CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO PROYECTO DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS



TEMA: PLAN DE NEGOCIO DE AGROTURISMO EN "LA HACIENDA MI TIERRITA", PARROQUIA MARIANO ACOSTA, CANTÓN PIMAMPIRO.

AUTORA: Verónica Fernanda Guamán Yar

TUTOR: Phd. Elfio Pérez Figueroa

ASESOR TECNICO: Mg. Francisco Vinueza

AÑO: 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene el objetivo de implementar el Plan de Negocio de Agroturismo en la Hacienda "MI Tierrita" en la Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro provincia Imbabura, un lugar que cuenta con características naturales, las mismas que pueden dar a conocer la belleza de atractivos turísticos que posee, con lo cual se captaría a los visitantes dispuestos ir al lugar, a practicar el Agroturismo.

En el Capítulo I se presenta el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, la sistematización, la justificación teórica, marco teórico e hipótesis, se encuentran también todos los lineamientos metodológicos de la investigación.

En el Capítulo II se estudió la industria turística del lugar y de sus alrededores, se investiga el mercado determinando mediante la ejecución de encuestas, lo que demuestra las preferencias de un segmento escogido, se observa la competencia y se determina las oportunidades con que se cuenta en un determinado sector a través del cálculo de la demanda insatisfecha.

En el Capítulo III aborda el estudio de mercado con todos sus indicadores para tener un análisis que determina el proyecto es viable para desarrollo del plan de Negocios, fortaleciéndola como una organización con visión y lineamientos que le permitirán cumplir esta visión.

En el Capítulo IV se estructura organizacionalmente a dicha organización, se establece la cartera de productos-servicios para la hacienda MI Tierrita

estableciendo su macro y micro localización, además de los recursos necesarios para el desarrollo del plan de negocios.

En el Capítulo V se desarrolló el estudio financiero considerando aspectos estudiados en los anteriores capítulos, estableciendo la factibilidad económica del proyecto.

En el Capítulo VI se presentan conclusiones y recomendaciones que se establecieron durante la elaboración de la tesis.

EXECUTIVE SUMMARY

This work degree aims to implement a Business Plan Farm at Hacienda "MI Tierrita" in the Parish Mariano Acosta, Canton Pimampiro Imbabura province, a place that has natural characteristics, they can make known the beauty of tourist attractions that owns, which would be captured visitors willing to go to the place, to practice the farm.

In Chapter I the problem statement, research objectives, systematizing, theoretical justification, theoretical framework and assumptions presented, are also all methodological research guidelines.

In Chapter II study the tourism industry of the place and its surroundings, the market determine by running surveys investigated, demonstrating the preferences of a selected segment, competition is observed and opportunities determines which account in a given sector through the calculation of unmet demand.

Chapter III deals with the study of market with all its indicators to have an analysis that determines the project is viable for business plan development, strengthening it as an organization with vision and guidelines that allow you to fulfill this vision.

Chapter IV is organizationally it to the organization structure, product portfolioestate services for established MI Tierrita establishing its macro and micro location, and necessary for the development of the business plan resources.

In Chapter V study considering the financial aspects studied in the previous chapters are developed, establishing the economic feasibility of the project.

Chapter VI conclusions and recommendations were established during the development of the thesis are presented.

DEDICATORIA

Este trabajo de Titulación se la dedico con todo mi corazón a Dios quién está siempre conmigo guiándome por el buen camino, dándome la fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome afrentar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Dedico con un profundo amor a mis padres ya que, con su apoyo, consejos, comprensión, ejemplo y amor supieron ayudarme, incluso con los recursos que les fueron posibles darme en toda mi trayectoria de estudios; A mis padres porque me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos, gracias papi y mami por todo lo que me han dado los amo mucho.

Por último este trabajo también lo dedico con mucho cariño y gratitud a mi esposo ya que también en los pocos años que compartimos juntos supo acompañarme para poder cumplir mi meta, a pesar de haberse desvinculado en el camino tengo gratos recuerdos de apoyo con él.

Me siento muy feliz con todo lo que he logrado hasta el momento.

"La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa por quien luchar y esperar". Thomas Chalmers

Uno de mis objetivos se ha cumplido, pero aún faltan mucho por lograr.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD TÉCNOLÓGICA ISRAEL por darme la oportunidad de continuar estudiando y ser una profesional.

A mis tutores de proyecto, Phd.Elfio Perez y Mg. Francisco Vinueza por su esfuerzo y dedicación, quienes con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a todos mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena.

A mi mejor amiga de Universidad Viviana con quién atravesamos varios obstáculos durante la carrera profesional superándolos con un mismo objetivo en común, a mi Jefe de trabajo y amiga Cristina Orti amigas incondicionales como Viviana Cevallos, Ximena Mejia quienes sin duda son un apoyo importante y están siempre con migo; También quiero agradecer compañeros y amigos de trabajo quienes son como familia para mí.

Agradezco a todos mis familiares Hermanos, Primos, Tíos los cuales me han motivado durante mi formación profesional con sus palabras de aliento en su momento.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida personal y profesional a las que me encantaría mencionar y agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos que necesite de ellos.

Algunos están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón el más importante mi Abuelito Pedro (+), sin importar en donde estén quiero darles las gracias a todos por formar parte de mí vida, por todo lo que me han brindado y apoyado para estar aquí.

Muchas gracias a todos y que Dios los bendiga.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
I INTRODUCCIÓN	1
TEMA	3
PROBLEMA	3
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
II CONCEPTUALIZACIÓN TEORICA METODÓLOGICA	5
Antecedentes	5
Agroturismo	6
El auge del Agroturismo en la región Sierra	6
El auge del Agroturismo en la región Costa	7
Plan de negocios	7
Estructura de un plan de negocio	8
Estudio de mercado	8
Oferta	9
Factores condicionantes de la oferta	9
Demanda	10
Factores condicionantes de la demanda	10
Estudio técnico	10
Producto	11
Análisis de los recursos	11
Análisis del tamaño del proyecto	11
Localización del proyecto	12
Estudio financiero	12
Características de la TMAR, VAN, TIR	12
Valor actual neto	13
Tasa interna de retorno	13
Conceptualización	14

Atractivo turístico	14
Recursos turísticos	14
Turismo comunitario	14
Agroturismo	15
Metodología	15
Micro entorno	16
Técnicas	17
Encuesta	17
Tamaño de la muestra	17
Cálculo de la muestra	17
Diseño de la encuesta	18
Objetivo de la encuesta	18
Tabulaciones	21
DESARROLLO PLAN DE NEGOCIOS	33
Introducción	33
Análisis Porter	33
Amenaza de entrada de nuevos competidores	33
La rivalidad entre competidores	34
Poder de negociación de los proveedores	35
Poder de negociación de los compradores	35
Amenaza de ingreso de servicios sustitutos	36
Análisis del Mercado	37
Demanda	37
Datos, para el cálculo de la demanda	38
Demanda Potencial	38
Cálculo de la oferta	39
Demanda insatisfecha	41
La empresa y los requerimientos del plan del negocio	
Visualización de la empresa	41
Misión	41
Visión	42
Valores y principales	42
Estrategias de mercado	
Marketing Mix	
Estrategias del Producto/Servicios	42
Servicios que ofrece la hacienda	43

	Itinerario Agro turístico	43
	Estrategias de Precio	44
	Estrategias de Plaza o Canales de Distribución	45
	Estrategia de Promoción y Publicidad	45
	Requerimientos legales para la constitución	46
	Razón social	49
	Obtención de Documentos Legales	49
	Eslogan de la empresa	52
	Logotipo	52
	Localización de la empresa	52
	Infraestructura y distribución de la empresa	53
	Equipos mobiliarios, software y otros	54
	Muebles y enseres	54
	Equipos de oficina	55
	Equipos de alojamiento	55
	Equipos y muebles de cocina	55
	Equipos de computación	55
	Infraestructura	56
	Estructura organizacional	56
	Recurso Humano	56
	Figura 17 Estructura organizacional	57
	Descripción de Funciones del Personal (Responsabilidades y Competencias	•
Ε	STUDIO FINANCIERO	
	Inversión en activos fijos	
	Detalle del capital de trabajo	
	Inversión	
	Financiamiento	
	Estado de Fuentes y usos	
	Condiciones para el crédito	
	Cálculo de amortización	
	Estado de situación inicial	
	Capacidad Instalada y utilizada	
	Ventas proyectadas	73
	Costos de ventas	74
	Gastos	74

	Gastos Servicios básicos	74
	Gastos estudio del proyecto	75
	Gasto publicidad	75
	Gastos documentación comercial	76
	Gastos reparación y mantenimiento	76
	Gastos sueldos y salarios	77
	Depreciación y amortización	79
	Estado de Resultados Proyectado	80
	Evaluación Financiera	
	Flujo de caja	82
	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	82
	Valor actual neto (VAN)	83
	Tasa Interna de Retorno (TIR)	83
	Periodo de recuperación de la inversión	0.4
	T choos de recuperación de la inversión	04
В	IBLIOGRAFÍA	
		87
	IBLIOGRAFÍA	87 89
	IBLIOGRAFÍA NEXOS	87 89
	IBLIOGRAFÍA	87 89 89
	IBLIOGRAFÍA	87 89 89 92
	IBLIOGRAFÍA NEXOS ANEXO Nº 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA ANEXO Nº 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS Suministros blancos	87 89 92 95
	IBLIOGRAFÍA NEXOS ANEXO Nº 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA ANEXO Nº 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS Suministros blancos Utensilios de restaurante	87 89 89 92 95 95
	IBLIOGRAFÍA NEXOS ANEXO Nº 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA ANEXO Nº 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS Suministros blancos Utensilios de restaurante Utensilios de cocina	87 89 92 95 95 96 97
	IBLIOGRAFÍA NEXOS ANEXO Nº 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA ANEXO Nº 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS Suministros blancos Utensilios de restaurante Utensilios de cocina ANEXO Nº 3 DETALLE CAPITAL DE TRABAJO	87 89 89 95 95 96 97
	IBLIOGRAFÍA NEXOS ANEXO Nº 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA ANEXO Nº 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS Suministros blancos Utensilios de restaurante Utensilios de cocina ANEXO Nº 3 DETALLE CAPITAL DE TRABAJO Útiles de aseo	87 89 89 95 95 96 97 97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Metodologia investigativa	. 15
Tabla 2 Edad	. 21
Tabla 3 Conoce Ud. la Hacienda MI Tierrita	. 22
Tabla 4 Sabe Ud. qué es el agroturismo	. 23
Tabla 5 Ha practicado alguna vez agroturismo	. 24
Tabla 6 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico	. 25
Tabla 7 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico por qué	. 26
Tabla 8 De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda	. 27
Tabla 9 Qué servicios desearía se incluya en el paquete agro turístico	. 28
Tabla 10 Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda	. 29
Tabla 11 Con quién suele viajar	. 30
Tabla 12 Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades	. 31
Tabla 13 Por qué medios le gustaría se promocione los servicios	. 32
Tabla 14 Principales competidores	
Tabla 15 Principales proveedores	. 35
Tabla 16 Lugares que prestan servicios sustitutos	. 36
Tabla 17 Demanda proyectada de personas	. 38
Tabla 18 Demanda Potencial	. 38
Tabla 19 Proyección de la Demanda en números de servicios	. 39
Tabla 20 Consumo anual de servicios agro turísticos	. 40
Tabla 21 Proyección de la oferta de servicios agro turísticos	. 41
Tabla 22 demanda Insatisfecha	. 41
Tabla 23 Servicios de la Hacienda	
Tabla 24 Itinerario Agro turístico	. 43
Tabla 25 Muebles y Enseres	. 54
Tabla 26 Equipos de oficina	
Tabla 27 Equipos de alojamiento	. 55
Tabla 28 Equipos y muebles de cocina	. 55
Tabla 29 Equipos de computación	. 56
Tabla 30 Infraestructura	. 56
Tabla 31 Recurso Humano	. 56
Tabla 32 Inversión en activos fijos	. 68
Tabla 33 Inversión diferida	. 69

Tabla 34 Capital de trabajo	69
Tabla 35 Inversión	70
Tabla 36 Estado de Fuentes y usos	70
Tabla 37 Condiciones para el crédito	70
Tabla 38 Tabla de amortización	71
Tabla 39 Estado de situación inicial	72
Tabla 40 Capacidad Instalada y utilizada	73
Tabla 41 Precio del paquete agro turístico por persona	73
Tabla 42 Ventas proyectadas	74
Tabla 43 Costos de ventas	74
Tabla 44 Servicios básicos	75
Tabla 45 Gastos estudio del proyecto	75
Tabla 46 Gasto publicidad	75
Tabla 47 Gastos documentación comercial	76
Tabla 48 Gastos reparación y mantenimiento	76
Tabla 49 Sueldos año 1	77
Tabla 50 Sueldos año 2-5	78
Tabla 51 Porcentajes de depreciación	79
Tabla 52 Depreciación	79
Tabla 53 Amortización	80
Tabla 54 Estado de Resultados	81
Tabla 55 Flujo de caja	82
Tabla 56 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	82
Tabla 57 Valor actual neto	83
Tabla 58 Tasa Interna de Retorno (TIR)	83
Tabla 59 Periodo de recuperación de la inversión	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	1 Edad	21
Figura	2 Conoce Ud. la Hacienda MI Tierrita	22
Figura	3 Sabe Ud. qué es el agroturismo	23
Figura	4 Ha practicado alguna vez agroturismo	24
Figura	6 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico	25
Figura	7 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico por qué	26
Figura	8 De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda	27
Figura	9 Qué servicios desearía se incluya en el paquete agro turístico	28
Figura	10 Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda	29
Figura	11 Con quién suele viajar	30
Figura	12 Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades	31
Figura	13 Por qué medios le gustaría se promocione los servicios	32
Figura	15 Mapa Lugares que prestan servicios sustitutos	37
Figura	16 Logotipo	52
Figura	17 Localización de la empresa	53
Figura	18 Infraestructura y distribución de la empresa	54
Figura	19 Estructura organizacional	57

I INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario se está convirtiendo en otra manera de buscar alternativas económicas para las comunidades rurales dando valor agregado a lo que producen y mostrando a extranjeros y nacionales el valor de lo que se cultiva en el campo al permitir que ellos convivan y participen de las actividades de los productores (El Universo, 2010).

Ecuador es un país con diversidad que atrae al turismo Europeo, ya que allá no se puede apreciar tanta belleza en un solo sitio, el agroturismo se ha convertido en una atracción para las personas que desean convivir y conocer la cultura, tradiciones, gastronomía. El cantón "Pimampiro es un cantón de incomparable belleza natural, es un paraíso terrenal en la provincia de Imbabura, sus montañas, páramos, valles y lagunas brindan una policromía de ensueño que encanta al turista nacional y extranjero" (Visitaecuador, 2015).

Sus campos fértiles demuestran el poderío productivo de una tierra labrada por manos pimampireñas que en cada una de las semillas germinadas depositan el sacrificio y la esperanza de desarrollo para un cantón apacible y saludable. Considerado el cantón agrícola por la fertilidad y gran productividad de sus tierras que prodigiosamente acepta toda clase de cultivos. La parroquia Mariano Acosta Es una parroquia rural del Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura, se encuentra a una altura que va de los 2.080 y 3.960 msnm. Con una área geográfica de 133,76 km2. Su clima es templado, con un hermoso paisaje y una tierra generosa.

La Hacienda Mi Tierrita

La Hacienda "MI TIERRITA" cuenta con diferentes animales de granja como: aves de corral, ganado porcino, equino, y bovino, este último es utilizado para el desarrollo de la actividad lechera, mientras que el equino se utiliza para desplazamientos de las personas además existe diferentes senderos para realizar Trekking existiendo lugares extraordinarios de visita como cascadas y sitios para observación de aves.

Dado los recursos que posee la hacienda "MI tierrita" y al no existir un aprovechamiento adecuado, se podría aprovechar los recursos naturales de la hacienda.

En virtud de ello se ha visto la necesidad de potencializar la Hacienda "Mi Tierrita", con el nuevo concepto de Agroturismo con lo cual se aprovecharía parte de su producción y parte del proceso turístico, dando así un giro al negocio de la hacienda, en dar un servicio complementario a los turistas nacionales e internacionales para la potencializarían de lo que tiene el país la Parroquia y el País.

Ante esta situación se vuelve imperativo el desarrollo innovador para aprovechar los recursos turísticos existentes en la parroquia Mariano Acosta y en especial de la "Hacienda MI Tierrita", por ello se plantea la introducción del Agroturismo para fomentar el desarrollo turístico de la zona.

Razones por las cuales y de acuerdo al Plandetur 2020 se potenciaría a la hacienda "MI tierrita", con un proyecto de investigación para la implementación de Agroturismo a través de ciertas herramientas administrativas que permitan dar un direccionamiento estratégico a esta oportunidad (Turismo, 2010).

La falta de diversificación de productos turísticos alternativos ha generado un retraso en el desarrollo turístico del Ecuador, que dificulta su posicionamiento como un destino importante en el mundo, los productos tradicionales han generado que se conozca al país únicamente por Galápagos y la Amazonía aislando otros parajes que aportarían a la competitividad que persigue el Ecuador para proyectarse al mundo, ante esta situación se debe dar la oportunidad al crecimiento de otra clase de turismo.

Por medio de la realización del proyecto "Implementación de Agroturismo en la Hacienda "Mi Tierrita" Cantón Pimampiro, se desea promover el turismo y crear fuentes de trabajo en el ámbito agrícola, ganadero y turístico del sector.

La Hacienda "MI tierrita" tiene un gran potencial turístico, contando con tierras hábiles que son cultivadas con los diferentes productos que se dan en este lugar, es así: arveja, papas, mellocos, maíz, chochos, cebada, trigo entre otros. Hay turistas que visitan Mariano Acosta: la laguna Puruhanta, los paisajes de bosque andino con sus fuentes de agua y cascadas, la riqueza de la reserva Cayambe Coca. Un atractivo es la presencia del oso de anteojo. La comunidad ve al turismo con gran interés, no sólo como fuente de ingresos, sino como medio para lograr la conservación de su entorno natural y sus fuentes

de agua. Esta iniciativa se ha ido consolidando a partir de varios grupos como la asociación Palahurco y Nueva América, relacionados a la organización de segundo grado UCICMA.

Otra función importante que tiene la hacienda es la producción lechera, teniendo en cuenta todo el proceso de cuidado, alimentación, adecuado para que las vacas brinden gran cantidad de leche. Las vacas poseen su propio establo donde descansan para dar un buen producto lechero a la madrugada que se les ordeña. La hacienda a la vez posee caballos los cuales sirven para desplazarse a todo los atractivos que posee la misma. La hacienda cuenta con su propia casa estilo colonial, donde se podrían hospedar los turistas por el tiempo que deseen, para conocer los atractivos que brinda la hacienda, dicha posee su propio horno de pan, donde los turistas pueden disfrutar del hacer pan de campo.

"Además se cuenta con el 44% de turistas totales que viajan hacia el noroccidente de la provincia de Imbabura, por conocer distintos paisajes y actividades cotidianas de otros lugares poco conocidos, pero interesantes turísticamente" (Nicodalde, 2010).

El turismo se va incrementando por el crecimiento de la parroquia de Mariano Acosta la cual cuenta con la visita al año de 3000 turistas entre nacionales y extranjeros Razones concomitantes que permiten evidenciar que el Agroturismo en la hacienda "MI Tierrita" puede ser una oportunidad de negocio, que permitan apalancar la emigración de los trabajadores, la falta de productividad agrícola, propiamente de la hacienda, generando con ello una alternativa de solución a este problema, y una potencializarían a la naturaleza que posee la hacienda "MI Tierrita".

TEMA

Plan de Negocio de agroturismo en "la Hacienda mi Tierrita", Parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, Provincia Imbabura

PROBLEMA

Dado el desarrollo de Agroturismo en el país, La Hacienda "MI tierrita" no ha aprovechado esta clase de turismo, el desconocimiento de su potencial turístico,

la falta de visión empresarial al máximo en atracción de turistas nacionales e internacionales, está haciendo que se desperdicie las posibles actividades que se pueden dar con su implementación y con esto la carencia de ingresos económicos.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Negocio para el desarrollo de Agroturismo en la "Hacienda Mi Tierrita" para desarrollar el turismo en el sector, mejorar los ingresos económicos y promover la conservación del medio ambiente, relacionando turistas con el medio Natural tanto en Flora y Fauna.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la conceptualización teórica y metodología que se utilizara en el proyecto.
- Conformar el Plan de Negocio para el desarrollo del Agroturismo en la hacienda "Mi Tierrita" en Mariano Acosta.
- Mediante un estudio financiero determinar sus indicadores, VAN, TIR,
 TMARC mismo que permite determinar si el proyecto es viable.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente forma, introducción, conceptualización teórica, metodología, desarrollo del producto, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos busca destacar la factibilidad de la Implementación de Agroturismo en la Hacienda "MI Tierrita", un lugar que cuenta con características naturales, las mismas que pueden dar a conocer la belleza de atractivos turísticos que posee este lugar, con lo cual se captaría a los visitantes dispuestos ir al lugar, a practicar el Agroturismo.

II CONCEPTUALIZACIÓN TEORICA METODÓLOGICA

Antecedentes

El turismo rural surge en Europa como una estrategia complementaria al desarrollo rural en la segunda posguerra mundial, aunque originalmente ya existían experiencias de este tipo a comienzos del siglo XX, pero la misma asumió forma de política de desarrollo en la década de los setenta y ochenta (Clima, s.f.)

En Francia el turismo rural favorece múltiples actividades entre las cuales se encuentra ayudar a las pequeñas haciendas agrícolas dándoles un rédito complementario.

En Austria las disposiciones legales para el agroturismo fijan el número de puestos en un máximo de 10 haciendas y utilizan personal perteneciente a la hacienda.

En Alemania se habla de vacaciones en haciendas agrícolas, y es una alternativa para las familias ante las dificultades en la agricultura.

En Dinamarca, el turismo rural se concentra en el alquiler de departamentos donde los turistas pueden cocinar para ellos mismos y el alquiler de una habitación con pensión completa o media pensión. También brinda la posibilidad de realizar otras actividades: pesca, andar en bicicleta, tenis, equitación y piscina.

Holanda basa su turismo rural en los agro-camping. En Bélgica existen tres formas de turismo en el campo: alojamiento en la hacienda, habitación en la hacienda incluida la comida y el agro-camping.

En Portugal, el turismo en el ambiente rural presenta cuatro modalidades: turismo organizado por el agricultor, agroturismo, turismo rural, y zonas turísticas de caza.

En América Latina, Chile y Argentina tienen la más amplia red de asociaciones de turismo rural.

Agroturismo

El Agroturismo en el Ecuador es conocer de cerca las propiedades de plantas medicinales, el cultivo de productos exóticos como la pitahaya, la uva salvaje, el plátano, la naranjilla, el maracuyá (fruta de la pasión) o las plantaciones del mejor cacao del mundo (Ruta del Cacao); y, de una inmensa variedad de rosas y flores tropicales, que permiten, conocer in situ el ambiente en el que crecen los tesoros de la Pacha Mama o Madre Tierra (Ministerio de Turismo, 2012).

El Plandetur 2020 explica que el agroturismo se lo puede realizar en haciendas, fincas, plantaciones, en Ecuador se realiza en diferentes tipos de plantaciones agrícolas.

El auge del Agroturismo en la región Sierra

Los Andes Ecuatorianos despliegan un collage de colores, como si la naturaleza hubiese tejido sobre ellos su propio tapiz. Una mirada más cercana, en cambio, nos revela que este sorprendente panorama no es sólo una expresión de la naturaleza, sino también resultado del trabajo del hombre. En las cumbres andinas, el sol de la tarde cubre extensas áreas de páramos prístinos, mientras que más abajo, en los valles, ilumina campos de maíz, cebada, trigo y quinua, tiñéndolos de reflejos dorados, ámbar, lila y amatista que cambian al paso de las inconstantes nubes. En los Andes, tierras de eternos juegos de luces y sombras, naturaleza y actividad humana, no existe un día que se parezca al otro (Ecuadorexplorer, 2015).

Considerada la región más importante de Ecuador y llamada comúnmente la Sierra, es la más visitada de todo el país. Su gran diversidad natural y cultural abarca páramos, bosques nublados, lagos, volcanes activos, termas, mercados indígenas, ciudades, pueblos y haciendas coloniales. No es casualidad que esta región cuente con la industria turística más desarrollada de Ecuador, la cual

ofrece toda clase de alojamientos, opciones culinarias, oportunidades de compras y festivales culturales.

El auge del Agroturismo en la región Costa

Guayaquil tiene varias ofertas para los turistas que deseen visitar haciendas ganaderas o agrícolas. Hay más de quince predios que reciben turistas para ver cultivos, ganado o pasear por el bosque y el rio. José Antonio Valarezo es propietario de la hacienda Palmatropic, ubicada en el kilómetro 87 de la vía Guayaquil-Naranjito-Bucay. Se puede observar el ordeño de ganado, cultivo de cítricos y palmito y pasear a caballo. Alberto Sweet es el propietario de la hacienda San Judas Tadeo, ubicada en el kilómetro 10 vías a Guayaquil-Palestina-Vinces. Se puede observar la llegada de unos cien mil patos salvajes (Ecuador inmediato , 2015)

Además está la hacienda Jambeli en la vía Guayaquil-Naranjal y la hacienda Las Cañas en la misma zona. En la primera podrá recrearse con el centro de rescate y vida silvestre, donde se reproducen y cuidan especies nativas del Ecuador que se encuentran en extinción.

Plan de negocios

Un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada (Crece Negocios, 2014, pág. 1).

El plan de negocios identifica, describe y analiza la idea del negocio que se propone y a su vez verifica la viabilidad comercial, técnica, económica y financiera, debemos recalcar que todo plan de negocios es diferente, como lo son las ideas sobre los productos o servicios que presentan el objetivo principal de un plan de negocio permite presentar la idea del producto o servicio de modo que sea un instrumento válido para.

Ayudar al equipo promotor que presenta la idea del producto o servicio en el proceso de diseño y publicidad del negocio que se plantea. Interesar a posibles inversores para reunir los recursos y capacidades necesarias para iniciar el negocio.

Estructura de un plan de negocio

El plan de negocios es el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarca desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica en la que se debe cumplir los siguiente.

- ❖ La actividad que provecta desarrollar la empresa o negocio.
- El mercado al que va a dirigirse el producto o servicio.
- Las estrategias para el lanzamiento y reconocimiento del producto o servicio en el mercado.
- ❖ La competencia con que se va a encontrar en el ámbito de negocio.
- Los objetivos y medios para lograr sus fines.
- ❖ Los recursos financieros que va a necesitar.
- Las instalaciones, equipos y personal que son necesarios (Naveros & Cabrerizo, 2010, pág. 6).

Estudio de mercado

"El estudio de mercado es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionados con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing" (Malhotra, 2010, pág. 34).

El objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude a enfrentar las condiciones del mercado, convirtiéndose en una guía práctica que orientara en el cumplimiento de los objetivos planteados y a su vez minimizara el riesgo. Además el estudio de mercado es una importante herramienta, con la

información obtenida nos permite vincular o determinar la necesidad o consumo con el cliente.

- Se pretende entregar información fidedigna que exprese el verdadero estado de las cosas.
- ❖ Es objetiva y debe realizarse en forma imparcial.
- Aunque las ideas del investigador siempre influyen en la investigación, no debe ser objeto de desviaciones personales o políticas del investigador.

Oferta

Entre los principales elementos que condicionan la oferta en el mercado son el costo de la producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas similares en el sector, es decir la competencia, la capacidad adquisitiva de los clientes, entre otros (Sapag Chaín, 2010, pág. 22).

Es decir, que se trata de aquellos con lo que cuenta o contará la empresa para poder satisfacer adecuadamente las demandas del mercado. Lo que puede brindar u ofertar el negocio para cumplir con la población demandante de un producto o servicio determinado, y ello es necesario evaluarlo a profundidad pues no es posible lazarse al mercado sin contar con las posibilidades reales de poder responder a las necesidades y demandas presentes.

Factores condicionantes de la oferta

- Costo de Producción de los Bienes. -El factor más importante del precio de un producto es su costo de producción, si éste aumenta, el productor debe aumentar el precio de venta para mantener su margen de utilidad y desarrollo del mismo.
- Riesgo del Empresario. La colocación de los bienes o servicios en el mercado implica un riesgo para el empresario, pueden tener aceptación y generar beneficios o tener poca venta y producir pérdidas. El empresario

suele reducir la oferta de los bienes que implican mayores riesgos y aumenta la oferta de aquellos que le brindan mayor seguridad.

❖ Tecnología. Los avances tecnológicos han hecho posible incrementar las cantidades de bienes que pueden producirse. Cuando una empresa incorpora una innovación tecnológica es porque le permite producir una mayor cantidad de bienes a un costo similar o inferior al que lo hacía inicialmente.

Demanda

La demanda se relaciona con la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita, para satisfacer una necesidad manifiesta o latente, en función de una tarifa establecida, y la posibilidad que tiene el nuevo producto a lanzar de cumplir con dicha demanda del mercado. Así mismo continúa refiriendo que la demanda tiene que ver con un grupo de factores como son: la necesidad real del bien o servicio, su precio, el nivel de ingresos de la población, entre otros (Baca Urbina, 2006, pág. 69).

Factores condicionantes de la demanda

- ❖ Renta. Son los ingresos del consumidor, cuando éste aumenta la demanda de un bien aumenta (comúnmente en los bienes normales). Lo contrario sucede con los bienes inferiores, ya que pueden ser sustituidos por mejores bienes. Ejemplo: Cuando el consumidor gana más se compra mejor ropa.
- Precio de los Bienes Relacionados. Son los bienes sustitutos y complementarios. Bien Sustitutivo es aquel que cubre la falta de un bien que no puede ser comprado, pero no en su totalidad. Si sube el precio del bien sustitutivo aumenta la demanda del bien y viceversa.

Estudio técnico

"Esta parte del estudio de mercado, tiene que ver, con la determinación y valoración de cuatro subpartes principales: el tamaño del negocio, su

localización más efectiva, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo" (Baca Urbina, 2006, págs. 91,92).

Del estudio de mercado, el paso siguiente es el estudio técnico en el que determinara la maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada, identificando así las herramientas necesarias que nos permitan lograr el desarrollo del producto. Con lo anterior mencionado se podrá realizar una estructura de costos de los activos para este estudio ya que tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto perteneciente a este tipo de estudio.

El Estudio Técnico se lo puede desarrollar de la siguiente manera

- Producto
- Analizar los Recursos Necesarios
- Analizar el Tamaño del Proyecto
- Describir el Proceso Productivo
- Definir la Localización

Producto

Se refiere a cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características.

Análisis de los recursos

Se refiere a los medios necesarios que la empresa necesita para poder fabricar y comercializar el producto, sean estos:

- Recursos materiales, como son los insumos o materias primas
- Recursos humanos, mano de obra y demás personal
- Recursos financieros, básicamente el dinero.

Análisis del tamaño del proyecto

Se refiere a todos los bienes inmuebles y muebles necesarios para desarrollar el siguiente estudio, por ejemplo:

- Edificios e Instalaciones
- Maquinarias y Equipos
- Muebles y Enseres

Diseñar el proceso de producción de tal manera pueda darse un proceso óptimo en la elaboración.

Localización del proyecto

Se refiere al lugar idóneo donde se puede instalar la empresa cuyo objetivo es lograr una posición dentro de la competencia incurriendo en minimizar costos y en la rapidez del servicio.

Estudio financiero

Analiza el estudio desde su retorno financiero, se enfoca si se ha cumplido o no los objetivos de generar un retorno económico a los diferentes actores que participan en su ejecución o financiamiento. Todos los ingresos y todos los egresos serán confrontados con la ayuda de diferentes indicadores o índices financieros que darán como resultado final la ganancia o rentabilidad que la empresa tendrá bajo las circunstancias planteadas.

Características de la TMAR, VAN, TIR

La TMAR, no es más que "La tasa de mínima aceptable de rendimiento o el costo de capital" (Baca Urbina, 2006, pág. 224).

Es decir, según este autor, se trata de la tasa anual de ganancia que se requiere ganar por parte del inversionista para poder llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de la empresa, e indica el crecimiento real de la empresa por encima de la inflación; es decir se trata de un indicador certero de la rentabilidad y factibilidad de la iniciación del negocio, pero también debe suponer los indicadores de riesgos de no alcanzar dichas ganancias y que el negocio fuera a la quiebra.

Valor actual neto

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo.

La fórmula que nos permite calcular el VAN es:

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- Vt representa los flujos de caja en cada periodo t.
- lo es el valor del desembolso inicial de la inversión
- n es el número de periodos considerado
- El tipo de interés es k. Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto (VAN) es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión

La fórmula que nos permite calcular el TIR es:

$$TIR = VANtm + (TM - tm) \left(\frac{VAN tm}{VAN tm - VAN TM} \right)$$

Tm= Tasa menor

TM = Tasa mayor

VAN tm = Valor neto de la tasa menor

VAN TM = Valor neto de la tasa mayor

Conceptualización

En el presente trabajo se va utilizar los siguientes términos que ayudan al desarrollo del proyecto.

Atractivo turístico

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

Recursos turísticos

Bienes y servicios que por intermedio de actividad del hombre y medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Turismo comunitario

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales.1 El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un

país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. El turismo es un sector económico en crecimiento. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades. Estas debilidades inciden en la calidad del turismo con una oferta poca diversificada y atención deficiente al turista.

Agroturismo

Cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios. El agroturismo es una modalidad de oferta turística que consiste en alojarse en casas rurales, de aldea, bien alquilando toda la vivienda con una serie de servicios, bien una habitación o espacio de la misma. Los propietarios ofrecen actividades relacionadas con el mundo agrario y rural: alimentación con productos de cosecha propia, alquiler de caballos, práctica de deportes de riesgo, escuela de ecología, viajes en carro o cursos de cocina artesanal.

Metodología

Para realizar el presente proyecto se empleará métodos, como también técnicas, las cuales permitirán elaborar el plan de negocios.

Tabla 1 Metodología investigativa

ETAPA	MÉTODOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	RESULTADOS
FUND. TEÓRICA	Inductivo- deductivoDialéctico	FichajeRevisiónbibliográfica y por internet	Bases teóricas de la investigación

DIAGNÓSTICO	 Histórico – lógico Recolección de información. 	EncuestasTécnicas estadísticas	Informe sobre el estado actual del problema
PROPUESTA	Inductivo deductivoDialéctico		Resultado que se esperan con la ejecución de la propuesta
VALIDACIÓN			 Afinar la propuesta Corroborar viabilidad de la propuesta

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Micro entorno

El crecimiento de haciendas que se dedican a brindar un servicio de Agroturismo en el Ecuador ha ido creciendo y en virtud a ello se ha visto la necesidad de potencializar la Hacienda "Mi Tierrita", con el nuevo concepto de Agroturismo con lo cual se aprovecharía parte de su producción y parte del proceso turístico, dando así un giro al negocio de la hacienda, en dar un servicio complementario como.

- Alimentación,
- Hospedaje,
- Juegos recreacionales,
- Áreas de sembríos,
- Caminatas.
- Visita al establo,
- Pesca deportiva

Servicio que está enfocado a los turistas nacionales y extranjeros, para potencializar el sector turístico de la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro

Técnicas

Encuesta

Una encuesta es un procedimiento de investigación, dentro de los diseños de

investigación descriptivos (no experimentales) en el que el investigador busca

recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado o una

entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la

información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. Los datos

se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una

muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio,

integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de

conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

Tamaño de la muestra

La muestra se define como: "Un subconjunto de elementos de la población. Se

toman muestras cuando es difícil o costosa la observación de todos los

elementos de la población estadística" (Wikipedia, 2015) Para la determinación

de la muestra se partió de la cuantificación del número de turistas (5600 al año)

que visitan la Parroquia San Mariano Acosta-Cantón Pimampiro, de acuerdo a

datos proporcionados por la Captur. Luego de la aplicación de la siguiente

fórmula se determinó el número de encuestas que debieron realizarse:

Cálculo de la muestra

En donde:

No= muestra a calcular

 Z^2 = margen de confianza 95% (esto equivale a 1.96 o al 99% y eso equivale al

2.56)

17

N= población total activa de 37612

e = margen de error 5% o 1%

Prueba piloto 25 – 30

$$P = \frac{\text{\# respuestas positivas}}{\text{\# total de preguntas}}$$

$$P = \frac{26}{28}$$

P=0,93

CON UN MARGEN DE CONFIANZA DE 95%

$$N^{\circ} = \frac{(1,96)^2(0,93)(1-0,93)}{(0,05)^2}$$

$$N^{\circ} = \frac{0.25}{0.0025}$$

 $N^{\circ} = 100//$

Diseño de la encuesta

La encuesta realizada estuvo conformada por 10 preguntas del tipo abiertas, cerradas y de opción múltiple

Objetivo de la encuesta

Determinar gustos y preferencias de posibles clientes, para saber cómo la Implementación de Agroturismo, ayudará a satisfacer sus necesidades acerca del producto.

UNIVERSIDAD ISRAEL ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE POR OBJETIVO IDENTIFICAR EL
MERCADO POTENCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN
LA PARROQUIA DE MARIANO ACOSTA

Fecha:	Edad:
Lugar:	Género:
1. Conoce Ud	. la Hacienda MI Tierrita en la Parroquia de Mariano Acosta?
SI NO	
2. Conoce Uc	I. qué es el agroturismo?
SI NO	
3. Si su respu	esta es afirmativa, indique si lo ha practicado alguna vez?
Si	No
4. Estaría int	eresado en adquirir un paquete agro turístico para realizar
actividades c	omo: cabalgatas, crianza de animales, siembra o cosecha de
productos, co	ompartir costumbres y tradiciones existentes en la Hacienda "
Mi tierrita, Ma	riano Acosta?
SI NO	
5. ¿Usted de	cuántos días dispondría para visitar la Hacienda y practicar
agroturismo?	
Un día	
Un fin de sema	ana
Una semana (5-7 días)
6. Qué servic	ios le gustaría se incluya en el paquete agro turístico dentro
de la haciend	a mi tierrita?
Práctica agricu	ıltura
Ordeño	
Caminatas	
Comida típica.	

Convivencia cultural
7. ¿Con qué frecuencia le gustaría o desearía visitar la Hacienda?
Todos los fines de semana
Cada 15 días
Cada mes
2 veces por año
1 vez al año
8. ¿Cuándo viaja usted con quién suele viajar?
Solo Amigos Familia
9. ¿Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades que incluyan recreación, práctica de agricultura, ordeño y alimentación típica en la
hacienda?
10- 25
25- 50
50-75
Más de 75
10. Por qué medios le gustaría se promocione los servicios de la hacienda
para poderla visitar.
PAGINA WEB
TRIPTICOS
RADIO
TV
OTRO

Tabulaciones

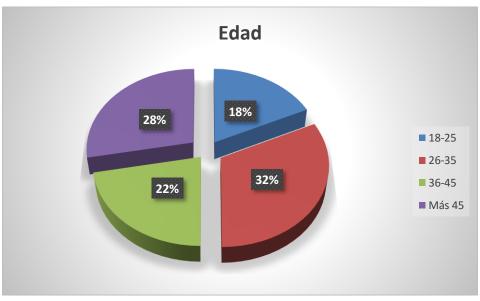
Edad

Tabla 2 Edad

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
18-25	18	18,00
26-35	32	32,00
36-45	22	22,00
Más 45	28	28,00
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 1 Edad



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta se valida que el 32% tiene una edad entre 26-35 años y en menor porcentaje con un 18% tiene una edad entre 18 a 25 años información que permite determina a qué tipo de personas estará direccionado el servicio.

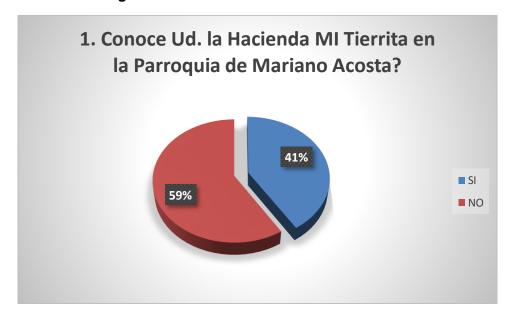
1. Conoce Ud. la Hacienda MI Tierrita en la Parroquia de Mariano Acosta?

Tabla 3 Conoce Ud. la Hacienda MI Tierrita

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	41	41,00
NO	59	59,00
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 2 Conoce Ud. la Hacienda MI Tierrita



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta se valida que el 59% conoce la hacienda Mi Tierrita en la parroquia de Mariano Acosta y en menor porcentaje con un 41% informa que no conoce datos importantes que permite determinar, que la hacienda necesita mayor publicidad.

2. Conoce Usted qué es el agroturismo?

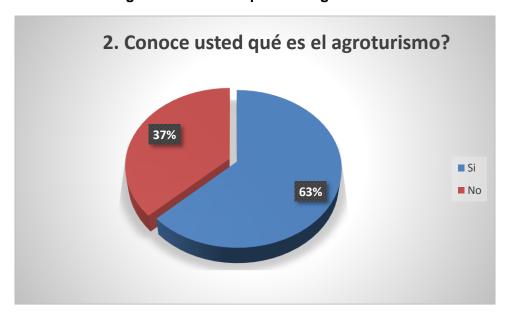
SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA CONTINUE CON LA ENCUESTA CASO CONTRARIO PASE A LA PREGUNTA CUATRO.

Tabla 4 Conoce usted qué es el agroturismo

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	63	63,00
No	37	37,00
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 3 Sabe Ud. qué es el agroturismo



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta se valida que el 63% sabe lo que es el agroturismo y en menor porcentaje con un 37% desconoce, información que permite analizar que las personas conocen de lo que se trata el termino, por lo cual se considera que la hacienda si tendrá su acogida con el servicio de agroturismo.

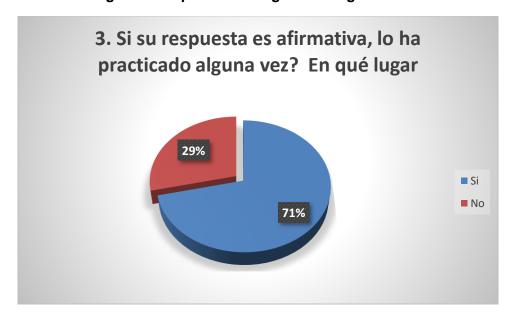
3. Si su respuesta es afirmativa, lo ha practicado alguna vez?

Tabla 5 Ha practicado alguna vez agroturismo

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	45	71,43
No	18	28,57
No validas	37	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 4 Ha practicado alguna vez agroturismo



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta de las 63 personas que conocen lo que es el agroturismo 45 personas si lo han practicado que equivale al 71%, y en menor porcentaje con un 29% que equivale a 18 personas no han practicado la actividad de agroturismo, un indicio que permite determinar la factibilidad de la implementación el plan de negocio de Agroturismo en "La Hacienda mi Tierrita.

4. ¿Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico para realizar actividades como: cabalgatas, crianza de animales, siembra o cosecha de productos, compartir costumbres y tradiciones existentes en la Hacienda "Mi tierrita, Mariano Acosta? Por qué

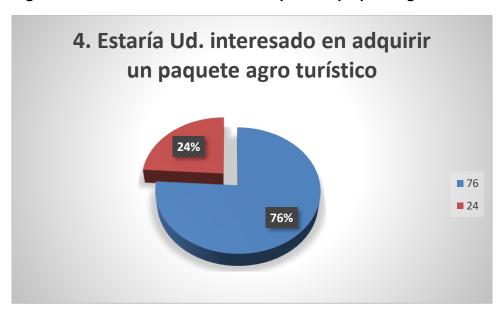
SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA CONTINUE CON LA ENCUESTA CASO CONTRARIO SE LE AGRADECE POR SU TIEMPO.

Tabla 6 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	76	76,00
No	24	24,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 5 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta se valida que el 76 % estaría interesado en adquirir un paquete agro turístico y en menor porcentaje con un 24% no estaría interesado en este tipo de actividad lo que nos permite determinar que si es positivo la implementación del plan de negocio de Agroturismo en "La Hacienda mi Tierrita.

Tabla 7 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico por qué

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Por diversión	24	31,58
Por la naturaleza	15	19,74
Aprender sobre agricultura	18	23,68
Por el aire del Campo	19	25,00
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 6 Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico por qué



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta de las 76 personas que si les gustaría utilizar un paquete, lo adquieren por diversión 24 personas, por naturaleza 15 por aprender sobre agricultura 18 por el aire del campo 19, información importante al determinar las actividades que se desarrollara en la "Hacienda mi Tierrita".

5. ¿De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda y practicar agroturismo?

Tabla 8 De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Un día	26	34,21
Un fin de semana	42	55,26
Una semana (5-7)	8	10,53
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 7 De cuántos días dispondría para visitar la Hacienda



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta de las 76 personas que si desean utilizar un paquete agro turístico, utilizarían el servicio un día 26 personas, un fin de semana 42, una semana 8 personas información a tomar en cuenta al implementar los paquete de agroturismo.

6. Qué servicios desearía se incluya en el paquete agro turístico dentro de la hacienda mi tierrita?

Tabla 9 Qué servicios desearía se incluya en el paquete agro turístico

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Práctica agricultura	15	19,74
Ordeño	10	13,16
Caminatas	20	26,32
Comida típica	16	21,05
Convivencia cultural	15	19,74
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 8 Qué servicios desearía se incluya en el paquete agro turístico



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta las 76 personas que si estarían dispuesto a utilizar un paquete agro turístico, el 26% desearía que se incluya en el paquete agro turístico caminatas y en menor porcentaje con un 13% le gustaría que se implemente la actividad de ordeño información a tomar en cuenta en los servicios que tendrá la hacienda.

7. ¿Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda?

Tabla 10 Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Todos los fines de semana	9	11,84
Cada 15 días	26	34,21
Cada mes	20	26,32
Dos veces por año	13	17,11
1 Vez al año	8	10,53
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 9 Con qué frecuencia desearía visitar la Hacienda



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta las 76 personas que si estarían dispuestas a utilizar un paquete turístico, el 34% menciona que la frecuencia que visitarían la hacienda es cada quince días y en menor porcentaje con un 11% la frecuencia de visita es todos los fines de semana información importante a tomar en cuenta para validar los días de funcionamiento de la hacienda.

8. ¿Con quién suele viajar?

Tabla 11 Con quién suele viajar

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Solo	4	5,26
Amigos	30	39,47
Familia	42	55,26
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 10 Con quién suele viajar



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta las 76 personas que si estarían dispuestas a utilizar un paquete turístico, el 55% suele viajar con su familia a este tipo de actividad de agroturismo y en menor porcentaje con un 5% lo realiza solo, información importante que permitirá determinar la capacidad que tendrá la "Hacienda mi Tierrita".

9. ¿Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades que incluyan recreación, práctica de agricultura, ordeño y alimentación típica?

Tabla 12 Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
\$10-\$25	39	51,32
\$25-\$50	21	27,63
\$50-\$75	9	11,84
Más de \$ 75	7	9,21
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 11 Qué valor diario estaría dispuesto a pagar por actividades



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta las 76 personas que si estarían dispuestas a utilizar un paquete turístico, el 51% estaría dispuesto a pagar por un día de las actividades de agroturismo el valor entre \$10 a \$ 25 dólares americanos y en menor porcentaje con un 9% pagaría más de \$ 75 dólares, información a tomar en cuenta al determinar los costos por paquete agro turístico que dispondrá la "Hacienda mi Tierrita".

10. Por qué medios le gustaría se promocione los servicios de la hacienda.

Tabla 13 Por qué medios le gustaría se promocione los servicios

	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Página web	22	28,95
Trípticos	15	19,74
Radio	18	23,68
TV	16	21,05
Otros	5	6,58
No validas	24	0,00
TOTAL	100	100,00

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Figura 12 Por qué medios le gustaría se promocione los servicios



Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis

Según los datos obtenidos de la encuesta las 76 personas que si estarían dispuestas a utilizar un paquete turístico, el 29% les gustaría se promocione los servicios de la hacienda mediante el medio de una página web y en menor porcentaje con 6% le gustaría conocer sobre el servicio mediante otros medios información a tomar en cuenta al realizar la publicidad o promoción de la "Hacienda mi Tierrita". Luego de valorar las encuestas aplicadas se ha arribado a la conclusión de que el problema enunciado es real y puede efectivamente dar pie a la realización del tema propuesto.

III DESARROLLO PLAN DE NEGOCIOS

Introducción

La hacienda Mi Tierrita, ofrecerá un conjunto de servicios de agro turismo con la intencionalidad de que los turistas que la visitan se sientan cómodos al utilizar las instalaciones, cada uno de los servicios que se prestaran mantienen un alto énfasis en el contacto con la naturaleza y su aprendizaje en los cultivos, las comidas típicas que presenta la zona.

Es importante analizar a los posibles competidores, a los diferentes proveedores de los productos alimenticios, las características de los turistas , el nivel de servicios sustitutos que remplace a la hacienda agro turística, el ingreso de nueva competencia a este tipo de actividad, por ende resulta indispensable un análisis fe las fuerzas de Porter.

Análisis Porter

Amenaza de entrada de nuevos competidores

El turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente (Proecuador, 2014).

El sector de Agroturismo, muestra una competitividad alta, en los últimos años ha tenido un crecimiento considerable por el apoyo de entidades gubernamentales para el desarrollo del sector turístico que contribuye al país.

- ❖ 1.- Las direcciones municipales de turismo están impulsando este tipo de proyectos, el turismo se ha consolidado como la principal actividad económica de muchas ciudades del Ecuador y el sector de mayor crecimiento en términos de ingresos de divisas y generación de fuentes de trabajo.
- 2.- Por la riqueza cultural, patrimonial y natural que tienen la provincia de Imbabura el cantón Pimampiro la parroquia Mariano Acosta.

En la parroquia Mariano Acosta los turistas la visitan por el atractivo de la laguna Puruhanta, los paisajes de bosque andino con sus fuentes de agua y cascadas, la riqueza de la reserva Cayambe Coca, la presencia del oso de anteojo. La comunidad ve al turismo con gran interés, no sólo como fuente de ingresos, sino como medio para conseguir la conservación de su entorno natural flora y fauna.

Con los apoyos de instituciones públicas que se presentan, la entrada de nuevos competidores es alta, sin embargo el valor agregado que se brinde en los servicios de agroturismo en la Hacienda MI Tierrita se diferenciara de la competencia.

La rivalidad entre competidores

La rivalidad en el sector de turismo se considera al número de competidores con recursos y capacidad similares, usualmente compiten en los siguientes aspectos como:

- Precios,
- Promociones, publicidad,
- Lanzamientos de nuevos servicios (agro turísticos).

Esta rivalidad tiende a aumentar en intensidad cuando las haciendas de agroturismo sienten la presión competitiva o ven una oportunidad para mejorar su posición en el sector por ende la rivalidad entre competidores para el plan de negocio de agroturismo en "La Hacienda Mi Tierrita", parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro es media.

Tabla 14 Principales competidores

N°	Haciendas del sector
1	Hacienda Cusin
2	Hacienda Guachalá
3	Hacienda Pinsaqui
4	Hacienda Amistad

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Poder de negociación de los proveedores

El plan de negocio de agroturismo en "La Hacienda Mi Tierrita", parroquia Mariano Acosta, necesita materias primas para producir y brindar un servicio agro turístico y esto crea necesariamente relaciones comprador-vendedor entre el mercado y los proveedores, por ende se contara con empresas que brinden un crédito, promociones y el mejor producto como:

- Alimentos de primera necesidad
- Bebidas
- Enlatados
- Medicamentos
- Medicina para el ganado
- Semillas

Tabla 15 Principales proveedores

Detalle	Productos
Economías populares	Alimentos de primera necesidad.
Economías populares	Bebidas, enlatados, medicamentos, alimentos de
	primera necesidad.
Tiendas agrarias	Medicamentos para ganado, semillas.

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación del cliente o consumidor se refiere a la presión que pueden ejercer para conseguir servicios de agroturismo que ofrezcan.

- Una mayor calidad.
- Mejor servicio al cliente (VAC).

- Precios que se adapte al tipo de turista.
- Diversidad de actividades agro turísticas
- Canal de comercialización directo, productor- consumidor.

El poder de negociación de los clientes en el diseño del plan de negocio de agroturismo en "La Hacienda Mi Tierrita", parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro es baja, ya que existen haciendas a su alrededor que brindan un servicio similar, sin embargo no cuentan con un ambiente agro turístico que buscan muchos turistas para su tiempo de esparcimiento y a la vez aprender sobre la cultura del sector sus tradiciones, gastronomía, la diversidad natural que se puede apreciar, y conocer el proceso de cultivo para obtener un producto nutricional y de calidad.

Amenaza de ingreso de servicios sustitutos

La amenaza de sustitutos en el plan de negocio de agroturismo en "La Hacienda Mi Tierrita", parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, se considera una amenaza media, ya que a los alrededores de la misma existen fincas y haciendas sin embargo no prestan un servicio relacionado al agro turismo que tendrá un precio accesible para todo público en general.

Tabla 16 Lugares que prestan servicios sustitutos

Detalle	Servicios
Hacienda Mariano acosta	Producción agraria
Hacienda Quinta	Servicio de hospedaje
Termas de Chachimbiro	balnearios, caminata
Hostería Palmira	Hospedaje, sitios recreacionales

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

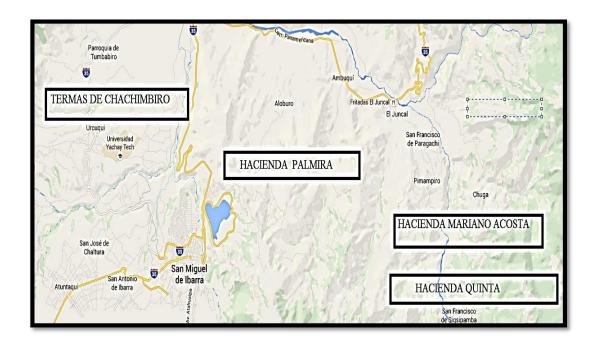


Figura 13 Mapa Lugares que prestan servicios sustitutos

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Análisis del Mercado

Demanda

La cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso puede satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares y tener acceso a su utilidad intrínseca (Andrade, 2005, pág. 215).

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado pretende o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como fijar la posibilidad de participación del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Datos, para el cálculo de la demanda

Para el cálculo de la demanda se la realizara en relación al número de turistas que visitan la parroquia San Mariano Acosta cantón Pimampiro que es de (5.600 al año), por la tasa de crecimiento poblacional Anual del cantón Ibarra que es de 1.9 % anual. Fuente (INEC, 2010).

La demanda se obtiene multiplicando el número de turistas que visitan la parroquia San Mariano Acosta cantón Pimampiro que es de (5.600 al año), por el porcentaje de aceptación (0, 76%).obtenido de la pregunta N° 4 de la encuesta que ¿Estaría Ud. interesado en adquirir un paquete agro turístico para realizar actividades como: cabalgatas, crianza de animales, siembra o cosecha de productos, compartir costumbres y tradiciones existentes en la Hacienda "Mi tierrita, Mariano Acosta?

X = 5.600*0.76

X = 4256

Tabla 17 Demanda proyectada de personas

PROYECCION			
AÑO	POBLACIÓN		
2016	4.256		
2017	4.337		
2018	4.503		
2019	4.765		
2020	5.137		

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Demanda Potencial

Tabla 18 Demanda Potencial

POBLACIÓN	FRECUENCIA	POBLACIÓN OBTENIDA	CANTIDAD DE CONSUMO	DEMANDA DE SERVICIOS
4.256	12,00%	511	52	26.557
4.256	34,00%	1447	26	37.623
4.256	26,00%	1107	12	13.279
4.256	17,00%	724	2	1.447
4.256	11,00%	468	1	468
TOTAL	100,00%	4256	428	79.374

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán Para obtener la demanda de servicios de agro turismo se realiza de la siguiente forma, de la población obtenida se multiplica por la cantidad de veces que utiliza este servicio, donde se analiza el consumo de la siguiente manera todos los fines de semana que el año es de 52 semanas, cada 15 días que equivale a 26 quincenas al año, cada mes que equivale a 12 meses al año, cada dos veces al año que equivale a 2 semestres y una vez al año, la multiplicación de estos valor nos permite determinar la demanda de servicios de agro turismo de forma anual que es igual a **79.374**.

Para la proyección se utiliza la siguiente formula:

$$Cn = Co (1 + i) n$$

En dónde;

Cn = Valor Futuro

Co = Valor inicial

I = Tasa de crecimiento 1,9%

n = Numero de periodos

Tabla 19 Proyección de la Demanda en números de servicios

PROYECCION			
AÑO	POBLACIÓN		
2016	79.374		
2017	80.883		
2018	83.985		
2019	88.864		
2020	95.813		

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Cálculo de la oferta

La oferta posee relación con el comportamiento de los productores o vendedores. Así lo manifiesta "es el fenómeno correlativo a la demanda como la

cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo" (Avìla M, 2003, pág. 45).

Por medio del análisis de la oferta se pretende determinar el volumen y condiciones en que la economía puede y quiere instalar a disposición del mercado un bien o servicio. Para el cálculo de la oferta se toma en cuenta el número de servicios de agroturismo que brinda la competencia de forma anual, como se detalla en el siguiente cuadro información que se obtuvo mediante una investigación de campo (observación, datos estadísticos).

Tabla 20 Consumo anual de servicios agro turísticos

Producto	Consumo anual (N° de turistas)
Hacienda Cusin	5.000
Hacienda Guachalá	4.000
Hacienda Pinsaqui	3.000
Hacienda Amistad	5500
Total	17.500

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta el total de servicios agro turísticos por parte de la competencia que es de **17.500** forma anual por la tasa de crecimiento del sector de alojamiento y servicio de comida que es el 10,90% (PIB), se aplica la siguiente fórmula.

En dónde:

Cn = Valor Futuro

Co = Valor inicial

I = Tasa de crecimiento 10,90%

n = Numero de periodos

Tabla 21 Proyección de la oferta de servicios agro turísticos

PROYECCION			
AÑO	POBLACIÓN		
2016	17.500		
2017	19.408		
2018	23.869		
2019	32.556		
2020	49.244		

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Demanda insatisfecha

La metodología que se utilizó para determinar la demanda insatisfecha es mediante investigación de campo, misma que se determinó a través de encuestas.

Tabla 22 demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA (N° TURISTAS)
2016	79.374	17.500	61.874
2017	80.883	19.408	61.475
2018	83.985	23.869	60.116
2019	88.864	32.556	56.308
2020	95.813	49.244	46.569

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Se determina una demanda insatisfecha positiva de **61.874** (turistas) para el primer año del proyecto agro turístico, de acuerdo a la capacidad instalada de la hacienda, se tomó el 15% de dicha demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros que es de **9.281**.

La empresa y los requerimientos del plan del negocio

Visualización de la empresa

Misión

Ofrecer experiencias en actividades de agroturismo a turistas nacionales y extranjeros, en un entorno natural, recreativo y educativo, mediante la participación de nuestros recursos humanos, respetando el medioambiente.

Visión

Para el año 2021, ser una hacienda de agroturismo reconocido a nivel regional, y nacional, por la excelente calidad de servicios, con perspectivas de desarrollo.

Valores y principales

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Cortesía
- Efectividad
- Calidad
- Sostenibilidad

Estrategias de mercado

Marketing Mix

Marketing Mix mantiene plena vigencia en lo que respecta a los aspectos estratégicos tácticos de la gestión de martketing, sin embargo también se ha visto que, así como sus cuatro elementos definen las estrategias y las tácticas de marketing, en la misma medida afectan la decisión de compra del consumidor (Soriano, 2010, pág. 74).

Estrategias del Producto/Servicios

Es un conjunto de características unidas en forma fácilmente identificables, que el consumidor acepta como algo que le permite satisfacer sus deseos o necesidad.

Objetivo.

Dar a conocer el servicio que está en disposición para satisfacer las necesidades del turista, con todas las seguridades que debe presentar un lugar de Agroturismo.

- * Realizar evaluaciones continuas a los clientes.
- Desarrollo de nuevos servicios turísticos (recreacionales).
- Mejoramiento continúo de la calidad de servicio agro turístico.

Servicios que ofrece la hacienda

La Hacienda Agro turística, ofrecerá los siguientes servicios para sus clientes, un paquete especial de dos días y noche.

Tabla 23 Servicios de la Hacienda

Actividades	Descripción			
Alimentación	Café, almuerzo, merienda			
Hospedaje	Instalaciones de la hacienda			
Juegos recreacionales	Canchas de futbol, basquek,boley			
Áreas de sembríos	Aprendizaje de los cultivos, procesos de siembra.			
Paseo	En bicicletas, caminata senderos, se pueden conocer sitios atractivos como (laguna Puruhanta, boque andino con sus fuentes de agua y cascada)			
Establo	Paseo en caballos, cuidado de los animales, ordeño.			
Pesca deportiva	Aprendizaje de pesca, y preparación			

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Itinerario Agro turístico

Las actividades que se pueden realizar en la hacienda agro turística, se detalla en la siguiente tabla

Tabla 24 Itinerario Agro turístico

Duración	Actividad	Tiempo
Día 1	 Llegada del turista a la hacienda Agro turística. Desayuno de bienvenida 	De 09:00 a 12:00
Mañana	 Conocer las áreas de sembríos el proceso de producción del cultivo. 	

Tarde	Almuerzo	De 13:00 a 18:00
	 Paseo (caminatas senderos) paseo en bicicleta. Se pueden conocer los sitios atractivos como: 	
	 Laguna Puruhanta Bosque Andino con sus fuentes de agua y cascada. 	
Noche	• Cena	De 20:00 a 22:00
	Caminar en la noche alrededores de la hacienda	
Día 2	Aprender el ordeño	De06:00 a 12:00
Mañana	• Desayuno	
	Aprender sobre el cuidado de los animales	
	Paseo en caballo (cabalgata).	
Tarde	Aprender pesca y preparación	De 13:00 a 18:00
	• Almuerzo	
	Utilizar las canchas de juegos recreacionales	

Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Verónica Guamán

Estrategias de Precio

El precio representa la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el servicio, toda empresa o proyecto debe enfrentar el reto de la fijación de precio.

Objetivo

Brindar al turista, nacional y extranjero alternativas de precios que estén enfocados en la diferenciación de la competencia siempre con un servicio de calidez y calidad.

El precio estará basado en el costo de producción y comercialización que generara el servicio, con el cual se estimara un costo de utilidad aceptable.

- Se va a introducir un paquete de servicio agroturismo de dos días una noche mismo que tendrá el precio más bajo posible que sería de \$ 54 dólares americanos por persona, se determina este valor por los costos y gastos que influye en cada servicio con un margen de utilidad necesario para el desarrollo de la Hacienda Mi Tierrita.
- El precio para turistas nacionales tendrá un descuento del 5%, personas menores de edad, discapacitados y adultos mayores pagaran el 50% del paquete agro turístico.
- Los clientes de la Hacienda, Mi Tierrita podrán realizar sus pagos en efectivo con un descuento del 10%, con tarjeta de crédito a 3 a 6 o 12 meses plazo sin intereses.

Estrategias de Plaza o Canales de Distribución

En las estrategias de servicio la primera situación puede ser que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse, otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo.

Objetivo

Entregar de manera oportuna los servicios de agroturismo que se ofrecen, ajustándose a las condiciones establecidas entre el turista y la hacienda.

- Presentación formal de la empresa.
- Utilizar un canal directo.
- Contacto mediante una llamada telefónica (call center).

Estrategia de Promoción y Publicidad

La promoción es un conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuyo manejo se sitúa en el marco de una política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo y crecimiento de las ventas en un corto plazo.

Objetivo

Implementar los medios adecuados acorde a los datos obtenidos, en el estudio de mercado para dar a conocer por medios electrónicos o físicos el servicio de agroturismo.

- Diseño de una página web, donde los clientes potenciales puedan conocer las promociones del servicio.
- * Realizar publicidad en medios masivos a nivel provincial y nacional.
- Dar a conocer el servicio mediante eventos y ferias.

Requerimientos de un plan de negocios

Requerimientos legales para la constitución.

La Hacienda mi Tierrita como un plan de negocios de Agroturismo en la parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro se constituirá como una Sociedad Anónima, debidamente registrada en la Institución, como es la Superintendencia de Compañías, y ante las autoridades legales competentes para lo cual se someterá a las leyes de la Constitución de la república del Ecuador, a las leyes de turismo y a las leyes ambientales cumpliendo con todas normas para un manejo eficaz de la empresa.

En esta compañía, el capital social se encuentra representado por títulos negociables y que poseen un mecanismo jurídico propio y dinámico por lo cual la acción es la parte alícuota del capital de una Compañía Anónima, la ventaja de constituir la empresa como una sociedad anónima es que los accionistas no responden personalmente a las deudas sociales, sino únicamente, por el monto de sus acciones, además que los acreedores tiene derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.

Características

Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Socios

La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista.

Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.

Responsabilidad

Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

Constitución

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Capital

Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.

Capital autorizado

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Capital mínimo

El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

Aportaciones

Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía. (Ley de Compañias, 2015)

❖ Aportaciones en especie

En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán avaluados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato. En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas. En la constitución simultánea las especies aportadas serán avaluadas por los fundadores o por los peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes. Estas disposiciones, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada solo por los propietarios de ese aporte (Ley de Compañías, 2015)

Razón social

En este tipo de empresas, el nombre puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Por lo tanto el nombre de la Hacienda mi Tierrita dedicada a la actividad de agroturismo se llamara " HACIENDA MI TIERRITA AGRO NATURAL S.A"

Obtención de Documentos Legales

La hacienda mi Tierrita AGRO NATURAL S.A Debe contar con la obtención de los siguientes Documentos para su funcionamiento.

a). Registro Único del Contribuyente

Identificar al contribuyente ante la Administración Tributaria. Este permiso se obtiene en el SRI (Servicio de Rentas Internas) y para su obtención es necesarios los siguientes documentos:

Requisitos:

- Escrituras de constitución de la compañía.
- Llenar el formulario 101A.
- Nombramiento que otorga la Superintendencia de Compañías de Representante Legal.
- Copia de Cédula de Identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad), o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- Carta con los pagos de agua, luz o teléfono, de no más de 3 meses de antigüedad.

b). Licencia Funcionamiento de Turismo

Prescribiendo un plazo máximo de 30 días después del inicio de la actividad para obtener el Registro de Turismo, en el Ministerio de Turismo, siendo sancionado hasta con la clausura del lugar de no cumplir con tal obligación.

Para su obtención son necesarios los siguientes documentos.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C
- Copia de la Cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada

c). Afiliación a la Cámara de turismo CAPTUR

Para la obtención del certificado de afiliación se requerirá los siguientes documentos:

- Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta.
- Copia del último aumento de capital (sí hubiese)
- Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del Registro único de Contribuyentes (R.U.C)
- Cancelar la cuota de afiliación.
- Llenar formulario de afiliación

d). Certificación del Cuerpo de Bomberos

Requisitos

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

e). MINTUR

Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo por PRIMERA EMISIÓN:

Requisitos.

- Original y Copia sencilla del título profesional de Guía de Turismo.
- Original y Copia sencilla del Certificado emitido por SENESCYT que permita la verificación de la legalidad del título profesional.
- Original y copia sencilla del Certificado de suficiencia de los idioma/s extranjero/s aprobados por una Institución reconocida por el Ministerio de Educación.
- 1 fotografía tamaño carné a color.
- Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre.
- Original y Copia de la cédula de identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones).
- Currículum vitae (Según formato adjunto: Hoja de vida).
- Oficio de Solicitud de emisión de licencia dirigida al Ministerio de Turismo. (Según formato adjunto: Solicitud primera emisión de licencia).
- Original y Copia del comprobante de depósito.

f). IEPI

- Datos generales de quien se va registrar el título de marca.
- Detalle de la marca; nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo.
- Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada mediante computadora.

- Dos copias de la cédula y el del certificado de votación de Representante Legal.
- Copia notaria del Nombramiento del Representante Legal.
- Si la marca es figurativa o mixta debe presentar seis etiquetas a color tamaño 5x5 cm, en el papel adhesivo.
- Declaración de exoneración de responsabilidades.

Eslogan de la empresa

"CONOCE LA NATURALEZA DE VIDA"

Logotipo

La hacienda Mi Tierrita al brindar un servicio de agroturismo, se diseña un campesino en su labor diaria donde se ve reflejado su esfuerzo por el campo, el color verde identifica la naturaleza, sus sembríos sus senderos, la bella en su esplendor de la parroquia Mariano acosta.



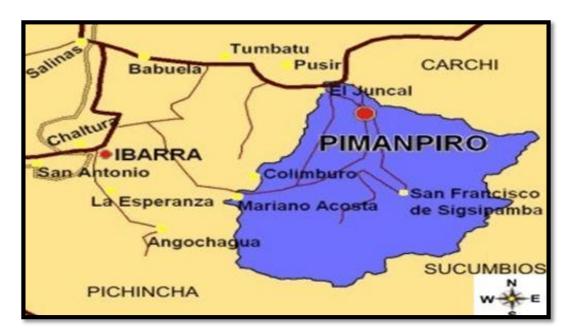
Figura 14 Logotipo

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Localización de la empresa

La **"HACIENDA MI TERRITA AGRO NATURAL S.A"** estará ubicada en la parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro.

Figura 15 Localización de la empresa



Vía Mariano Acosta



Infraestructura y distribución de la empresa

AREA DE SEMBRIOS

AREA DE JUEGOS
RECREACIONALES

PASEO EN BICICLETAS

AREA DE RECEPCIÓN

AREA DE RECEPCIÓN

Figura 16 Infraestructura y distribución de la empresa

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos mobiliarios, software y otros

Para el servicio de agroturismo se necesita de los siguientes equipos, y recurso humo, mismos que se detalla en las siguientes tablas.

Muebles y enseres

Para el funcionamiento de la hacienda Agro turística, se deben adquirir los siguientes muebles y enseres tanto para el área administrativa como operativa.

Tabla 25 Muebles y Enseres

CONCEPTO	DEPARTAMENTO		
	ADMINISTRATIVO	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES
Escritorio	2		2
Archivador pequeño	1		1
Cama Litera		12	12
Cama dos plazas		6	6
Veladores		12	12
Colchón (dos plazas)		6	6
Colchón (litera)		12	12
Espejos para peinadoras		12	12
Peinadoras		12	12

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos de oficina

Se determinan los equipos de oficina necesarios para el área administrativa, restaurante y alojamiento.

Tabla 26 Equipos de oficina

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	SERVICIOS		
	ADMINISTRATIVO	RESTAURANTE	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES
Teléfono inalámbrico	1	1	12	14
Calculadora estándar	1	1	2	4

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos de alojamiento

Se detallan los equipos de alojamiento necesarios para el área administrativa, restaurante y alojamiento.

Tabla 27 Equipos de alojamiento

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	SERVICIOS		
	ADMINISTRATIVO	RESTAURANTE	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES
Televisor Samsung Led 32"	1	2	12	15

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos y muebles de cocina

Los equipos y muebles de cocina que son necesarios para el área de restaurant, se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 28 Equipos y muebles de cocina

CONCEPTO	SERVICIOS	
	RESTAURANTE	TOTAL UNIDADES
Cocina (INDUCCION) Industriales	1	1
Congelador	1	1
Microondas	1	1
Licuadora	2	2
Batidora	1	1
Mesas (4 personas) completo	8	8

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos de computación

Los equipos de computación que son necesarios para el área administrativa se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 29 Equipos de computación

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	
	ADMINISTRATIVO	TOTAL UNIDADES
Computadora escritorio	1	1
Computador portátil	1	1
Impresora	1	1

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Infraestructura

La infraestructura o adecuaciones que se realizan para la implementación del servicio agro turístico se determinan de la siguiente manera.

Tabla 30 Infraestructura

CONCEPTO	UNIDAD (M2)
CERRAMIENTOS	100
JARDINES	100
PICSINA PARA PESCA	20
ESTABLO	100
CANCHAS DEPORTIVAS	500
PISTA BICICLETAS	200

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Estructura organizacional

Recurso Humano

El factor humano necesario para la implementación del servicio agro turístico se detalla en la siguiente tabla misma que está determinado tanto para el área administrativa y operativa

Tabla 31 Recurso Humano

No.	CARGO
1	Gerente General
1	Contador
1	Vendedor
1	Recepcionista
1	Chef
1	Cocinero
1	Mesero
1	Camarero
2	Guía agro turístico
1	Guardia

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

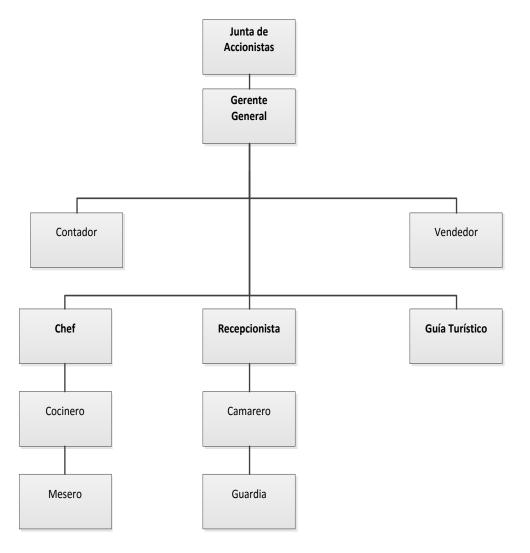


Figura 17 Estructura organizacional

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Se determina las principales funciones que tendrá el personal de la Hacienda AGRO NATURAL que están basados en norma del Instituto Ecuatoriano de Normalización, como es personal operativo (NTE INEN 2 442).

Descripción de Funciones del Personal (Responsabilidades y Competencias)

CARGO: Gerente General

Funciones:

- Representar legalmente la hacienda agro turística.
- Manejar la gestión del negocio y la marcha administrativa del complejo.
- Definir y hacer una planificación de las metas y objetivos del complejo.
- Seleccionar al talento humano de la organización de forma profesional.
- Autorizar los desembolsos de caja de efectivo que la empresa tenga que realizar así como supervisar los gastos.
- Atención personal a turistas y proveedores.
- Planear y controlar de forma integral las funciones de los diferentes departamentos como son: Financiero, Mantenimiento y Seguridad, Alimentos y Bebidas.
- Realizar los presupuestos de acorde a la necesidad del complejo Eco-Turístico

Requisitos del Puesto:

- Género masculino o femenino. Edad: 28 años en adelante. Experiencia mínima 2 años en cargos similares.
- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas). Manejo de paquetes computacionales. Conocimiento de las leyes del país. Liderazgo.

Capacidades:

- Capacidad para la toma de decisiones.
- Trabajo bajo presión.
- Manejo de personal con habilidades para negociar, organizar y planear.
- Trabajo en equipo.

CARGO: Recepcionista

Funciones:

Asistir tanto al gerente general así como a todo el personal administrativo cuando corresponda.

- Brindar la información oportuna requerida por los miembros de la empresa así como para los clientes en general.
- Emitir reportes a gerencia.
- Atención personal y telefónica al público y proveedores.
- Recepción y envío de correspondencia.
- Redacción de correspondencia interna y externa.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.
- Manejo de fondo para caja chica.
- Dirigir las operaciones relacionadas con la contabilidad general.
- Registrar entradas y salidas de los huéspedes.
- Realizar reservaciones.
- Atender inquietudes y reclamos.
- Realizar caja.
- Conocer todos los servicios ofertados.
- Informar al cliente sobre instalaciones.
- Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax o correos electrónicos.
- Coordinación con el departamento de limpieza para las habitaciones.
- Controlar llaves de las habitaciones.
- Realizar reportes de ocupación.

Requisitos del puesto:

- Estudios en administración hotelería (mínimo licenciada en turismo).
- Conocimientos en Ingles alto.
- Buena presencia
- Manejo del paquete Microsoft Office. Windows Vista.
- Género: femenino
- ❖ Edad: 25-33 años.
- Excelentes relaciones Humanas.
- Experiencia laboral 2 años (mínimo) en cargos similares.

Capacidades:

- Orden y esmero en el trabajo.
- Facilidad para relacionarse
- Rapidez de comprensión.
- Discreción y cuidada atención en el trato personal y telefónico.
- Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades.

❖ CARGO: Contador

Funciones:

- Llevar la contabilidad de la empresa
- Pagar los impuestos y manejar la nómina de empleados.
- Control de las compras de mercancías realizadas por los distintos departamentos.
- Control del inventario de las distintas áreas.
- Control de compras y adquisiciones.
- Elaboración de presupuestos.
- Pagos y cobros.
- Gestiones bancarias.
- Liquidaciones de impuestos y tasas.
- Presentar los Estados Financieros de la entidad.
- Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la Hostería.

Requisitos del puesto:

- Género: masculino o femenino.
- ❖ Edad: 24 a 33 años.
- Ingeniero en Auditoria y Contabilidad.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Orientado al cumplimiento de objetivos.
- Manejo de paquetes de Microsoft Office
- Conocimiento de paquetes contables.
- Experiencia mínima 3 años en cargos similares.

Capacidades:

- Ser un profesional integral, actualizado y bien fundamentado en la ciencia Administrativa y contable, que le permita la planeación, organización, dirección y ejercer el control de problemas empresariales.
- Tener un amplio sentido de libertad e independencia mental y capacidad crítica para solventar los problemas.

❖ CARGO: Camarero

Funciones:

Responsable de la limpieza de ciertas áreas del complejo.

- Mantener limpia la entrada del complejo.
- Limpieza de las oficinas del complejo.
- Limpieza del parqueadero.
- Limpieza de calles laterales.
- Limpieza de áreas verdes del complejo.
- Realizar las actividades de planchar, coser, lavar.
- Limpiar, ordenar las cabañas.

Requisitos del puesto:

- Mínimo ser bachiller en cualquier rama.
- ❖ Edad: 19 32 años
- Sexo: Indistinto
- Experiencia mínima 6 meses
- Tener conocimiento en tipos de habitaciones

Capacidades:

- Sentido para relacionarse con la gente.
- Manejo de máquinas a utilizarse en la lavandería y planchadora.
- Conocimiento en fontanería, entre otras aplicaciones.
- Ser responsables en todas las tareas asignadas.

Velar por la seguridad y privacidad del huésped

- Notificar al departamento de seguridad el acceso de personas ajenas;
- Observar flujo y tipo de equipaje;
- Comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped;
- garantizar confidencialidad sobre los hábitos e información del huésped;
 e) trabajar conjuntamente con su jefatura y departamento de seguridad para solventar cualquier situación conflictiva (INEN, 2014).

CARGO: Guardia

Funciones:

- Vigilar y supervisar las instalaciones del complejo.
- Ejecutar medidas de seguridad para proteger a los turistas y empleados.

- Estar al pendiente de todas las personas que ingresen y realicen la salida del complejo.
- Evitar cualquier hecho delictivo.
- Reportarse a la hora estipulada ante el jefe administrativo.
- Intervenir en evitación y extinción de incendios, siniestros y accidentes en general.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Masculino
- Edad: 25 años a 40 años
- No tener antecedentes penales.
- Reunir las condiciones físicas y psicológicas para desempeñar el puesto de vigilante o agente de seguridad.
- Haber realizado el premilitar.
- Ser mínimo bachiller.
- Manejo de armas.
- Primeros auxilios.
- Combate contra incendios.
- Defensa personal
- Experiencia mínima 2 años.

Capacidades:

- Ser responsable.
- Ser Puntual.
- Tener carácter fuerte.

CARGO: Chef

Funciones:

- Preservación de los alimentos.
- Supervisar y dirigir ayudantes de cocina.
- Supervisar la existencia de insumos para los alimentos.
- Elaboración de requisición de productos.
- Velar por la impecabilidad del equipo de cocina.
- Es el responsable del detalle de entradas y salidas de la mercancía y de la materia prima.

- Es el responsable de la calidad tanto de los productos como de que la materia prima, este en las condiciones establecidas.
- ❖ Es el responsable de que la comida del comedor de empleados, sea realizada y se prepare en tiempo y forma.
- Es el responsable de que los utensilios de cocina, estén en perfecto estado, y en el caso de algún problema, sea reportado a mantenimiento.
- Es el responsable de manejar la rotación y rol del personal del área de cocina.
- ❖ Es el responsable de que sea reportado a mantenimiento, si existe alguna fuga de agua o gas.
- Es el responsable de la presentación y producción de los platillos.
- Es el responsable de la limpieza de la cocina.
- Es el responsable de la revisión de la higiene del personal de cocina.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Indistinto
- ❖ Edad: 25 a 35
- Experto en gastronomía o carrera técnica en alimentos y bebidas.
- Idioma ingles un 50%
- Disponibilidad de tiempo
- Experiencia mínimo 2 años.
- Tener habilidad manuales e intelectuales para manipular alimentos y organizar tareas.
- Ser limpio, ordenado y atento para supervisar al personal.

Capacidades:

- Tener Liderazgo.
- Ser Ordenado.
- Ser Respetuoso.
- Tener Iniciativa.
- Tener Actitud de servicios
- Administrar
- Ser Comunicativo.
- Saber Enseñar.
- Tener Tolerancia a la frustración.
- Saber trabajar en equipo.

Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:

- Supervisar al equipo y aplicar los cuidados de higiene, presentación personal, uniforme y accesorios que afectan la seguridad personal;
- Supervisar la aplicación de procedimientos de higiene y seguridad de los alimentos:
- Supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios; (INEN , 2014).

CARGO: Asistente de Cocina

Funciones:

- Auxiliar al chef en todo lo relacionado con la preparación de los alimentos.
- Ayudar a preparar platillos apetitosos y bien sazonados, combinando texturas y colores en su presentación.
- Distribuir los alimentos en platos de acuerdo con los menús
- Adornar y aderezar los platillos y sus guarniciones.
- Controlar las porciones y supervisar que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos.
- Conocer los procedimientos para la preparación y combinación de los alimentos.
- Mantener con perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos.
- Controlar la vajilla, cubiertos, etc.
- Aplicar los estándares de higiene y calidad.

Requisitos del puesto:

- Sexo: Indistinto
- ♦ Edad entre los 20 40 años.
- Experiencia mínima 2 años
- Conocimientos en nutrición y manejo de aparatos de cocina.
- Conocimiento en conservación de alimentos
- Conocimiento en normas de higiene y seguridad integral.
- Mínimo en carrera técnica en gastronomía o equivalente.

Capacidades:

- Destreza manual para manipular aparatos e instrumentos de cocina.
- Trabajo en equipo
- Ser Responsable
- Establecer relaciones interpersonales.
- Captar instrucciones.
- Calcular raciones o cantidades para preparar los alimentos.

Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos:

- Supervisar el uso de técnicas de control de contaminación;
- Supervisar el mantenimiento, seguridad y limpieza del lugar de trabajo;
- Supervisar el cumplimento de estándares de acondicionamiento y desecho de basura y el cumplimento de la legislación específica (INEN, 2014).

❖ CARGO: Mesero

Funciones:

- Atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia.
- Presentarse al trabajo debidamente aseado, tanto del cuerpo como del uniforme.
- Limpiar mesas, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charolas, etc.
- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía.
- Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.
- Cuando el cliente lo solicita, presentar la cuenta de pago.
- Asistir al cliente cuando se retira del restaurante.
- Indicarles donde están los sanitarios, e información precisa ante cualquier duda.
- Sacar la basura al concluir su jornada.

Requisitos del puesto:

Mínimo Bachillerato

Sexo: Indistinto

Edad: entre los 20 a 30 años

Experiencia mínima 1 año

Capacidades:

Ser Puntual

Ser Responsable

Disponibilidad de horarios

Ser proactivo

CARGO: Guía agro turístico

Funciones:

Presentarse ante el turista con amabilidad y cortesía.

Dar a conocer al cliente la historia de la parroquia, Mariano Acosta su cultura y tradición.

Informar al turista sobre las actividades que puede realizar en la hacienda, así como también los horarios para poder hacer uso de las mismas.

Presentar la hoja de rutas de las actividades que se puede realizar en la hacienda agro turística.

Formar grupos de personas para realizar la caminata y conocer la biodiversidad de cultivos.

Llegar un informe de las actividades que realiza con las turísticas, notificar la misma con el administrador.

Requisitos del puesto:

Título en Licenciada en Ecoturismo, Administración o afines

Sexo: Indistinto

Edad: entre los 25 a 33 años

Experiencia mínima 1 año

Idioma ingles al 100%

Capacidades:

Ser Puntual

Ser Responsable

Disponibilidad de horarios

- Ser proactivo
- Conocimiento de actividades turísticas
- Manejo de personal y equipos de trabajo
- Toma de decisiones

❖ CARGO: Vendedor

Funciones:

- Difundir la publicidad mediante los sistemas computarizados, como son redes sociales.
- Ejecutar un plan estratégico para captar de mejor manera el mercado.
- Realizar un plan de marketing para obtener resultados deseados en el mercado.
- Es el encargado de brindar toda la información al turista sobre el servicio que presenta la hacienda.
- Dar a conocer al turista sobre los paquetes, disponibles en el complejo, los valores y descuentos al que estaría sujeto al momento de adquirir un servicio.
- Puntualizar las formas de pago que puede realizar, o tarjetas con las cuales puede diferir.
- Entregar los informes de venta al administrador, para que pueda coordinar con sus colaboradores la fecha y hora de llegada de los turistas.

Requisitos del puesto:

- Título en Administración de Empresas o afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: entre los 25 a 35 años
- Experiencia mínima 2 años
- Idioma ingles al 100%

Capacidades:

- Ser Puntual
- Ser Responsable
- Disponibilidad de horarios
- Ser proactivo
- Conocimiento de actividades turísticas

- Manejo de personal y equipos de trabajo
- Toma de decisiones
- Conocimientos de Publicidad

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio Financiero nos permite establecer los recursos, para la ejecución del presente proyecto, se demandará de una inversión para la adquisición de los activos fijos y capital de trabajo así como también, establecer los valores que se requieren para efectuar la inversión diferida, para el servicio de Agroturismo.

Inversión en activos fijos

Los activos fijos que se requieren se encuentran la infraestructura, muebles y enseres, equipos de oficina, de alojamiento, equipos y muebles de cocina equipos de computación, semovientes, vehículos y terrenos, tanto para el área administrativa como para el área operativa.

Tabla 32 Inversión en activos fijos

DETALLE	VALORES
INFRAESTRUCTURA	15750,00
MUEBLES Y ENSERES	4.848,90
EQUIPOS DE OFICINA	858,90
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	7875,00
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	1782,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.806,00
SEMOVIENTES	5.670,00
VEHICULOS	840,00
UTENSILLOS DE RESTAURANTE	973,56
UTENSILLOS DE COCINA	621,60
SUMINISTROS BLANCOS	604,80
TERRENOS	32.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	73.631,66

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Se detallan las cuentas que constituyen los activos fijos, con sus respectivas unidades y costos (Ver anexo)

Inversión diferida

La inversión diferida es el valor que forma parte de la constitución de la empresa o documentos legas que deben obtener para su funcionamiento.

Tabla 33 Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Patente municipal, Inscripción de registro mercantil,	700,00
RUC, Cuerpo de Bomberos	
SUBTOTAL	700,00
Imprevistos 5%	35,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	735,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Capital de trabajo

Para el siguiente proyecto, la inversión en capital de trabajo está dada por los valores y rubros de materia prima, útiles de aseo y de oficina, y cuentas prepagadas.

Tabla 34 Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
CAJA - BANCOS	11.137,20
INV. UTILES DE OFICINA	16,01
INV.UTILES DE ASEO	81,90
INV. UTILES DE BAÑO	10,50
INV. MATERIA PRIMA	55.686,00
SEGURO PREPAGADO	610,21
PUBLICIDAD PREPAGADA	573,30
TOTAL CAPITAL TRABAJO	68.115,12

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Detalle del capital de trabajo

Los valores que se registran en el capital de trabajo, también se deben calcular de forma anual, en la implementación del servicio agro turístico (Ver anexo).

Inversión

La inversión para el plan de negocio de agroturismo en "la Hacienda mi Tierrita", parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro, comprenden los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 35 Inversión

DETALLE	VALORES
Activos Fijos	73.631,66
Activos Diferidos	735,00
Capital de Trabajo	68.115,12
INVERSIÓN TOTAL	142.481,78

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Financiamiento

Estado de Fuentes y usos

El estado de fuentes y usos en el presente proyecto se estructura por la inversión en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, cuyos valores totales se contará con recursos propios y recursos de terceros.

Tabla 36 Estado de Fuentes y usos

INVERSIÓN	VALOR	RECURSOS P % INV.		RECURSOS PROPIOS RECURSOS 1NV. TERCEROS		
INVERSION	USD.	TOTAL	%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	73.631,66	51,68%	40,00%	56992,71	11,68%	16.638,95
Activos Diferidos	735,00	0,52%	0,00%	0,00	0,52%	735,00
Capital de Trabajo	68.115,12	47,81%	0,0%	0,00	47,81%	68.115,12
Inversión Total	142.481,78	100,00%	40%	56992,71	60%	85.489,07

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Condiciones para el crédito

El crédito que se facilitará por parte de la CFN (Corporación Financiera Nacional) se obtiene los siguientes valores cuya tasa de interés será del 11,50% anual a un plazo de 5 años y las cuotas de pago se cancelarían de forma semestral.

Tabla 37 Condiciones para el crédito

1	Monto	85.489,07	
2	Período	anual	semestral
3	Interés	11,50%	5,75%
4	Plazo	5	años
5	Período de pago	Semestral =	10
6	Forma de amortización	Dividendo Constante	

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Cálculo de amortización

Tabla 38 Tabla de amortización

PERIODO	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				85.489,07
1	6.562,42	4.915,62	11.478,04	78.926,65
2	6.939,76	4.538,28	11.478,04	71.986,89
3	7.338,80	4.139,25	11.478,04	64.648,09
4	7.760,78	3.717,27	11.478,04	56.887,32
5	8.207,02	3.271,02	11.478,04	48.680,30
6	8.678,92	2.799,12	11.478,04	40.001,37
7	9.177,96	2.300,08	11.478,04	30.823,41
8	9.705,70	1.772,35	11.478,04	21.117,71
9	10.263,77	1.214,27	11.478,04	10.853,94
10	10.853,94	624,10	11.478,04	0,00
TOTAL	85.489,07	29.291,35	114.780,42	

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Estado de situación inicial

Después que se ha calculado los valores preliminares de la inversión, es posible elaborar el Estado de Situación Inicial en la que se detallan los activos y pasivos, y capital social, con los que se cuenta al momento de implementar el servicio de agroturismo.

Tabla 39 Estado de situación inicial año 0

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivos Corrientes	
CAJA - BANCOS	11.137,2 0		-
INV. UTILES DE OFICINA	16,01	•	
		Préstamo por pagar	85.489,07
INV.UTILES DE ASEO	81,90	TOTAL PASIVO	85.489,07
INV. UTILES DE BAÑO INV. COSTO DE PRODUCCIÓN	10,50 55.686,0		
SERVICIO SEGURO PREPAGADO	0		
	610,21		
PUBLICIDAD PREPAGADA	573,30		
Activo Fijo MUEBLES Y ENSERES	4 9 4 9 0 0	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA		Capital Social	54.792,75
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	7.875,00	Capital Social	34.792,73
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	1.782,90		
INFRAESTRUCTURA	15.750,0		
SEMOVIENTES	5.670,00		
VEHICULO	840,00		
TERRENO	32.000,0 0		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.806,00		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	735,00		
TOTAL ACTIVOS	,	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	140.281,82

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Capacidad Instalada y utilizada

Para establecer la capacidad instalada del presente proyecto se parte desde el número de trabajadores que laborarán en el área de servicio y que mantengan una relación directa con el servicio. La capacidad instalada es el número máximo de unidades producidas, se sabe que resultaría realmente difícil utilizar desde el

primer año el 100% de la capacidad de la hacienda, es por ello en la siguiente tabla se observan cada uno de los porcentajes que se utilizarán para cada año en el área de servicio en la Hacienda Mi Tierrita.

Tabla 40 Capacidad Instalada y utilizada

	CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		80%	85%	90%	95%	100%
# de Turistas	9281	7425	7889	8353	8817	9281
TOTAL # DE TURISTAS	9281	7425	7889	8353	8817	9281

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Ventas proyectadas

La proyección de ingresos en el proyecto, se estructura por las ventas del servicio agroturismo, de tal forma que las ventas totales conforman los ingresos para cada periodo. Para su cálculo se toma el número de turistas que asistirán por cada año dato que es tomado de la capacidad utilizada, por el precio que fue determinado de acuerdo a los costos de producción del servicio más un porcentaje de utilidad.

Tabla 41 Precio del paquete agro turístico por persona

SERVICIO POR PAQUETE	COSTO UNITARIO	GASTO UNITARIO	COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE TURISTICO POR PERSONA
DESAYUNO	3,07	0,93	4
ALMUERZO	4,07	0,93	5
MERIENDA	5,07	0,93	6
HOSPEDAJE	6,07	0,93	7
JUEGOS RECREACIONALES	0,07	0,93	1
AREA DE SEMBRIOS	0,07	0,93	1
PASEO	0,07	0,93	1
ESTABLO	0,07	0,93	1
PESCA DEPORTIVA	3,07	0,93	4
(=) COSTO DEL PAQUETE			\$ 30
PORCENTAJE DE UTILIDAD		80%	\$24
PVP			\$ 54

Tabla 42 Ventas proyectadas

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
PAQUETE AGRO TURISTICO	7425	7889	8353	8817	9281
PRECIO POR PERSONA	54,00	55,76	57,57	59,44	61,37
VALOR TOTAL	\$ 400.939,20	\$ 439.842,83	\$ 480.851,71	\$ 524.061,58	\$ 569.572,19
INGRESOS TOTALES	\$ 400939,20	\$439842,83	\$ 480851,71	\$ 524061,58	\$ 569572,19

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Costos de ventas

Se detallan los costos que tendrá el proyecto en cada periodo para brindar el servicio de agroturismo.

Tabla 43 Costos de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS Y SALARIOS OPERATIVOS	59.914,00	69.024,69	71.267,99	73.584,20	75.975,69
COSTO UTILES DE BAÑO	42,00	43,37	44,77	46,23	47,73
COSTO PAQUETE SERVICIO AGRO					
TURISTICO	222.744,00	244.357,13	267.139,84	291.145,32	316.428,99
(-) COSTO DE VENTAS	282.700,00	313.425,18	338.452,60	364.775,75	392.452,41

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Gastos

Se detallan los gastos que influyen en el servicio agro turístico.

Gastos Servicios básicos

Los servicios básicos tanto para el área administrativa, área de restaurante, área de alojamiento se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 44 Servicios básicos

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	SERVICIOS		VALOR MENSUAL	V.ANUAL
CONCEPTO	ADMINISTRATIVO	RESTAURANTE	ALOJAMIENTO		V.ANUAL
Agua potable	20,00	70,00	80,00	170,00	2040,00
Energía eléctrica	25,00	30,00	70,00	125,00	1500,00
Teléfono fijo	40,00	55,00	45,00	140,00	1680,00
Internet	35,00	35,00	35,00	105,00	1260,00
SUBTOTAL					6480,00
Imprevistos				5%	324,00
TOTAL					6.804,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Gastos estudio del proyecto

En el siguiente cuadro se detallan los gastos que influyen en la investigación del proyecto.

Tabla 45 Gastos estudio del proyecto

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Investigación de Campo	
Materiales de Estudio	800,00
Transporte de Investigadores	600,00
SUBTOTAL	1400,00
Imprevistos 5%	70,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.470,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Gasto publicidad

Se detallan valores para la implementación de la publicidad que se utilizara para dar a conocer el servicio de agroturismo

Tabla 46 Gasto publicidad

GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
TRIPTICOS Y HOJAS VOLANTES	70,00	420,00	840,00
ROTULOS	80,00	480,00	960,00
PANCARTAS	32,00	192,00	384,00
SUBTOTAL	182,00	1.092,00	2.184,00
IMPREVISTOS	5%	54,60	109,20
TOTAL			2.293,20

Gastos documentación comercial

Se detalla el costo mensual, semestral y anual de los documentos comerciales.

Tabla 47 Gastos documentación comercial

GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
FACTURAS	35,00	210,00	420,00
SUBTOTAL	35,00	210,00	420,00
IMPREVISTOS	5%	10,50	21,00
TOTAL			441,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Gastos reparación y mantenimiento

En la siguiente tabla se detallan los gastos de reparación y mantenimiento del activo fijo.

Tabla 48 Gastos reparación y mantenimiento

CONCEPTO	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	PORCENTAJE MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MUEBLES DE OFICINA	4848,90	2,0%	96,98	1 160 74
MUEBLES Y ENSERES	4848,90	2,0%	96,98	1.163,74
EQUIPOS DE OFICINA	858,90	2,0%	17,18	206,14
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	7875,00	2,0%	157,50	1.890,00
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	1782,90	2,0%	35,66	427,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1806,00	2,0%	36,12	433,44
UTENSILLOS DE RESTAURANTE	973,56	2,0%	19,47	233,65
UTENSILLOS DE COCINA	621,60	2,0%	12,43	149,18
SUMINISTROS BLANCOS	604,80	2,0%	12,10	145,15
SUBTOTAL			484,41	5.812,93
Imprevistos			5%	290,65
TOTAL				6.103,58

Gastos sueldos y salarios

Los sueldos y salarios están dados por la retribución por el trabajo realizado tanto para los colaboradores del área administrativa como del área operativa del servicio agro turístico.

Tabla 49 Sueldos año 1

CARGO	No.	Sueldo base mensual	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Aporte IESS	Mensual	2015
Administrador	1	900,00	900,00	75,00	30,50	100,35	1.105,85	13.270,20
Contador	1	650,00	650,00	54,17	30,50	72,48	807,14	9.685,70
Vendedor	1	500,00	500,00	41,67	30,50	55,75	627,92	7.535,00
Recepcionista	1	500,00	500,00	41,67	30,50	55,75	627,92	7.535,00
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	4	2.550,00	2.550,00	212,50	122,00	284,33	3.168,83	38.025,90
Chef	1	600,00	600,00	50,00	30,50	66,90	747,40	8.968,80
Cocinero	1	600,00	600,00	50,00	30,50	66,90	747,40	8.968,80
Mesero	1	500,00	500,00	41,67	30,50	55,75	627,92	7.535,00
Camarero	1	500,00	500,00	41,67	30,50	55,75	627,92	7.535,00
Guía agro turístico	2	650,00	1.300,00	108,33	61,00	144,95	1.614,28	19.371,40
Guardia	1	500,00	500,00	41,67	30,50	55,75	627,92	7.535,00
TOTAL ÁREA DE SERVICIOS	7	3.350,00	4.000,00	333,33	213,50	446,00	4.992,83	59.914,00
TOTAL:	11	5.900,00	6.550,00	545,83	335,50	730,33	8.161,66	97.939,90

Tabla 50 Sueldos año 2-5

CARGO	N o.	Sueldo base mensual	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacacione s	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	2016	2017	2018	2019
Administrador	1	929,25	929,25	77,44	43,02	38,72	103,61	77,44	1.269,48	15.233,71	15.728,81	16.239,99	16.767,79
Contador	1	671,13	671,13	55,93	43,02	27,96	74,83	55,93	928,79	11.145,53	11.507,76	11.881,76	12.267,92
Vendedor	2	516,25	1.032,50	86,04	86,04	43,02	115,12	86,04	1.448,77	17.385,24	17.950,26	18.533,64	19.135,98
Recepcionista	1	516,25	516,25	43,02	43,02	21,51	57,56	43,02	724,38	8.692,62	8.975,13	9.266,82	9.567,99
TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	5	2.632,88	3.149,13	262,43	215,10	131,21	351,13	262,43	4.371,42	52.457,09	54.161,95	55.922,21	57.739,68
Chef	1	619,50	619,50	51,63	43,02	25,81	69,07	51,63	860,66	10.327,89	10.663,55	11.010,11	11.367,94
Cocinero	1	619,50	619,50	51,63	43,02	25,81	69,07	51,63	860,66	10.327,89	10.663,55	11.010,11	11.367,94
Mesero	1	516,25	516,25	43,02	43,02	21,51	57,56	43,02	724,38	8.692,62	8.975,13	9.266,82	9.567,99
Camarero	1	516,25	516,25	43,02	43,02	21,51	57,56	43,02	724,38	8.692,62	8.975,13	9.266,82	9.567,99
Guia agroturistico	2	671,13	1.342,25	111,85	86,04	55,93	149,66	111,85	1.857,59	22.291,06	23.015,51	23.763,52	24.535,83
Guardia	1	516,25	516,25	43,02	43,02	21,51	57,56	43,02	724,38	8.692,62	8.975,13	9.266,82	9.567,99
TOTAL ÁREA DE SERVICIOS	7	3.458,88	4.130,00	344,17	301,15	172,08	460,50	344,17	5.752,06	69.024,69	71.267,99	73.584,20	75.975,69
TOTAL:	12	6.091,75	7.279,13	606,59	516,25	303,30	811,62	606,59	10.123,48	121.481,78	125.429,94	129.506,41	133.715,37

Depreciación y amortización

Depreciación

Los porcentajes de depreciación están basados en la fuente del servicio de Rentas Internas (SRI).

Tabla 51 Porcentajes de depreciación

CONCEPTO	%	VIDA ÚTIL (AÑOS)
MUEBLES Y ENSERES	10,00%	10
EQUIPOS DE OFICINA	10,00%	10
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	10,00%	10
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	10,00%	10
INFRAESTRUCTURA	5,00%	20
VEHICULO (BICICLETAS)	20,00%	5
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	33,33%	3
UTENSILLOS DE RESTAURANTE	10,00%	10
UTENSILLOS DE COCINA	10,00%	10
SUMINISTROS BLANCOS	10,00%	10

Fuente: (SRI, 2016) Elaborado por: Verónica Guamán

Observación: Todo activo fijo se deprecia desde un monto de \$ 100,00 por ende la bicicleta al estar considerado como vehículo tiene una vida útil de cinco años con un porcentaje de depreciación del 20%.

Al momento que se adquieren los activos fijos para el uso de la nueva empresa, es conveniente que también se calculen los valores de la depreciación.

Tabla 52 Depreciación

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	AÑO 1	. ~	AÑO 3	AÑO 4	. ~
			(AÑOS)		AÑO 2			AÑO5
MUEBLES Y ENSERES	4.848,90	10,00%	10	484,89	484,89	484,89	484,89	484,89
EQUIPOS DE OFICINA	858,90	10,00%	10	85,89	85,89	85,89	85,89	85,89
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	7.875,00	10,00%	10	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	1.782,90	10,00%	10	178,29	178,29	178,29	178,29	178,29
INFRAESTRUCTURA	15.750,00	5,00%	20	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50
VEHICULO	840,00	20,00%	5	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.806,00	33,33%	3	602,00	602,00	602,00		
UTENSILLOS DE RESTAURANTE	973,56	10,00%	10	97,36	97,36	97,36	97,36	97,36
UTENSILLOS DE COCINA	621,60	10,00%	10	62,16	62,16	62,16	62,16	62,16
SUMINISTROS BLANCOS	604,80	10,00%	10	60,48	60,48	60,48	60,48	60,48
TOTAL	35.961,66			3.314,07	3.314,07	3.314,07	2.712,07	2.712,07

Amortización

Los valores de amortización en los activos diferidos se aplican de acuerdo a los gastos de la constitución de la empresa.

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gasto en Activos Diferidos	147,00	20%	5	735,00
TOTAL				735,00

Tabla 53 Amortización

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Estado de Resultados Proyectado

Cuando ya se han proyectado los ingresos, costos y gastos totales, es posible diseñar el Estado de Resultados el mismo que ayudará a determinar la utilidad.

Tabla 54 Estado de Resultados

RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	400.939,20	439.842,83	480.851,71	524.061,58	569.572,19
PAQUETE TURISTICO	400.939,20	439.842,83	480.851,71	524.061,58	569.572,19
SUELDOS Y SALARIOS OPERATIVOS	59.914,00	69.024,69	71.267,99	73.584,20	75.975,69
COSTO UTILES DE BAÑO	42,00	43,37	44,77	46,23	47,73
COSTO PAQUETE SERVICIO AGRO TURISTICO	222.744,00	244.357,13	267.139,84	291.145,32	316.428,99
(-) COSTO DE VENTAS	282.700,00	313.425,18	338.452,60	364.775,75	392.452,41
(-)GASTOS	73.085,09	86.638,58	87.300,14	87.227,91	87.603,49
GASTOS DE PUBLICIDAD	2.293,20	2.367,73	2.444,68	2.524,13	2.606,17
GASTOS DOCUMENTACIÓN COMERCIAL	441,00	455,33	470,13	485,41	501,19
GASTOS UTILES DE OFICINA	64,05	66,13	68,28	70,50	72,79
GASTOS SALARIOS ADMINISTRATIVOS	38.025,90	52.457,09	54.161,95	55.922,21	57.739,68
GASTOS FINANCIEROS	9.453,90	7.856,51	6.070,14	4.072,42	1.838,37
GASTOS UTILES DE ASEO	327,60	338,25	349,24	360,59	372,31
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	6.804,00	7.025,13	7.253,45	7.489,18	7.732,58
GASTOS REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	6.103,58	6.301,95	6.506,76	6.718,23	6.936,57
GASTOS ESTUDIOS DELPROYECTO	1.470,00	1.517,78	1.567,10	1.618,03	1.670,62
GASTOS SEGUROS	2.440,83	2.520,16	2.602,06	2.686,63	2.773,94
GASTOS UTENSILLOS DE RESTAURANTE	973,56	1.005,20	1.037,87	1.071,60	1.106,43
GASTOS UTENSILLOS DE COCINA	621,60	641,80	662,66	684,20	706,43
GASTOS SUMINISTROS BLANCOS	604,80	624,46	644,75	665,71	687,34
DEPRECIACIÓN UTENSILLOS DE RESTAURANTE	97,36	97,36	97,36	97,36	97,36
DEPRECIACIÓN UTENSILLOS DE COCINA	62,16	62,16	62,16	62,16	62,16
DEPRECIACIÓN SUMINISTROS BLANCOS	60,48	60,48	60,48	60,48	60,48
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	484,89	484,89	484,89	484,89	484,89
DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA	85,89	85,89	85,89	85,89	85,89
DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION	602,00	602,00	602,00		
DEPRE. EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50
DEPRE.VEHICULO(BICICLETAS)	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
DEPRE. INFRAESTRUCTURA	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50
DEPRE. EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	178,29	178,29	178,29	178,29	178,29
AMORTIZACIÓN GASTO CONSTITUCIÓN	147,00	147,00	147,00	147,00	147,00
= UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMP. Y PARTICIPACIÓN	45.154,11	39.779,07	55.098,97	72.057,91	89.516,28
- 15% de Participación Trabajadores	6.773,12	5.966,86	8.264,85	10.808,69	13.427,44
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	38.380,99	33.812,21	46.834,12	61.249,22	76.088,84
- 22% Impuesto a la Renta	8.443,82	7.438,69	10.303,51	13.474,83	16.739,54
= UTILIDAD NETA	29.937,17	26.373,52	36.530,62	47.774,40	59.349,29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Verónica Guamán

Evaluación Financiera

Flujo de caja

En este documento se identifican la inversión requerida y el crédito que se solicita para el desarrollo del proyecto, obteniendo así flujos netos de efectivo que intervendrán en la aplicación del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

Tabla 55 Flujo de caja

Años	Utilidad	+Depreciación	Inversión	Préstamo	Amortización del K	Valor de desecho	Flujo
7.1100	neta	+Depreciacion y					
		Amortización	(-)	(+)	(-)		de efectivo (=)
0			-142.481,78	85.489,07			-56.992,71
	29.937,1						
1	7	3.461,07			13.502,18		19.896,06
	26.373,5						
2	2	3.461,07			15.099,57		14.735,02
	36.530,6						
3	2	3.461,07			16.885,95		23.105,74
	47.774,4						
4	0	2.859,07			18.883,66		31.749,80
	59.349,2						
5	9	2.859,07			21.117,71	20.595,33	61.685,98

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Previamente al cálculo del VAN (Valor Actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno) resulta necesario calcular la tasa de descuento, conocida también como costo de capital o TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), y para ello se ha determinado los siguientes porcentajes que se han desarrollado a lo largo del proyecto.

Tabla 56 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

PRESTAMO	TASA ACTIVA	RECURSOS PROPIOS	RIESGO	INFLACION
60%	11,50%	40%	12,00%	3,25%

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

I= 13,16 TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

Por lo tanto, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) o tasa de descuento sería del 13,16% que se podría catalogar como el porcentaje mínimo que solicitan los inversionistas previamente al realizar sus aportaciones de capital.

Valor actual neto (VAN)

El VAN (Valor Actual Neto) busca calcular el valor actual en el año cero de los flujos netos de efectivo restando de su inversión inicial. De forma, que la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) se utiliza para el cálculo del VAN logrando así los siguientes valores.

Tabla 57 Valor actual neto

AÑOS	FNC	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
0	-56.992,71		-56.992,71
1	19.896,06	1,13	17.582,86
2	14.735,02	1,28	11.507,89
3	23.105,74	1,45	15.947,30
4	31.749,80	1,64	19.365,59
5	61.685,98	1,86	33.250,53
		TOTAL	40.661,44

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

En este sentido, al tener un VAN (Valor Actual Neto) de **\$40.661,44** dólares americanos el presente proyecto resultaría factible de implementarlo de acuerdo a las características y especificaciones que se han dado en la anterior tabla.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es la tasa que se calcula para que el VAN (Valor Actual Neto) sea igual a cero, en el caso del proyecto actual se tiene una TIR del 33,83% que se ha obtuvo mediante la aplicación de Excel.

Tabla 58 Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR = 33,835376%				
TASA DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
26,94%	12.267,53			
33,83%	0,00			
40,0%	-5177,95			

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido, por ende el proyecto de servicio agro turístico es viable.

Periodo de recuperación de la inversión

Partiendo de los cálculos realizados del VAN (Valor Actual Neto) se facilita calcular el período de recuperación de la inversión (PRI), que en el proyecto actual se tiene los valores que se reflejan en la tabla siguiente:

Tabla 59 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNC	FNC ACTUALIZADO	FNC ACTUALIZADO ACUMULADO
0	-56.992,71	-56.992,71	-56.992,71
1	19.896,06	17.582,86	-39.409,85
2	14.735,02	11.507,89	-27.901,97
3	23.105,74	15.947,30	-11.954,67
4	31.749,80	19.365,59	7.410,92
5	61.685,98	33.250,53	40.661,44

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Por ende, la inversión realizada al inicio de la implementación del proyecto se estaría recuperando en el cuarto año, esto se debe a que los valores que se registran en las aportaciones de capital y los flujos netos de efectivo son realmente elevados en el transcurso de los cinco años de planificación del proyecto, por ende el proyecto es viable para su ejecución.

CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El proyecto busca implementar un nuevo servicio de agroturismo, por ende se realiza una conceptualización teórica, metodológico que resulta fundamental para conocer antecedentes del sector del turismo agro eco turístico.
- Es fundamental identificar la metodología investigativa que se va utilizar en el proyecto, en la etapa de fundamentación teórica se utiliza el método inductivo, deductivo mediantes técnicas de fichaje, revisión bibliográfica. En la etapa de diagnóstico se utiliza el método recolección de información mediante la técnica de encuestas.
- En el cálculo de la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) intervienen medidas como el riesgo del negocio y la inflación, por lo que al incrementarse cualquiera de estos dos factores, se aumentaría la tasa de descuento mínima requerida por los inversionistas para el proyecto de una hacienda agro eco turística
- Para establecer la factibilidad del plan de negocios de agroturismo, se ha utilizado diversos indicadores de evaluación obteniendo así un VAN (Valor Actual Neto) de \$ 40.661,44 dólares, y una TIR (Tasa Interna de Retorno) de 33,83% lo que demuestra que la implementación del presente proyecto resultaría viable aplicarlo.

Recomendaciones

- Si la organización en un futuro ingresa un nuevo servicio en la hacienda agro turística, es fundamental realizar estudios de mercado, en el que se analice las actitudes y preferencias de los turistas, y también estar atentos a los cambios que puede realizarla competencia para poder mejorarla.
- Al realizar procesos de planificación es fundamental, conocer con mayor amplitud las oportunidades o amenazas que se desarrollará en el futuro, en "La Hacienda Mi Tierrita", por lo que al menos para cada periodo, se aconseja diseñar un nuevo plan de marketing, para que conlleve a mejor los ingresos en la hacienda.
- Si en el transcurrir del tiempo se incrementan las ventas, es muy posible que se requiera de un mayor número de personal especializado, por lo que se debería realizar una correcta selección de personal, pero previamente a ello, se deberá diseñar un manual de funciones para el nuevo puesto de trabajo.
- ❖ Si se desean realizar nuevas inversiones dentro de la Hacienda "MI TIERRITA" a largo plazo, como en la adquisición de nueva infraestructura o ampliación de la misma es fundamental que se identifique el impacto que causarían estas inversiones en los ingresos y costos totales, para que posteriormente se pueda determinar los valores correspondientes al VAN (Valor Actual Neto) y a la TIR (Tasa Interna de Retorno), y e I Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, S. (2005). Diccionario de Economía. Argentina: Andrade.
- Avìla M, J. (2003). Economia. Zapopan, Jalisco: Ediciones Umbral.
- Baca Urbina, G. (2006). Evaluación de proyectos. Quinta Edición. México: Mc Graw Hill Companies.
- Brugger, S. (2016). *Valoración de Empresas* . Obtenido de http://www.aulafacil.com/cursosenviados/valoracionempresas.htm
- Clima, E. (s.f.). *Origen y desarrollo del Turismo Rural* . Obtenido de http://www.elclima.com.mx/origen_y_desarrollo_del_turismo_rural.htm
- Crece Negocios . (12 de Noviembre de 2014). Obtenido de http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-suutilidad/
- Ecuador inmediato . (2015). Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/hoy_quito_a groturismo_una_opcion_en_esta_temporada--26252
- Ecuadorexplorer. (2015). Obtenido de La sierra Ecuatoriana : http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-sierra-ecuatoriana.html
- Ekos. (2014). Obtenido de http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/234.pdf
- El Universo . (04 de DICIEMBRE de 2010). Obtenido de Agroturismo se abre paso en zona rurales : http://www.eluniverso.com/2010/12/04/1/1416/agroturismo-abre-paso-zonas-rurales.html
- INEN . (2014). Obtenido de http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Chef-de-cocina.pdf
- Ley de Compañias. (2015).
- Malhotra. (2010). *Investigación de Mercado.* Mexico: Pearson.

- Ministerio de Turismo . (2012). Obtenido de Agroturimso en Ecuador : http://www.turismo.cadenaplay.com/
- Naveros, J., & Cabrerizo, M. (2010). Plan de negocios. España : Vértice.
- Nicodalde, C. (2010). *IMPLEMENTACIÓN DE AGROTURISMO EN "LA HACIENDA*. Obtenido de http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/106/1/UISRAEL-EC-ADMH-378.242-505.pdf
- *Proecuador.* (2014). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Sapag Chaín, N. (2010). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación.*México: Pearson Educación.
- Sebastián, A., & Pérez , V. (2010). *Valoración de Empresas* . España : Mundi Prensa .
- Soriano, C. (2010). *Instrumentos de Analisis de Marketing Estrategico*. España: Ediciones Díaz.
- SRI. (18 de marzo de 2016). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno: http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos
- Turismo. (26 de Septiembre de 2010). *Diseño del plan estrategico de desarrollo de Turismo*. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf
- Visitaecuador. (2015). Obtenido de Cantón Pimampiro : visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=498&informacion= 3

ANEXOS

ANEXO N° 1 IMÁGENES DE LA HACIENDA













ANEXO N° 2 DESCRIPCIÓN ACTIVOS FIJOS

Infraestructura

CONCEPTO	unidad (m2)	Costo m2	Valor total
CERRAMIENTOS	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
JARDINES	100	\$ 12,00	\$ 1.200,00
PICSINA PARA PESCA	20	\$ 15,00	\$ 300,00
ESTABLO	100	\$ 15,00	\$ 1.500,00
CANCHAS DEPORTIVAS	500	\$ 15,00	\$ 7.500,00
PISTA BICICLETAS	200	\$ 15,00	\$ 3.000,00
SUBTOTAL			\$ 15.000,00
Imprevistos		5%	\$ 750,00
Total			\$ 15.750,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Muebles y enseres

CONCEPTO	DEPARTAMENTO			V. UNITARIO	V. TOTAL
	ADMINISTRATIVO	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES		
Escritorio	2		2	180,00	360,00
Archivador pequeño	1		1	94,00	94,00
Cama Litera		12	12	105,00	1260,00
Cama dos plazas		6	6	130,00	780,00
Veladores		12	12	35,00	420,00
Colchón (dos plazas)		6	6	90,00	540,00
Colchón (litera)		12	12	60,00	720,00
Espejos para peinadoras		12	12	12,00	144,00
Peinadoras		12	12	25,00	300,00
SUBTOTAL				731,00	4618,00
Imprevistos				5%	230,90
TOTAL			.,		4848,90

Equipos de oficina

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	SERVICIOS				
	ADMINISTRATIVO	RESTAURANTE	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono inalámbrico	1	1	12	14	55,00	770,00
Calculadora estándar	1	1	2	4	12,00	48,00
SUBTOTAL					67,00	818,00
Imprevistos					5%	40,90
TOTAL						858,90

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos de alojamiento

CONCEPTO	DEPARTAMENTO	SERVICIOS				
	ADMINISTRATIVO	RESTAURANTE	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES	V. UNITARIO	V. TOTAL
Televisor						
sansung Led 32"	1	2	12	15	500,00	7.500,00
SUBTOTAL					500,00	7.500,00
Imprevistos					5%	375,00
TOTAL						7.875,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Equipos y muebles de cocina

CONCEPTO	SERVICIOS				
	RESTAURANTE	TOTAL UNIDADES	V.UNITARIO	V.TOTAL	
Cocina (INDUCCION) Industriales	1	1	460,00	460,00	
Congelador	1	1	250,00	250,00	
Microondas	1	1	120,00	120,00	
Licuadora	2	2	75,00	150,00	
Batidora	1	1	38,00	38,00	
Mesas (4 personas) completo	8	8	85,00	680,00	
SUBTOTAL			1028,00	1698,00	
Imprevistos			5%	84,90	
TOTAL					

Equipos de computación

CONCEPTO	DEPARTAMENTO			
	ADMINISTRATIVO	TOTAL UNIDADES	V.UNITARIO	V.TOTAL
Computadora escritorio	1	1	650,00	650,00
Computador portátil	1	1	950,00	950,00
Impresora	1	1	120,00	120,00
SUBTOTAL	1720,00	1720,00		
Imprevistos	5%	86,00		
TOTAL		1806,00		

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Semovientes

CONCEPTO				
	OPERACIONES	TOTAL UNIDADES	V.UNITARIO	V.TOTAL
EQUINO	4	4	650,00	2600,00
VACUNO	4	4	520,00	2080,00
PORCINO	4	4	170,00	680,00
AVES DE CORRAL	20	20	2,00	40,00
SUBTOTAL			650,00	5400,00
Imprevistos			5%	270,00
TOTAL		5670,00		

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Vehículos

CONCEPTO				
	OPERACIONES	TOTAL UNIDADES	V.UNITARIO	V.TOTAL
BICICLETAS	8	8	100,00	800,00
SUBTOTAL			0,00	800,00
Imprevistos			5%	40,00
TOTAL				840,00

Suministros blancos

CONCEPTO			V.UNITARIO	V.TOTAL
	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES		
Sábanas (paquete completo)	18	18	10,00	180,00
Cortinas	12	12	6,00	72,00
Almohadas	18	18	6,00	108,00
Toallas	48	48	4,50	216,00
SUBTOTAL			26,50	576,00
Imprevistos			5%	28,80
TOTAL				604,80

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Utensilios de restaurante

CONCEPTO	SERVICIOS		V.UNITARIO	V.TOTAL
	RESTAURANTE	TOTAL UNIDADES		
Servilletas (paquetes de 100)	24	24	2,00	48,00
Manteles para mesa	8	8	4,00	32,00
Juegos de Vajilla completo	6	6	26,00	156,00
Vasos de vidrio liso 15 onzas docena	3	3	15,00	45,00
Copas de cristal docena	3	3	12,50	37,50
Tenedores docenas	3	3	14,50	43,50
Cuchillos docena	3	3	17,00	51,00
Cuchara docena	3	3	15,00	45,00
Cucharita para postre docena	3	3	11,00	33,00
Plato base de 30 cm. De diámetro	36	36	3,75	135,00
Plato medio de 18 cm de diámetro	36	36	3,75	135,00
Plato hondo de 18 cm de diámetro	36	36	3,20	115,20
Tasa	36	36	2,75	99,00
SUBTOTAL			130,45	975,20
Imprevistos			5%	48,76
TOTAL		.,		1023,96

Utensilios de cocina

CONCEPTO	SERVICIOS		V.UNITARIO	V.TOTAL
	RESTAURANTE	TOTAL UNIDADES		
Escurridor plástico multiuso 27 cm.	4	4	10,00	40,00
Balde plástico de 8 lts.	4	4	8,00	32,00
Sartén asador Umco 50 cm	2	2	25,00	50,00
Ensaladera de acero inoxidable	2	2	17,00	34,00
Jarra plástica 1 litro	4	4	10,00	40,00
Jarra plástica 2 litro	4	4	12,00	48,00
Sartén mediado de teflón	2	2	26,00	52,00
Cuchillos medianos	4	4	8,00	32,00
Cuchillos grandes	4	4	10,00	40,00
Paila gruesa	2	2	18,00	36,00
Olla marca Umco número 28	4	4	22,00	88,00
Olla marca Umco número 30	4	4	25,00	100,00
SUBTOTAL			191,00	592,00
Imprevistos			5%	29,60
TOTAL		.,		621,60

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Terrenos

.

GASTOS	VALOR ANUAL
TERRENOS	32.000,00
TOTAL	32.000,00

ANEXO N° 3 DETALLE CAPITAL DE TRABAJO

Útiles de oficina

CONCEPTO	DEPARTAMENTO		V.UNITARIO	V.TOTAL
	ADMINISTRATIVO	TOTAL UNIDADES		
Perforadora	2	2	4,50	9,00
Grapadora	2	2	4,80	9,60
Carpetas doble arco	2	2	1,60	3,20
Cuadernos pequeños	4	4	0,75	3,00
Resmas de papel bond	4	4	4,80	19,20
Clips (100 unidades)	3	3	3,50	10,50
Esferos (docena)	2	2	3,25	6,50
SUBTOTAL			23,20	61,00
Imprevistos	5%	3,05		
TOTAL				64,05

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Útiles de aseo

CONCEPTO	DEPARTAMENTO			V. UNITARIO	V. TOTAL
	OPERATIVO	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES		
Juegos de accesorios de limpieza (paquete)	6		6	6,00	36,00
Ambiental (galón)	6		6	7,00	42,00
Desinfectantes (galón)	6		6	14,00	84,00
Cloro (galón)	6		6	6,00	36,00
Escobas grandes	6		6	4,00	24,00
Fundas de Basura (docenas)	12		12	2,50	30,00
Basureros pequeños plásticos	4	12	16	3,75	60,00
SUBTOTAL				43,25	312,00
Imprevistos				5%	15,60
TOTAL					327,60

Útiles de baño

CONCEPTO			V. UNITARIO	V. TOTAL
	ALOJAMIENTO	TOTAL UNIDADES		
Jabón	100	100	0,15	15,00
Shampo	100	100	0,25	25,00
SUBTOTAL			0,40	40,00
Imprevistos			5%	2,00
TOTAL				42,00

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Seguros prepagados

CONCEPTO	VALOR	%	VALOR	SEGURO
	INICIAL	MENSUAL	MENSUAL	ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	4.848,90	1,0%	48,49	581,87
EQUIPOS DE OFICINA	858,90	1,0%	8,59	103,07
EQUIPOS DE ALOJAMIENTO	7.875,00	1,0%	78,75	945,00
EQUIPOS Y MUEBLES DE COCINA	1.782,90	1,0%	17,83	213,95
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.806,00	1,0%	18,06	216,72
SUBTOTAL	171,72	2060,60		
Imprevistos			5%	103,03
TOTAL				2163,63

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Publicidad prepagada

GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
TRIPTICOS Y HOJAS VOLANTES	70,00	420,00	840,00
ROTULOS	80,00	480,00	960,00
PANCARTAS	32,00	192,00	384,00
SUBTOTAL	182,00	1.092,00	2.184,00
IMPREVISTOS	5%	54,60	109,20
TOTAL	2.293,20		

Fuente: Investigación propia Elaborado por: Verónica Guamán

Costo de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
N° DE TURISTAS	7425	7889	8353	8817	9281
COSTO POR PERSONA	30,00	30,98	31,98	33,02	34,09
VALOR TOTAL	222744,00	244357,13	267139,84	291145,32	316428,99