10.475,85 | 11.868,36 | 10.072,92 | 13.050,03 | 12.889,97 | 14.077,62 | 11.443,68 | 11.527,47 | 13.006,36 | 11.634,25 | 11.880,04 |
| | 2017 | 11.771,58 | 11.776,79 | 11.431,31 | 11.590,86 | 11.670,39 | 11.409,55 | 11.489,27 | 10.844,85 | 11.683,58 | 10.915,82 | 10.699,47 | 10.210,78 |
| | 2018 | 11.752,95 | 8.212,36 | 11.142,50 | 9.616,92 | 11.626,40 | 10.835,03 | 11.065,47 | 11.838,34 | 11.143,44 | 11.019,04 | 10.542,20 | 10.897,74 |
| | 2019 | 11.798,10 | 10.074,19 | 12.278,32 | 12.462,97 | 11.939,46 | 10.313,23 | 12.070,79 | 12.827,82 | 11.386,00 | 12.119,00 | 11.021,00 | 12.576,00 |
| | 2020 | 11.763,00 | 9.539,00 | 13.617,00 | 5.261,00 | 9.078,00 | | | | | | | |

| INDICADOR | AÑO | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. |
|--------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Deuda Pública Externa | 2015 | 17.645,82 | 18.499,96 | 19.067,16 | 19.325,94 | 20.092,82 | 20.038,01 | 20.385,48 | 20.382,66 | 20.321,46 | 20.330,14 | 20.575,60 | 20.225,66 |
| | 2016 | 20.371,51 | 21.266,81 | 21.091,93 | 21.252,84 | 21.254,02 | 22.575,20 | 23.647,94 | 23.624,60 | 24.582,88 | 24.576,01 | 24.755,20 | 25.679,93 |
| | 2017 | 26.389,16 | 26.500,07 | 26.487,34 | 26.908,76 | 26.896,61 | 28.552,53 | 28.620,82 | 28.659,71 | 28.148,18 | 31.210,70 | 31.626,99 | 31.750,11 |
| | 2018 | 34.969,60 | 35.053,21 | 34.567,13 | 34.492,73 | 34.380,68 | 34.000,33 | 34.459,66 | 34.940,88 | 34.875,28 | 35.193,13 | 35.052,58 | 35.730,10 |
| | 2019 | 38.736,66 | 38.602,89 | 38.968,37 | 38.695,52 | 39.133,20 | 39.331,65 | 39.495,24 | 39.255,51 | 40.913,48 | 40.841,35 | 40.791,01 | 41.495,58 |
| | 2020 | 41.766,09 | 41.529,60 | 41.055,12 | 40.199,65 | 41.477,91 | | | | | | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Cesla. Com

Un elemento económico clave a considerar es la disminución de la exportación de crudo lo cual es un hecho evidente según el Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador (2019) los cuales no son números para escandalizarse, son bajos a comparación de los años anteriores. Considerando que el país trae una deuda externa que va en aumento al pasar los años. En comparación al año 2015, para el mes de mayo se debían 20.092,82, mientras que para mayo de 2020 se deben 41.477,91, una diferencia de 21.385, 09.

Por otra parte, la CEPAL proyecta caída del 9,1% del PIB de la región en 2020, lo que indica una disminución considerable de la producción, aunque esto se debe principalmente a los efectos de la pandemia del COVID-19. Siguiendo esta misma línea, se presentan las últimas cifras del INEC por la falta de empleo adecuado en el país:

- De las 8'379.355 personas que conforman la Población Económicamente Activa (PEA) en el país, solo 3'228.032 tienen un empleo adecuado. Mientras que, 5'151.323 están sin un empleo adecuado.
- La Población Económicamente Activa (PEA) la conforman las personas de 15 años en adelante y hayan trabajado al menos una hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, lo tuvieron; también las personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (MetroEcuador, 2020).

Factor Social-demográfico

Para analizar el aspecto social, se requiere conocer el contexto demográfico de Ecuador y la provincia de Cotopaxi, sitio en donde se encuentra ubicada la Hostería Retamales.

Tabla 8. INEC

| | |
|--|---|
| Población | 17.023.000 habitantes en el territorio nacional, de los cuales el 49.56% corresponde a la población masculina y el 50.44% a la población femenina. La edad media de la población es 28.4 La tasa de natalidad equivale a 18,2/1000 habitantes |
| Educación | La cobertura de la educación pública es de 74.2%, el analfabetismo en edad mayor o igual a 15 años es 6,8% |
| Auto identificación de la población | Ecuador es un país pluricultural formado por: Mestizos 71.90%, Montubios 7.4% Afro ecuatorianos o Afro descendientes 7.2% Indígenas 7% Blancos 6.1% Otros 0.4% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: INEC

Tabla 9. INEC

| Cotopaxi | |
|------------------|----------------|
| Población | 488.716 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: INEC

La provincia de Cotopaxi representa el 2,87 % de la población total del país. Hecho que, según cifras del INEC, es la décima segunda provincia más poblada del país, la cual está constituida por 7 cantones, de las cuales se derivan sus respectivas parroquias urbanas y rurales.

Para la hostería es un gran beneficio y oportunidad estar situada en esta Provincia ya que, a mayor número de personas movilizándose de un sector a otro, se incrementa la posibilidad de captar clientes potenciales. Desde esta perspectiva de gran importancia la ubicación geográfica de la Hostería y el aprovechamiento responsable de los espacios naturales para el desarrollo de las actividades antes mencionadas en el presente plan de negocios hecho que a su vez representa una debilidad objetiva en cuanto al variable transporte por su distanciamiento a la ciudad.

2.5.3. Análisis de la competencia.

La zona donde se ubica la empresa no cuenta con lugares en los que oferten servicios de la misma línea que ofrece la Hostería Ecológica Retamales, por lo que no cuenta con competidores directos en el área. Esto genera una gran ventaja que puede garantizar el éxito del proyecto si se trabaja eficazmente, ya que podría considerarse referente único, por lo que se debe trabajar mucho en la proyección y la imagen de la hostería, para posicionarla de buena manera, tanto nacional, como internacionalmente. Sembrar buenas bases es vital para hacerles frente a posibles competidores locales en el futuro. A pesar de no contar con competidores directos en la zona, en la Provincia de Cotopaxi existen innumerables empresas que brindan servicios de alojamiento, como lo son:

Tabla 10. Competencia

| Hostería | Servicios |
|-----------------------|---|
| Tambopaxi Lodge | Restaurante, hospedaje, bar, salón compartido, actividades de equitación, ciclismo y senderismo. |
| Hacienda Los Mortiños | Restaurante, hospedaje, bar, tours a pie, Zona de juegos, noches de cine, equitación, senderismo. |
| Chilcabamba Lodge | Restaurante, hospedaje, bar, Clases de cocina, Tours en bici, Tours a pie, Equitación, Senderismo, Alquiler de bicicletas, Sala de juegos. |
| Hacienda El Porvenir | Restaurante, hospedaje, bar, Clases de cocina, Tour o clase sobre cultura local, servicios de masajes, Zona de spa, baños a vapor, Bañera de hidromasaje, Sauna, ciclismo, Senderismo y equitación. |
| Rondador Cotopaxi | Restaurante, hospedaje, bar, Tours en bici, Tours a pie, ciclismo, Senderismo, Alquiler de bicicletas, Música / espectáculos en directo, personal de animación, Supermercado pequeño en el alojamiento y Tienda de recuerdos. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Investigación de campo

Competencia indirecta

En cuanto a la competencia indirecta, sería cualquier otra hostería y los hoteles de la ciudad de Latacunga que ofrezca paquetes y servicios iguales o diferentes a los planteados.

La Demanda

Basándose en datos históricos relacionados al Ecoturismo en el Ecuador como por ejemplo donde Cruz (2018) en su estudio menciona que una de las razones por las que el turismo en el Ecuador en si aumenta, es por los espacios poco contaminados o alterados de carácter natural que se ofrece al turista lo que le capta el interés del mismo. En este contexto el Ministerio de Turismo menciona que se provee generar mayor demanda en el Turismo Ecuatoriano en relación al análisis de la entrada de viajeros a nivel nacional en los últimos años donde la visita de extranjeros incremento un 4% en el 2019 antes de la Emergencia Sanitaria por COVID.

Gráfico 4. Estadísticas de Turistas



Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Ministerio de Turismo

En el Gráfico 4 podemos analizar la demanda turística en el Ecuador del año 2019 según el Ministerio de Turismo, en donde se determina que los turistas más

interesados por los atractivos naturales a los que se debe apuntar la demanda son hacia los turistas extranjeros.

Pero es necesario incluir la demanda a nivel nacional puesto que variables de temporada pueden hacer más factible la visita a las hosterías por parte de los propios turistas nacionales. Es por eso que se considera en la Tabla 10 la demanda desde el año 2015 en adelante el comportamiento de visitas de los turistas nacionales y turistas extranjeros en la visita al Parque Nacional Cotopaxi, que tomamos como referentes estos datos para el presente trabajo.

Tabla 11. Demanda

| AÑO | VISITANTES | | TOTAL |
|------|------------|----------|-------------------------------|
| | Extranjero | Nacional | |
| 2015 | 42.448 | 99.668 | 142.116 |
| 2016 | 28.025 | 93.067 | 121.092 |
| 2017 | 37.853 | 131.849 | 169.702 |
| 2018 | 57.870 | 175.311 | 233.181 |
| 2019 | 64.141 | 141.289 | 205.430 |
| 2020 | 16.850 | 25.484 | 42.342(hasta el mes de marzo) |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Sistema de Información de Biodiversidad 2020

Como se puede observar en la tabla anterior, la demanda va aumentando progresivamente en cada año. Hecho que va determinando que existirá aceptación en cuanto a las visitas al Parque Nacional Cotopaxi. Ante esto, la estrategia de diferenciación es vital, ya que, al ofertar servicios adicionales extraordinarios, y tener una política ecológica, le permite a la hostería destacar por encima de las otras.

Oferta

Para el cálculo de la oferta se han tomado el total de las Hosterías que se convierten en competencia directa que ofrecen algún o algunos servicios que nosotros ofertamos al mercado, podemos apreciar la información en la siguiente tabla:

Tabla 12. Oferta

| OFERTA | |
|---|-----------|
| Personas que ingresaron al PNC 2019 | 205.430 |
| Personas que gustan del turismo de aventura | 127.366,6 |
| Oferta de la competencia | 94.900 |
| Oferta de plazas | 75.920 |
| Demanda insatisfecha | 51.446 |
| Mi capacidad de Oferta | 14.600 |
| Participación en el mercado | 27% |

*Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Sistema de Información de Biodiversidad 2020*

Para el cálculo de la demanda en la página de Sistema de Información de Biodiversidad (2020) se ha considerado el total de las personas que ingresaron en el año 2019 que son 205.430 personas al Parque Nacional Cotopaxi, se tomó estos datos por cuanto estas personas que visitan estos lugares son el mercado objetivo para el proyecto que está en investigación. Para determinar la demanda de este tipo de servicios se realizó una investigación vía internet en la que se preguntó a los turistas que gustan de las actividades al aire libre y el contacto con la naturaleza fue del 62.5% dándonos un total de, 127.366,6 personas que gustan del turismo de aventura. De este total de personas de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto que son de 40 plazas, es decir que la capacidad máxima para que se puedan hospedar es de 40 personas, se asume que de la capacidad instada de 40 personas multiplicada por los 365 días del año da 14.600 personas.

Para poder obtener la oferta se han tomado datos secundarios de los registros de la Dirección de Turismo del GAD Latacunga en la cual se puede encontrar registros de Hoteles, hostales, hosterías, sin embargo, se ha tomado en consideración que de

todos estos sectores la competencia directa serían las hosterías que están ubicadas en el cantón Latacunga que son las siguiente

Tabla 13. Oferta de la competencia directa

| HOSTERÍAS | HABITACIONES | PLAZAS |
|--|---------------------|---------------|
| HOSTERIA SAN AGUSTIN DE CALLO HOSACSA S.A. | 11 | 44 |
| HOTERIA CABAÑAS LOS VOLCANES | 15 | 48 |
| COMPAÑÍA CUELLO DE LUNA CUELLODELUNA S.A. | 23 | 80 |
| HOSTERIA LA QUINTA COLORADA | 18 | 66 |
| HATO VERDE | 10 | 40 |
| LA CASA DE SIMON | 9 | 36 |
| HOSTERIA HACIENDA SAN JOAQUIN | 6 | 30 |
| TOTAL | 92 | 260 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Dirección de Turismo del GAD Latacunga

En cuanto al cálculo de la oferta se realizó tomando el total de las plazas que ofrecen es de 260 de este total he sacado el 80% en vista que no todos los días todas las habitaciones están llenas, es el dato que se ha obtenido por investigación directa, entonces 208 plazas por los 365 días que se da el servicio 75.920 personas que estaría cubriendo la competencia.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se toma el total de las personas que demanda este tipo de servicios menos el total de las personas que han recibido este tipo de servicio en la hostería en mención total demanda 127.366 menos la oferta que es 75.920 personas que han recibido el servicio, tenemos una demanda insatisfecha de 51.446 personas. De este total de demanda insatisfecha el proyecto estará en capacidad de cubrir el 27 %.

2.5.4 Propuesta de valor

La hostelería lleva por nombre “Retamales” en honor a sector en la que se encuentra ubicada, el sector Pansache Retamales de la Ciudad de Latacunga. Este proyecto genera nuevas oportunidades de trabajo a los habitantes del sector, lo que

es una contribución directa en el mejoramiento de su nivel de vida además de la conservación de los espacios naturales.

Hecho que incrementa las visitas, el interés y el cuidado de estos espacios. Implementando un servicio de hospedaje para nacionales y extranjeros, enmarcado en el respeto al medio ambiente. A continuación, se detallan las características principales de la hostería:

Nombre: Hostería Ecológica Retamales.

Ubicación: Sector Pansache Retamales. Provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, perteneciendo a la Parroquia Mulalo, a 33Km. de la ciudad de Latacunga.

Servicios:

- Cabañas de alojamiento (sencillas).
- Área de Camping.
- Comedor campestre
- Áreas verdes.
- Sala de juegos.
- No se admiten mascotas.

Actividades:

- Excursiones a la montaña y zonas de interés ecológico e histórico, mediante visitas guiadas.
- Talleres sobre el medioambiente y su protección.
- Paseos en botes y pesca.
- Ciclismo.
- Camping.
- Paseos a caballo.
- Tour Ecológico
- Rodeo

Servicios Generales:

- Recepción 24 horas.
- Personal Bilingüe.
- Equipos de primeros auxilios.
- Monitoreo 24 horas

Misión

Brindar una experiencia única e inolvidable llena de grandes aventuras, confortabilidad, emoción, diversión y adrenalina en contacto directo y responsable con las maravillas naturales que ofrece la ciudad de Latacunga, con principios

sostenibles y sustentables concientizando sobre la conservación del medio ambiente. Asimismo, contribuir al desarrollo económico y turístico en la región.

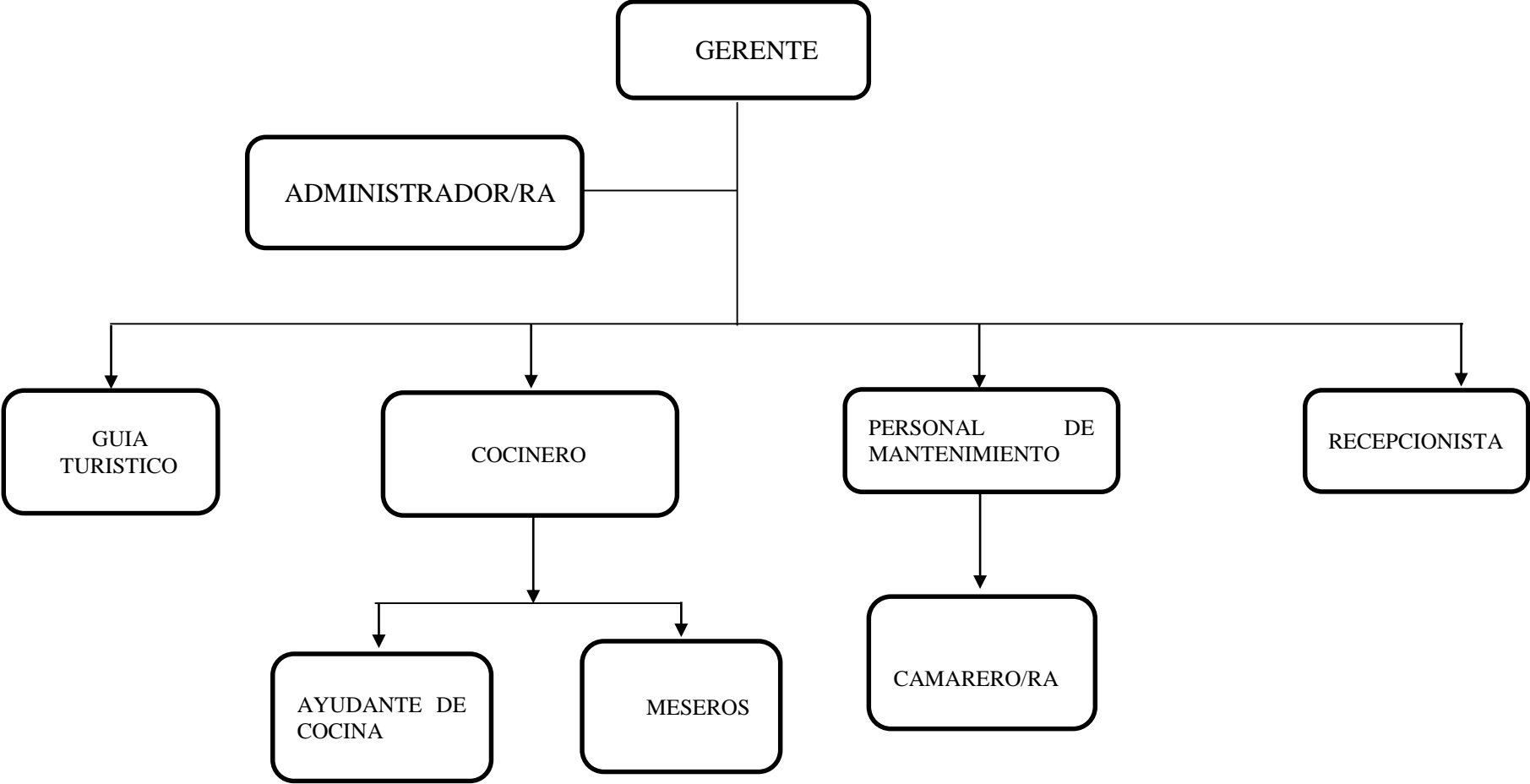
Visión

Ser un referente clave de ecoturismo en el país que promueva el desarrollo económico con una imagen prestigiosa de conservación, excelencia, calidez y emoción.

Valores

- Respeto al medio ambiente y a las personas
- Responsabilidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Eficiencia
- Honestidad
- Seguridad
- Amabilidad

Organigrama
Gráfico 5. Organigrama Estructural



Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Descripción de Funciones

Gerente General: Persona responsable legal de la empresa con la obligación del cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de la misma, sus funciones serán:

- Planificar, Controlar, Dirigir, Supervisar y evaluar todas las actividades generales de la empresa.
- Organizar eficientemente los recursos de la empresa
- Fijar los objetivos que encamine correctamente a la empresa.
- Será líder dentro de la empresa y un portavoz de la empresa en todos los ámbitos.

Administrador/a: Es la persona encargada de administrar eficientemente los recursos, actividades y el buen desempeño de los trabajadores dentro de la empresa para el cumplimiento de los objetivos.

- Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlos
- Diseñar el trabajo, asignar los recursos y coordinar las actividades.
- Tener una visión futurista para fijar el rumbo de la empresa.
- Encargado de todas las responsabilidades legales de la empresa

Guía Turístico: Es el responsable de la recepción coordinación asistencia y animación de los visitantes que llegan a nuestras instalaciones.

- Recepción de los visitantes Nacionales y Extranjeros
- Acompañamiento de Turistas
- Elaboración de informes o reportes de tour.
- Coordinación de los servicios y productos que ofrecemos

Cocinero: Es la persona encargada de controlar y administrar la cocina de la empresa.

- Supervisa la preparación y la cocción de los alimentos
- Planifica el menú y la elaboración de los diferentes platos que ofrecerá la empresa
- Gestionar el equipo de cocina y la distribución de las diferentes tareas.
- Realizar la lista de las compras semanales necesarias para la producción de los alimentos, siempre y cuando evitando los desperdicios de los productos.

- Actualizar e innovar el menú acorde a las necesidades de los clientes.
- Cumplir y hacer cumplir las estrictas normas de salud, higiene y seguridad alimentaria.
- Capacitar al personal de cocina antes y después de su contratación.

Asistente de Cocina: Es la persona que trabaja bajo la supervisión del cocinero realizando las tareas básicas, en trabajos rutinarios de la cocina, tales como y sus funciones son:

- Limpiar, pelar y cortar las verduras
- Mezclar los ingredientes
- Mantener limpia la cocina y los utensilios
- Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina

Mesero: Es la persona encargadas de procesar los pedidos de los clientes y velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna.

- Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas
- Entregar y describir los menús y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud sobre lo platos o bebidas ofertadas
- Tomar nota de los pedidos de alimentos y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación.
- Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes.

Personal de Mantenimiento: Encargado de brinda el servicio de mantenimiento y de mantener la empresa en perfecto estado tanto en funcionamiento como en imagen.

- Planifica las actividades del personal a su cargo.
- Asigna las actividades al personal a su cargo.
- Coordina y supervisa los trabajos de instalación de sistemas de tuberías de aguas blancas, negras, desagües, etc.
- Supervisa el mantenimiento de las instalaciones.
- Ordena y supervisa la reparación de equipos.

Camarera: Son las encargadas de que todas las instalaciones estén impecables, no sólo las habitaciones, sino también todo lo relativo a las zonas comunes.

- Mantener en perfecto estado de limpieza y orden las habitaciones de un hotel, office, zonas comunes y las distintas dependencias del mismo.
- Cambio de ropa de cama de las habitaciones.
- Suministrar los dormitorios con los elementos de aseo correspondientes, así como documentos del hotel y otros complementos.
- Mantener en óptimas condiciones, las habitaciones y las áreas de servicios, para que el cliente tenga sensación de placidez y seguridad de que cada día se encontrará, como la primera vez que entró en la habitación.
- Realizar la atención directa al cliente en las funciones propias de su Área.
- Realizar las labores propias de lencería y lavandería.

Recepcionista: Son quienes dan la bienvenida a los clientes u otro tipo de visitantes. Sentados o de pie tras un escritorio o mostrador, reciben a la gente cuando llega, y atienden las preguntas de los visitantes.

- Dirigen a los visitantes a la persona a la que desean ver, responden a consultas (cara a cara, por teléfono y por correo electrónico), proporcionan información o toman nota de mensajes para el personal.
- Algunos recepcionistas se encargan de que se sirva a los visitantes alguna bebida como agua, té y café.

Análisis FODA

Tabla 14. Análisis FODA

| | Fortalezas | Debilidades |
|-------------------------|--|---|
| Análisis Interno | Ventajas naturales. Capacidad de alojamiento Familiar. Diferentes atractivos turísticos y actividades. Acceso de vehículo a toda la propiedad Mirador natural del volcán Cotopaxi. | Recursos financieros escasos. Camino de tercer orden |

| | Oportunidades | Amenazas |
|--------------------------|--|---|
| Análisis Externos | Cambio brusco de temperatura. Posicionamiento estratégico como destino turístico nacional e internacional. Ampliación de servicios de hospedaje ecoturístico | Inestabilidad económica del país. Cambios en el entorno tributario. Ingreso de competencia directa. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Tabla 15. Estrategias F O D A

| | Fortalezas (F) | Debilidades (D) |
|--------------------------|--|---|
| Oportunidades (O) | FO: Desarrollar paquetes turísticos ecológicos. FO: Establecer servicios complementarios. FO: Crear nuevos atractivos turísticos. FO: Incluir servicio de transporte de forma opcional. | DO: Desarrollar programas de capacitación para el personal en materia hotelera y ecológica. DO: Mantener políticas de servicio al cliente. |
| Amenazas (A) | FA: Establecer promociones en temporadas de baja afluencia turística | DA: Establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos y agencias de viaje para aumentar la publicidad, dirigida a turistas nacionales e internacionales. DA: Buscar asesoría y apoyo de la Prefectura para capacitaciones al personal |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

De acuerdo a lo expuesto en relación a las estrategias surgen los siguientes elementos sublimes que servirán para revisar el siguiente plan de acción los cuales se muestran de la siguiente forma:

Exclusividad

La cual tiene como foco principal cumplir y sobrepasar las expectativas de los turistas, garantizando una estadía cargada de emoción, relax, diversión y aventura con un servicio de excelso.

Flexibilidad

Hecho que permite que se cuente con una diversidad de paquetes turísticos y actividades para que el visitante tenga la oportunidad de seleccionar cual es el cronograma que más se adapta a sus expectativas.

Ambiente agradable

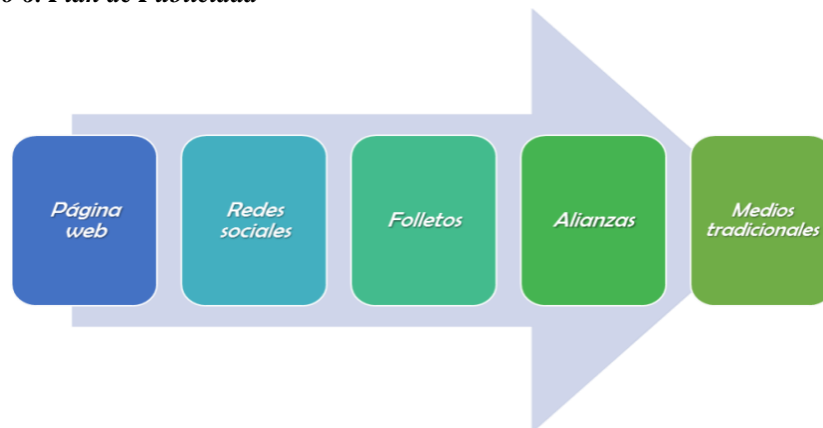
El entorno de la hostería está repleto de áreas verdes y lugares con vistas maravillosas que transmiten paz y tranquilidad, amenizadas con el cantar de la diversidad de aves que por ahí se encuentran. La infraestructura del lugar está pensada para que los huéspedes se sientan confortados, en contacto directo con el medio ambiente.

Información

La hostería combina el placer del descanso con el conocimiento, ya que a través de sus actividades se le brinda al turista informaciones y datos relevantes acerca de los espacios que están visitando, con el objetivo de expandir el interés por esta zona.

2.5.5 Canales. - El canal más frecuente para el comercio de los servicios que se brindan en las hostelerías, es el ofrecimiento de paquetes turísticos atractivos que generen interés en la clientela. La hostelería implementará un sistema mixto, que permite tener alianzas, lo que maximiza las ventas y, por ende, los ingresos. Estas alianzas, principalmente se harán con las agencias de viajes nacionales y locales.

Gráfico 6. Plan de Publicidad



*Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia*

Página Web

Es de gran valor la creación de un sitio web en el cual se exponga detalladamente toda la información acerca de la hostería y los servicios que se brindan. Con una amplia gama de opciones, la página contará con las secciones de:

- **Servicios:** En este apartado el cliente podrá encontrar todos los servicios que la hostería le ofrece, como alojamiento, excursiones, paquetes, entre otros de forma organizada, clara y sencilla.
- **Mapa:** Esta pestaña llevará al visitante a una visión 360 de todos los espacios de la hostería. Además, cuenta con un gráfico en el que se detalla la ubicación exacta con referencias claras para que el cliente llegue con facilidad.
- **Reservaciones:** Los clientes tendrán la opción de elegir y reservar la cabaña que más se adecue a sus necesidades, de una forma cómoda y rápida. Esta sección le permite al cliente ver en detalle las cabañas disponibles, con sus respectivas fotos y costos, en conjunto con la opción de reserva.
- **Contacto:** Aquí podrán encontrar los números de teléfono, redes sociales y correo electrónico de la hostería.
- **Descripción:** Permitirá que el cliente se informe acerca de la misión, visión, valores, política e historia de la hostería, así como detalles de su construcción.
- **Paquetes:** Se describe el contenido de cada paquete ofertado, especificando las tarifas, descuentos y promociones.
- **Actividades:** Aquí estarán contenidas todas esas actividades que se practican en la hostería con fotos y videos. Asimismo, el cliente podrá encontrar la información de alguna charla, foro, conferencia o evento próximo a realizarse.
- **Registro:** Permitirá que el visitante digital registre su correo electrónico si lo desea, para que así el hotel le haga llegar informaciones de promociones, descuentos y paquetes especiales.

Redes sociales

Las plataformas 2.0 son grandes aliadas a la hora de publicitar, ya que permiten la circulación de información con mayor rapidez y a gran escala. La creación de un perfil corporativo en las redes sociales, permitirá difundir contenido atractivo de forma frecuente para el cliente potencial se informe y tome la hostería con su opción principal a la hora de viajar.

Folletos

La información resumida, clara y directa plasmada en una hoja diseñada para captar la atención, se hace llegar a lugares claves para captar a clientes potenciales.

Alianzas

Es característica en un sistema mixto, establecer alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales, y la inclusión de las ofertas de servicios en páginas web de referencia hotelera como Trivago.es, Booking.com, Despegar.com, GoEcuador.net. Además, es conveniente asociarse y formar parte de las grandes compañías dedicadas al turismo como son: SEITUR, APARTEC, que ya tienen trayectoria y un buen posicionamiento en el mercado; lo cual es fundamental para expandir la imagen de la hostería y lograr el incremento de clientes.

Medios tradicionales (TV y RADIO)

La radio y la televisión nunca dejarán de ser una buena opción a la hora de promocionar una empresa, estos medios masivos les permiten a las personas que aún no están tan vinculadas a la era digital, informarse acerca de las promociones, paquetes y servicio general a través de publicidad convencional.

2.5.6 Tipo de relación con el cliente. - Es indispensable definir cuál será tipo de relación que se mantendrá con los clientes, ya que un adecuado vínculo garantiza la perduración de la cartera de consumidores. Por esto, se propone implementar dos tipos de relaciones:

- **Relación automatizada:** Se basa fundamentalmente en mantener el contacto y ventas al cliente con comunicación indirecta, por medios electrónicos.

- **Relación personal:** El vínculo es más cercano, el cliente asiste personalmente a la oficina u agencia aliada para familiarizarse con los servicios, costos y paquetes.

La combinación de estos dos tipos de relaciones resulta favorecedora para la empresa, debido a que facilita la expansión comunicativa, lo que conlleva a la atracción de un número influyente de consumidores y posibles proveedores.

2.5.7 Fuente de ingresos. La fuente de ingresos que tiene la empresa depende del volumen de venta directa de los paquetes que se ofertan.

Precios promocionales: Por periodos selectivos, como vacaciones, fines de semana, navidad, carnaval y fechas festivas, se ofrecerán promociones en los paquetes con el fin de obtener preferencia entre los clientes y maximizar las ventas. Además, se ofertarán paquetes con descuentos especiales para grupos de más de 8 personas.

2.5.8 Recursos claves. - Estos representan los elementos indispensables o de gran relevancia para el funcionamiento de la propuesta de negocio y se clasifican a continuación en:

- **Recursos físicos:** El terreno y la infraestructura de la hostería, junto con todos los bienes inmuebles que se encuentran en su interior son los principales recursos físicos con los que se cuentan.
- **Recursos humanos:** El personal laboral resulta indispensable para que una empresa funcione, es por esto que la hostería requiere de:
 - 1 Gerente
 - 1 Administrador
 - 2 Recepcionistas
 - 2 Guías turísticos
 - 2 Cocineros
 - 4 Camareras
 - 4 Meseros
 - 2 Personal de mantenimiento
 - 2 Asistente de cocina
- **Recursos intelectuales:** La eficaz ejecución del plan de publicidad descrito en las páginas anteriores y la asociación de la empresa con las principales agencias de viajes del país, como Word tours y Firentur, resultan fundamentales para la

comercialización de los paquetes turísticos, la expansión de la imagen y posicionamiento de la hostería en el mercado.

- **Recursos ambientales:** El entorno por el que se rodea la hostería es una de las piezas más importantes, ya que es el principal atractivo con el que se cuenta, por lo que el mantenimiento de senderos es vital para conservar una buena imagen.

2.5.9 Actividades clave. -

La demanda sobre el ecoturismo en la región por medio de una hostería, al aplicar un análisis del mercado por medio de la encuesta a las 384 personas de la muestra seleccionada en el ámbito nacional e internacional, se puede concluir que el 78,1% conoce y practica el ecoturismo, y 28,1% no lo hace. Por lo tanto, deducimos que nuestra población objetiva es de es de 300 personas.

Lo anterior expuesto y validado en las encuestas permite realizar una aproximación a los tipos de actividades, de las cuales se destacan:

- Senderismo
- Camping
- Cabalgar
- Pesca
- Otros

Para la creación de la Hostería Ecoturística de acuerdo a la aplicación de la encuesta a la muestra seleccionada, se debe orientar las actividades en paquetes ecoturísticos, para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes. De acuerdo a la encuesta realizada, se afirmó lo siguiente:

Tabla 16. Actividades

| Actividades | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| CAMPING | 264 | 62,4% |
| CABALGAR | 104 | 16.7% |
| PESCA | 16 | 9,4% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Encuesta

El análisis del instrumento de investigación aplicado nos permite exponer los siguientes paquetes y actividades para la hostería ecoturística:

- ***Campamento Retamales:***

Este campamento cuenta con 6 cabañas con dormitorios con capacidad para 4 personas en cada uno, con dos baños y calefacción. Durante su estadía el visitante tendrá a su disposición todos los servicios que brinda la hostería: desayuno, almuerzo y cena; acceso a la sala de juegos y la posibilidad de participar en las actividades de: Ciclismo, rodeo (máx. 4 personas), paseo en bote en la laguna de Salayambo, pesca deportiva, paseo a caballo para Languarumi y ordeño.

- ***Campamento Languarumi***

Este campamento cuenta con 4 cabañas con capacidad para 4 personas, con dos baños y calefacción. Durante su estadía los huéspedes disfrutarán de dos excursiones a la montaña, una a caballo y otra caminando, durante las mismas se les brindará un taller sobre la conservación ambiental y se les suministrarán datos importantes sobre los lugares que están visitando. Además, podrán tener la posibilidad de participar en el rodeo campestre.

- ***Camping Salayambo***

Pensado para aquellas personas que son altamente amantes del contacto directo con el medio ambiente, consta de 2 chozas con baño en cada una para que los visitantes instalen su equipo de camping. Dispone de una cocina campestre con banquitos y una mesa redonda para mayor comodidad. Está ubicado cerca de la laguna Salayambo, para que los visitantes puedan ir a pasear en bote y pescar a la hora que lo deseen.

- ***Campamento Luna de Miel:***

Este campamento cuenta con una vista privilegiada del páramo, cuenta con 02 cabañas privadas con capacidad hasta 4 personas con baño y calefacción. Los huéspedes gozarán de un tour ecológico y un paseo a caballo para la montaña Languarumi. Además, tendrán acceso a la sala de juegos y la posibilidad de participar en las actividades de: Ciclismo y ordeño. Entre las actividades claves que se practican en la Hostería Ecológica Retamales, se destacan:

- ***Paseo a caballo para Languarumi:*** Cada participante dispondrá de un caballo (los niños ira con sus padres o con los guías), con los que

emprenderán un viaje de aproximadamente 1 hora al cerro Languarumi, en los que harán 2 paradas para apreciar el paisaje y conocer por parte del guía, datos relevantes sobre este paraíso natural.

- ***Navegar en bote en la laguna de Salayambo y pesca deportiva:*** La laguna de Salayambo es un paraíso rodeado por páramos inigualables, aquí se realizan paseos en bote por alrededor de dos horas, en los que un guía turístico preparado les da a los participantes un pequeño recorrido por la historia y relevancia de este lugar. Posteriormente, y si los turistas desean, se practica la pesca deportiva.
- ***Ordeño y rodeo:*** Son actividades tradicionales del sector, pensadas con el fin de rescatar tradiciones. El ordeño se realiza en las mañanas y puede participar todo aquel huésped que lo desee. El rodeo se practica dos veces al año y los tours en esas fechas son especiales.
- ***Tour ecológico:*** Consiste en un recorrido por las diversas zonas naturales que rodean de la hostería. Durante estos se practica el avistamiento de aves y se le facilita al turista una pequeña charla sobre la preservación del ambiente.

2.5.10 Socios clave. - Para lograr establecer y mantener una empresa resulta clave asociarse y formar lazos con grandes compañías, vendedores y proveedores que tengan posición firme en el mercado, lo que posibilita el crecimiento y funcionamiento.

Las principales sociedades que la hostería pretende entablar están delimitadas a continuación en:

Agencias de Viaje:

Agencia de turismo Word Tours: Aunque su trayectoria es corta, se ha plantado con buenas bases en el mercado dedicado al turismo, posicionándose como una de las más grandes, importantes e influyentes agencias de viajes del país, con influencia internacional. Esta asociación le permitirá a la hostería expandir su imagen e incrementar las ventas de los paquetes que se ofertan.

Agencia de viajes Firentur: Con 25 años de experiencia en el mercado, es una agencia nacional con buenas bases que comercializa paquetes turísticos de diversas

partes del mundo, pero con enfoque principal en el turismo ecuatoriano. Esta alianza permite que la empresa se conozca fuertemente en todo el país.

Tripadvisor: Es una de las plataformas de viajes más grandes que existen, en la que se expone una publicidad variada y completa acerca de los hoteles, restaurantes y museos. Esta permite comparar precios y calificar las empresas según los comentarios de los usuarios. La hostería al asociarse con esta empresa, está dando un paso significativo en su expansión y posicionamiento.

Empresas de Financiamiento: Para el siguiente plan de negocio es un gran respaldo poder contar con este tipo de sociedad financiera de forma clave ya que el financiamiento, es un medio para lograr los objetivos a corto y largo plazo.

- Bancos
- Cooperativas

En la relación al apartado se seleccionó la entidad financiera Banco Pichincha el cual consta con créditos para microempresas con un plazo de pago de 5 años con una tasa de interés de 15,30% anual.

2.5.11 Estructura de costos. -

A continuación, se indicarán los elementos necesarios para el funcionamiento de la Hostería. Ante lo expuesto cabe indicar que el proyecto será implementado en espacios propios que serán adecuados de acuerdo a necesidades y posibilidades del presente plan.

Las instalaciones de la hostería tendrán un ambiente ecológico, familiar y amigable en contacto con la naturaleza, donde refleje la cultura e historia de la región; valorando los espacios naturales, los cuales estarán distribuidos en áreas según los paquetes para permitir a los turistas disfrutar durante su estadía. Según lo antes expuesto la hostería ecoturística contará con un total de 12 Cabañas, las cuales serán distribuidas en: Zona de Camping, Restauran Campestre, Zona de Pesca, Zona de Ordeño y Rodeo, donde cuya distribución se describe de la siguiente manera:

Tabla 17. Distribución de Hostería Ecológica Retamales

| Distribución de Hostería Ecológica Retamales | |
|---|---|
| Espacio | Descripción |
| Cabañas | Se cuentan con 12 cabañas equipadas baños y calefacción, para alojamiento de 2 a 12 personas, distribuidas de la siguiente forma: <input type="checkbox"/> <i>Campamento Retamales</i> : 4 Cabañas (5 Personas Máximo) <input type="checkbox"/> <i>Campamento Languarumi</i> : 4 Cabañas (4 Personas Máximo) <input type="checkbox"/> <i>Campamento Luna de Miel</i> 2 Cabañas (2 Personas Máximo) |
| Zona de Camping | Consta de 2 chozas con baño en cada una para que los visitantes instalen su equipo de camping. Dispone de una cocina campestre con banquitos y una mesa redonda para mayor comodidad. |
| Restauran Campestre | Dispone de una cocina campestre con alta cocina nacional e internacional distribuidas con mesas y sillas para mayor comodidad |
| Zona de Pesca | Está ubicado cerca de la laguna Salayambo, para que los visitantes puedan ir a pasear en bote y pescar. |
| Zona de Ordeño y Rodeo | El ordeño se realiza en las mañanas y puede participar todo aquel huésped que lo desee. El rodeo se practica en las tardes solo en grupos de máximo 4 personas. |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Requerimientos del proyecto

Indicaremos los elementos que necesitaremos para el funcionamiento de la Hostería.

Edificios y Construcciones: Muebles, Inmueble y materiales necesarios que se utilizarán para la construcción de nuestra Hostería planteando los siguientes costos:

Tabla 18. Construcción de Hostería

| Edificios y Construcciones | | | |
|--|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Unidades requeridas | Costo Unitario | Costo Total |
| Caseta de oficina, recepción bodega y guardianía | 1 | 2300 | 2300 |
| Vestidores | 1 | 1041,74 | 1041,74 |
| Limpieza general de la obra | 1 | 2418,41 | 2418,41 |
| Replanteo | 20000 | 0,76 | 15200 |
| Desalojo material | 1 | 400 | 400 |
| Muelle | 1 | 1100 | 1100 |
| Instalaciones de rodeo y ordeño | 1 | 15000 | 15000 |
| Construcción área hospedaje | 12 | 15000 | 180000 |

| | | | |
|---------------------|---|-------|------------------|
| Restauran campestre | 1 | 35000 | 35000 |
| Bodega general | 1 | 10000 | 10000 |
| TOTAL | | | 262460,15 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Tabla 19. Muebles y Enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|--|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Unidades requeridas | Costo Unitario | Costo Total |
| Escritorio en L estructura metálica | 2 | 210 | 420 |
| silla de oficina giratoria | 2 | 80,64 | 161,28 |
| archivador metálico de 3 cajones | 1 | 115 | 115 |
| plancha metálica de 5 paneles con refuerzo superior | 1 | 120 | 120 |
| Juego de mesa y sillas para restaurante | 6 | 160 | 960 |
| Camas dobles 2 plazas | 10 | 415 | 4150 |
| Camas individuales de 2 plazas | 6 | 235 | 1410 |
| Camas literas | 10 | 259 | 2590 |
| Mesa de noche rustica decorativa | 12 | 120 | 1440 |
| Elementos para camping y actividades varias turísticas | 1 | 2256,8 | 2256,8 |
| Juego de muebles rustico | 5 | 380 | 1900 |
| Juego de sábanas de 2 plazas | 6 | \$10,00 | 60 |
| Juego de sábanas de 1 plazas | 10 | \$10,00 | 100 |
| Toallas pequeñas | 60 | \$2,00 | 120 |
| Toallas medianas | 60 | \$3,00 | 180 |
| Toallas grandes | 60 | \$5,00 | 300 |
| Cobijas de 2 plazas térmicas | 24 | \$6,00 | 144 |
| Cobijas sobre cama de 2 plazas | 12 | \$20,00 | 240 |
| Cobija de 1 plaza térmicas | 20 | \$5,00 | 100 |
| Cobija sobrecama de 1 plaza | 10 | \$14,00 | 140 |
| Colchón de 2 plazas | 2 | \$27,00 | 54 |
| Colchón de 1 plaza | 27 | \$18,00 | 486 |
| Almohadas | 29 | \$3,00 | 87 |
| Sarten steel coat 30.50cm | 1 | \$22,00 | 22 |
| Cuchara sólida de 33cm | 1 | \$2,54 | 2,54 |

| | | | |
|---|----|---------|-----------------|
| Cuchara ranurada de 33cm | 1 | \$2,85 | 2,85 |
| Cuchara perforada de 33cm | 1 | \$2,30 | 2,3 |
| Cucharón de 12 oz | 1 | \$7,50 | 7,5 |
| Servidor de helado 16 | 1 | \$10,90 | 10,9 |
| Cacerola de 3¾ lts | 3 | \$21,50 | 64,5 |
| Cacerola acero inoxidable de 3 lts | 1 | \$8,00 | 8 |
| Cuchillo normas | 36 | \$1,12 | 40,32 |
| Cucharita modelo arcadia | 36 | \$0,60 | 21,6 |
| Tenedor normal | 36 | \$0,90 | 32,4 |
| Cuchara de sopa | 36 | \$1,20 | 43,2 |
| Espumadera malla de cuadros | 1 | \$4,85 | 4,85 |
| Juego practipomo | 1 | \$2,20 | 2,2 |
| Individuales | 36 | \$4,40 | 158,4 |
| Juego de vajilla sencilla 20 piezas | 4 | \$50,00 | 200 |
| Batidora | 1 | \$31,00 | 31 |
| Pinza multiuso 30cm | 1 | \$3,09 | 3,09 |
| Pinza trabajo pesado 30cm | 1 | \$5,61 | 5,61 |
| Pinza para hielo 15.2cm | 1 | \$0,90 | 0,9 |
| Pinza para espagueti 20.3cm | 1 | \$3,47 | 3,47 |
| Espátula ranurada 36cm | 1 | \$3,76 | 3,76 |
| Espátula sólida de 36cm | 1 | \$3,76 | 3,76 |
| Cuchara sólida para servir | 1 | \$6,80 | 6,8 |
| Cuchillo rebanador | 1 | \$15,56 | 15,56 |
| Olla de acero inoxidable de 8.3 lts | 1 | \$40,00 | 40 |
| Cafetera servidor de acero inoxidable | 2 | \$22,10 | 44,2 |
| Tabla para picar 38.1*50 cm | 1 | \$13,00 | 13 |
| Jarra térmica para bebidas | 2 | \$12,00 | 24 |
| Vasos transparentes | 1 | \$0,78 | 0,78 |
| Dispensador de jabón | 48 | \$9,00 | 432 |
| Cuchillo deshuesador lámina flexible 15cm | 1 | \$7,20 | 7,2 |
| Tenedor trinche | 1 | \$38,15 | 38,15 |
| Afilador diamante redondo | 1 | \$31,50 | 31,5 |
| Jarras servidor de cristal | 3 | \$8,60 | 25,8 |
| Licuada | 1 | \$43,00 | 43 |
| COSTO TOTAL | | | 18931,22 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Tabla 20. Equipos de Computación

| EQUIPOS DE COMPUTO | | | |
|------------------------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| Descripción | Unidades requeridas | Costo Unitario | Costo Total |
| Computador ALL IN ONE | 2 | \$699,00 | \$1.398,00 |
| Impresora multifunción EPSON | 1 | \$266,96 | \$266,96 |
| COSTO TOTAL | | | \$1.664,96 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Tabla 21. Maquinaria

| MAQUINARIA Y EQUIPO | | | |
|----------------------------|----------------------------|-----------------------|--------------------|
| | Unidades requeridas | Costo Unitario | Costo Total |
| Maquinas | 1 | \$4.620,00 | \$4.620,00 |
| COSTO TOTAL | | | \$4.620,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Costos fijos: Dentro de este Plan de Negocios son los que se mantendrán constantes sin importar los cambios en la actividad, es decir, estos costos van a mantenerse igual sin importar el volumen de producción de la empresa limitada, siendo necesarios para mantener la estructura de la organización los siguientes:

- **Personal**

Tabla 22. Personal

| N° de personas | Cargo |
|-----------------------|---------------------------|
| 1 | Gerente |
| 1 | Administrador |
| 2 | Recepcionista |
| 4 | Camarera |
| 2 | Guía Turístico |
| 2 | Cocinero |
| 2 | Asistentes de Cocina |
| 4 | Mesero |
| 2 | Personal de Mantenimiento |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

- **Sueldos**

Tabla 23. Sueldos

| N° de personas | Cargo | Sueldo |
|----------------|---------------------------|------------------|
| 1 | Gerente | \$800,00 |
| 1 | Administrador | \$600,00 |
| 1 | Recepcionista | \$400,00 |
| 1 | Camarera | \$400,00 |
| 1 | Guía Turístico | \$400,00 |
| 1 | Cocinero | \$500,00 |
| 1 | Mesero | \$400,00 |
| 1 | Personal de Mantenimiento | \$400,00 |
| | TOTAL | \$3900,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Costos Variables: Estos costos aumentarán o disminuirán de acuerdo con las variaciones de la actividad, es decir, que los costos variables son proporcionales al nivel de adquisición de los paquetes turísticos de los cuales se presentan los siguientes:

- Compras de insumos de mantenimiento preventivo y correctivo. Representan los materiales para el mantenimiento y uso de los espacios.

Tabla 24. Suministros y Materiales

| SUMINISTROS Y MATERIALES | | |
|--------------------------|---------------|----------------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO MENSUAL | COSTO PROMEDIO ANUAL |
| Útiles de Oficina | \$15,00 | \$180,00 |
| Útiles de Limpieza | \$1.000,00 | \$12.000,00 |
| COSTO TOTAL | | \$12.180,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

- Compras Alimentos

Tabla 25. Compra de Alimento

| MATERIA PRIMA | PRODUCTO | REQUERIMIENTO | COSTO UNITARIO | REQUERIMIENTO MENSUAL |
|---------------|----------|---------------|----------------|-----------------------|
| ALIMENTACIÓN | Lechuga | 20 kg | \$0,68 | 20 |
| | Papas | 25 kg | \$1,02 | 25 |
| | Tomate | 20 kg | \$1,27 | 20 |
| | Naranja | 20 kg | \$1,39 | 20 |
| | Plátano | 15 kg | \$1,03 | 15 |
| | Manzanas | 10 kg | \$2,04 | 10 |

| | | | | |
|--------------------|------------------|-----------|-----------------|----|
| | Tenera | 20 kg | \$6,30 | 20 |
| | Queso Fresco | 1 kg | \$4,70 | 1 |
| | Cubeta de huevos | 10 | \$2,70 | 10 |
| | Arroz | 1qq | \$45,00 | 2 |
| | Pan | 50 kg | \$1,52 | 50 |
| | Leche | 10 litros | \$0,50 | 20 |
| | Otros | | \$500,00 | 1 |
| COSTO TOTAL | | | \$568,15 | |

Servicios Básicos: Son aquellos servicios que nos servirán para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 26. Servicios Básicos

| SERVICIOS BÁSICOS | | |
|--------------------------|----------------------|-----------------------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO MENSUAL | COSTO PROMEDIO ANUAL |
| Luz | \$29,17 | \$350,04 |
| Teléfono celular | \$35,00 | \$420,00 |
| COSTO TOTAL | | \$770,04 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Tabla 27. Estrategias publicitarias

| ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS | | | |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------|------------------|
| Descripción | Costo Unitario | Cantidad | Total |
| Diseño y creación de Página Web | \$500,00 | 1 | \$500,00 |
| Redes Sociales | \$250,00 | 2 | \$750,00 |
| Posicionamiento CEO | \$270,00 | 1 | \$250,00 |
| Valla Publicitaria | \$200,00 | 5 | \$1000,00 |
| TOTAL | | | \$2520,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Para la promoción, difusión y publicidad es importante implementar estrategias publicitarias que de acuerdo con la capacidad financiera y las necesidades inmediatas se recurrirá a un monto de \$ 2520,00, como fase inicial del plan de publicidad.

Tabla 28. Gastos de Constitución

| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | |
|-------------------------------|--------------------|
| DESCRIPCIÓN | GASTO TOTAL |
| Honorarios profesionales | \$1.000,00 |
| Licencias permisos y patentes | \$500,00 |
| Notario Público | \$400,00 |
| Registro de la Propiedad | \$50,00 |
| GASTO TOTAL | \$1.950,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Gastos administrativos: Los gastos administrativos son de gran importancia ya que son necesarios a la hora de ejecutar la forma de cómo va a funcionar y organizar la empresa.

Tabla 29. Gastos de Constitución

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
|-------------------------------|---------------------|
| DETALLE | COSTO |
| Sueldos y Salarios | \$134.174,40 |
| Suministros y Materiales | \$12.180,00 |
| Gastos Pre-Operacionales | \$1.950,00 |
| Gastos de Servicios Básicos | \$770,04 |
| Honorarios Profesionales | \$1.200,00 |
| | |
| TOTAL | \$150.274,44 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

ESTUDIO ECONÓMICO

Inversión inicial En esta etapa analizara todos los recursos necesarios para desarrollar el plan de negocio. Es decir, la inversión inicial necesaria para el proyecto, y por otro, las necesidades financieras para acometer la actividad una vez puesta en marcha la empresa.

Tabla 30. Inversión inicial

| INVERSIÓN INICIAL | |
|-----------------------------------|--------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR |
| Capital de Trabajo | \$51.156,00 |
| TOTAL, INVERSIÓN CORRIENTE | \$51.156,00 |
| Trámites de Registro | \$1.000,00 |
| Impacto Ambiental | \$18.000,00 |

| | |
|--|---------------------|
| Terrenos | \$50.000,00 |
| Construcción de Hostería y demás instalaciones | \$202.460,15 |
| Muebles y Enseres | \$15.153,08 |
| Maquinaria | \$4.620,00 |
| Equipos de Computación | \$965,00 |
| Paneles Solares | \$12.000,00 |
| Publicidad y Promoción | \$2.520,00 |
| Suministros y Materiales | \$2.076,00 |
| Alimentos | \$442,00 |
| TOTAL INVERSIÓN FIJA | \$309.236,23 |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | \$360.392,23 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Como se puede observar la tabla anterior para la ejecución de la Hostería Ecoturista se necesitará una inversión inicial de \$360.392,23.

Depreciación y Amortización

Para realizar la depreciación y Amortización de los activos fijos se ha aplicado el método de línea recta, con la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{valor actual} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil en años}}$$

Tabla 31. Depreciación

| Cuentas | Costo | % depreciación | Valor residual | Vida útil años | Depreciación anual |
|--|--------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|
| Construcción de Hostería y demás instalaciones | \$202.460,15 | 5% | \$10.123,01 | 20 | \$9.616,86 |
| Muebles y enseres | \$18.931,22 | 10% | \$1.893,12 | 10 | \$1.703,81 |
| Maquinaria | \$4.620,00 | 10% | \$462,00 | 10 | \$415,80 |
| Equipos de Computación | \$965,00 | 33% | \$321,63 | 3 | \$214,46 |
| TOTAL DEPRECIACIONES | | | | | \$11.950,92 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Amortización: Los activos diferidos también se amortizan, como lo presentamos en la siguiente tabla:

Tabla 32. Amortización

| Concepto | Costo | Amortización | T. Anual |
|------------------------------|---------|--------------|-----------------|
| Gastos de constitución | 1000 | 20% | \$200,00 |
| Suministros y Materiales | 2076,00 | 20% | \$415,20 |
| TOTAL, AMORTIZACIONES | | | \$615,20 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Financiación: Como se mencionó para financiar el proyecto se va necesitar el 40% del capital de los socios y el 60% de las instituciones Financieras como el Banco de Pichincha las cuales se detallan a continuación:

Tabla 33. Financiación

| Detalle | Porcentaje de aportación | Valor |
|----------------------------|--------------------------|------------------|
| Aporte de los socios | 40% | 144156,89 |
| Capital financiado | 60% | 216235,34 |
| Inversión requerida | 100% | 360392,23 |
| TASA ACTIVA ACTUAL | 15,30% | |
| PLAZO AÑOS | 5 | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Amortización del Préstamo: En relación a lo expuesto se detalla la tabla de amortización del préstamo que se va a solicitar:

Tabla 34. Amortización del Préstamo

| PERIODO | DEUDA ANUAL | INTERÉS ANUAL |
|--------------|------------------|-----------------|
| 2021 | 49257,33 | 6010,26 |
| 2022 | 47933,97 | 4686,90 |
| 2023 | 46610,61 | 3363,54 |
| 2024 | 45287,25 | 2040,18 |
| 2025 | 43963,89 | 716,82 |
| TOTAL | 233053,04 | 16817,70 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Escenarios de Proyección

Para el presente proyecto trabajamos con la inflación a junio del 2020, dato otorgado por el Banco Central del Ecuador, mismo que se estima en 0,39%.

Para formalizar el presupuesto de operación de nuestra empresa de nuestra hostería, realizaremos los presupuestos de ingresos y egresos que tendrá la misma.

Presupuesto de Compras

Comenzaremos resumiendo los datos de la demanda insatisfecha que aspiramos cubrir.

Tabla 35. Demanda Insatisfecha por cubrir

| DEMANDA INSATISFECHA POR CUMPLIR | | | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TIPO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| HOSPEDAJE | 53619 | 54792 | 55966 | 57139 | 58312 |
| TOTAL | 53619 | 54792 | 55966 | 57139 | 58312 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Tabla 36. Compras Proyectadas

| COMPRAS PROYECTADAS | | | | | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| TOTAL | \$277.960,90 | \$284.043,80 | \$290.125,67 | \$296.207,54 | \$302.289,41 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Para obtener las compras proyectadas se tomó el 60% de las ventas proyectadas

Presupuesto de Ventas

Se tomará en cuenta el 27% de la demanda insatisfecha multiplicando por el precio de venta al público y considerando el 80% de la capacidad instalada proyectado para 5 años.

Tabla 37. Presupuesto de Ventas

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| HOSPEDAJE | 463268,16 | 473406,34 | 483542,78 | 493679,23 | 503815,68 |
| TOTAL | 463268,16 | 473406,34 | 483542,78 | 493679,23 | 503815,68 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Gastos administrativos

Se presenta las proyecciones de los 5 años de sueldos y Salarios de nuestro personal

Tablas 38. Sueldos y Salarios

| CARGO | N ^o | Sueldo | IESS Persona 19,45% | Líquido a pagar | IESS Patronal 11.15% | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Líquido a Pagar Anual | Año 1 | Año2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|----------------|-------------|---------------------|-----------------|----------------------|----------------|---------------|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gerente | 1 | 800 | 75,6 | 724,40 | 89,2 | 800 | 400 | 11870,4 | 11916,69 | 11963,169 7 | 12009,82 6 | 12056,664 4 | 12103,685 3 |
| Administrador | 1 | 600 | 56,7 | 543,30 | 66,9 | 600 | 400 | 9002,8 | 9037,91 | 9073,16 | 9108,54 | 9144,07 | 9179,73 |
| Recepcionista | 2 | 800 | 75,6 | 724,40 | 89,2 | 800 | 800 | 12270,4 | 12318,25 | 12366,30 | 12414,52 | 12462,94 | 12511,55 |
| Camarera | 4 | 1600 | 151,2 | 1448,80 | 178,4 | 1600 | 1600 | 24540,8 | 24636,51 | 24732,59 | 24829,05 | 24925,88 | 25023,09 |
| Guía Turístico | 2 | 800 | 75,6 | 724,40 | 89,2 | 800 | 800 | 12270,4 | 12318,25 | 12366,30 | 12414,52 | 12462,94 | 12511,55 |
| Cocinero | 2 | 1000 | 94,5 | 905,50 | 111,5 | 1000 | 800 | 15138 | 15197,04 | 15256,31 | 15315,81 | 15375,54 | 15435,50 |
| Asistente de Cocina | 2 | 800 | 75,6 | 724,40 | 89,2 | 800 | 800 | 12270,4 | 12318,25 | 12366,30 | 12414,52 | 12462,94 | 12511,55 |
| Mesero | 4 | 1600 | 151,2 | 1448,80 | 178,4 | 1600 | 1600 | 24540,8 | 24636,51 | 24732,59 | 24829,05 | 24925,88 | 25023,09 |
| Personal de Mantenimiento | 2 | 800 | 75,6 | 724,40 | 89,2 | 800 | 800 | 12270,4 | 12318,25 | 12366,30 | 12414,52 | 12462,94 | 12511,55 |
| TOTAL | | 8800 | | 7968,40 | | | | 134174,4 | 134697,68 | 135223,00 | 135750,37 | 136279,80 | 136811,29 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Es importante plantear la proyección de los 5 años y así definir los útiles de oficina que se requerirán para la parte administrativa de la empresa como son resmas de hojas, esferos, carpetas, archivadores, etc.

Tabla 39. Proyección de Gastos de suministros y materiales

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Útiles de Oficina | 180,70 | 181,41 | 182,11 | 182,82 | 183,54 |
| Útiles de Limpieza | 783,04 | 786,10 | 789,16 | 792,24 | 795,33 |
| TOTAL | 963,74 | 967,50 | 971,28 | 975,06 | 978,87 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

En la siguiente tabla se indicará la proyección de los gastos administrativos la cual detallamos a continuación:

Tabla 40. Proyección de Gastos Administrativos

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Sueldos y Salarios | \$134.697,68 | \$135.223,00 | \$135.750,37 | \$136.279,80 | \$136.811,29 |
| Suministros y Materiales | \$12.087,43 | \$12.134,57 | \$12.181,90 | \$12.229,41 | \$12.277,10 |
| Gastos Pre-Operacionales | \$1.950,00 | \$1.950,00 | \$1.950,00 | \$1.950,00 | \$770,04 |
| Gastos de Servicios Básicos | \$764,19 | \$767,17 | \$770,16 | \$773,16 | \$776,18 |
| Honorarios Profesionales | \$1.204,68 | \$1.204,68 | \$1.204,68 | \$1.204,68 | \$1.204,68 |
| TOTAL | \$150.703,98 | \$151.279,42 | \$151.857,11 | \$152.437,05 | \$151.839,29 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Cuentas por pagar

En esta etapa detallaremos el pago del préstamo que solicitaremos a Banco Pichincha, Esta proyección la realizaremos en base a la tabla de amortización del préstamo que realizamos anteriormente, presentada anualmente.

Tabla 41. Cuentas por Pagar

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Préstamo | 49257,33 | 47933,97 | 46610,61 | 45287,25 | 43963,89 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Costos de operación

Determinamos los costos fijos y costos variables, en las tablas a continuación:

Tabla 42. Costos de Producción General

| COSTO DE PRODUCCIÓN GENERAL | | | | | |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑO 1 | AÑO2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Costos Fijos | 155854,13 | 155066,15 | 154280,26 | 151792,66 | 151010,97 |
| Sueldos y Salarios | 134697,68 | 135223,00 | 135750,37 | 136279,80 | 136811,29 |
| Servicios Básicos | 773,04 | 776,06 | 779,08 | 782,12 | 785,17 |
| Depreciaciones | 11950,92 | 11950,92 | 11950,92 | 10247,11 | 10247,11 |
| Amortizaciones | 615,20 | 615,20 | 615,20 | 615,20 | 615,20 |
| Publicidad y Promoción | 843,28 | 846,56 | 849,87 | 853,18 | 856,51 |
| Suministros y Materiales | 963,74 | 967,50 | 971,28 | 975,06 | 978,87 |
| Interés | 6010,26 | 4686,90 | 3363,54 | 2040,18 | 716,82 |
| Costos Variables | 11587,21 | 11632,40 | 11677,77 | 11723,31 | 11769,04 |
| Materia Prima | 11587,21 | 11632,40 | 11677,77 | 11723,31 | 11769,04 |
| COSTO TOTAL | 167441,34 | 166698,55 | 165958,03 | 163515,97 | 162780,00 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio lo detallamos a continuación:

Tabla 43. Punto de Equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|----------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| DETALLE | AÑO 1 | AÑO2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Costos Fijos | 155854,13 | 155066,15 | 154280,26 | 151792,66 | 151010,97 |
| Costos Variables | 11587,21 | 11632,40 | 11677,77 | 11723,31 | 11769,04 |
| Ventas | 463268,16 | 473406,34 | 483542,78 | 493679,23 | 503815,68 |
| Punto de equilibrio | 159852,34 | 158972,37 | 158098,41 | 155484,93 | 154622,93 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

El punto de equilibrio nos indica que en el primer año debemos vender \$463268,16 pero las ventas proyectadas nos indican que venderemos alrededor de

\$159852,34 en el primer año, por lo que podemos ver que las ventas están por encima del punto de equilibrio siendo esto viable.

Líneas de Negocios

En el área de ecoturismo se manejan diferentes líneas de negocio en el que las empresas pueden mantener un desarrollo sostenible. Pero se debe considerar las nuevas líneas de negocio, debido a la oferta y demanda del mercado. En esta propuesta se debe considerar además la ubicación y los recursos disponibles del Sector Pansache Retamales. En definitiva, tras el análisis contextual en el que debemos mantenernos al margen del Punto de Equilibrio Financiero se pretende abordar las siguientes líneas de negocios para un desarrollo sostenible y sustentable que respete los recursos naturales del sector:

- **Hospedaje** (paseo a caballo, paseos en bote, pesca deportiva, rodeo): Ecoturismo es viajar con responsabilidad y preservar áreas naturales y apoyar el bienestar de la población local.
- **Alimentación** (almuerzo, merienda, platos a la carta): Ecoturismo es viajar con responsabilidad y preservar áreas naturales y apoyar el bienestar de la población local.

Es importante mencionar que la Hostería que se pretende, está enmarcada en el área verde y en el respeto a la naturaleza, como también busca el desarrollo sostenible y sustentable para apoyar al bienestar socioeconómico de la población. Pensando en la asequibilidad del producto se unifican estas líneas de negocio, y se propone unificar los servicios en un solo paquete, para que el turista pueda tener una experiencia completa en el que conozca todas las bondades naturales que brinda el Sector Pansache.

Estados Financieros

También conocidos como informes financieros o estados contables, los cuáles es el reflejo de la contabilidad de una empresa donde se muestra la estructura económica de la misma.

Estrategia de Precio

Los precios dependen de la competencia del sector, además se debe considerar la demanda y la oferta de los productos ofrecidos por la Hostería. Las estrategias de precio es un factor importante dentro de la empresa ya que de él depende que exista una buena demanda de los productos y lograr tener una posición competitiva dentro del mercado. Basándose en la oferta y demanda, se propone estrategias de precio en base a la Oferta, puesto que se puede recorrer el camino de la publicidad actual de las redes sociales, para atraer el interés del consumidor al exhibirle diferentes descuentos de temporada.

Tabla 44. Estrategia de Precio

| | |
|---|--|
| OBJETIVO Tener un precio competitivo en el mercado | ESTRATEGIA <ul style="list-style-type: none">• Descuentos en visita de grupos |
| POLÍTICA Aplica descuento con la visita de 10 personas o más. | ACCIONES <ul style="list-style-type: none">• Difusión en redes sociales |
| RESPONSABLES Gerente | TIEMPO En temporada baja. |
| PRESUPUESTO 10% descuento | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando.

Fuente: Propia

Estado de resultados

Este reporte financiero quien se basará en un periodo determinado n ingresos obtenidos, nos muestra detalladamente los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha sido generado en un periodo de tiempo y de esta manera analizar la información y tomar decisiones.

Tabla 45. Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos por ventas | 463268,16 | 473406,34 | 483542,78 | 493679,23 | 503815,68 |
| Costo de Ventas | 11587,21 | 11632,40 | 11677,77 | 11723,31 | 11769,04 |
| Utilidad Bruta | 451680,95 | 461773,93 | 471865,01 | 481955,92 | 492046,64 |
| Gastos operacionales | 151547,26 | 152125,99 | 152706,97 | 153290,23 | 152695,80 |
| Gastos administrativos | 150703,98 | 151279,42 | 151857,11 | 152437,05 | 151839,29 |
| Gastos de Ventas | 843,28 | 846,56 | 849,87 | 853,18 | 856,51 |
| Utilidad Operacional | 300133,69 | 309647,94 | 319158,04 | 328665,69 | 339350,85 |
| Gastos Financieros | 6010,26 | 4686,90 | 3363,54 | 2040,18 | 716,82 |
| Utilidad antes de Impuestos | 294123,43 | 304961,04 | 315794,50 | 326625,51 | 338634,03 |
| 15% Participación trabajadores | 44118,51 | 45744,16 | 47369,17 | 48993,83 | 50795,10 |
| Utilidad después de participación | 250004,91 | 259216,89 | 268425,32 | 277631,68 | 287838,92 |
| 25% Imp. a la renta | 62501,23 | 64804,22 | 67106,33 | 69407,92 | 71959,73 |
| Utilidad antes de reservas | 187503,69 | 194412,67 | 201318,99 | 208223,76 | 215879,19 |
| Reserva Legal (10% sociedades) | 18750,37 | 19441,27 | 20131,90 | 20822,38 | 21587,92 |
| Resultado del Período | 168753,32 | 174971,40 | 181187,09 | 187401,39 | 194291,27 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Con el estado de resultados podemos analizar a simple vista que la actividad de nuestra empresa nos dejará utilidad después de cada ejercicio.

Estado de flujo de caja

Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

Tabla 46. Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DETALLE | Pre Operacionales | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos Operacionales | | | | | | |
| Ingresos por Ventas | 0,00 | 463268,16 | 473406,34 | 483542,78 | 493679,23 | 503815,68 |
| Egresos Operacionales | | | | | | |
| Materia Prima | 0,00 | 11587,21 | 11632,40 | 11677,77 | 11723,31 | 11769,04 |
| | | 147128,17 | 147701,97 | 148278,01 | 148856,29 | 149436,83 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldos y Salarios | 0,00 | 134697,68 | 135223,00 | 135750,37 | 136279,80 | 136811,29 |
| Gastos de Venta | | 843,28 | 846,56 | 849,87 | 853,18 | 856,51 |
| Flujo Operacional | 0,00 | 316139,99 | 325704,37 | 335264,78 | 344822,94 | 354378,85 |
| Ingreso no Operacional | 360392,23 | 12566,12 | 12566,12 | 12566,12 | 10862,31 | 10862,31 |
| Créditos a largo plazo | 216235,34 | | | | | |
| Aportes de capital | 144156,89 | | | | | |
| Depreciación | | 11950,92 | 11950,92 | 11950,92 | 10247,11 | 10247,11 |
| Amortización (Act. Dif.) | | 615,20 | 615,20 | 615,20 | 615,20 | 615,20 |
| Egresos no Operacionales | 309236,23 | 155877,04 | 158482,32 | 161086,09 | 163688,97 | 166718,69 |
| Pago de interés | | 6010,26 | 4686,90 | 3363,54 | 2040,18 | 716,82 |
| Pago de créditos a largo plazo | | 43247,04 | 43247,04 | 43247,04 | 43247,04 | 43247,04 |
| Pago participación utilidades | | 44118,51 | 45744,16 | 47369,17 | 48993,83 | 50795,10 |
| Pago de impuestos | | 62501,23 | 64804,22 | 67106,33 | 69407,92 | 71959,73 |
| Activos Corrientes | 4620 | | | | | |
| Activos Diferidos | 442,00 | | | | | |
| Flujo No operacional | 51156,00 | 143310,92 | 145916,20 | 148519,96 | 152826,65 | 155856,38 |
| Flujo Neto Generado | 51156,00 | 172829,07 | 179788,17 | 186744,81 | 191996,28 | 198522,47 |
| Saldo inicial de caja | | 51156,00 | 223985,07 | 403773,24 | 590518,05 | 782514,33 |
| Saldo Final de caja | 51156,00 | 223985,07 | 403773,24 | 590518,05 | 782514,33 | 981036,80 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Para analizar el flujo de caja se ha tomado en cuenta los ingresos operacionales, esto quiere decir todo lo relacionado a las ventas esperadas que viene de la demanda insatisfecha pretendiendo obtener una participación en el mercado del 27% y tomando en cuenta el 80% del total de plazas utilizadas al año que en nuestro caso sería de 32 plazas de hospedaje, también se tomó en cuenta los Egresos Operacionales donde se encuentra la Materia prima, los sueldos y salarios y los

gastos de ventas (la publicidad online) cada uno de estos proyectados para los 5 años.

Analizando el flujo de caja podemos conocer que para el primer año se dispone de \$223985,07 de liquidez, y para el quinto año \$ 981036,80 puede ver año tras año va aumentando lo que es favorable. Dentro de los Ingresos no Operacionales están los créditos a largo plazo que va a tener la empresa dicho valor viene del 60% de Financiamiento que tendremos con el Banco y la cuenta aporte de capital que es el 40% del total de la inversión inicial que es por aporte de los socios, también tomando en cuenta las depreciaciones y amortizaciones de nuestros activos diferidos.

Los Egresos Operacionales donde se tomó en cuenta el pago del interés que vamos a tener anualmente por el préstamo que se pretende obtener, pago de créditos a largo plazo, pago participación utilidades, pago de impuestos también tenemos los activos Corrientes como la maquinaria y los activos diferidos y así se pudo obtener los saldos finales de caja correspondientes a los 5 años a los cuales se proyectaron donde para el primer año se dispone de \$223985,07 de liquidez, y para el quinto año \$ 981036,80 donde se puede ver año tras año va incrementando lo que es favorable para la empresa

Balance general

Refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa.

Tabla 47. Balance General

| BALANCE GENERAL | | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVO | | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | |
| Caja - Bancos | 223985,07 | 403773,24 | 590518,05 | 782514,33 | 981036,80 |
| Total Activo Corriente | 223985,07 | 403773,24 | 590518,05 | 782514,33 | 981036,80 |
| ACTIVO FIJO | | | | | |
| Edificio | 202460,15 | 192843,293 | 183226,436 | 173609,579 | 163992,722 |
| (Dep. Acum. Edificio) | 9616,85713 | 9616,85713 | 9616,85713 | 9616,85713 | 9616,85713 |
| Muebles y enseres | 18931,22 | 17227,4102 | 15523,6004 | 13819,7906 | 12115,9808 |

| | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| (Dep. Acum. Equipo de uebles y Enseres | 1703,8098 | 1703,8098 | 1703,8098 | 1703,8098 | 1703,8098 |
| Maquinaria y Equipo | 4620 | 4204,20 | 3786,40 | 3370,60 | 2954,80 |
| (Dep. Acum. Maquinaria y Equipo) | 415,80 | 415,80 | 415,80 | 415,80 | 415,80 |
| Equipos de Computación | 965,00 | 750,54 | 536,09 | 321,63 | 107,18 |
| (Dep. Acum. Equipos de Computación) | 214,46 | 214,46 | 214,46 | 214,46 | 214,46 |
| Total Activo Fijo | 215025,45 | 203074,53 | 191121,60 | 179170,68 | 167219,76 |
| TOTAL ACTIVO | 439010,52 | 606847,76 | 781639,65 | 961685,01 | 1148256,56 |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | |
| Préstamos Bancarios | 49257,33 | 47933,97 | 46610,61 | 45287,25 | 43963,89 |
| Impuesto a la renta por pagar | 62501,23 | 64804,22 | 67106,33 | 69407,92 | 71959,73 |
| Participación por pagar | 44118,51 | 45744,16 | 47369,17 | 48993,83 | 50795,10 |
| Total Pasivo Corriente | 155877,07 | 158482,35 | 161086,11 | 163688,99 | 166718,72 |
| TOTAL PASIVO | 155877,07 | 158482,35 | 161086,11 | 163688,99 | 166718,72 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital Social | 360392,23 | 360392,23 | 360392,23 | 360392,23 | 360392,23 |
| Utilidades retenidas | 96009,15 | 68531,92 | 240029,41 | 416781,41 | 599557,69 |
| Reserva Legal | 18750,37 | 19441,27 | 20131,90 | 20822,38 | 21587,92 |
| TOTAL PATRIMONIO | 283133,45 | 448365,41 | 620553,54 | 797996,02 | 981537,83 |
| TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO | 439010,52 | 606847,76 | 781639,65 | 961685,01 | 1148256,56 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Razones Financieras

Razones de liquidez

Capacidad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo de las cuáles tenemos las siguientes:

Capital Neto de Trabajo. - Demuestra el monto de dinero que tendría la empresa luego del pago de los pasivos a corto plazo.

Fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo (CNT)} = \text{activo corriente} - \text{pasivo corriente}$$

Tabla 48. Capital de Trabajo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Capital neto de trabajo | 68108,00 | 245290,89 | 429431,93 | 618825,34 | 814318,07 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: Con los resultados se puede analizar que la empresa si contará con los recursos necesarios para cumplir con las obligaciones.

Razón Corriente. - Razón circulante donde determinaremos la capacidad que tiene la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo.

Fórmula:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$$

Tabla 49. Razón Corriente

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Razón Corriente | 1,44 | 2,55 | 3,67 | 4,78 | 5,88 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: Con los resultados obtenidos podemos decir que por cada dólar invertido \$1,44 tendremos en el primer año para cumplir con las obligaciones a corto plazo y para los próximos 4 años sigue ascendiendo.

Razones de apalancamiento

Razón de Endeudamiento Externo. – Son todos los activos que la empresa obtuvo por medio de una deuda.

Fórmula:

$$\text{Razón de Endeudamiento externo} = \frac{\text{Pasivo Total} * 100\%}{\text{Activo Total}}$$

Tabla 50. Razón de Endeudamiento Externo

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Razón de Endeudamiento externo | 36% | 26% | 21% | 17% | 15% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: Según los datos obtenidos podemos decir que el 36% hemos obtenido por medio de deuda.

Razón de Endeudamiento Interno. - **Aquí se podrá medir la relación que tiene el activo total con el patrimonio.**

Fórmula:

$$\text{Razón de Endeudamiento interno} = \frac{\text{Patrimonio} * 100\%}{\text{Activo Total}}$$

Tabla 51. Razón de Endeudamiento Interno

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Razón de Endeudamiento Interno | 64% | 74% | 79% | 83% | 85% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: El activo Total estará para el primer año el 64% financiado por los accionistas de la empresa.

Razón de rentabilidad

Los indicadores que vamos a utilizar son los siguientes:

Margen neto de utilidades. - Nos indicará la tasa de utilidad que obtuvimos de las ventas y otros ingresos de la empresa.

Fórmula:

$$\text{Margen neto de utilidades} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 52. Margen neto de utilidades

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Margen neto de Utilidades | 36,43% | 36,96% | 37,47% | 37,96% | 38,56% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: De los resultados obtenidos el rendimiento de nuestra empresa es de 36,43% lo que significa que por cada \$100 dólares de ventas obtendremos una ganancia neta de \$36,43 en el primer año.

Margen bruto de utilidad. - **Aquí tendremos en cuenta la diferencia que existe entre el precio de venta que se desea comercializar y el costo de producción.**

Fórmula:

$$\text{Margen bruto en ventas} = \frac{\text{Utilidad bruto en ventas} * 100\%}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 53. Margen bruto en ventas

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Margen Bruto de utilidad | 97,50% | 65,41% | 97,58% | 97,63% | 97,66% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: El Margen Bruto en Ventas en el primer año un 97,50% por lo que podemos analizar que la empresa va a tener una utilidad alta.

Rentabilidad sobre el capital. - **La rentabilidad del capital nos permite observar cual es la rentabilidad con respecto al capital invertido por los socios.**

Fórmula:

$$\text{Rentabilidad sobre el capital} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Capital}}$$

Tabla 54. Rentabilidad sobre el capital

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Rentabilidad sobre el capital | 46,82% | 48,55% | 50,27% | 52,00% | 53,91% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusiones: Con los resultados obtenidos nos indica que hay una rentabilidad sobre el capital de un 46,82% en el primer año.

Rentabilidad sobre el patrimonio. – **Nos ayuda a identificar la rentabilidad que ofrece a los socios este proyecto sobre el capital que ellos invirtieron.**

Fórmula

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta} * 100\%}{\text{Patrimonio}}$$

Tabla 55. Rentabilidad sobre el patrimonio

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Rentabilidad sobre el patrimonio | 59,6% | 39,0% | 29,2% | 23,5% | 19,8% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: La rentabilidad de la empresa sobre el patrimonio es de 59,6% en el primer año esto nos quiere decir que la empresa poseerá una rentabilidad eficiente en función de los recursos propios.

ESTUDIO FINANCIERO

Mediante el Estudio Financiero analizaremos si el presente proyecto es viable o no para su implementación y de esta manera cumplir con los objetivos planteados.

Tomaremos en cuenta las herramientas financieras que nos permitan conocer los resultados las cuáles serán las siguientes:

- Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Valor actual neto (VAN)

- Período de recuperación del capital invertido
- Relación costo beneficio
- Análisis de Sensibilidad

Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR). - Permitirá conocer la rentabilidad mínima que desea obtener sobre alguna inversión tomando en cuenta los riesgos como el costo de oportunidad.

$$TMAR = i + f + if$$

Dónde:

i = Premio al riesgo que no es otra cosa que el Beneficio que vamos a recibir por arriesgar nuestro capital

f = tasa de inflación

Para estimar el riesgo de inversión se considera un “riesgo medio” ya que debemos considerar la demanda variable por temporadas

Tabla 56. TMAR

| TMAR | | | |
|----------------------|-------------------|-------|--------|
| Premio al riesgo (i) | tasa de inflación | i x f | TMAR |
| 36,43 | 0,0039 | 0,14 | 36,57% |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

La tasa de descuento aceptable de rendimiento es superior a la (TMAR) con un 36.57% por lo que se determina que el proyecto puede generar ganancias, ya que el valor TMAR es superior a la inflación estimada en el Ecuador, deduciendo que el proyecto será redituable

Valor Actual Neto (VAN). – Se Determinará si el proyecto es viable o no ayudará a conocer se obtendrá ganancia a la empresa.

Fórmula:

$$VAN = \frac{FN0}{1+i^n} + \frac{FN1}{1+i^n} + \frac{FN2}{1+i^n} + \frac{FNn}{1+i^n} - I_0$$

Dónde:

FN= Flujo de efectivo neto

n= número de períodos considerado
i= tasa de interés de actualización
Io= Inversión inicial

Tabla 57. VAN

| VAN | | | | | |
|-------------------------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Flujo neto | 172829,07 | 179788,17 | 186744,81 | 191996,28 | 198522,47 |
| Factor de actualización | 1,15 | 1,33 | 1,53 | 1,77 | 2,04 |
| FN(1+i) ⁿ | 149895,11 | 135239,17 | 121831,79 | 108636,46 | 97423,36 |
| Subtotal | 613025,90 | | | | |
| Inversión inicial | 360392,23 | | | | |
| VAN | 252633,67 | | | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: Al obtener un valor VAN de 252633,67 podemos decir que el proyecto presenta rentabilidad y es aceptable.

Tasa Interna De Retorno. - Determinando el TIR nos permitirá conocer si el proyecto que queremos invertir es viable.

Tabla 58. TIR

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Flujo del efectivo | -360392,23 | 172829,07 | 179788,17 | 186744,81 | 191996,28 | 198522,47 |
| TIR | 42% | | | | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusión: Hemos obtenido un TIR de 42% por lo que quiere decir que tendremos una ganancia del 42% lo que es aceptable.

Periodo de recuperación. – Con esta herramienta mediremos el tiempo que se va a recuperar la inversión realizada para el proyecto.

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

Dónde:

a = año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

Tabla 59. Periodo de recuperación

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Flujo efectivo | 172829,07 | 179788,17 | 186744,81 | 191996,28 | 198522,47 |
| Flujos acumulados | 172829,07 | 352617,24 | 539362,05 | 731358,33 | 929880,80 |
| Inversión inicial | 360392,23 | | | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

$$PRI = 1 + \frac{(360392,23 - 172829,07)}{179788,17} = 2,04 \text{ (años)}$$

$$2,04 * 12 = 24,52$$

$$24,52 - 24 = 0,52$$

$$0,52 * 30 = 15,57$$

De los resultados obtenidos tenemos que nuestra inversión inicial se recuperará en 24 meses 16 días.

Relación Costo Beneficio. - Nos permitirá conocer si el proyecto es viable en comparación a otros es decir si dicha inversión tiene rentabilidad.

Fórmula:

$$\text{Relación costo beneficio} = \frac{\text{Flujos netos}}{\text{Inversión inicial}}$$

Tabla 60. Relación costo beneficio

| PERIODO | INGRESO POR VENTAS | COSTOS |
|------------------------|--------------------|----------------|
| 1 | 463268,16 | 167441,34 |
| 2 | 473406,34 | 166698,55 |
| 3 | 483542,78 | 165958,03 |
| 4 | 493679,23 | 163515,97 |
| 5 | 503815,68 | 162780,00 |
| SUMA INGRESOS | | \$1.599.938,63 |
| SUMA EGRESOS | | \$551.290,45 |
| COSTO INVERSIÓN | | \$911.682,68 |
| R/C | | 1,75 |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Conclusión: Después de haber analizado las herramientas financieras podemos decir que por cada dólar que invirtiendo se obtendrá un beneficio de \$1,75.

Análisis de la Sensibilidad Económica. - Nos ayudará a tomar las decisiones correctas, también nos permitirá visualizar directamente las ventajas y desventajas que posee algún proyecto que deseáramos invertir.

Tabla 61. Análisis de Sensibilidad

| INDICADORES | TMAR | VAN | TIR | PRI | RC/B | RESULTADO |
|------------------------------|--------|-----------|-----|---------------------|--------|-----------|
| Proyecto | 36,57% | 252633,67 | 42% | 24 meses 16 días | \$1,75 | VIABLE |
| Costo de Materia prima (-5%) | 36,64% | 253871,41 | 42% | 24 meses 14 días | \$1,76 | VIABLE |
| Sueldos (-10%) | 38,07% | 278673,35 | 44% | 23 meses 15 días | \$1,84 | VIABLE |
| Precio de Venta (-5%) | 35,46% | 201635,62 | 37% | 26 meses 25 días | \$1,67 | VIABLE |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Interpretación: Hemos obtenido los siguientes resultados una tasa mínima de rendimiento 36,57% el valor neto es de 252633,67, la tasa interna de retorno

representa el 42%, se pretende recuperar la inversión en 24 meses 16 días, el costo beneficio por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$1,75 por lo que permite conocer que el proyecto es viable para su ejecución.

Para el análisis de sensibilidad económica se tomó en cuenta algunas variables para saber si nuestro proyecto seguirá siendo viable:

Al bajar el costo de la materia prima en un 5% tuvimos una tasa mínima de rendimiento del 36,64% el valor neto es de 253871,41 la tasa interna de retorno representa el 42%, recuperando la inversión en 24 meses 14 días, así como costo beneficio por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$1,76 siendo este también viable.

Reduciendo un 10% en costos de Sueldos y Salarios se obtuvo una tasa mínima de rendimiento del 38,07% el valor neto es de 278673,35 la tasa interna de retorno representa el 44%, se pretende recuperar la inversión en 23 meses 15 días, así como el indicador costo beneficio por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$1,84 siendo este viable.

Disminuyendo un 5% en el precio de venta se obtuvo una tasa mínima de rendimiento del 35,46% el valor neto es de 201.635,62, la tasa interna de retorno representa el 37%, se pretende recuperar la inversión en 26 meses 25 días, así como el indicador costo beneficio por cada dólar invertido se tendrá un beneficio de \$1,67 siendo este viable.

Estrategias del Marketing Mix

Estrategia de Producto

Son las características que se tomará en cuenta al momento de ofrecer nuestro servicio dentro y fuera de la Hostería hacia nuestros clientes.

Tabla 62. Estrategias de Producto

| OBJETIVO | ESTRATEGIA |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Satisfacer las expectativas de los clientes y hacer una experiencia única la visita a la hostería. | <p>Ordeño y rodeo: Son actividades tradicionales del sector, pensadas con el fin de rescatar tradiciones. El ordeño se realiza en las mañanas y puede participar todo aquel huésped que lo desee. El rodeo se practica dos veces al año y los tours en esas fechas son especiales.</p> |

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">POLÍTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los tours en fechas de rodeo. | <p style="text-align: center;">ACCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se dará preferencia a nuestros clientes. |
| <p style="text-align: center;">RESPONSABLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente | <p style="text-align: center;">TIEMPO</p> <p>Paquetes en los meses de junio y diciembre</p> |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

2.9.1.1 Nombre de la Empresa

Al hacer un análisis la empresa cuenta con 2 socios el primer socio es el Sr. Gilberto Molina y el segundo socio es el Sr. Fernando Molina Álvarez, nuestra hostería llevara el nombre comercial de **“PANSACHE RETAMALES ECOHOSTERIA”**

2.9.1.2 Logotipo

El Logotipo que nos identificará describe de buena manera lo queremos ofrecer a nuestros clientes, expresa el contacto con la naturaleza y tener una experiencia inolvidable.

Gráfico 7. Logotipo



Elaborado por: Molina Alvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Colores que se utilizarán para la marca y la empresa. - **En nuestra empresa se utilizará colores primarios que serán los siguientes:**

Verde: Significa la naturaleza, aire libre y es importante este color para nuestra empresa ya que expresamos el interés por conservar el medio ambiente.

Negro: Poder, lujo, conocimiento

Rojo: Representa energía, fuerza y pasión, sirve para llamar la atención de los clientes y estimular al mismo tiempo.

Blanco: Significa simplicidad, pureza, verdad, limpieza e higiene,

Slogan

Nuestro Slogan como empresa será:

“Una Experiencia Única con la Naturaleza a los 4000msnm”

Nosotros expresamos aventura y experiencias, que le invitamos a vivir a nuestros huéspedes respetando siempre la naturaleza, es nuestro compromiso.

2.10 Estrategia de Distribución

El objetivo de la estrategia de plaza es llegar al cliente con rapidez y facilidad.

Tabla 63. Estrategia de distribución

| | |
|---|---|
| OBJETIVO Que tengan facilidades en línea para poder estar lo más cerca posible de nuestros clientes nacionales y extranjeros. | ESTRATEGIA Página Web y redes sociales. |
| POLÍTICA Descuentos en visitas superiores a 10 personas. | ACCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la estrategia. |
| RESPONSABLES El Gerente | TIEMPO En temporada baja. |
| PRESUPUESTO 10% del costo | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando.

Fuente: Propia

2.12 Estrategia de promoción

Las estrategias de promoción. – **Difundir nuestros servicios por medio de convenios con empresas dedicadas al turismo, agencias de viaje.**

Tabla 64. Estrategia de Promoción

| | |
|---|---|
| OBJETIVO Incrementar la visita de clientes extranjeros. | ESTRATEGIA Diseño de página web, que cause impacto al posible visitante. |
| POLÍTICA Preferencia en la reservación. | ACCIONES <ul style="list-style-type: none">• Guías especializados. |
| RESPONSABLES Gerente y Administrador | TIEMPO Permanente |
| PRESUPUESTO USD 1000 | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando

Fuente: Propia

Conclusiones Capítulo II

La demanda sobre el ecoturismo en la región por medio de una hostería, al aplicar un análisis del mercado por medio de la encuesta a las 384 personas de la muestra seleccionada en el ámbito nacional e internacional, se puede concluir que el 78,1% conoce y practica el ecoturismo, y 28,1% no lo hace. Por lo tanto, deducimos que nuestra población objetiva es de es de 300 personas

Del estudio de Mercado se concluye que existe una demanda insatisfecha significativa lo que existe un mercado potencial para la hostería. La inversión que se necesitará para el plan de negocios es de \$291.253,42 el cual estará dividido por el 40% aportación de socios y el 60% mediante financiamiento, con una tasa de interés del 15.3% Anual siendo está el valor más considerable y accesible.

CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1. Evaluación de expertos

Para la evaluación de expertos del proyecto de investigación denominado: Plan de negocios para la creación de una hostería ecoturística en el sector Pansache Retamales en la ciudad de Latacunga, se consideró a dos profesionales con una gran trayectoria profesional, experiencia y conocimiento en el tema expuesto, para obtener el aval del tema planteado. Se procedió de la siguiente manera: elaboración de la ficha de validación de expertos (Ver anexo 3), aplicación de la ficha de validación al experto y la recolección de los resultados y criterios emitidos por el experto.

Los expertos profesionales fueron:

Ing. Diaz Muñoz Daria Javier. MBA.

Docente de educación superior en la Universidad Técnica de Cotopaxi, experto en el área y con amplia trayectoria en el ámbito académico en diferentes centros de educación universitaria.

Ing. Mayra Alejandra Cevallos Bartelotti. MBA.

Profesional con mucha experiencia en el campo laboral privado y público, actualmente maneja con éxito su propio emprendimiento de Catering.

La experiencia y trayectoria profesional y formación académica los Expertos empleará todos sus conocimientos al momento de validar el presente plan de negocios y de esta manera considerará dar de baja aspectos poco relevantes e incorporar los que son necesarios para poder modificar de ser el caso.

Variable Plan de Negocios

El plan de negocios, contiene todo un documento analítico la creación de un plan de negocios considerando la parte técnica, económica- financiera, por esta razón, se determinó una profesional experta, capaz de emitir un análisis prudente.

Las determinaciones de la Propuesta, generan la intervención de un experto en Administración de Empresas y todas las carreras afines a este proyecto. El aporte y acompañamiento de experto hace que el presente trabajo sea de mayor calidad.

El aval del experto formulará un valor acertado, aplicando su experiencia técnica conocimientos en las diferentes componentes de estudio correspondiente al presente proyecto, el instrumento de validación de experto contiene los siguientes componentes, que se detallan a continuación:

- **Componente 1:** Potencial Financiero y Factibilidad.
- **Componente 2:** Potencial de Impacto Científico – Social.
- **Componente 3:** Evaluación ética, ambiental y sustentabilidad

La valoración del experto puede generar recomendaciones que den criterios focalizados a la Propuesta y validez de dicho proyecto el porcentaje aprobado para continuar con el proceso del trabajo de titulación.

3.1.2 Matriz de consolidación de expertos

A continuación, se detalla los puntajes emitidos por los expertos en función de los componentes antes mencionados, y sus promedios correspondientes.

Tabla 65. Consolidación de expertos

| EXPERTO COMPONENTES A EVALUAR | EXPEFRTO 1 | |
|--|---------------------------|-----------------|
| | PUNTAJE X COMP | % X COMP |
| TITULO | 4 | 100% |
| OBJETIVOS | 4 | 100% |
| JUSTIFICACIÓN | 4 | 100% |
| FUNDAMENTACIÓN | 4 | 100% |
| DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 4 | 100% |
| VALIDACIÓN DE ESTRATEGIAS | 4 | 100% |
| CONCLUSIONES CAPITULO III | 4 | 100% |

| | | |
|--|-----------|-------------|
| EVALUACIÓN DE IMPACTOS Y RESULTADOS | 4 | 100% |
| TOTAL | 32 | 100% |
| PROMEDIO GENERAL 32 | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Tabla 66. Consolidación de expertos

| EXPERTO COMPONENTES A EVALUAR | EXPEFRTO 1 | |
|--|-----------------------|-----------------|
| | PUNTAJE X COMP | % X COMP |
| TITULO | 4 | 100% |
| OBJETIVOS | 4 | 100% |
| JUSTIFICACIÓN | 4 | 100% |
| FUNDAMENTACIÓN | 4 | 100% |
| DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 3 | 75% |
| VALIDACIÓN DE ESTRATEGIAS | 3 | 75% |
| CONCLUSIONES CAPITULO III | 4 | 100% |
| EVALUACIÓN DE IMPACTOS Y RESULTADOS | 4 | 100% |
| TOTAL | 30 | 93% |
| PROMEDIO GENERAL 30 | | |

Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Propia

Interpretación: Los expertos señalan un puntaje favorable en referencia al componente potencial financiero y factibilidad con un puntaje de 15 puntos lo que equivale a un 26% indicando que después de un análisis económico financiero se puede observar que el presente proyecto es viable, en el componente potencial de impacto científico social da un puntaje de 9 puntos lo que equivale a un 40% siendo importante para la misma el desarrollo del proyecto en el páramo que ofrece muchas bondades naturales, paisajes esplendidos, el apego al desarrollo ambiental y el

mensaje de conservación de la naturaleza, y por último el componente evaluación ética donde se obtuvo 14 puntos dando un porcentaje del 31% lo que concluye que el presente proyecto cumple totalmente con los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC dando un promedio total de 97% equivalente a 31 puntos, por lo tanto, se considera a la propuesta como “Válida”.

3.5 Conclusión del III capítulo

Que dos expertos valoren el trabajo le da mayor vialidad a lo plasmado en la investigación, y permite corroborar la propuesta del presente, siendo una verdadera herramienta de apoyo para realizar ajustes y correcciones de ser el caso.

Conclusiones generales

El realizar un Plan de negocios para la creación de una empresa ecoturística en la ciudad de Latacunga, permitió a la investigación analizar los principales conceptos, teorías, enunciados relacionadas para confección del mismo, mediante el desarrollo de un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio que se propuso en este trabajo, con el fin de realizar el estudio financiero que permitió valorar los diferentes indicadores, que influyeron en la toma de decisiones en el estudio de este plan de negocios, el mismo que es rentable y autosustentable para sostenerse en el tiempo, creando fuentes de trabajo y dinámica comercial en el sector.

Finalmente, dicho estudio, concluyo con el diseño de un estudio técnico de la hostería, que permitió el aprovechamiento de la localización estratégica del lugar, con la finalidad de brindar mejor atención a los reales y potenciales clientes.

Luego de haber analizado la información planteada en los objetivos de investigación y de la recogida datos que conforman los resultados de la investigación y haber formulado la propuesta, se plantean el siguiente elemento de conclusión de la investigación:

Es de vital importancia la preservación del medio ambiente en los procesos de inversión y uso de los espacios naturales, el cual se puede realizar mediante actividades comerciales sustentables y sostenibles. En cuanto a la publicidad y su impacto en la región se puede realizar mediante computadores personales, computadores portátiles, ipads, tablets y teléfonos inteligentes, hecho que les permite a los clientes poder tener acceso a la información mediante conexión a la red digital, esto considerado como un instrumento muy interesante a partir de los resultados de la encuesta aplicada.

Recomendaciones

- Analizar los estudios de mercado desde diversas dimensiones para fortalecer todo trabajo investigativo en el área de servicios, publicidad y comercialización.

- Indagar acerca de los aspectos económicos y condiciones, que permiten el posicionamiento de las hosterías y hoteles de la región.

- Diseñar estrategias que permitan un impacto positivo y el posicionamiento comercial.

- Realizar promociones y ofrecer descuentos regularmente, con la finalidad de atraer a nuevos turistas y que puedan comprobar mediante la adquisición de los paquetes a un precio menor, valores institucionales y la conservación del medio ambiente.

- Capacitar a los empleados de la hostería. en cuanto a la conservación del medio ambiente y valores institucionales contenidos en la propuesta, para que cuenten con los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de sus funciones en este sentido ecológico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica*. Caracas: EPISTEME. Quinta Edición
- Arias, F. (2010). *El Proyecto de Investigación. (Guía para su elaboración)*. Caracas: Episteme. Sexta Edición
- Ambiente, M. d. (abril de 2013). *anual-para-la-Gestión-Operativa-de-las-Áreas-Protegidas-de-Ecuador-finalr.pdf*.
- Ambiente, M. d. (2015). www.ambiente.gob.ec.
- Consultora Internacional DKV asociados. (1990). www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V01/V1n1a1.pdf.
- Díaz de Santos. (1994). Análisis de la Demanda.
- González, L. (2013). Personas emprendedoras y la idea del negocio. Acción contra el hambre.
- Horna, D. a. (2010). 7 Pasos Para Una Tesis Exitosa. Lima: USP.
- Leonel Arias Montoya, L. M. (2008). <http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/3225>.
- Mariño, W. (2015). El proceso de generación de ideas innovadoras para el emprendimiento.
- Mora, L. B. (12 de mayo de 2011). Red de Ecoturismo Latinoamericana. Obtenido de luchibalbi@hotmail.com; caroperezmora@hotmail.com.
- Once, F. (2014). <http://turismoaccesible.ec/site/destination/region-sierra/cotopaxi/>.
- SENPLADES Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021
- Villacres, J. P. (2018). El Ecoturismo en el Ecuador, Actualidad y Perspectivas en el Desarrollo. Universidad Metropolitana de Ecuador

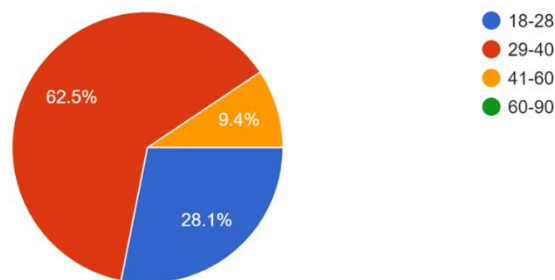
ANEXO A- Análisis de Resultados

Perfil del Encuestado

- Edad

Gráfico 8. Edad

386 Respuestas

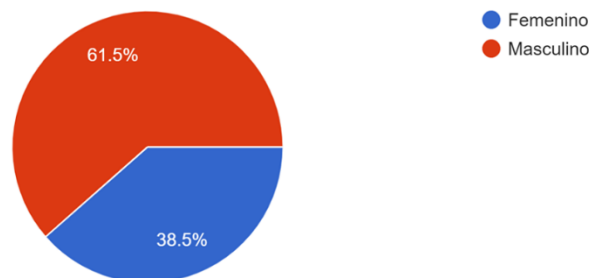


Elaborada por: Fernando Molina

- Genero

Gráfico 9. Genero

386 Respuestas



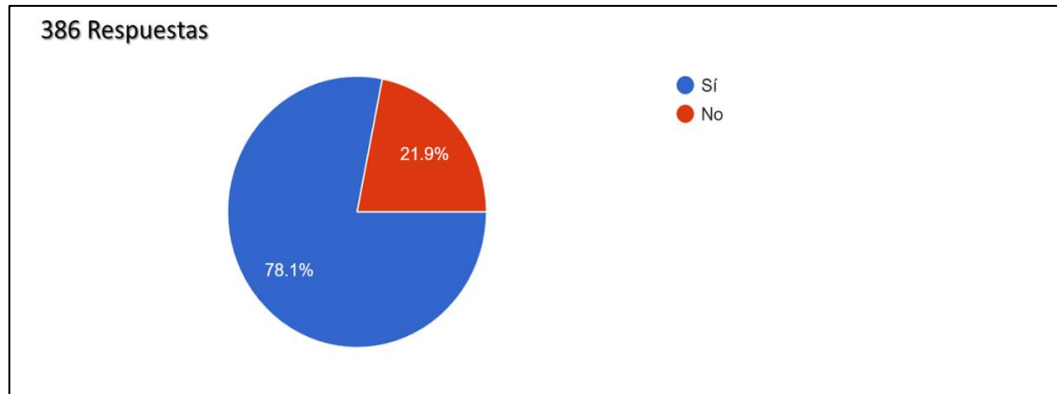
Elaborada por: Fernando Molina

El perfil del encuestado es una herramienta útil para obtener información clave, y conocer la satisfacción de la muestra seleccionada. En este caso los resultados reflejan, datos importantes en cuanto a la edad y el género, donde un 62.5%, en cuanto a la edad, nos refleja un rango considerable entre 29 y 40 años, donde los mismos representan un valor fundamental para la proyección y la planificación de la estrategia, evidenciando de alguna forma en cuanto al género un concepto equilibrado de cierto en cuanto a la propuesta.

Ecoturismo

1. ¿Ha practicado Ecoturismo?

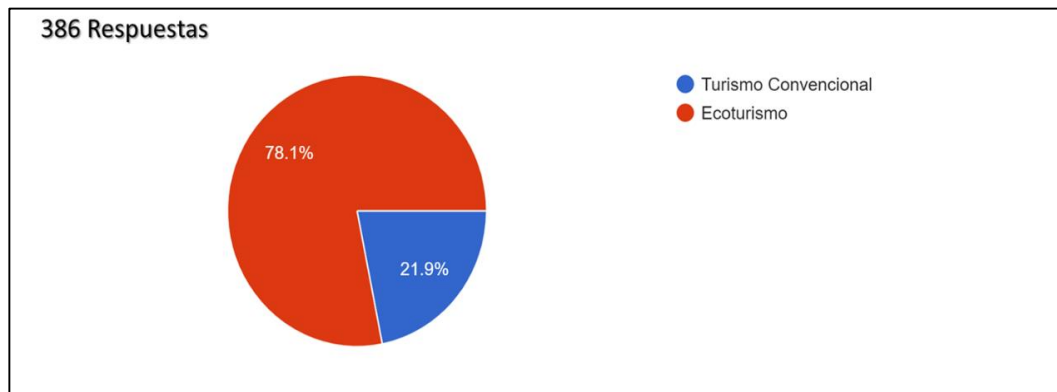
Gráfico 10. Ecoturismo



Elaborada por: Fernando Molina

2. Al momento de elegir, que prefiere:

Gráfico 11. Elección

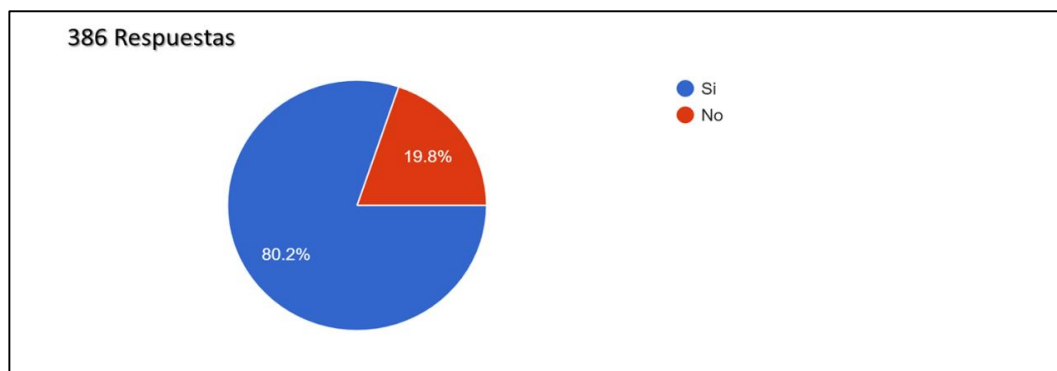


Elaborada por: Fernando Molina

El Ecoturismo es una modalidad turística ambientalmente responsable, la cual consiste en viajar a o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales paisaje, flora y fauna silvestres, de dichas áreas, así como cualquier actividad entorno al medio ambiente, en función a esto se destaca en esta investigación estas interrogantes se destacan como un hecho sublime, arrojando un porcentaje apreciable de 78,1% el cual se considera de gran importancia para el desarrollo y planificación de la propuesta.

3. ¿Ha visitado la zona turística del cantón Latacunga?

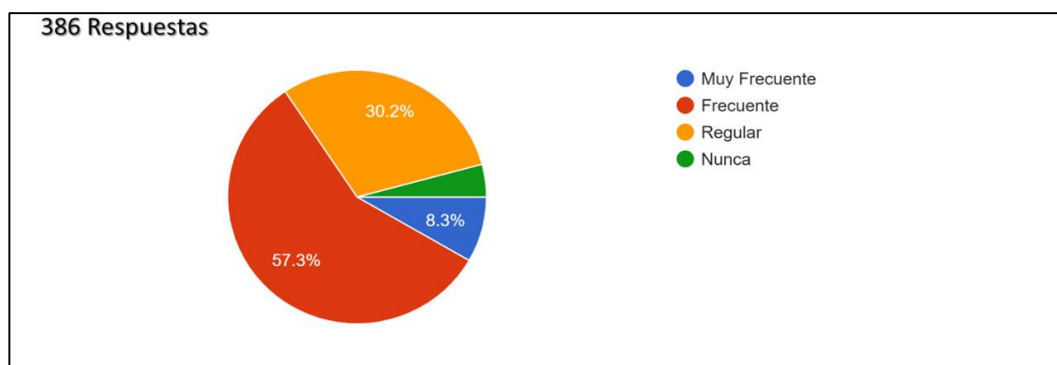
Gráfico 12. Cantón Latacunga



Elaborada por: Fernando Molina

4. ¿Con qué frecuencia usted visita la zona turística del cantón Latacunga?

Gráfico 13. Frecuencia



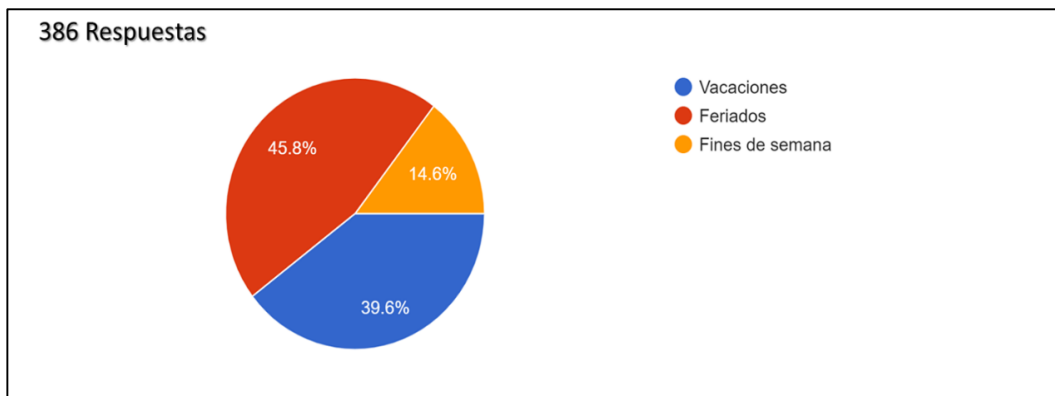
Elaborada por: Fernando Molina

Latacunga es la capital de la provincia de Cotopaxi, se encuentra en el centro del Ecuador, en la Región Interandina del Ecuador, al sureste de la Provincia de Cotopaxi, al sur del volcán Cotopaxi, en la hoya del Patate, a 2750 metros sobre el nivel del mar.

Conocida como “Ciudad de León” o como “Tierra de los Mashcas”. Latacunga es una de las ciudades más importantes de la sierra ecuatoriana, acá existen distintos orígenes posibles para el nombre Latacunga. Probablemente proviene de las palabras quichuas "llacata kunka" que significa Dios de las Lagunas. En función a lo expuesto podemos establecer que un 80,2% de los encuestados manifiestan visitar la zona turística, con una frecuencia del 57.3%.

5. ¿En qué temporada del año usted prefiere viajar?

Gráfico 14. Temporada

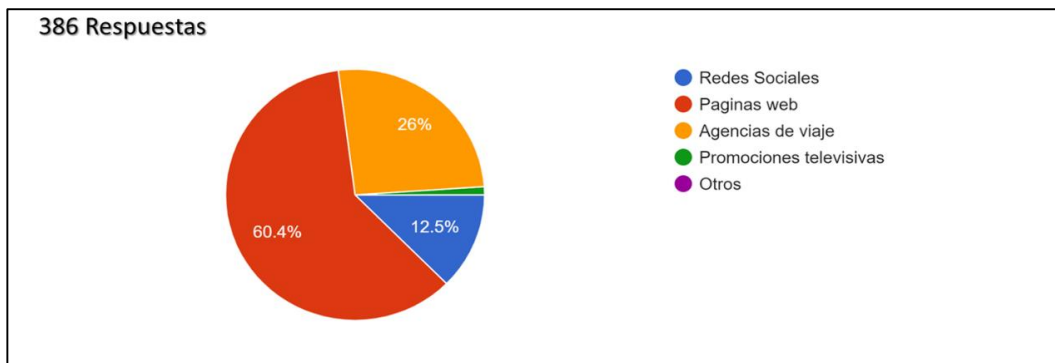


Elaborada por: Fernando Molina

Los días feriados son la época de mayor frecuencia para viajar, evidenciando un 45,8%, para viajar, mostrando además un 39,6%, equilibrados en cuanto a las vacaciones, realidad que se considera clave a partir del valor del 39,6% por la ubicación geográfica de la hostería.

6. Cuándo decide viajar, ¿A través de que medio suele informarse sobre los paquetes turísticos?

Gráfico 15. Paquetes Turísticos

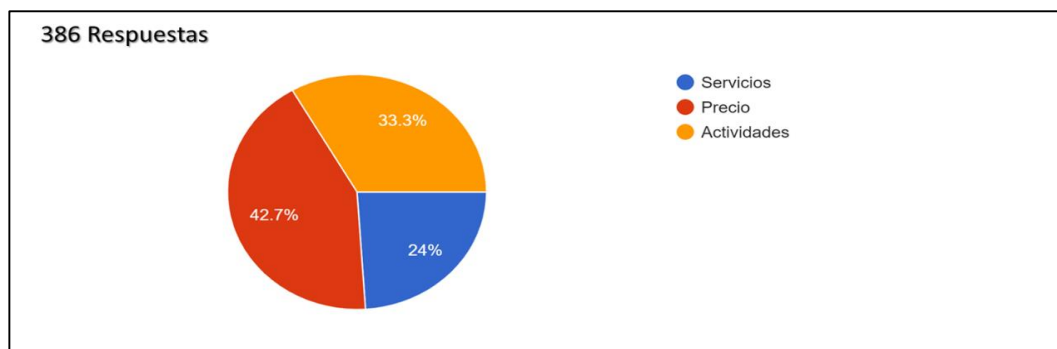


Elaborada por: Fernando Molina

Los resultados expuestos a continuación muestran que el internet se ha vuelto el sitio ideal para buscar destinos de viajes, de acá se evidencia un 60,4% de los encuestados apuntan al uso de páginas web, razón por la cual las webs de viajes se han multiplicado. Donde cada web tiene sus particularidades, algunas ofrecen solo alojamiento, otras el transporte, incluso páginas que ofrecen packs completos, por eso es imprescindible conocer cuál se ajusta a tus necesidades y aprovechar las grandes ofertas que en ellas se muestran. Otro aspecto importante a resaltar es el uso de las agencias de viaje.

7. ¿Qué suele interesarle más de un paquete turístico?

Gráfico 16. Paquetes Turísticos

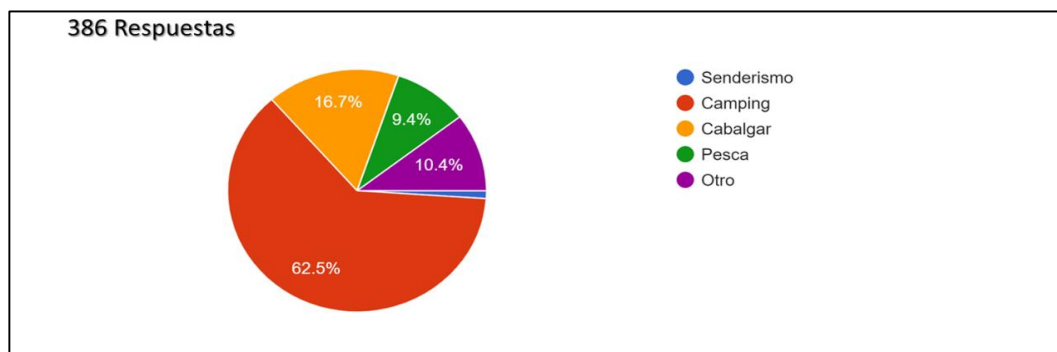


Elaborada por: Fernando Molina

Según la definición clásica en cuanto a paquetes turístico estos se denominan como un conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma “de bloque” a un precio único y global. De acá los resultados expresados casi a una media matemática, de los cuales en primer lugar se evidencia un 42,7% en cuanto al precio, seguido por un 33,3% en cuanto a las actividades, dejando un 24% en función a los servicios.

8. ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar cuando decide viajar?

Gráfico 17. Actividades

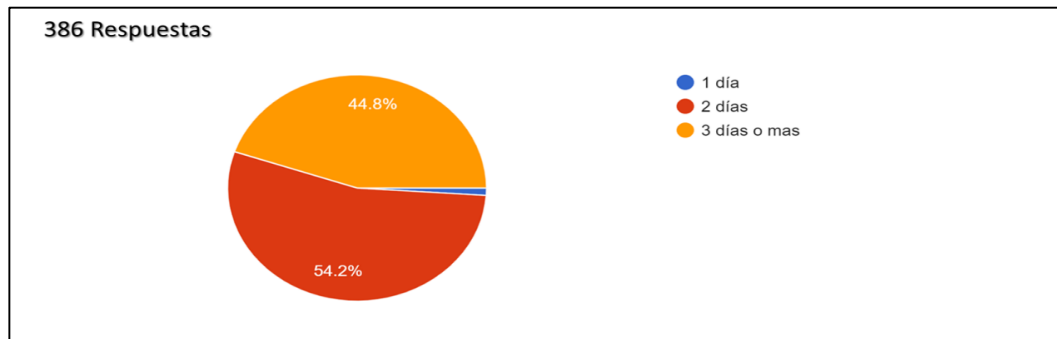


Elaborada por: Fernando Molina

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de viaje, lo cual representa elementos claves para la construcción de la siguiente propuesta, mostrando un 62.5% en cuanto a actividades de camping, elemento clave en función al contexto en el cual se va a desarrollar la propuesta.

9. ¿Cuánto tiempo usted suele permanecer en los lugares donde decide hospedarse para actividades turísticas?

Gráfico 18. Tiempo de Hospedaje

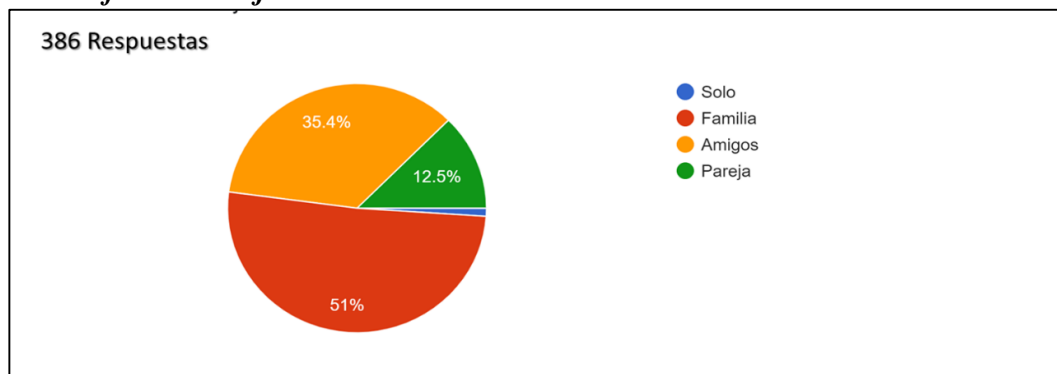


Elaborada por: Fernando Molina

El tiempo de hospedaje es otra variable de gran impacto en la siguiente propuesta de plan de negocios, debido a las características geográficas de la hostería que sirve de objeto de estudio. Las encuestas en este punto arrojan que los encuestados manifiestan mayor frecuencia entre 2 días y más para el disfrute y recreación.

10. Usted suele viajar:

Gráfico 19. Viaje



Elaborada por: Fernando Molina

El Viajar es una actividad que aumenta la capacidad de observación, hecho que permite ver nuevas realidades, a las personas diferentes, nuevas culturas, nuevos idiomas, nuevas maneras de hacer, de la mano del contacto con la naturaleza. Esta visión se evidencia en cuanto al disfrute en solitario o en colectivo, desde esta perspectiva se evidencia de acuerdo a la encuesta un 51%, en cuanto a viajar con la familia, seguidamente por un 34,5% en cuanto al viajar con amigos y 12,5% en viajar en pareja, mostrando el menor porcentaje en cuanto a viajar solo.

Anexo 1

Ingreso de visitantes al PNC del 2015 al 2020

| Año | Visitantes | | Total |
|------|------------|----------|--------------------------------|
| | Extranjero | Nacional | |
| 2015 | 42.448 | 99.668 | 142.116 |
| 2016 | 28.025 | 93.067 | 121.092 |
| 2017 | 37.853 | 131.849 | 169.702 |
| 2018 | 57.870 | 175.311 | 233.181 |
| 2019 | 64.141 | 141.289 | 205.430 |
| 2020 | 16.850 | 25.484 | 42.342 (hasta el mes de marzo) |

*Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando
Fuente: Sistema de información de Biodiversidad 2020*

Anexo 2

Tabla de amortización.

| PERÍODO | DEUDA INICIAL | TASA DE INTERES | INTERES | AMORTIZACIÓN | CUOTA | DEUDA FINAL |
|---------|---------------|-----------------|---------|--------------|---------|-------------|
| 1 | 216235,34 | 15,30% | 551,40 | 3603,92 | 4155,32 | 212631,42 |
| 2 | 212631,42 | 15,30% | 542,21 | 3603,92 | 4146,13 | 209027,49 |
| 3 | 209027,49 | 15,30% | 533,02 | 3603,92 | 4136,94 | 205423,57 |
| 4 | 205423,57 | 15,30% | 523,83 | 3603,92 | 4127,75 | 201819,65 |
| 5 | 201819,65 | 15,30% | 514,64 | 3603,92 | 4118,56 | 198215,73 |
| 6 | 198215,73 | 15,30% | 505,45 | 3603,92 | 4109,37 | 194611,80 |
| 7 | 194611,80 | 15,30% | 496,26 | 3603,92 | 4100,18 | 191007,88 |
| 8 | 191007,88 | 15,30% | 487,07 | 3603,92 | 4090,99 | 187403,96 |
| 9 | 187403,96 | 15,30% | 477,88 | 3603,92 | 4081,80 | 183800,04 |
| 10 | 183800,04 | 15,30% | 468,69 | 3603,92 | 4072,61 | 180196,12 |
| 11 | 180196,12 | 15,30% | 459,50 | 3603,92 | 4063,42 | 176592,19 |
| 12 | 176592,19 | 15,30% | 450,31 | 3603,92 | 4054,23 | 172988,27 |
| 13 | 172988,27 | 15,30% | 441,12 | 3603,92 | 4045,04 | 169384,35 |
| 14 | 169384,35 | 15,30% | 431,93 | 3603,92 | 4035,85 | 165780,43 |
| 15 | 165780,43 | 15,30% | 422,74 | 3603,92 | 4026,66 | 162176,50 |
| 16 | 162176,50 | 15,30% | 413,55 | 3603,92 | 4017,47 | 158572,58 |
| 17 | 158572,58 | 15,30% | 404,36 | 3603,92 | 4008,28 | 154968,66 |
| 18 | 154968,66 | 15,30% | 395,17 | 3603,92 | 3999,09 | 151364,74 |
| 19 | 151364,74 | 15,30% | 385,98 | 3603,92 | 3989,90 | 147760,81 |
| 20 | 147760,81 | 15,30% | 376,79 | 3603,92 | 3980,71 | 144156,89 |

| | | | | | | |
|----|-----------|--------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 21 | 144156,89 | 15,30% | 367,60 | 3603,92 | 3971,52 | 140552,97 |
| 22 | 140552,97 | 15,30% | 358,41 | 3603,92 | 3962,33 | 136949,05 |
| 23 | 136949,05 | 15,30% | 349,22 | 3603,92 | 3953,14 | 133345,13 |
| 24 | 133345,13 | 15,30% | 340,03 | 3603,92 | 3943,95 | 129741,20 |
| 25 | 129741,20 | 15,30% | 330,84 | 3603,92 | 3934,76 | 126137,28 |
| 26 | 126137,28 | 15,30% | 321,65 | 3603,92 | 3925,57 | 122533,36 |
| 27 | 122533,36 | 15,30% | 312,46 | 3603,92 | 3916,38 | 118929,44 |
| 28 | 118929,44 | 15,30% | 303,27 | 3603,92 | 3907,19 | 115325,51 |
| 29 | 115325,51 | 15,30% | 294,08 | 3603,92 | 3898,00 | 111721,59 |
| 30 | 111721,59 | 15,30% | 284,89 | 3603,92 | 3888,81 | 108117,67 |
| 31 | 108117,67 | 15,30% | 275,70 | 3603,92 | 3879,62 | 104513,75 |
| 32 | 104513,75 | 15,30% | 266,51 | 3603,92 | 3870,43 | 100909,82 |
| 33 | 100909,82 | 15,30% | 257,32 | 3603,92 | 3861,24 | 97305,90 |
| 34 | 97305,90 | 15,30% | 248,13 | 3603,92 | 3852,05 | 93701,98 |
| 35 | 93701,98 | 15,30% | 238,94 | 3603,92 | 3842,86 | 90098,06 |
| 36 | 90098,06 | 15,30% | 229,75 | 3603,92 | 3833,67 | 86494,14 |
| 37 | 86494,14 | 15,30% | 220,56 | 3603,92 | 3824,48 | 82890,21 |
| 38 | 82890,21 | 15,30% | 211,37 | 3603,92 | 3815,29 | 79286,29 |
| 39 | 79286,29 | 15,30% | 202,18 | 3603,92 | 3806,10 | 75682,37 |
| 40 | 75682,37 | 15,30% | 192,99 | 3603,92 | 3796,91 | 72078,45 |
| 41 | 72078,45 | 15,30% | 183,80 | 3603,92 | 3787,72 | 68474,52 |
| 42 | 68474,52 | 15,30% | 174,61 | 3603,92 | 3778,53 | 64870,60 |
| 43 | 64870,60 | 15,30% | 165,42 | 3603,92 | 3769,34 | 61266,68 |
| 44 | 61266,68 | 15,30% | 156,23 | 3603,92 | 3760,15 | 57662,76 |
| 45 | 57662,76 | 15,30% | 147,04 | 3603,92 | 3750,96 | 54058,83 |
| 46 | 54058,83 | 15,30% | 137,85 | 3603,92 | 3741,77 | 50454,91 |
| 47 | 50454,91 | 15,30% | 128,66 | 3603,92 | 3732,58 | 46850,99 |
| 48 | 46850,99 | 15,30% | 119,47 | 3603,92 | 3723,39 | 43247,07 |
| 49 | 43247,07 | 15,30% | 110,28 | 3603,92 | 3714,20 | 39643,15 |
| 50 | 39643,15 | 15,30% | 101,09 | 3603,92 | 3705,01 | 36039,22 |
| 51 | 36039,22 | 15,30% | 91,90 | 3603,92 | 3695,82 | 32435,30 |
| 52 | 32435,30 | 15,30% | 82,71 | 3603,92 | 3686,63 | 28831,38 |
| 53 | 28831,38 | 15,30% | 73,52 | 3603,92 | 3677,44 | 25227,46 |
| 54 | 25227,46 | 15,30% | 64,33 | 3603,92 | 3668,25 | 21623,53 |
| 55 | 21623,53 | 15,30% | 55,14 | 3603,92 | 3659,06 | 18019,61 |
| 56 | 18019,61 | 15,30% | 45,95 | 3603,92 | 3649,87 | 14415,69 |
| 57 | 14415,69 | 15,30% | 36,76 | 3603,92 | 3640,68 | 10811,77 |
| 58 | 10811,77 | 15,30% | 27,57 | 3603,92 | 3631,49 | 7207,84 |
| 59 | 7207,84 | 15,30% | 18,38 | 3603,92 | 3622,30 | 3603,92 |
| 60 | 3603,92 | 15,30% | 9,19 | 3603,92 | 3613,11 | 0,00 |
| | | | 16817,70 | 216235,34 | 233053,04 | |

*Elaborado por: Molina Álvarez Douglas Fernando.
Fuente: Propia*

Anexo 3 Ficha de validación a expertos
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FICHA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

"LISTA DE VALIDACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y PLANES DE NEGOCIO POR EXPERTO Y USUARIO

La siguiente matriz de "LISTA DE VALIDACIÓN" establece los criterios básicos a ser considerados por los expertos y usuarios de la presente propuesta en el Trabajo de Titulación cuyo tema es: Capital social como factor de éxito de las asociaciones del sector agropecuario de la ciudad de Latacunga período 2019. Autor: Katherine Maribel Flores Vega. Cohorte: 2018 del programa de Maestría en Administración de Empresas.

- | | |
|--|------|
| 1. Potencial financiero y factibilidad | 30% |
| 2. Potencial de impacto científico – social | 40% |
| 3. Evaluación ética, ambiental y sustentabilidad | 30% |
| Total: | 100% |

| COMPONENTE 1: POTENCIAL FINANCIERO Y FACTIBILIDAD | | | | |
|--|--|--|------------------|-----------|
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | S | NO |
| Proyectos con aplicación práctica directa. | 1 | ¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa en el sector social y/o Empresarial? | | |
| | 2 | ¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa a nivel regional/Provincial/Cantonal? | | |
| | 3 | ¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa a nivel Nacional/Latinoamérica/Mundial? | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Disponibilidad de equipos e infraestructura, gestión administrativa | 1 | ¿Existen los equipos e infraestructura para el desarrollo del Proyecto de Investigación? | | |
| | 2 | ¿Las gestiones administrativas son las adecuadas para el desarrollo del proyecto de investigación? | | |

| | | | | |
|--|--|---|------------------|-----------|
| | 3 | ¿Existe el presupuesto para adquirir los servicios para la ejecución del proyecto de investigación? | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| TOTAL, DEL COMPONENTE 1 | | | | |
| COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO CIENTÍFICO-SOCIAL | | | | |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Beneficiarios directos, indirectos, Población vulnerable. | 1 | ¿Están bien definidos los beneficiarios directos? | | |
| | 2 | ¿Están bien definidos los beneficiarios indirectos? | | |
| | 3 | ¿Contempla como beneficiaria al menos una población vulnerable? | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Contribución al cambio de la Matriz Productiva. | 1 | ¿Es el resultado patentable y contribuye al cumplimiento de uno o más objetivos del plan nacional del buen vivir? | | |
| | 2 | ¿Es el resultado patentable que modifica o perfecciona parcialmente un procedimiento o tecnología ya establecida? | | |
| | 3 | ¿Es el resultado patentable de interés local o sectorial? | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Contribuye con la construcción de la Sociedad del | 1 | ¿El resultado podría ser aceptado socialmente o por la comunidad científica? | | |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|---|--|--|
| Conocimiento y el Buen Vivir. | 2 | ¿El resultado podría ser aceptado por una parte considerable de la sociedad o de la comunidad científica? | | |
| | 3 | ¿El resultado podría ser aceptado por la sociedad o por la comunidad científica local o sectorial? | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| TOTAL, DEL COMPONENTE 2 | | | | |

| COMPONENTE 3. EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL y SUSTENTABILIDAD | | | | |
|--|--|--|------------------|-----------|
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Impacto ambiental y social favorable. | 1 | ¿El objetivo del proyecto contribuye al desarrollo social sustentable? | 1 | |
| | 2 | ¿El resultado del proyecto contribuye de manera positiva al impacto ambiental? | 1 | |
| | 3 | ¿Contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU? (Agenda 2030) | 1 | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | 3 |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| Cumplimiento de Criterios éticos establecidos en la Normativa para los procesos de investigación de la UTC. | 1 | Cumple totalmente los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC (3) | 1 | |

| | | | |
|--------------------------------|---|---|----------|
| | 2 | Cumple parcialmente los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC (2) | 1 |
| | 3 | Cumple al menos con 1 de los componentes de los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC. (1) | 0 |
| VALORACION DEL ITEM | | | 2 |
| TOTAL, DEL COMPONENTE 3 | | | 5 |

| COMPONENTE 3: EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL y SUSTENTABILIDAD | | | | |
|---|--|--|------------------|-----------|
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Impacto ambiental y social favorable. | 1 | ¿El objetivo del proyecto contribuye al desarrollo social sustentable? | | |
| | 2 | ¿El resultado del proyecto contribuye de manera positiva al impacto ambiental? | | |
| | 3 | ¿Contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU? (Agenda 2030) | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| ITEM | CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no. | | RESPUESTA | |
| | | | SI | NO |
| Cumplimiento de Criterios éticos establecidos en la Normativa para los procesos de | 1 | Cumple totalmente los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC (3) | | |
| | 2 | Cumple parcialmente los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para | | |

| | | | | |
|---------------------------------|---|---|--|--|
| investigación de la UTC. | | los procesos de investigación de la UTC (2) | | |
| | 3 | Cumple al menos con 1 de los componentes de los criterios éticos establecidos en el Código de Ética para los procesos de investigación de la UTC. (1) | | |
| VALORACION DEL ITEM | | | | |
| TOTAL, DEL COMPONENTE 3 | | | | |

RESULTADOS

| COMPONENTES A EVALUAR | % COMPONENTE | TOTAL, COMPONENTE | (TOTAL x % COM) | (TOTAL x % COM) / # TOTAL DE ITEMS |
|--|---------------------|--------------------------|------------------------|---|
| <i>COMPONENTE 1: POTENCIAL FINANCIERO Y FACTIBILIDAD</i> | 30% | | | |
| <i>COMPONENTE 2: POTENCIAL DE IMPACTO CIENTÍFICO-SOCIAL</i> | 40% | | | |
| <i>COMPONENTE 3: EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL y SUSTENTABILIDAD</i> | 30% | | | |
| TOTAL | 100% | | | |