

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

## **Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Diversificación de la oferta de la “Hacienda Mora” ubicada en la ciudad de  
Milagro.

### **PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

### **Licenciado en Administración de Empresas**

Presentado por:

Bárbara María Hidalgo Adams

Kelly Susana Valverde Mora

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

## DEDICATORIA

A mis padres, Angela y Omar; quienes me han brindado su apoyo incondicional.

*Bárbara María Hidalgo Adams*

A mis papás, Evelin y Fabricio, a mis tías que estuvieron siempre apoyándome, confiando en mí y en lo que puedo llegar a ser.

*Kelly Susana Valverde Mora*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y a mis padres que me acompañaron en todo el transcurso de mi carrera.

*Bárbara María Hidalgo Adams*

Mis agradecimientos siempre a Dios, quien me dio sabiduría y persistencia; a mis papás y mis tías que supieron aconsejarme sabiamente.

*Kelly Susana Valverde Mora*

## DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Bárbara María Hidalgo Adams y Kelly Susana Valverde Mora* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



---

Bárbara María Hidalgo  
Adams



---

Kelly Susana Valverde  
Mora

## EVALUADORES

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Ivonne Martin Moreno', is positioned above a horizontal line. The signature is written in a cursive style with a long, sweeping underline that extends to the left.

PROFESOR DE LA MATERIA

**Ivonne Martin Moreno, MBA**

## RESUMEN

La hacienda Mora se encuentra ubicada en la ciudad de Milagro, actualmente sus ingresos no pueden solventar los gastos que demanda. Con este proyecto, se pretendió diversificar los ingresos de la hacienda, esto ayudará a potencializar al cantón Milagro como marca turística, ofrecer a familias y amigos una gran experiencia permitiendo también la creación de plazas de trabajo en el sector. Además, hay una gran ventaja competitiva, los precios de entrada y alimentación están por debajo de la media.

Se realizaron 4 estudios para conocer características esenciales del negocio como el mercado, los clientes potenciales y sus deseos; la parte administrativa con los requisitos que esta conlleva; el costo de las modificaciones para los clientes potenciales parte del área técnica; el ámbito financiero para conocer el monto de la inversión y si esta será rentable en el tiempo, una proyección de los ingresos y gastos para conocer la utilidad a corto plazo.

En el estudio de mercado, se obtuvo que los clientes valoran la seguridad, las zonas de relajación, entretenimiento y sobre todo un espacio seguro para los niños. En el estudio técnico, se obtuvo que se necesitarán alrededor de \$14,395 para las modificaciones necesarias para el negocio. En el estudio administrativo, se creó el organigrama y el costo, además de la misión, visión, matriz FODA, etc. Por último, se realizó el estudio financiero en el que se obtuvo una VAN de \$11.099, una TIR de 34% lo que indica que el emprendimiento es rentable. La inversión se recuperará en 3 años.

**Palabras Clave:** Financiero, Mercado, Técnico, Administrativo, Proyecto Integrador.

## **ABSTRACT**

*Hacienda Mora is in the city of Milagro, currently its income cannot cover the expenses it demands. With this project, it was intended to diversify the income of the farm, this will help strengthen the Milagro canton as a tourist brand, offer families and friends a great experience, also allowing the creation of jobs in the sector. In addition, there is a great competitive advantage, the entrance and food prices are below average.*

*Four studies were carried out to find out essential characteristics of the business such as the market, potential customers and their desires; the administrative part with the requirements that this entails; the cost of modifications for potential customers from the technical area; the financial field to know the amount of the investment and if it will be profitable over time, a projection of income and expenses to know the utility in the short term.*

*In the market study, it was found that customers value security, relaxation areas, entertainment and, above all, a safe space for children. In the technical study, it was obtained that around \$14,395 will be needed for the modifications necessary for the business. In the administrative study, the organization chart and the cost were created, in addition to the mission, vision, SWOT matrix, etc. Finally, the financial study was carried out in which a NPV of \$11,099 was obtained, an IRR of 34%, which indicates that the venture is profitable. The investment will be recovered in 3 years.*

**Keywords:** *Financial, Market, Technical, Administrative, Integrating Project.*

# ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	V
RESUMEN.....	VI
<i>ABSTRACT</i> .....	VII
ÍNDICE GENERAL .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
CAPÍTULO 1.....	13
1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Descripción del problema .....	14
1.2 Justificación del problema .....	14
1.3 Objetivos.....	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.2 Objetivos específicos .....	15
1.4 Marco teórico.....	16
1.4.1 Importancia de realizar un plan de negocios.....	16
1.4.2 Turismo en Ecuador.....	16
1.4.3 Turismo rural en Ecuador.....	17
1.4.4 Oferta turística .....	17
1.4.5 Demanda turística.....	17
1.4.6 Turismo de Eventos .....	18
CAPÍTULO 2.....	20
2. METODOLOGÍA .....	20
2.1 Revisión Bibliográfica .....	20
2.2 Instrumentos de Investigación .....	20
2.2.1 Mapa de Actores.....	20



2.2.2	Entrevistas preliminares.....	20
2.2.3	Brainstorming.....	21
2.2.4	Satura y Agrupa.....	21
2.2.5	Matriz de Impacto y dificultad.....	21
2.2.6	Observaciones.....	22
2.2.7	Encuesta.....	22
2.2.8	Ficha técnica.....	22
2.2.9	Población y Muestra.....	23
2.3	Elaboración de Prototipo (Plan de Negocios).....	23
2.3.1	Estudio de Mercado.....	23
2.3.2	Estudio Técnico.....	24
2.3.3	Estudio Administrativo y Legal.....	24
2.3.4	Estudio Financiero.....	24
2.4	Validación del prototipo.....	24
2.4.1	Estructura de matriz, actores que validarán el prototipo.....	24
CAPÍTULO 3.....		26
3.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	26
3.1	Instrumentos de Investigación.....	26
3.1.1	Mapa de Actores.....	26
3.1.2	Satura y Agrupa.....	26
3.1.3	Matriz de Impacto-Importancia.....	27
3.1.4	Observaciones.....	28
3.2	Investigación Cuantitativa.....	28
3.2.1	Resultado y análisis de las encuestas.....	28
3.3	Elaboración de prototipo (Plan de Negocio).....	32
3.3.1	Estudio de Mercado.....	32
3.3.2	Estudio Técnico.....	34

3.3.3	Estudio Administrativo y Legal .....	35
3.3.4	Estudio Financiero .....	37
3.3.5	Validación del prototipo (Matriz Feedback) .....	40
CAPÍTULO 4.....		41
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41
4.1	Conclusiones .....	41
4.2	Recomendaciones.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....		44
APÉNDICES .....		47
APÉNDICE A.....		47
APÉNDICE B.....		48
APÉNDICE C.....		53
APÉNDICE D.....		113
APÉNDICE E .....		119

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Matriz de Impacto y Dificultad.....	22
Figura 2.2 Captura del programa Raosoft .....	23
Figura 3.1 Satura y Agrupa.....	27
Figura 3.2 Percepción de los encuestados con respecto a las haciendas como lugares familiares .....	29
Figura 3.3 Características para elegir una hacienda o finca .....	29
Figura 3.4 Canales de Información.....	30
Figura 3.5 Características más importantes de una hacienda .....	30
Figura 3.6 Actividades que más le gustaría realizar .....	31
Figura 3.7 Servicio adicional para ofrecer en la finca .....	32
Figura 3.8 Disposición a pagar por visitar una finca turística.....	32
Figura 3.9 Las 4P de la empresa.....	34
Figura 3.10 Plano de la hacienda después de los cambios propuestos .....	34
Figura 3.11 Logo de la hacienda .....	35
Figura 3.12 Matriz FODA.....	35
Figura 3.13 Estructura Organizacional de la hacienda .....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Ficha Técnica .....	23
Tabla 2.2 Matriz Feedback .....	24
Tabla 3.1 Actores Involucrados en el Mapa de Actores.....	26
Tabla 3. 2 Matriz de Impacto e Importancia.....	27
Tabla 3.3 Documentación Requerida para Permiso de Funcionamiento.....	36
Tabla 3.4 Documentación Obligatoria para Emisión del Certificado de Uso de Suelo...36	
Tabla 3.5 Documentación para Certificado de Seguridad por el Cuerpo de Bomberos.37	
Tabla 3.6 Documentación Requerida para Solicitud de Patente Municipal .....	37
Tabla 3.7 Total de Inversión .....	38
Tabla 3.8 Flujo de Caja Proyectado.....	39
Tabla 3.9 Matriz Feedback Plan de Negocios .....	40

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo ha formado parte del crecimiento económico de muchos países e inclusive se lo compara con el sector automovilístico, petrolero, etc., convirtiéndolo en una de las principales fuentes de ingresos de muchos países en desarrollo según la Organización Mundial de Turismo (OMT). En Ecuador, tras los acontecimientos presentados en el 2020 con la crisis sanitaria de la Covid-19 y la creciente necesidad de alejarse de las aglomeraciones de las zonas urbanas, el turismo rural es uno de los primeros nichos de forma turística en recuperarse debido a su oferta que conlleva actividades en espacios naturales y amplios (HOSTELTUR, 2020).

En el ámbito del turismo rural, el cantón Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas, es considerado un destino potencialmente turístico. Cuenta con una gran variedad de atractivos referentes al agroturismo y es conocido a nivel nacional como un cantón agro productivo (Rivas & Martínez 2020). Así mismo, tiene una oferta limitada de fincas o haciendas que se dedican, como actividad económica, a ofrecer sus instalaciones para actividades de agroturismo, culturales y recreacionales; además de la prestación de estas para eventos sociales. Varios de estos establecimientos no solo trabajan por el reconocimiento de turistas interprovinciales o cantonales, sino también por el de los habitantes del sector debido a la necesidad de desarrollo económico de la localidad mediante la generación de empleo. Este es un medio importante para lograr un crecimiento sostenible dentro de las comunidades alejadas a las grandes urbes, y un desarrollo turístico local mediante los recursos naturales que el mismo cantón posee (Alvarez, 2022).

Por otro lado, dentro del ámbito que engloba el turismo rural, se deriva el termino de turismo de eventos. Esta actividad hace énfasis en la organización de eventos y cómo esta modalidad turística proporciona beneficios para la localidad como el ingreso de turistas, crecimiento económico y, sobre todo, el posicionamiento en la mente de la ciudadanía como una gran experiencia turística (Rodríguez & Sánchez, 2018).

A los alrededores del cantón Milagro, se observan numerosas haciendas en donde se encuentran, por lo general, grandes plantaciones de frutas y verduras. En esta localidad, los ciudadanos se dedican a la venta de estos productos como medio de sustento para sus familias. Adicionalmente, se ha constatado que algunas haciendas

tienen grandes espacios disponibles en los que se podría realizar otro tipo de actividad para generar mayores ingresos económicos.

La presente investigación toma como objeto de estudio a la Hacienda Mora ubicada en el Recinto las Avispas, cantón Milagro. En esta se puede observar plantaciones de plátano verde, mango, yuca, grosella, cacao en menor escala. La hacienda cuenta con aproximadamente 10.000 metros cuadrados de extensión (una hectárea), la cual dispone de 240 metros cuadrados de vivienda, 5.000 metros cuadrados de las plantaciones y aproximadamente 4.500 metros cuadrados que puede destinarse para actividades de recreación debido a que se dispone con un asador, cabaña, piscina y canchas de césped. Desde sus inicios, la hacienda ha sido únicamente para uso familiar organizando eventos como Olimpiadas familiares, fiestas de cumpleaños, bodas, reuniones, entre otros.

Sin embargo, el único ingreso que tiene la hacienda es la venta de frituras de plátano. El proceso es artesanal y consiste en la cosecha de las racimas de verde, se descascará el plátano y posteriormente se inicia la fase de fritura. Para la producción se cuenta con una máquina chiflera, en este caso coloca el verde pelado y esta máquina realiza el corte de las unidades de chifle, cae automáticamente a una paila grande con el aceite a la temperatura exacta para que se fría sin que se embeba o se queme en segundos. Luego se extrae el chifle y se procede a secar. Posteriormente, se continua con el proceso de enfundado manual para la venta al pública.

### **1.1 Descripción del problema**

La Hacienda Mora se encuentra ubicada en la ciudad de Milagro, a 1.7 kilómetros del monumento de la Piña (a una hora de distancia de Guayaquil). En este lugar, se puede observar plantaciones de plátano. Actualmente, su único ingreso es la venta de frituras de plátano verde como producto final. Sin embargo, la Hacienda Mora busca diversificar su oferta debido a que su actividad económica actual no permite cubrir todos los gastos que demanda.

De la misma forma, la hacienda cuenta con un espacio para realizar asados, una cabaña, un área de piscina, duchas y canchas de césped a la que no se le ha dado ningún uso más que para reuniones familiares. Se pretende mejorar estos espacios recreativos para aumentar los ingresos, no obstante, se desconoce el monto de la inversión y si esta será rentable en el tiempo.

### **1.2 Justificación del problema**

El cantón Milagro es considerado el tercer cantón con mayor desarrollo comercial y económico, después de Guayaquil y Durán (Arteaga, et al., 2016). Por otro lado, la

novedosa tendencia de organización de eventos sociales a las afueras de las ciudades, en zonas campestres, viene en aumento y tiene una gran acogida. Así mismo, estos eventos generan nuevos ingresos económicos y plazas de trabajo para el sector de los servicios y las obras de construcción (EXPRESO, 2018).

En la investigación sobre el Sistema turístico del cantón Milagro y la determinación de estrategias para su desarrollo, se estableció que el cantón tiene gran potencial como destino turístico y de negocios. Sin embargo, actualmente no tiene un producto turístico definido a base de la demanda actual (Arteaga, et al., 2016). La importancia del presente proyecto es aportar valor a la ciudad de Milagro y que sea considerado un lugar de destino para eventos sociales. Esto se logrará mediante el uso de una infraestructura natural que la hacienda puede ofrecer a familias y grupos de amigos junto a experiencias de diversión. Además, permitirá la creación de plazas de trabajo para el sector de servicios y puede generar ingresos adicionales a la hacienda.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la Hacienda Mora mediante el análisis de estudio técnico, financiero, de mercado y administrativo que determine la factibilidad del emprendimiento.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Determinar la mejor propuesta de infraestructura física mediante el análisis del estudio técnico que aproveche el espacio en su totalidad y brinde una mayor comodidad a los clientes potenciales.
2. Establecer la estructura organizacional, los requisitos legales, misión y visión por medio del análisis administrativo que comprenda la estructura y metas estratégicas acorde a los requerimientos y necesidades del negocio.
3. Determinar las características de los clientes potenciales, sus gustos y preferencias, así como los posibles competidores y productos sustitutos mediante el estudio de mercado que detecte la población objetivo y las características que debe tener el servicio.
4. Obtener el retorno de la inversión propuesta y la utilidad que se genere por medio del estudio económico financiero del plan de negocios que proporcione los insumos para la toma de decisión de llevar a cabo el proyecto.

## **1.4 Marco teórico**

### **1.4.1 Importancia de realizar un plan de negocios**

El plan de negocio posee una gran importancia para que las empresas puedan determinar la situación del mercado actual. Además, sirve como una guía que permite utilizar herramientas necesarias para establecer y poner en práctica las estrategias del negocio de manera estructurada y entendible para alcanzar el éxito (Arenas, 2017).

Mediante el plan de negocios, se podrá identificar los posibles inversionistas con el objetivo de obtener el capital necesario para poner en marcha las estrategias establecidas. El conseguir financiamiento por parte de entidades financieras, permitirá emplear la idea mediante la correcta demostración de la viabilidad y facticidad del proyecto o negocio (Gutiérrez, et al., 2016). En otras palabras, este documento permite conocer la realidad del proyecto dentro del mercado, y si es posible implementarlo en el mismo, además de ser una guía para evaluar tanto las estrategias, como los errores y riesgos, y los pasos necesarios para alcanzar el éxito.

### **1.4.2 Turismo en Ecuador**

El turismo es catalogado uno de los sectores económicos más importantes mundialmente, y lo es más aún en un país que se encuentra en vías de desarrollo como es el caso de Ecuador. Este sector ha sido uno de los más afectados a raíz de la pandemia del COVID-19, debido a esto, las empresas han tenido que decidir reducir drásticamente el número de trabajadores en su nómina; el porcentaje de turistas visitantes disminuyó y significó pérdidas por más de 400 mil millones, esta gran pérdida genera una gran crisis económica en países en donde el sector turístico supera el 15% del PIB (Ramón, et al., 2020). En el caso del Ecuador, el sector turístico aportaba en el año 2019 y 2020 apenas el 2.2% y 1.2% que se traduce en 2.3 y 1.1 millones de dólares, esto nos indica que, a pesar de haber tenido un gran impacto en este sector, no tenía gran representación en el PIB. Sin embargo, la gran mayoría de empresas se vieron afectadas, en especial las que corresponden a los sectores del servicio como el de aviación, comercio y turismo; con esto se genera la pérdida de empleos lo que repercute negativamente el mercado laboral ecuatoriano. En el 2019, la participación del turismo en las cifras de empleo sectorial fue del 6.1% que comprende a más de 477 mil empleos correspondientes a la actividad de Alojamiento y servicio de comida, no obstante, en el 2020 esta participación disminuyó 0.14 puntos porcentuales que equivale a una disminución de aproximadamente 38 mil empleos. (Ministerio del Turismo, 2022)



### **1.4.3 Turismo rural en Ecuador**

Previo a los acontecimientos que se dieron por la pandemia del Covid-19, el Ecuador presenció un crecimiento dentro de la demanda turística, específicamente en el tipo de turismo relacionada con la naturaleza. A su vez, las condiciones que la población tuvo que aferrarse durante el inicio de la pandemia en cuestión de espacio público, dieron como consecuencia el cambio de preferencias de los clientes de realizar turismo en sitios con aglomeraciones y espacios cerrados a cambiar por el espacio rural debido a que comprende haciendas al aire libre que significa mayor distanciamiento y aire más fresco (Llugsha, et al., 2021).

Con el desarrollo socioeconómico dentro de las comunidades rurales mediante las actividades turísticas, los municipios han observado, y a su vez, han aportado a que se desarrolle nuevas vías para aumentar la demanda de los turistas que, por la pandemia, ocasionó una crisis dentro del sector turístico (Pin & Reyes, 2022).

### **1.4.4 Oferta turística**

La oferta turística comprende la integración de bienes y servicios destinados a dar a conocer los distintos lugares creados para el turismo y que estos se encuentren disponibles para su uso por personas nacionales o extranjeras.

De entre los componentes de la oferta turística se encuentra:

- Los Recursos turísticos con los que cuenta el Ecuador, estos pueden ser medios naturales como Bosques Protectores, Parques Nacionales; espacios creados por el hombre como monumentos, iglesias históricas; las distintas culturas del país como el de la región interandina con su idioma y vestimenta originaria; entre otras.
- La infraestructura física, es un componente esencial para el desarrollo del turismo en general, varios ejemplos de esto son las carreteras Inter cantonales e interprovinciales, puentes, entre otros.
- Las empresas del sector turístico, las empresas que brindan el servicio de transporte, alimentación, entretenimiento, alojamiento a todos los turistas nacionales y extranjeros, algunos ejemplos son los restaurantes, los hoteles, hostales, complejos turísticos, circos, las aerolíneas, el servicio de transporte público (buses, metro vía), entre otros.

### **1.4.5 Demanda turística**

La demanda turística en Ecuador se ha visto afectada por diferentes acontecimientos ocurridos en los últimos años, y el que ha generado un mayor impacto en el sector turístico fue la pandemia del Covid-19 ocurrida en el 2020. Acontecimientos

previos como la recesión económica y el terremoto del 16 de abril, ocurrido en los años 2008 y 2016 respectivamente, generaron un impacto negativo y significativo dentro de nuestro país, debido a que el PIB engloba una pequeña parte del sector turístico de Ecuador y un 0.13% en todo el mundo (Pinargote, Blázquez, & Martínez, 2022).

Dentro del mercado turístico, la principal oferta ha sido el “sol y playa”, pero también, y por los cambios en las preferencias de los consumidores, se han elegido destinos como la región amazónica, o lugares que ofrezcan actividades recreacionales, culturales y de aventura. (Cabanilla, 2016). En los últimos años, y por el cambio de las preferencias de los consumidores, la demanda se ha visto en constante cambio, y esto lo podemos observar a raíz de lo ocurrido por la pandemia, y como las exigencias de los consumidores han cambiado, generando una nueva diversificación de esta. Con respecto a las preferencias de los consumidores postpandemia, podemos observar las nuevas tendencias que los diferentes segmentos de este mercado turístico han seguido como el turismo rural, el agroturismo, turismo de aventura y más, que, a su vez, estos consumidores buscan la calidad de los servicios como nuevas demandas (Molina, 2022).

#### **1.4.6 Turismo de Eventos**

Según lo define el Centro Europeo de Postgrado en su CEUPE Magazine, el turismo de eventos se trata de una nueva forma de turismo rural, la cual ha estado más asociada al entorno urbanístico. En particular, el constante cambio de la demanda ha permitido que esto suceda y por lo cual se evidencia como el turismo de eventos se traslada de las zonas urbanas a las rurales y como dichos eventos permiten el ingreso de turistas a las zonas campestres (CEUPE Magazine, s.f.).

Así mismo, el turismo de eventos comprende todos los elementos culturales que pueden ser ofrecidos dentro del sector de destino, por lo cual, abarca una extensión mucho más amplia que otros tipos de turismo. Del mismo modo, el turismo de eventos, el cual ha crecido significativamente, involucra también el turismo de reuniones, convenciones y congresos. El crecimiento de este tipo de turismo ha sido más notable en los Estados Unidos, por lo que un cuarto de los viajes que se realizan dentro del país, con un total de 326 millones, son personas que asisten a eventos o espectáculos cada año (Morillo M., M. C., 2018).

Los eventos, por lo general, crean ingresos dentro de las localidades correspondientes debido a que trae consigo una gran cantidad de turistas y, por ende, genera ingresos en ella. Además, aporta a que los destinos que se encuentren en una etapa madura dentro del mercado sean capaces de diversificar sus ingresos y formar parte

de este nuevo mercado que cada vez se hace más competitivo y que exige nuevos cambios por la constante exigencia de los consumidores o cambios en sus preferencias (Rodríguez & Sánchez, 2018).

# CAPÍTULO 2

## 2. METODOLOGÍA

La presente propuesta sobre la diversificación de la oferta de la Hacienda Mora, ubicada en la ciudad de Milagro, tuvo como objetivo la elaboración de un plan de negocios mediante la utilización de diferentes estudios. Por esta razón, el proyecto se enmarcó un diseño de investigación no experimental y utilizó la investigación de tipo cuantitativa para la recolección de información mediante herramientas de recolección de datos. Se abordó la metodología *Design Thinking* con el fin de obtener información sobre las necesidades del cliente y el mercado en la organización de eventos.

### 2.1 Revisión Bibliográfica

Para este estudio se utilizó la revisión de la literatura como fuente de información primaria sobre temas afines. Dentro de esta etapa, se efectuó la recopilación de información acerca de temas relacionados al turismo rural y turismo de eventos. Estas dos definiciones son clave y ayudaron a dar contexto sobre la situación del mercado actual. Así mismo, se revisaron documentos relacionados a la elaboración de un plan de negocios para haciendas o fincas en Ecuador.

### 2.2 Instrumentos de Investigación

Para el cumplimiento de los objetivos, que corresponden a los estudios de mercado, técnico, administrativo legal y financiero, se usó la metodología *Design Thinking* con el propósito de entender la problemática y obtener soluciones creativas e innovadoras mediante las etapas de: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

#### 2.2.1 Mapa de Actores

Para la etapa de empatizar, se identificaron los posibles actores involucrados tanto internos y externos dentro de la problemática de la investigación. Como actores internos se identificaron a los miembros de la Hacienda Mora, y como actores externos a las organizaciones o entidades que podrían influir en las decisiones y el éxito del proyecto.

#### 2.2.2 Entrevistas preliminares

Continuando con esta misma etapa, se determinaron las necesidades, oportunidades y se definió de mejor manera la problemática mediante entrevistas presenciales y virtuales. Las entrevistas se las realizaron a los actores internos y externos dentro del mapa de actores con el propósito de utilizar la herramienta denominada Mapa de Empatía. Se realizaron un total de 9 entrevistas, las cuales fueron abiertas y semiestructuradas, respetando las características de preguntas utilizadas dentro del mapa

de empatía: *¿Que ve el cliente?, ¿Qué escucha?, ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué dice y hace?, ¿Cuáles son sus esfuerzos?, y, ¿Qué resultados espera?*

Dicho esto, para los actores internos se realizaron dos entrevistas, una a Evelin Mora, copropietaria de la Hacienda, y a Fabricio Valverde, colaborador. Con respecto a los actores externos, los entrevistados fueron: Paola Cañizares, proveedor en repostería, Mary Chávez, socia, Amílcar Valdivieso, ingeniero civil, Katherine Narváez, diseñador de interiores y exteriores, Miguel Arévalo, trabajador de entidad financiera, Kattia Mora, cliente potencial, y Mildre Chávez, habitante de Milagro.

### **2.2.3 Brainstorming**

Las entrevistas preliminares y los mapas de empatía fueron esenciales para la generación de las ideas con respecto a la problemática de diversificación de ingresos de la Hacienda Mora. Para esta etapa de generación de ideas, se utilizó de manera colaborativa la aplicación MURAL. Esto permitió entender más a fondo lo que realmente se busca ofertar en la hacienda. Algunas de estas actividades serían un poco complicadas de aplicar como oferta por lo que fueron excluidas. Además, permitió tener un enfoque más claro para la realización de las encuestas y su público objetivo.

### **2.2.4 Satura y Agrupa**

Continuando con la metodología *Design Thinking*, se usó de igual manera la aplicación Mural para la herramienta de Satura y Agrupa. Este instrumento permitió la organización de las ideas derivadas de la lluvia de ideas (Brainstorming), se clasificó por distinción de colores y permitió una mejor visualización de estas.

### **2.2.5 Matriz de Impacto y dificultad**

Como siguiente etapa, se usó la herramienta denominada *Matriz de Impacto y dificultad*, que permitió colocar las ideas según su nivel de impacto en el mercado y su dificultad de ejecución de cada una de estas.



**Figura 2.1 Matriz de Impacto y Dificultad**

### 2.2.6 Observaciones

Principalmente, se observaron a los competidores que existen dentro del cantón debido a que ahí se sitúa la “Hacienda Mora”. Como competidores se hace énfasis a haciendas o fincas que prestan sus instalaciones para actividades relacionadas al agroturismo, eventos sociales u otra actividad que les genere ingresos. Investigación Cuantitativa

### 2.2.7 Encuesta

Para obtener la información y lograr los subobjetivos 1 y 2, que corresponden al estudio de mercado y técnico, se diseñó un cuestionario en la herramienta Microsoft Forms compuesto por 17 preguntas, el tiempo máximo de respuesta fue de 5 minutos. Este cuestionario tuvo por objetivo conocer gustos y preferencias de servicios que se pueden ofrecer en una hacienda, en este caso, la hacienda Mora ubicado en la zona rural de Milagro.

Por otro lado, la encuesta inició con una pregunta filtro y estuvo compuesta por 3 secciones: las preferencias de visita en centros recreacionales, que contuvo 8 preguntas de opción múltiple; las preferencias sobre actividades a realizar en fincas, que conllevaron 2 preguntas principales y 8 preguntas secundarias que se desplegaron dependiendo de la respuesta a la pregunta principal; por último, la sección de datos demográficos importante para detectar el mercado meta. La herramienta que se utilizó para la difusión del cuestionario fue el de mensajería instantánea que correspondió a un muestreo no probabilístico (MPN) por conveniencia.

### 2.2.8 Ficha técnica

A continuación, se presenta una ficha técnica que corresponde al cuestionario que se difundió:

**Tabla 2.1 Ficha Técnica**

Ficha Técnica	
Inicio de encuestas	27 de noviembre de 2022
Ubicación donde se realizaron las encuestas	Guayaquil, Milagro, Daule.
Unidad estadística	Población económicamente activa de estrato social alto, medio alto y medio.
Tamaño de muestra	196
Método de encuesta	Uso de Microsoft Forms

### 2.2.9 Población y Muestra

Para obtener la muestra de esta investigación, se seleccionó la población que se encuentra económicamente activa de un estrato alto, medio alto y medio de las ciudades Guayaquil, Milagro y Daule; en esta sección se tuvo un insight porque inicialmente se había considerado únicamente Guayaquil y Milagro, sin embargo, con el proceso de difusión de las encuestas se obtuvo que gran parte de la población objetivo estaba también en el cantón Daule, por lo que, se decidió incluirlo al estudio.

Se calculó el número de la muestra mediante el programa Raosoft con 95% de nivel de confianza y 7% de error, se generó como resultado 196 encuestas realizadas en su totalidad para que cuente como válida.

**Calculadora de tamaño de muestra**

¿Qué margen de error puede usted? ¿aceptar?  %  
5% es una opción común

¿Qué nivel de confianza tienes? ¿necesitar?  %  
Las opciones típicas son 90%, 95% o 99%

¿Cuál es el tamaño de la población?   
Si no lo sabes, usa 20000

¿Cuál es la respuesta? ¿distribución?  %  
Deje esto como 50%

El tamaño de muestra recomendado es **196**

El margen de error es la cantidad de error que puede tolerar. Si el 90% de los encuestados responde que sí, mientras que el 10% responde que no, es posible que pueda tolerar una mayor cantidad de error que si el 50% de los encuestados se dividen 50-50 o 45-55. Un menor margen de error requiere una muestra más grande tamaño.

El nivel de confianza es la cantidad de incertidumbre que puede tolerar. Supongamos que tiene 20 preguntas sí-no en su encuesta. Con un Nivel de confianza del 95%, se esperaría que para una de las preguntas (1 en 20), el porcentaje de personas que responden afirmativamente sería superior a El margen de error lejos de la verdadera respuesta. La verdadera respuesta es el porcentaje que obtendrás si entrevistaras exhaustivamente a todos. Un nivel de confianza más alto requiere un tamaño de muestra más grande.

¿Cuántas personas hay para elegir su muestra aleatoria de? El tamaño de la muestra no cambia mucho para las poblaciones mayores de 20,000.

Para cada pregunta, ¿cuáles espera que sean los resultados? Si la muestra está muy sesgada de una manera u otra, la población probablemente es, también. Si no lo sabes, usa el 50%, lo que da el mayor tamaño de la muestra. Consulte a continuación en **Más información** si esto es confuso.

Este es el mínimo recomendado tamaño de su encuesta. Si creas una muestra de esta cantidad de personas y Obtén respuestas de todos, es más probable que obtengas una respuesta de lo que respondería de una muestra grande donde solo un pequeño porcentaje de La muestra responde a su encuesta.

**Las encuestas en línea con Voiciti tienen ¡Tasas de finalización del 66%!**

**Escenarios alternativos**

Con un tamaño de muestra de <input type="text" value="100"/>	<input type="text" value="200"/>	<input type="text" value="300"/>	Con un nivel de confianza de <input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="95"/>	<input type="text" value="99"/>
Su margen de error sería <b>9.80%</b>	<b>6.93%</b>	<b>5.66%</b>	El tamaño de la muestra tendría que ser <b>139</b>	<b>196</b>	<b>339</b>

**Figura 2.2 Captura del programa Raosoft**

## 2.3 Elaboración de Prototipo (Plan de Negocios)

### 2.3.1 Estudio de Mercado

En este estudio, se determinaron las características de los clientes potenciales, su opinión acerca de qué servicios prefiere que una hacienda o finca ofrezca, así como los productos o servicios complementarios. También, se incluyeron interrogantes para

conocer a detalle las características que la hacienda debe tener como: la seguridad, mejoras específicas en la infraestructura natural.

### **2.3.2 Estudio Técnico**

Con el estudio técnico, se determinó el espacio disponible que se utilizaría para la adecuación dentro de la Hacienda Mora, así como también, modificaciones y remodelaciones que se ejecutarían en los espacios recreativos que ya posee la hacienda. Su visualización se la realizó mediante diseños arquitectónicos, además de la presentación del presupuesto por cada remodelación, adecuación y construcción necesaria dentro de la hacienda.

### **2.3.3 Estudio Administrativo y Legal**

Dentro de este análisis, se definió la estructura organizativa, el personal necesario para llevar a cabo el negocio y sus principales funciones, y el proceso de contratación. Con respecto a la parte legal, se precisaron y enlistaron los requerimientos y gastos que se realizarían para la constitución de la empresa, así mismo, el costo que implicarían los respectivos trámites municipales requeridos por el cantón Milagro. Adicionalmente, las disposiciones generales como: los permisos de operación y de salubridad, planes de contingencias, y protocolos de seguridad.

### **2.3.4 Estudio Financiero**

Para el cumplimiento del objetivo 4, se elaboró el flujo de caja proyectado en el que se determinó la viabilidad financiera del proyecto para la Hacienda Mora. Así también, se reflejó mediante este instrumento financiero la inversión inicial requerida, los ingresos y egresos de la operación, además, del capital de trabajo. Finalmente, se incluyó dentro del flujo de caja proyectado la financiación del proyecto, alternativas de financiación, presupuestos de inversión, y costos de producción.

## **2.4 Validación del prototipo**

### **2.4.1 Estructura de matriz, actores que validarán el prototipo**

Se utilizó la Matriz Feedback y se obtuvieron las validaciones de docentes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) y de los actores involucrados dentro del proyecto. Mediante este esquema se determinaron características que más les agradan, críticas constructivas, preguntas, y las nuevas ideas que surgen, tal como se evidencia en la Tabla 1.

**Tabla 2.2 Matriz Feedback**

¿Qué le ha gustado?	¿Qué críticas constructivas han hecho?
---------------------	--



<b>¿Qué preguntas o dudas han tenido?</b>	<b>¿Qué ideas nuevas han surgido?</b>

# CAPÍTULO 3

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 3.1 Instrumentos de Investigación

#### 3.1.1 Mapa de Actores

Los actores internos y externos que se identificaron para llevar a cabo la actividad económica dentro de la Hacienda Mora se observan en la Tabla 3.

**Tabla 1.1 Actores Involucrados en el Mapa de Actores**

<b>Actores Internos</b>	
Evelin Mora	Copropietario
Fernando Mora	Copropietario
Fabrizio Valverde	Colaborador
<b>Actores Externos</b>	
Competidores	Haciendas y fincas.
Proveedores	Proveedores de: Entretenimiento, Servicio de Catering, Seguridad, Decoración, y Materiales de construcción.
Socios	Maritza Chávez
Entidades financieras	Entidades prestamistas.
Clientes Potenciales	Personas adultas que tengan una capacidad de pago para cubrir un evento.
Reguladores gubernamentales	SRI, Municipalidad de Milagro.
Diseñador de exteriores	
Ingeniero en construcción	
Habitantes de Milagro	Mildred Chávez

#### 3.1.2 Satura y Agrupa

Mediante la técnica de Brandstorming, se obtuvieron ideas que permitieron conocer las necesidades dentro de la Hacienda Mora. Las ideas fueron agrupadas de la siguiente manera:

- Verde: Infraestructura
- Celeste: Marketing
- Amarillo: Factores Externos
- Rosado: Preferencias del consumidor
- Anaranjado: Administrativo



Figura 3.1 Satura y Agrupa

### 3.1.3 Matriz de Impacto-Importancia

Dentro de la matriz de Impacto Importancia se pudo determinar que la mayoría de las ideas organizadas en el *satura y agrupa* tienen un mayor impacto y una mayor dificultad para los posibles clientes y la Hacienda Mora.

Tabla 3. 2 Matriz de Impacto e Importancia

DIFICULTAD ALTA	DIFICULTAD BAJA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuar la hacienda para uso de eventos sociales</li> <li>Modificar la infraestructura de la hacienda</li> <li>Remodelar la hacienda para que sea atractiva y cómoda</li> <li>Análisis del retorno de la inversión</li> <li>Creación de un restaurante al aire libre</li> <li>Alquiler de hacienda para eventos sociales</li> <li>Elaboración de un Organigrama</li> <li>Análisis de estado de resultado (equilibrio entre ingresos y gastos para generar rentabilidad)</li> <li>Creación de portafolio de proveedores</li> <li>Plan de fumigación para exterminación de insectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuación de un estacionamiento</li> <li>Uso de redes sociales para promocionar la hacienda cuando esté lista al público.</li> <li>Atención personalizada para los clientes</li> <li>Lugar adecuado para fotos para redes sociales</li> <li>Observar a la competencia</li> <li>Uso de carpas impermeables u otro tipo de cobertor para época de invierno</li> <li>Aumento de la seguridad con la contratación de guardianía.</li> </ul>	<b>IMPACTO ALTO</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar a los posibles clientes más cercanos (Cantón Milagro)</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vender más productos a parte del plátano frito</li> <li>Adecuaciones de ellos sanitario acorde al número de clientes y como lo dicte la ley</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alquiler de la hacienda para eventos deportivos (Olimpiadas familiares, corporativas etc.)</li> <li>Colocación de una garita en la entrada de la hacienda</li> <li>Establecer capital inicial</li> </ul>	<b>IMPACTO BAJO</b>

### 3.1.4 Observaciones

Dentro de estas observaciones, se encontraron las siguientes haciendas que forman parte de la competencia directa de la Hacienda Mora en el cantón Milagro. Estas son:

- Rancho Vasija de Barro
- Quinta la Orilla
- Finca El Chaparral

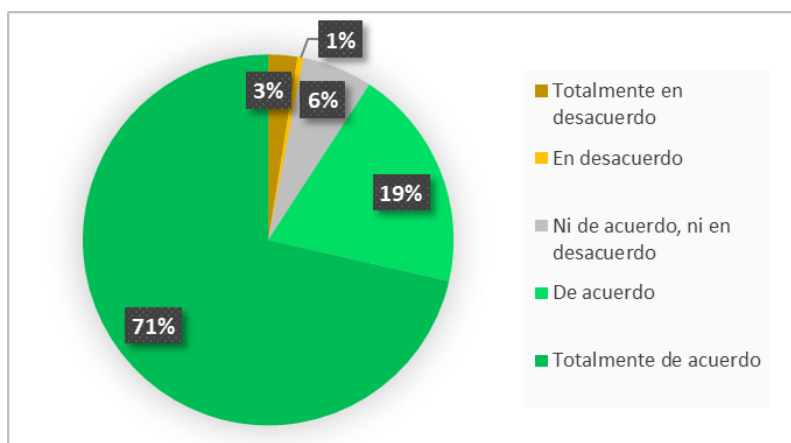
## 3.2 Investigación Cuantitativa

### 3.2.1 Resultado y análisis de las encuestas

Se realizaron un total de 234 encuestas en las que se aplicó una pregunta filtro que consultaba el interés por asistir a reuniones en haciendas, en la cual el 84% de encuestados (196) respondió de forma afirmativa.

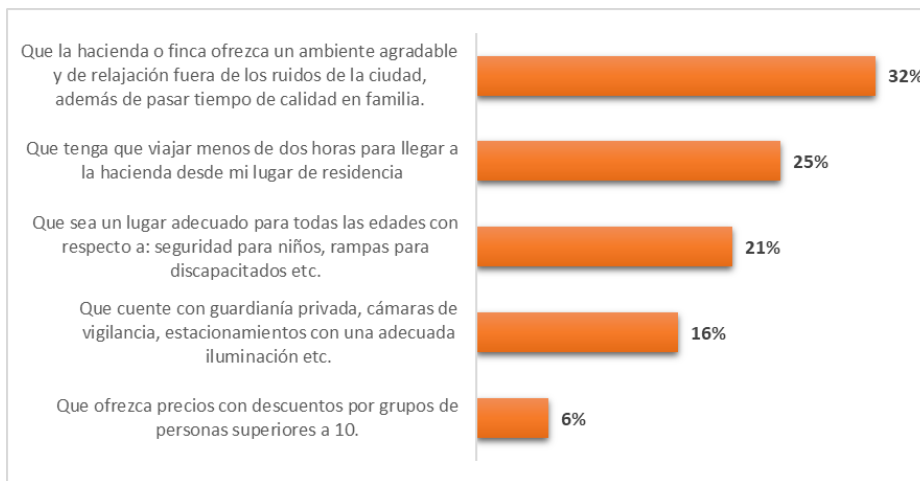
A partir de este filtro, se obtuvieron los siguientes resultados:

El 91% de ellos se encuentra **Totalmente de acuerdo** y **De acuerdo** en que las haciendas son un lugar agradable para realizar actividades compartiendo con familiares o amigos.



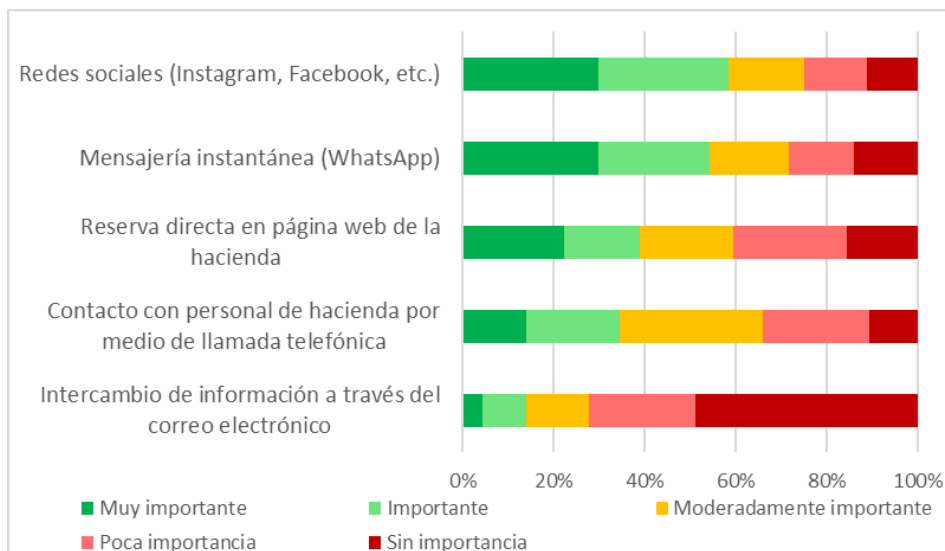
**Figura 3.2 Percepción de los encuestados con respecto a las haciendas como lugares familiares**

Por otro lado, con respecto a la característica que considera más importante al momento de elegir una hacienda, el 57% de encuestados considera esencial que la hacienda ofrezca un ambiente relajante, agradable y que tengan que viajar menos de dos horas para llegar a la hacienda desde el lugar de residencia. Con esto se genera un insight que menciona indispensable la creación y adecuación de espacios de entretenimiento y relajación tanto para niños como para adultos. Además, se puede atribuir a la Hacienda Mora una característica importante debido a que la distancia desde la ciudad de Guayaquil hasta la hacienda es de 100 Km, a tan solo 1 hora aproximadamente.



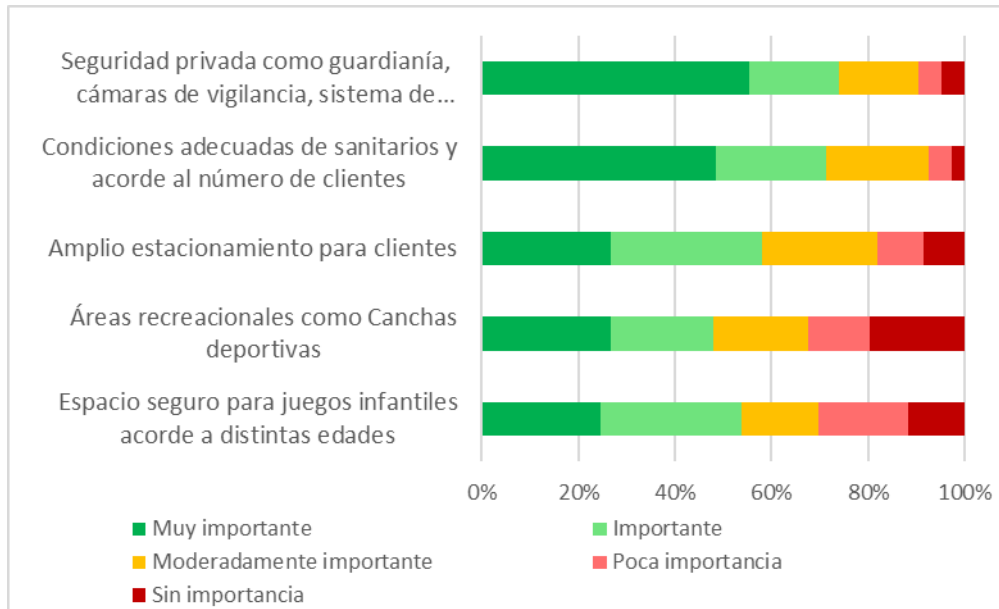
**Figura 3.3 Características para elegir una hacienda o finca**

Así mismo, los medios de comunicación que se eligieron para poder brindar información y realizar reservaciones fueron las redes sociales como Instagram y Facebook, al igual que mensajería instantánea como WhatsApp debido a que fueron los dos medios que se consideraron más importantes por los encuestados con un 60%.



**Figura 3.4 Canales de Información**

Debido a que el 55% determinó que la seguridad privada incluyendo guardianía, cámaras de vigilancia, sistema de alarmas, y demás, son consideradas **Muy Importante**, se optó por la prestación de servicios mensual de una compañía de seguridad.



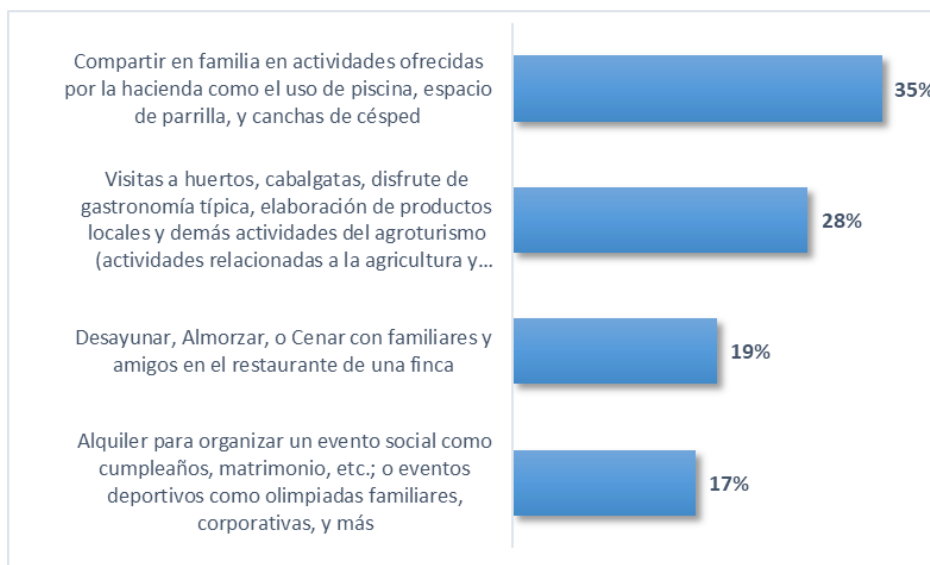
**Figura 3.5 Características más importantes de una hacienda**

La actividad “Compartir en familia en actividades ofrecidas por la hacienda como el uso de piscina, espacio de parrilla, y canchas de césped” se convirtió en la actividad que más le gustaría realizar a los encuestados, con un 35%. Debido a esto, se consideró colocar diferentes espacios recreativos y de entretenimiento para niños y adultos en la hacienda. En cuanto a los espacios recreativos para niños, se colocó zona de juegos infantiles tales como columpios, toboganes, y balancines. Así mismo, para el entretenimiento adulto se colocó lo siguiente:

- Mesa de billar
- Mesa de Ping Pong
- Espacio para asados junto con mesas para picnic
- Sala de estar rústica junto a la piscina

Con un 28% de preferencia por parte de los encuestados, **Visitas a huertos, cabalgatas, disfrute de gastronomía típica, elaboración de productos locales y demás actividades relacionadas al Agroturismo** es la segunda actividad que más les gustaría realizar. Gracias a esto, se consideró la colocación de una pequeña granja

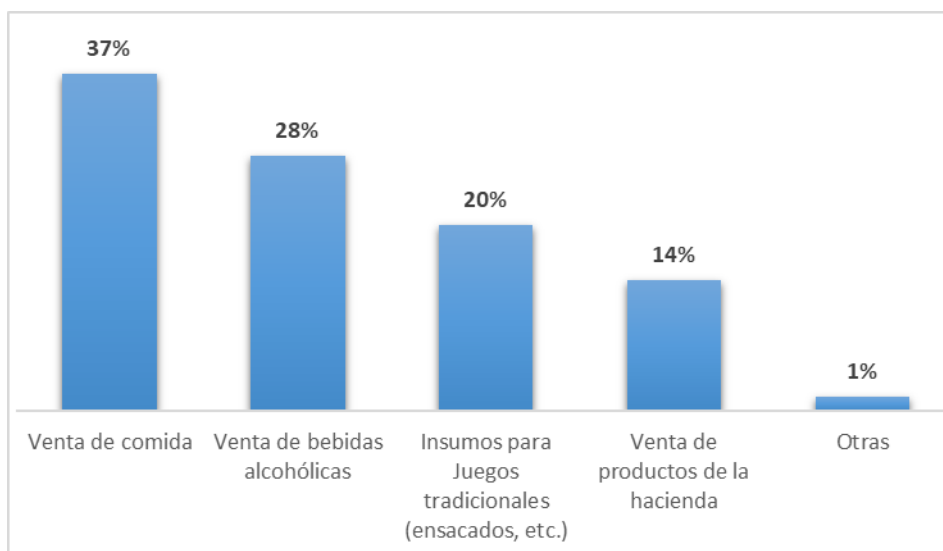
animales con gallinas, pollos, patos y conejos para que la principal actividad junto a estos sea alimentarlos.



**Figura 3.6 Actividades que más le gustaría realizar**

Posterior a esta pregunta, dependiendo la respuesta, se desplegarían 3 preguntas para conocer más detalles de la actividad escogida. Con respecto a los servicios adicionales que se ofrecerían en la hacienda, quienes eligieron la actividad **Compartir en familia** les interesó el servicio de **venta de comida y bebidas alcohólicas**. Mediante estos resultados se optaron por implementar los siguientes servicios complementarios como:

- Venta bajo pedido de desayunos, y almuerzos con un menú estándar.
- Venta de snacks y golosinas (Ruffles, Cheetos, etc.)
- Venta de bebidas soft.
- Venta de bebidas alcohólicas como: Cervezas y cocteles.



### Figura 3.7 Servicio adicional para ofrecer en la finca

Se realizó la consulta al encuestado de cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar la hacienda que ofrezca el uso de una piscina, un espacio para asados, cancha de césped por persona y el 43% seleccionó el rango \$5 a \$10, mientras que el 34% indicó que pagaría de \$11 a \$15 (sumando un total de 78%). Con esto se puede decir que el máximo que se puede cobrar por persona para el ingreso de la hacienda es de \$15, todo dependerá de los servicios y actividades disponibles.

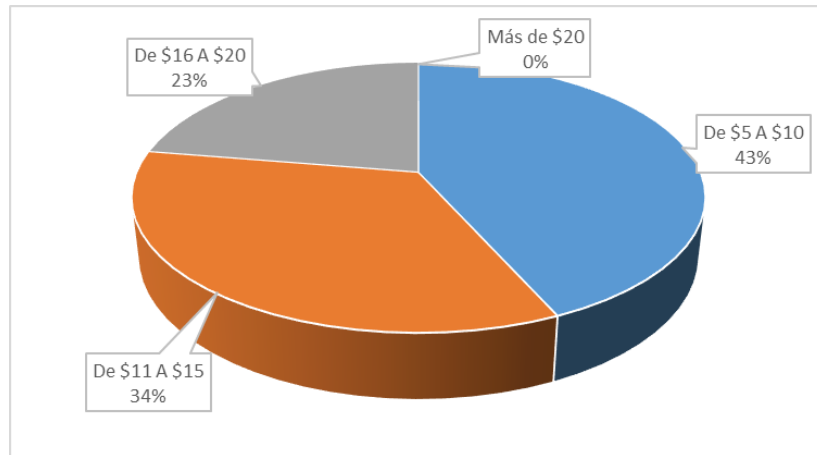


Figura 3.8 Disposición a pagar por visitar una finca turística

### 3.3 Elaboración de prototipo (Plan de Negocio)

El entregable de este proyecto es el Plan de Negocios (adjunto en anexos) el cual la integran 4 estudios que describen como y de qué forma realizar la diversificación de la oferta para la Hacienda Mora, así como también si esta es rentable. Estos estudios mencionados anteriormente son: de mercado, técnico, administrativo y legal; y financiero.

#### 3.3.1 Estudio de Mercado

Dentro del estudio de mercado se realizaron diversos pasos bajo la herramienta del Desing hinking en la que resultó una lluvia de ideas que se organizó bajo el método de satura y agrupa, dentro del cual se obtuvieron los siguientes insight:

- Alquiler para eventos sociales
- Realizar un estacionamiento
- Creación de espacios “Instagrameables”
- Contratación de guardianía.

Con esta información, se realizó un cuestionario que forma parte de la investigación concluyente. El objetivo de este fue de conocer las preferencias de servicios que se pueden ofrecer en una hacienda. Se realizaron 234 encuestas, se obtuvo que el 84% de



encuestados (196) están interesados en asistir a reuniones en una hacienda, bajo este filtro se definió:

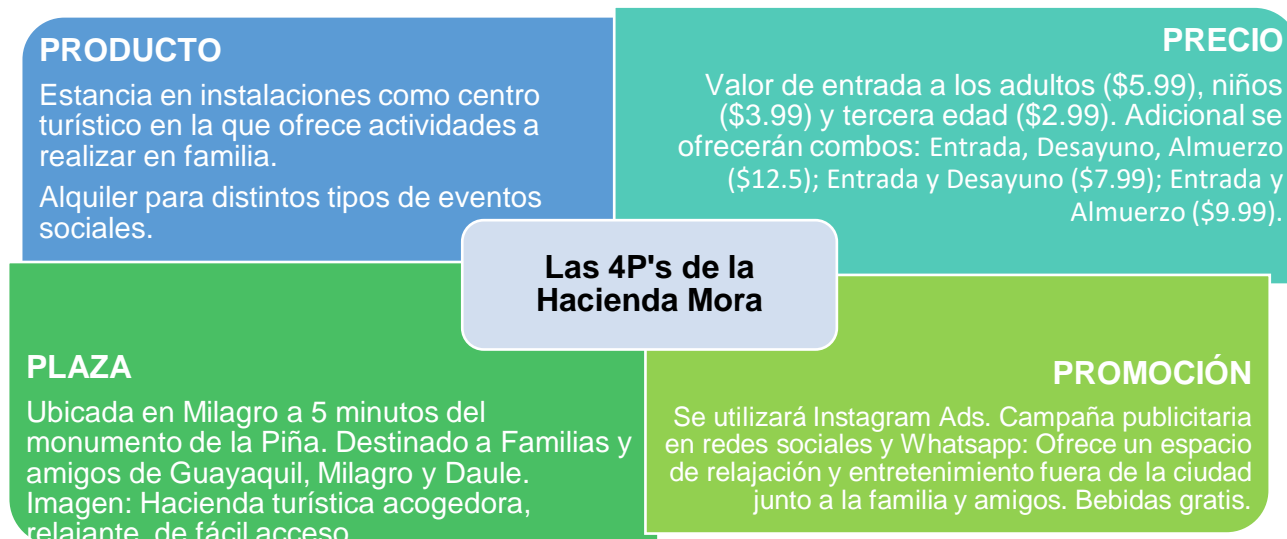
- Es indispensable la adecuación de espacios de entretenimiento y relajación.
- Los medios de comunicación más importantes para brindar información son las redes sociales al igual que mensajería instantánea como WhatsApp.
- Es vital asegurar la seguridad privada incluyendo guardianía, cámaras de vigilancia, sistema de alarmas.
- Las actividades deseadas son “Compartir en familia en actividades ofrecidas por la hacienda” y “Visita a huertos, comida típica, elaboración de productos locales y demás actividades relacionadas al Agroturismo”.
- Considerar la venta de desayunos y almuerzos, así como también la creación de un bar que ofrezca snacks y bebidas soft y alcohólicas.

Por otro lado, dentro de la estrategia competitiva y diferenciación se menciona que se ofrecerán precios razonables mediante el costo de ingreso accesible y un menú a un precio económico. Adicionalmente, se creó una estrategia de diferenciación que consiste en ofrecer una diversidad de áreas recreativas y de entretenimiento para pasar un momento en familia.

Así mismo, se realizó un estudio de la competencia que se consolidó en un Benchmark. En este podemos encontrar la comparación de 6 haciendas de ubicaciones diversas:

- Tienen cuentas en redes sociales como Instagram, Facebook, Tripadvisor y WhatsApp.
- Están a más de 1 hora 20 minutos de Guayaquil.
- Ofrecen actividades como excursiones a caballo, paseos en bote, canchas deportivas, entre otros. Además, se pueden alquilar para eventos como cumpleaños, bodas, etc. En algunos establecimientos incluyen la decoración, catering, entretenimiento, hospedaje.

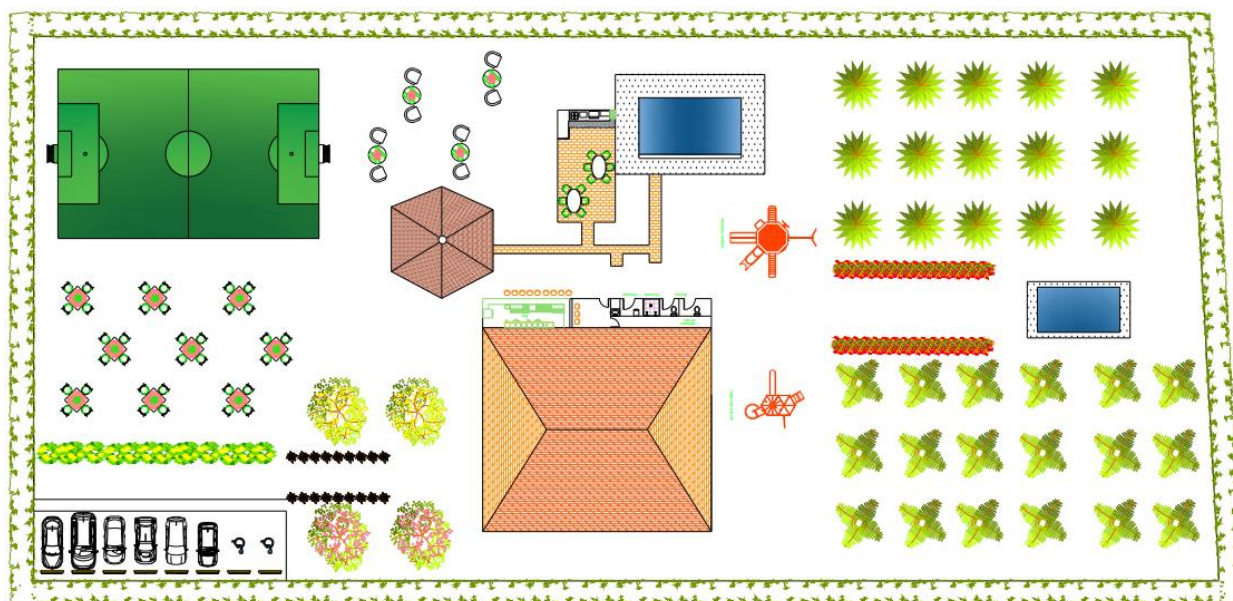
Dentro del estudio de las 4P, se resume la información en el siguiente gráfico:



**Figura 3.9 Las 4P de la empresa**

### 3.3.2 Estudio Técnico

En el estudio técnico, en primer lugar, se identificó la ubicación exacta de la hacienda mediante la herramienta geográfica Google Maps en la que se obtuvo un plano general de la misma. Con este plano se logró extraer las medidas exactas de la hacienda como tal y de las construcciones que en esta se encuentran (la casa familiar, la cabaña, la piscina y espacio de asador). Sin embargo, debido a la antigüedad de esta información, se realizó un proceso de medición de las áreas que se construyeron hace poco. Con las mediciones realizadas en el ejercicio mencionado anteriormente, se construyó un plano teniendo en cuenta las modificaciones en la estructura actual y las creaciones de nuevos espacios acorde con la información obtenida en el estudio de mercado.



**Figura 3.10 Plano de la hacienda después de los cambios propuestos**

El capital necesario para poder realizar todas las modificaciones y creaciones de nuevos espacios ascienden a un total de **\$ 12,344.91**. Adicionalmente, se realizaron compras de equipos, maquinarias y Mobiliario por un total de **\$2.050,34**. En total se deberá considerar una inversión de **\$14,395.25**.

### 3.3.3 Estudio Administrativo y Legal

Como parte del estudio administrativo y legal, la Hacienda Mora estableció una misión y visión, además de sus valores. La hacienda Mora, en resumen, se compromete a ofrecer la mejor experiencia para la celebración de eventos de cualquier índole, además de ser una empresa líder en organización de eventos con un servicio eficiente. A continuación, se presenta el logo creado por una casa con marco turquesa junto a plantas ornamentales en degradado en representación a la naturaleza de la hacienda.



**Figura 3.11 Logo de la hacienda**

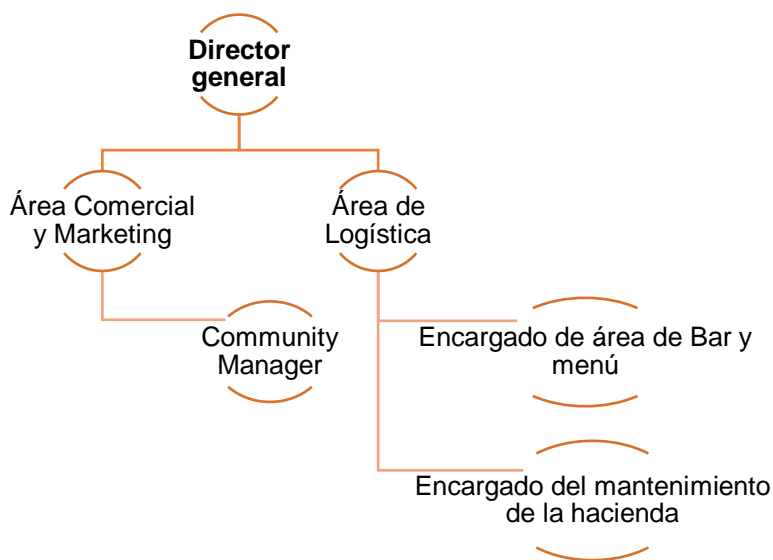
Dentro de la Matriz FODA se determinaron las siguientes características internas y externas de la Hacienda Mora:



**Figura 3.12 Matriz FODA**

Con respecto a la estructura organizacional, se determinó el organigrama en el que se encuentran 4 trabajadores que se desenvolverán en distintas áreas (Marketing, RRHH

y Administrativo, Logístico). A continuación, se presenta la estructura organizacional de acuerdo con las necesidades del negocio.



**Figura 3.13 Estructura Organizacional de la hacienda**

Con respecto a los permisos, procesos y documentación legal correspondiente se recopiló la siguiente información que se encuentran ilustradas en las Tablas 5, 6, 7, y 8.

**Tabla 3.3 Documentación Requerida para Permiso de Funcionamiento**

Documentación requerida
Tasa única de trámite.
Copia de la cedula de ciudadanía y votación.
Copia del certificado de uso de suelo.
Formulario de Tasa por servicios técnicos administrativos.
Solicitud de tasa de habilitación para locales comerciales, industriales y de servicios.
Copia del Certificado de no adeudar al Gobierno Autónomo descentralizado Municipal.
Copia del pago del Cuerpo de Bomberos del año en curso por Certificado de seguridad.
Copia de pago de Patente del año en curso.
Adjuntar número telefónico y correo electrónico.
Croquis bien detallado del lugar donde está ubicado el negocio.

**Tabla 3.4 Documentación Obligatoria para Emisión del Certificado de Uso de Suelo**

Documentación obligatoria
Formulario de tasa por servicios técnicos administrativos
Copia de RUC o RISE
Copia de cédula de identidad
Copia del certificado de votación
Copia de planilla de agua potable
Copia del recibo de pago de predio urbano o rural al día.

**Tabla 3.5 Documentación para Certificado de Seguridad por el Cuerpo de Bomberos**

<b>Documentación requerida</b>
Copia de cedula.
Copia de RUC o RISE.
Certificado de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro.

**Tabla 3.6 Documentación Requerida para Solicitud de Patente Municipal**

<b>Documentación Requerida</b>
Formulario de solicitud para registro de patente
Copia de cédula de identidad
Copia de certificado de votación
Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad

Dentro del documento del Plan de Negocios (véase apéndice C) podrá observar la información completa del Estudio Administrativo como las principales funciones de cada trabajador que se encuentre dentro del organigrama de la empresa, así como también información mucho más completa sobre la constitución de la empresa, y los costos correspondientes por los permisos, licencias, u otra documentación legal.

#### **3.3.4 Estudio Financiero**

La hacienda Mora se repotenciará realizando una inversión de \$12,344.91 que será destinada a las remodelaciones y adecuaciones de nuevos espacios. Adicionalmente, se deberá considerar en la inversión los demás rubros necesarios para el funcionamiento de la empresa tales como Equipos, Maquinaria, Mobiliarios. En total, la inversión ascendería a \$14,395.25.

Asimismo, se realizó la elaboración del flujo de caja proyectado a 5 años y se obtuvieron los diferentes valores que conforman cada rubro del flujo de efectivo dentro del Plan de negocio (véase apéndice C). Con respecto a la inversión, los valores obtenidos se lo observan en la Tabla 9. Además, tanto los valores de capital de trabajo y valor de desecho se lo observan en la Tabla 10 en el Flujo de caja proyectado.

**Tabla 3.7 Total de Inversión**

Ítems	Total
Creación Nuevos Espacios	\$ 8,961.56
Modificaciones en espacios existentes	\$ 3,383.35
Equipos	\$ 1,230.90
Maquinaria	\$ 628.00
Mobiliario	\$ 191.44
<b>Total</b> , de Inversión	<b>\$ 14,395.25</b>

Adicionalmente, se realizó el cálculo de varios indicadores que determinarían si el proyecto es viable o no. Con los valores finales del flujo de caja se obtuvo el valor del VAN, en el que se obtuvo \$11.099,79 lo cual quiere decir que el proyecto es conveniente puesto que este valor salió mayor a cero. Además, se calculó la TIR dando como resultado un 34%, siendo la TMAR un 11%, podemos indicar que el proyecto es rentable debido a que la TIR es mayor a la TMAR. Finalmente, se calculó el flujo de caja acumulado y se obtuvo el Payback mediante el método simple, el periodo que tomará el proyecto en recuperar la inversión realizada es de 3 años y 6 meses.

### 3.3.4.1 Flujo de caja proyectado a 5 años

Tabla 3.8 Flujo de Caja Proyectado

Años	0	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Ventas</b>		<b>\$26.310,00</b>	<b>\$26.725,28</b>	<b>\$29.287,03</b>	<b>\$37.513,34</b>	<b>\$40.683,13</b>
Ingresos por visitas		\$25.060,00	\$25.385,28	\$27.547,03	\$35.683,34	\$38.363,13
Ingresos por eventos		\$1.250,00	\$1.340,00	\$1.740,00	\$1.830,00	\$2.320,00
<b>Costos Variables</b>		<b>\$(1.164,00)</b>	<b>\$(1.269,00)</b>	<b>\$(1.372,00)</b>	<b>\$(1.475,00)</b>	<b>\$(1.577,00)</b>
<b>Costos Fijos</b>		<b>\$(20.750,00)</b>	<b>\$(20.656,49)</b>	<b>\$(20.565,45)</b>	<b>\$(20.436,63)</b>	<b>\$(19.923,71)</b>
<b>Utilidad antes de PAT</b>		<b>\$2.230,91</b>	<b>\$2.763,21</b>	<b>\$5.454,04</b>	<b>\$13.850,98</b>	<b>\$17.611,62</b>
15% Part. A Trabajadores (PAT)		\$ 334,64	\$ 414,48	\$ 818,11	\$ 2.077,65	\$2.641,74
Utilidad antes de impuestos		\$ 1.896,27	\$ 2.348,73	\$ 4.635,93	\$ 11.773,34	\$14.969,87
Impuesto a la Renta (22%)		\$ 417,18	\$ 516,72	\$ 1.019,91	\$ 2.590,13	\$3.293,37
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 1.479,09</b>	<b>\$ 1.832,01</b>	<b>\$ 3.616,03</b>	<b>\$ 9.183,20</b>	<b>\$ 11.676,50</b>
Depreciación		\$ 1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30
Inversión	\$(14.395,25)					
Préstamo	\$8.000,00					
Amortización		\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)
Capital de Trabajo	\$(2.988,36)					\$2.988,36
Valor de Desecho						\$4.890,50
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$(9.383,62)</b>	<b>\$765,93</b>	<b>\$1.118,84</b>	<b>\$2.902,86</b>	<b>\$8.470,04</b>	<b>\$18.842,20</b>
<b>VAN (20%)</b>	<b>\$11.099,79</b>			<b>TIR</b>	<b>34%</b>	

### 3.3.5 Validación del prototipo (Matriz Feedback)

#### 3.3.5.1 Estructura de matriz, actores que validarán el prototipo

**Tabla 3.9 Matriz Feedback Plan de Negocios**

<b>¿Qué le ha gustado?</b>	<b>¿Qué críticas constructivas han hecho?</b>
<p>El espacio distribuido dentro de la hacienda como la ubicación de la piscina y el asador, además posee un amplio espacio en la parte del área verde entre la cabaña y la cancha de fútbol.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Considerar la entrada desde la calle principal hasta la hacienda en épocas de invierno. Estar pendiente de los baches o el estado de la calle para evitar inconformidades de los clientes.</li><li>• Expandir el estacionamiento para evitar inconvenientes en feriados o fines de semana.</li><li>• Variedad de comida.</li></ul>
<b>¿Qué preguntas o dudas han tenido?</b>	<b>¿Qué ideas nuevas han surgido?</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sobre el estado actual de la carretera y la calle principal hasta la ubicación de la hacienda Mora.</li><li>• Si el lugar se encuentra en una zona desolada.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En un futuro, la hacienda tenga más actividades a ofrecer como cabalgar, acampar, fogata y demás que se encuentren relacionadas a la naturaleza.</li><li>• En un futuro ampliar el menú y ofrecer platos a la carta, e incluso buffet.</li><li>• Ofrecer en algún momento alojamiento o permitir acampar a los visitantes.</li><li>• Realizar actividades o dinámicas para disfrutar en familia como juegos tradicionales, ofreciendo premios etc.</li></ul>



# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

A través de los diferentes estudios elaborados en el plan de negocio, se determinaron diferentes factores clave para poder llevar a cabo el emprendimiento y que este sea rentable en el tiempo. A continuación, las conclusiones de cada estudio.

- En el estudio de mercado se evidenció que un gran porcentaje de encuestados prefieren visitar una hacienda para compartir en familia, por ende, existe una gran demanda. Sin embargo, la competencia, entiéndase como haciendas con ofertas similares, ha venido en aumento. La Hacienda Mora ofrecerá a los consumidores la experiencia de disfrutar en familia y amigos bajo un ambiente acogedor y al aire libre mediante el uso de sus instalaciones que incluye cancha de césped, piscina, asador, granja, servicio de alimentación y bar, espacios de entretenimiento y relajación para toda la familia. El cobro será el valor de entrada más el servicio de alimentación que el cliente desee.
- En el estudio técnico se incluyó todas las adecuaciones y modificaciones en los espacios existentes y la creación de los nuevos espacios que deberá realizarse en la hacienda, teniendo en cuenta los resultados del estudio de mercado. El costo total de la inversión en cuanto a infraestructura es de **\$12,344.91**. Adicionalmente, se detalla toda la inversión que se destinará para los equipos, maquinarias y muebles necesarios para el funcionamiento del emprendimiento que asciende a un valor de **\$2,050.34**. En total, la inversión asciende a **\$14,395.25** teniendo en cuenta los rubros mencionados anteriormente.
- En el estudio administrativo se detalla la misión y visión de la empresa que menciona comprometerse a ofrecer la mejor experiencia para la celebración de eventos de cualquier índole. Además, se detallan las Fortalezas y Oportunidades de la empresa las cuales se menciona la distancia aceptable desde Guayaquil, los atractivos que posee la hacienda y el aumento del porcentaje de personas que prefieren eventos al aire libre. Sin embargo, también menciona Debilidades y Amenazas tales como la poca experiencia en el ámbito turístico, la distancia desde la avenida principal, la alta competencia y los factores climáticos de la zona costera (invierno). En cuanto a estructura organizacional, se determinó la necesidad de

contratar a 3 trabajadores que se desenvolverán en distintas áreas (Marketing y Logístico). Además. Para la constitución de la empresa, se usará la figura legal de Persona Natural debido a que el trámite es más sencillo, no requiere de mucha inversión porque el costo de creación del RUC es gratuito.

- En el estudio financiero se consideró la inversión total mencionada anteriormente y se realizó el flujo de cajas proyectado a 5 años. Como Capital de trabajo, se destinará un valor de \$2,988.36 para poder cubrir los desfases que se generarán los primeros años. Asimismo, se realizó un plan de financiamiento de \$8000 a 5 años con una tasa anual de 9.76% en BanEcuador, lo que genera un pago anual fijo de \$2,097.46. Se realizó el cálculo del payback para conocer en que tiempo se recuperará la inversión y se obtuvo que el retorno finalizará dentro de 3 años y 6 meses. Finalmente, se realizó el cálculo de VAN y TIR para determinar si el proyecto es rentable. Como VAN se obtuvo un total de \$11.099,79 lo que indica que el emprendimiento es conveniente puesto que este valor es mayor a cero. Para el cálculo de la TIR, se obtuvo la TMAR o tasa de descuento de 11%, teniendo como resultado una TIR de 34% concluyendo que el proyecto es rentable (TIR mayor a TMAR).

## **4.2 Recomendaciones**

Dentro del presente proyecto integrador, y mediante el Plan de Negocio proporcionado, se determinaron las siguientes recomendaciones para el futuro de la Hacienda Mora:

- Considerar el uso de la casa familiar como una futura herramienta de negocio remodelándola y ofreciendo al público un restaurante al aire libre. En los resultados de las encuestas, un número considerable de personas eligieron disfrutar un desayuno, almuerzo o cena con familiares y amigos en el restaurante de una finca. Además de salones para eventos corporativos.
- Se sugiere aumentar la oferta de la Hacienda Mora mediante la incorporación nuevas actividades que pudieran incentivar las visitas a la hacienda como juegos tradicionales, elaboración y posterior degustación del cacao, cabalgatas, entre otras.
- Contratar a una empresa de marketing que cree una campaña completa de la hacienda junto a la historia que esta tiene para poder ganar más visibilidad en las redes sociales y con esto más visitas a la hacienda.

Adicionalmente, se plantea la idea de crear un proyecto de Responsabilidad Social llamado "Conoce mis productos", en la que consiste en realizar minimercados con la colaboración de los vecinos de la comuna "Las Avispas" para que tengan la oportunidad de vender sus productos en la Hacienda Mora y así potencializar la economía de los pequeños productores.

# BIBLIOGRAFÍA

- Expreso. (05 de Mayo de 2018). La nueva moda del turismo, bodas campestres. Consultado el 14 de Octubre de 2022, de <https://www.expreso.ec/actualidad/nueva-moda-turismo-bodas-campestres-38253.html>
- Arteaga, E., Peralta, F., Castelo, J., & Echeverria, H. (2016, Junio). *Desarrollo turístico: estudio empírico de la población económicamente activa del Cantón Milagro*. Consultado Octubre 14, 2022, from <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/29/28>
- Alvarez, R. (13 de Enero de 2022). El turismo rural y el desarrollo local sostenible desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca. Dialnet. Consultado el 05 de Noviembre de 2022. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8250403>
- CEUPE Magazine. (s.f.). ¿Cuáles son las diferentes tipologías de Turismo Rural? CEUPE Magazine. Consultado el 05 de Noviembre de 2022. <https://www.ceupe.com/blog/cuales-son-las-diferentes-tipologias-de-turismo-rural.html>
- Gutiérrez, R., Trueba, A., Hernández, B., Verónica, R., & Méndez, L. (2016). Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI. Toluca. [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70959/secme-25772\\_1.pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70959/secme-25772_1.pdf?sequence=1).
- HOSTELTUR. (20 de Noviembre de 2020). Retos y oportunidades del turismo rural en Ecuador. HOSTELTUR. Consultado el 05 de Noviembre de 2022, de: [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024338\\_retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024338_retos-y-oportunidades-del-turismo-rural-en-ecuador.html)
- Llugsha, V., Cabanilla, E., Camacho, S., Carrillo, R., Carlos, G., Jurado, P., . . . Soledad, M. (2021). Turismo y Desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19. Quito: CONGOPE.
- Ministerio del Turismo. (31 de Octubre de 2022). Visualizador de Información Turística del Ecuador. Ministerio del Turismo. Consultado el 06 de Noviembre de 2022. <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). El turismo: un fenómeno económico y social. Organización Mundial del Turismo. Consultado el 05 de Noviembre de 2022. <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Pin, W., & Reyes, C. (23 de Marzo de 2022). TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA ECONÓMICA PARA LA COMUNA SANCÁN DEL CANTÓN JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ. Unesum Facultad de Ciencias Económicas. Consultado el 05 de Noviembre de 2022. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3628>
- Prefectura del Guayas. (s.f.). Milagro. Recuperado el 05 de Noviembre de 2022, de Prefectura del Guayas: <https://guayas.gob.ec/cantones-2/milagro/#:~:text=Su%20cabecera%20cantonal%20es%20la,que%20es%20de%20199.835%20habitantes>
- Rivas, E.; Martínez, G. (2020). Incidencia del turismo rural y agroturismo, mecanismos para la reactivación post COVID-19 en las fincas “Quinta la Orilla”, “Vasija de Barro” y “Cumandá”, en el cantón Milagro. Repositorio de ESPOL. Consultado el 05 de Noviembre de 2022. <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53497>
- Rodríguez, M., & Sánchez, M. (24 de Marzo de 2018). Un Análisis Del Perfil Sociodemográfico y Comportamiento Del Gasto Turístico en Función de la Naturaleza Del Evento. Dialnet. Consultado 06 de Noviembre de 2022. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6729136>
- Morillo M., M. C., (2018). Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela. Actualidad Contable Faces, 21(37), 118-150. <https://www.redalyc.org/journal/257/25755483006/html/>
- Ramón, C., Villacís, M., & García, A. (2020). Tortugas Charapa un aporte para el turismo comunitario y conservación de la biodiversidad. Explor. Digit. , 55–65.
- Pinargote-Montenegro, K. G., Blázquez-Resino, J. J., y Martínez-Ruiz, M. P. (2022). Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la pospandemia. Revista Venezolana de Gerencia, 27(Especial 7), 537-555. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.36>
- Cabanilla Vásquez, E. (2016). Tendencias en la demanda laboral del sector turístico del Ecuador. *Siembra*, 3(1), 111–122. <https://doi.org/10.29166/siembra.v3i1.278>
- Molina Velásquez, E., Cabanilla Vásquez, E., Garrido Cornejo, C., & Borja Vivero, J. (2022). Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación pos-COVID-19 en Ecuador: Study of the behavior of internal tourist

demand in the post-covid-19 reactivation in Ecuador. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 9(3), 63–80. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.663>

Arenas, Y. P. (2017). *La importancia de realizar un plan de negocio para la creación de una empresa*. Consultado de: <http://hdl.handle.net/10654/15942>

# APÉNDICES

## APÉNDICE A

### Validación de la Encuesta para el Estudio de Mercado

#### Instrumento para validación

Criterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Congruencia de los ítems	x			
Calidad de redacción de los ítems			x	
Relevancia del contenido	x			
Las instrucciones son claras y precisas		x		

#### Observaciones:

hice algunas observaciones en el archivo

#### Validado por:

María Claudia Márquez

#### Profesión:

Docente

#### Lugar de trabajo:

ESPOL

#### Cargo que desempeña:

Docente y Coordinadora de Maestría en Gestión del Talento Humano

#### Fecha:

23 noviembre 2022

#### Firma:



Sumado alantropologiamerito.com  
MARIA CLAUDIA  
MARQUEZ  
PINARGOTE

# APÉNDICE B

## Investigación Cuantitativa – Encuesta

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la ESPOL, y como parte de nuestro proyecto integrador elaboramos la presente encuesta que tiene como propósito conocer su opinión con respecto a que servicios se pueden ofrecer en una hacienda ubicada en la ciudad de Milagro. Te tomará aproximadamente 6 minutos. Agradecemos anticipadamente su colaboración.

### Sección 1: Preferencias de visita en centros recreacionales

Para esta sección, vamos a iniciar consultando sus preferencias de visitas a centros recreativos como haciendas o fincas. Cada una de las preguntas contiene sus instrucciones de respuesta.

#### **(Pregunta filtro)**

1. ¿Se encuentra interesado en asistir a integraciones, convenciones u otro tipo de evento social en haciendas o fincas?
  - 1) Si\_\_
  - 2) No\_\_
  
2. ¿Ha asistido alguna vez a eventos sociales, integraciones o convenciones en haciendas o fincas?
  - 3) Si\_\_
  - 4) No\_\_
  
3. ¿Con cuantas personas usted visitaría alguna hacienda o finca para realizar alguna actividad que esta ofrezca?
  - Me gustaría visitar solo
  - 1
  - 2
  - 3
  - Más de 3
  
4. ¿Considera que las haciendas o ranchos son un lugar agradable para realizar actividades compartiendo con familiares o amigos? *Elija una opción, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.*

Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni ni desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
---------------------------------------	-------------------------	-------------------------------	-------------------	---------------------------------

5. ¿Qué característica le parece influyente al momento de elegir una hacienda o finca para reunirse con familiares o amigos? *Seleccione maximo 2 opciones*



- Que tenga que viajar menos de dos horas para llegar a la hacienda desde mi lugar de residencia
- Que sea un lugar adecuado para todas las edades con respecto a: seguridad para niños, rampas para discapacitados etc.
- Que cuente con guardianía privada, cámaras de vigilancia, estacionamientos con una adecuada iluminación etc.
- Que ofrezca precios con descuentos por grupos de personas superiores a 10.
- Que la hacienda o finca ofrezca un ambiente agradable y de relajación fuera de los ruidos de la ciudad, además de pasar tiempo de calidad en familia.

6. ¿Qué canal le gustaría utilizar para obtener información antes de realizar una reservación? *Ordene de acuerdo con el nivel de importancia siendo el primero más importante y el último menos importante.*

Nivel de  
Importancia

**Reserva directa en  
página web de la  
hacienda**

**Redes sociales  
(Instagram, Facebook,  
etc.)**

**Contacto con personal  
de hacienda por medio  
de llamada telefónica**

**Intercambio de  
información a través del  
correo electrónico**

**Mensajería instantánea  
(WhatsApp)**

7. ¿Qué características consideras más importantes que debe tener una hacienda o finca?

Nada importante (1)	Poco importante (2)	Neutral (3)	Importante (4)	Muy importante (5)
---------------------------	---------------------------	----------------	-------------------	--------------------------

**Seguridad  
privada como  
guardianía,  
cámaras de  
vigilancia,  
sistema de  
alarmas etc.**

**Amplio  
estacionamiento  
para clientes**

**Condiciones  
adecuadas de  
sanitarios y**

**acorde al número de clientes**

**Espacio seguro para juegos infantiles acorde a distintas edades**

**Áreas recreacionales como Canchas deportivas**

8. ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones del motivo por que NO visitarías una hacienda o finca para compartir en familia o con amigos?

	Nada importante (1)	Poco importante (2)	Neutral (3)	Importante (4)	Muy importante (5)
<b>Las haciendas o fincas son sitios muy costosos para ir en familia</b>					
<b>Las haciendas o fincas son sitios donde existe inseguridad</b>					
<b>Las haciendas o fincas me resultan muy lejos, y toman mucho tiempo llegar</b>					
<b>Las haciendas o fincas concentran una gran cantidad de insectos que podrían afectar la experiencia</b>					
<b>Prefiero otro tipo de lugares para compartir en familia o con amigos</b>					

## Sección 2: Preferencias sobre actividades a realizar en fincas o haciendas.

Con el propósito de determinar las preferencias sobre actividades que estaría usted dispuesto a realizar dentro de las haciendas o fincas, encontraremos dentro de esta sección diferentes opciones de actividades que pueden formar parte de la oferta de la hacienda ubicada en el cantón Milagro, y que forma parte del estudio.

9. Seleccione las actividades que prefiere realizar en una hacienda. *Seleccione máximo 2 opciones.*

- Alquiler para organizar un evento social como cumpleaños, matrimonio, etc.; o eventos deportivos como olimpiadas familiares, corporativas, y más.
- Desayunar, Almorzar, o Cenar con familiares y amigos en el restaurante de una finca.
- Visitas a huertos, interacción con animales de granja, disfrute de gastronomía típica, elaboración de productos locales y demás actividades relacionadas al Agroturismo (*Son actividades relacionadas a la agricultura y ganadería*)
- Compartir en familia en actividades ofrecidas por la hacienda como el uso de piscina, espacio de parrilla, y canchas de césped.

9.1. A partir de las opciones seleccionadas, marque la opción que más le gustaría realizar en el corto plazo

- A. Alquiler para organizar un evento social como cumpleaños, matrimonio, etc.; o eventos deportivos como olimpiadas familiares, corporativas, y más.
- B. Desayunar, Almorzar, o Cenar con familiares y amigos en el restaurante de una finca.
- C. Visitas a huertos, interacción con animales de granja, disfrute de gastronomía típica, elaboración de productos locales y demás actividades relacionadas al Agroturismo (*Son actividades relacionadas a la agricultura y ganadería*)
- D. Compartir en familia en actividades ofrecidas por la hacienda como el uso de piscina, espacio de parrilla, y canchas de césped.

a. ***Si selecciona la opción de organización de eventos*** (Opción A)

1. ¿Qué evento le gustaría llevar a cabo en la hacienda?

- Fiestas infantiles
- Olimpiadas familiares
- Cumpleaños
- Celebración de matrimonio
- Otros: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que se le proporcionara para la organización de un evento?

- Servicio de Catering
- Entretenimiento (DJ, Presentador, etc.)
- Decoración
- Bar tender
- Otros: \_\_\_\_\_

- b. Para preparar paquetes promocionales para nuestros clientes, nos interesaría saber cuánto estaría dispuesto a pagar por un espacio de hacienda para eventos que incluya un área de piscina, asador, cabaña, cancha de césped
- De \$150 A \$200
  - De \$201 A \$250
  - De \$251 A \$300
  - Más de \$300,00

b. ***Si selecciona la opción comer con familiares o amigos en el restaurante de una finca*** (Opción B)

a. ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte la hacienda? Comida costeña, de la sierra, platos más específicos, desayunos, almuerzos.

- Comida costeña
- Comida de la sierra
- Comida de la Amazonia
- Otros: \_\_\_\_\_

b. ¿Qué servicio complementario le gustaría que ofrezca el restaurante?

- Espacio para entretenimiento
- Música en vivo
- Servicio Buffet
- Karaoke
- Otros: \_\_\_\_\_

c. ¿Estaría interesado en que el restaurante ofrezca una carta de Bebidas alcohólicas?

- Si
- No

c. ***Si selecciona Visita a huertos, gastronomía física, elaboración de productos y otras actividades relacionadas al Agroturismo*** (Opción C)

a. ¿Conoce alguna Hacienda agroturística?

- Si
- No

b. ¿Qué tipos de actividades le gustaría realizar en una Hacienda agroturística?

- Visita a huertos
- Interacción con animales silvestres de la costa
- Degustación de gastronomía típica
- Elaboración de productos de la hacienda
- Otros: \_\_\_\_\_

c. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como valor de ingreso a una Hacienda agroturística?

- \$10-\$15
- \$16-\$20
- \$21-\$25

- Más de \$25
- d. ***Si selecciona compartir en familia con actividades ofrecidas por la hacienda***
- a. ¿Qué tipo de actividades estaría interesado en realizar en la finca?
    - Uso de piscina y duchas
    - Asado (uso de un espacio para realizar asados)
    - Juegos en canchas (futbol, vóley, etc.)
    - Bailar (espacio para pista de baile)
    - Otros: \_\_\_\_\_
  - b. ¿Qué servicio adicional le gustaría que ofrezca la finca?
    - Insumos para Juegos tradicionales (ensacados, etc.)
    - Venta de comida
    - Venta de bebidas alcohólicas
    - Venta de productos de la hacienda
    - Otros: \_\_\_\_\_
  - c. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar una finca turística que ofrezca el uso de una piscina, un espacio para asados, cancha de césped por persona?
    - \$5-\$10
    - \$11-\$15
    - \$16-\$20

#### **Sección 4; Datos demográficos**

- 22-32 años
  - 33-42 años
  - 43-52 años
  - 53-65 años
  - 66 años o más
2. Género
    - Hombre
    - Mujer
    - Otro
  3. ¿Cuál es su ciudad de residencia?
    - Guayaquil
    - Milagro
    - Daule
  4. ¿Cuál es su fuente de ingresos?
    - Emprendimiento
    - Relación de dependencia
    - Servicios profesionales
    - No tengo ingresos

## **APÉNDICE C**

### **Prototipo Plan de Negocios**

# **Plan de Negocio**

# TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	61
Problemática.....	61
Justificación .....	61
Objetivos.....	62
Objetivo General .....	62
Objetivos Específicos .....	62
Resumen ejecutivo .....	62
2. Estudio de Mercado .....	64
Investigación exploratoria.....	64
Mapa de Actores .....	64
Herramienta de Satura y Agrupa.....	64
Matriz de Impacto e Importancia .....	65
Investigación concluyente.....	66
Tabulación y resultados (necesidades y preferencias).....	66
Estrategia Competitiva y Diferenciación .....	71
Análisis de la Oferta .....	73
Análisis de la demanda .....	75
Las 4 P's del Marketing Mix .....	75
3. Estudio Técnico.....	78
Distribución y diseño de las instalaciones acorde a estudio de mercado .....	78
Ubicación de la hacienda .....	78
Plano de las instalaciones .....	79
Presupuesto de inversión para adecuaciones en la hacienda.....	80
Modificaciones en estructura actual .....	80

Creación de nuevos espacios .....	83
Inversión en Maquinaria, Equipos y Mobiliario .....	85
4. Estudio Administrativo.....	87
Formulación Estratégica y Recursos Humanos.....	87
Imagen Corporativa (Logo de la empresa) .....	87
Matriz FODA.....	88
Estructura Organizacional .....	88
Organigrama .....	88
Descripción de Cargos .....	89
Constitución de la empresa .....	91
Tipo de empresa .....	91
Costos de la constitución.....	92
Tramites de constitución de una persona natural.....	92
Marco legal de la organización .....	93
Permisos, licencias, u otra documentación legal.....	93
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	99
Inversión y Capital de trabajo .....	99
Inversión en Infraestructura de la hacienda.....	100
Inversión total del proyecto.....	100
Capital de Trabajo .....	100
Plan de financiación .....	102
Depreciación de los bienes.....	103
Bienes muebles.....	103
Valor de desecho .....	104
Flujo de caja .....	105
Ingresos proyectados .....	105



Flujo de caja proyectado .....	107
5.2.3 VAN, TIR, PAYBACK .....	108

# INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Poster Plan de Negocio .....	63
Figura 2.1 Satura y Agrupa.....	65
Figura 2.2 Percepción de los encuestados con respecto a las haciendas como lugares familiares .....	67
Figura 2.3 Característica para elegir una hacienda o finca.....	68
Figura 2.4 Canales de Información.....	68
Figura 2.5 Características más importantes de una hacienda .....	69
Figura 2.6 Actividades que más le gustaría realizar. ....	70
Figura 2.7 Servicio adicional para ofrecer en la finca .....	71
Figura 2.8 Disposición a pagar por visitar una finca turística.....	71
Figura 3.1 Localización de la Hacienda Mora .....	79
Figura 3.2 Plano de la hacienda antes del proyecto .....	79
Figura 3.3 Plano de la hacienda después de los cambios propuestos .....	80
Figura 3.4 Servicios ofrecidos en los espacios existentes.....	81
Figura 3.5 Servicios ofrecidos por espacios creados.....	83
Figura 4.1 Logo de la hacienda .....	88
Figura 4.2 Matriz FODA.....	88
Figura 4.3 Estructura Organizacional de la hacienda .....	89
Figura 5.1 Simulacro de Crédito en BanEcuador.....	102

# INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Actores Involucrados en el Mapa de Actores.....	64
Tabla 2.2 Matriz de Impacto e Importancia .....	65
Tabla 2.3 Benchmark de los competidores: Información de los competidores de la hacienda ..	73
Tabla 2.4 Precio de la Entrada .....	76
Tabla 2.5 Precio del Alquiler de la Hacienda .....	76
Tabla 2.6 Precio del Menú .....	76
Tabla 2.7 Precio de los Snacks .....	77
Tabla 2.8 Precio de las Bebidas .....	77
Tabla 3.1 Total Inversión para modificaciones en estructura actual .....	81
Tabla 3.2 Total de la inversión para nuevos espacios .....	84
Tabla 3.3 Inversión en maquinaria, equipos y mobiliario .....	86
Tabla 4.1 Descripción del cargo de director general .....	89
Tabla 4.2 Descripción del cargo de Community Manager.....	90
Tabla 4.3 Descripción del cargo de Logística de Bar y Menú.....	90
Tabla 4.4 Descripción del cargo del mantenimiento de la hacienda.....	91
Tabla 4.5 Ventajas y desventajas de una Persona Natural .....	92
Tabla 4.6 Documentación Requerida para Permiso de Funcionamiento .....	94
Tabla 4.7 Documentación Obligatoria para Emisión del Certificado de Uso de Suelo.....	94
Tabla 4.8 Documentación para Certificado de Seguridad por el Cuerpo de Bomberos .....	96
Tabla 4.9 Documentación Requerida para Solicitud de Patente Municipal .....	97
Tabla 4.10 Costos legales.....	99
Tabla 5.1 Inversión en infraestructura .....	100
Tabla 5.2 Inversión en Equipo, Maquinaria y Mobiliario.....	100
Tabla 5.3 Inversión total del proyecto .....	100
Tabla 5.4 Capital de Trabajo .....	101

Tabla 5.5 Criterios de simulación BanEcuador .....	102
Tabla 5.6 Depreciación de Equipos.....	103
Tabla 5.7 Depreciación de Maquinaria .....	103
Tabla 5.8 Depreciación de Mobiliario .....	103
Tabla 5.9 Valor de desecho.....	104
Tabla 5.10 Ingresos proyectados .....	105
Tabla 5.11 Crecimiento Poblacional Proyectado .....	106
Tabla 5.12 Flujo de Caja Proyectado .....	107
Tabla 5.13 VAN y TIR.....	108
Tabla 5.14 Payback.....	108

# Plan de Negocio

## 1. INTRODUCCIÓN

### 4.3 Problemática

La Hacienda Mora se encuentra ubicada en la ciudad de Milagro (a una hora de distancia de Guayaquil). En este lugar, se puede observar plantaciones de plátano y demás frutas de la Región Costa. Actualmente, su único ingreso es la venta de frituras de plátano verde como producto final. Sin embargo, la hacienda busca diversificar su oferta debido a que su actividad económica actual no permite cubrir todos los gastos que demanda.

De la misma forma, la hacienda cuenta con un espacio para realizar asados, una cabaña, un área de piscina, duchas y canchas de césped a la que no se le ha dado ningún uso más que para reuniones familiares. Se pretende mejorar estos espacios recreativos para aumentar los ingresos, no obstante, se desconoce el monto de la inversión y si esta será rentable en el tiempo.

### 4.4 Justificación

El cantón Milagro es considerado el tercer cantón con mayor desarrollo comercial y económico, después de Guayaquil y Durán (Arteaga, et al., 2016). Por otro lado, la novedosa tendencia de organización de eventos sociales a las afueras de las ciudades, en zonas campestres, viene en aumento y tiene una gran acogida. Así mismo, estos eventos generan nuevos ingresos económicos y plazas de trabajo para el sector de los servicios y las obras de construcción (EXPRESO, 2018).

La importancia del presente proyecto es aportar valor a la ciudad de Milagro y que sea considerado un lugar de destino para eventos sociales. Esto se logrará mediante el uso de una infraestructura natural que la hacienda puede ofrecer a familias y grupos de amigos junto a experiencias de diversión. Además, permitirá la creación de plazas de trabajo para el sector de servicios y puede generar ingresos adicionales a la hacienda.

## **4.5 Objetivos**

### **4.5.1 Objetivo General**

Elaborar un plan de negocios para la Hacienda Mora mediante el análisis de estudio técnico, financiero, de mercado y administrativo que determine la factibilidad del emprendimiento.

### **4.5.2 Objetivos Específicos**

5. Determinar la mejor propuesta de infraestructura física mediante el análisis del estudio técnico que aproveche el espacio en su totalidad y brinde una mayor comodidad a los clientes potenciales.

6. Establecer la estructura organizacional, los requisitos legales, misión y visión por medio del análisis administrativo que comprenda la estructura y metas estratégicas acorde a los requerimientos y necesidades del negocio.

7. Determinar las características de los clientes potenciales, sus gustos y preferencias, así como los posibles competidores y productos sustitutos mediante el estudio de mercado que detecte la población objetivo y las características que debe tener el servicio.

8. Obtener el retorno de la inversión propuesta y la utilidad que se genere por medio del estudio económico financiero del plan de negocios que proporcione los insumos para la toma de decisión de llevar a cabo el proyecto.

## **4.6 Resumen ejecutivo**



Figura 1.1 Poster Plan de Negocio

## 2. Estudio de Mercado

### 4.7 Investigación exploratoria

#### 4.7.1 Mapa de Actores

Se identificaron los posibles actores involucrados tanto internos y externos dentro de la problemática de la investigación. Como actores internos se identificaron a los miembros de la Hacienda Mora, y como actores externos a las organizaciones o entidades que podrían influir en las decisiones y el éxito del proyecto.

**Tabla 2.1 Actores Involucrados en el Mapa de Actores**

Actores Internos	
Evelin Mora	Copropietario
Fernando Mora	Copropietario
Fabrizio Valverde	Colaborador
Actores Externos	
Competidores	Haciendas y fincas.
Proveedores	Proveedores de: Entretenimiento, Servicio de Catering, Seguridad, Decoración, y Materiales de construcción.
Socios	Maritza Chávez
Entidades financieras	Entidades prestamistas.
Clientes Potenciales	Personas adultas que tengan una capacidad de pago para cubrir un evento.
Reguladores gubernamentales	SRI, Municipalidad de Milagro.
Diseñador de exteriores	
Ingeniero en construcción	
Habitantes de Milagro	Mildred Chávez

#### 4.7.2 Herramienta de Satira y Agrupa

Con la finalidad de determinar las necesidades de la Hacienda Mora, se realizó una lluvia de ideas, las cuales fueron agrupadas de la siguiente manera:

- Verde: Infraestructura
- Celeste: Marketing
- Amarillo: Factores Externos
- Rosado: Preferencias del consumidor
- Anaranjado: Administrativo





Figura 2.1 Saturación y Agrupación

#### 4.7.3 Matriz de Impacto e Importancia

Cada una de las ideas previamente agrupadas fueron colocadas dentro de la Matriz de Impacto e Importancia, estas fueron colocadas dependiendo de su Dificultad e Impacto tanto para la Hacienda Mora y el mercado. A continuación, se observa las ideas ubicadas dentro de la matriz.

Tabla 2.2 Matriz de Impacto e Importancia

DIFICULTAD ALTA	DIFICULTAD BAJA	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuar la hacienda para uso de eventos sociales</li> <li>Modificar la infraestructura de la hacienda</li> <li>Remodelar la hacienda para que sea atractiva y cómoda</li> <li>Análisis del retorno de la inversión</li> <li>Creación de un restaurante al aire libre</li> <li>Alquiler de hacienda para eventos sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuación de un estacionamiento</li> <li>Uso de redes sociales para promocionar la hacienda cuando esté lista al público.</li> <li>Atención personalizada para los clientes</li> <li>Lugar adecuado para fotos para redes sociales</li> <li>Observar a la competencia</li> <li>Uso de carpas impermeables u otro tipo de cobertor para época de invierno</li> </ul>	<b>IMPACTO ALTO</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un Organigrama</li> <li>• Análisis de estado de resultado (equilibrio entre ingresos y gastos para generar rentabilidad)</li> <li>• Creación de portafolio de proveedores</li> <li>• Plan de fumigación para exterminación de insectos</li> <li>• Incentivar a los posibles clientes más cercanos (Cantón Milagro)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la seguridad con la contratación de guardianía.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender más productos a parte del plátano frito</li> <li>• Adecuaciones d ellos sanitario acorde al número de clientes y como lo dicte la ley</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de la hacienda para eventos deportivos (Olimpiadas familiares, corporativas etc.)</li> <li>• Colocación de una garita en la entrada de la hacienda</li> <li>• Establecer capital inicial</li> </ul>	<b>IMPACTO BAJO</b>

En su mayoría, las ideas sobre la infraestructura, temas administrativos, y factores externos de la hacienda se encuentran ubicados dentro del primer cuadrante que representa un mayor impacto y una mayor dificultad.

#### **4.8 Investigación concluyente**

Se diseñó un cuestionario en la herramienta Microsoft Forms compuesto por 17 preguntas, el tiempo máximo de respuesta fue de 5 minutos. Este cuestionario tuvo por objetivo conocer gustos y preferencias de servicios que se pueden ofrecer en una hacienda, en este caso, la hacienda Mora ubicado en la zona rural de Milagro.

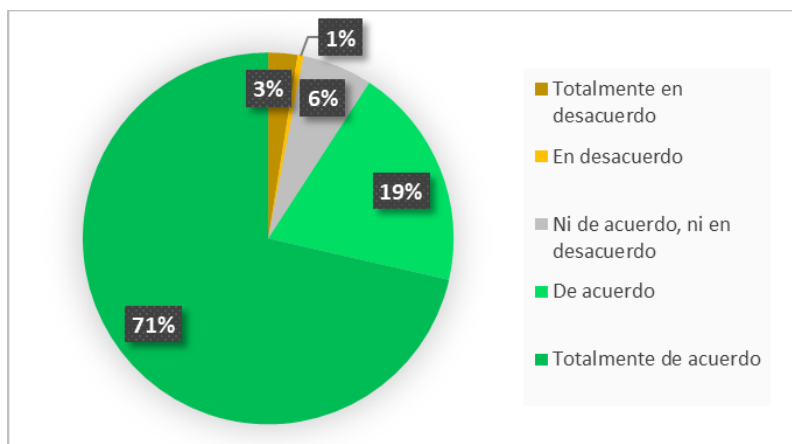
Para obtener la muestra de esta investigación, se seleccionó la q población que se encuentra económicamente activa de un estrato alto, medio alto y medio de las ciudades Guayaquil, Milagro y Daule. Se calculó el número de la muestra mediante el programa Raosoft con 95% de nivel de confianza y 7% de error, se generó como resultado 196 encuestas realizadas en su totalidad para que cuente como válida.

##### **4.8.1 Tabulación y resultados (necesidades y preferencias)**

Se realizaron un total de 234 encuestas en las que se aplicó una pregunta filtro que consultaba el interés por asistir a reuniones en haciendas, en la cual el 84% de

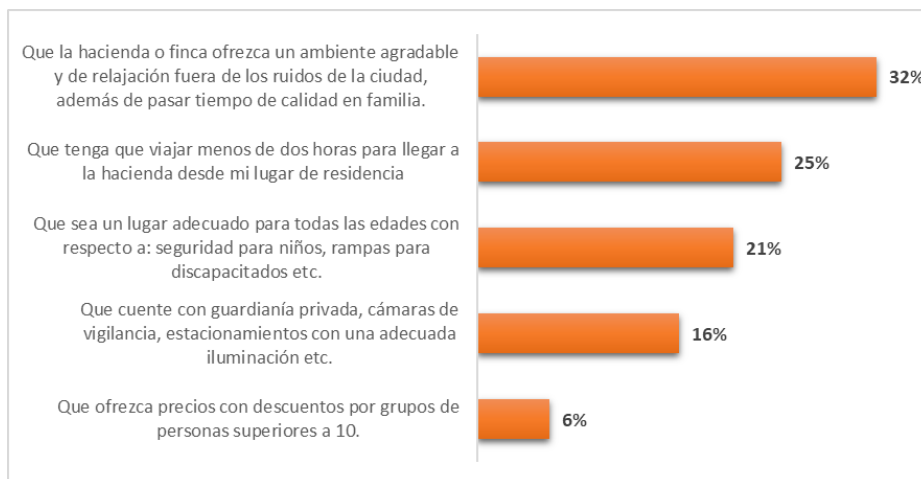
encuestados (196) respondió de forma afirmativa. A partir de este filtro, se obtuvieron los siguientes resultados:

El 91% de ellos se encuentra Totalmente de acuerdo y De acuerdo en que las haciendas son un lugar agradable para realizar actividades compartiendo con familiares o amigos.



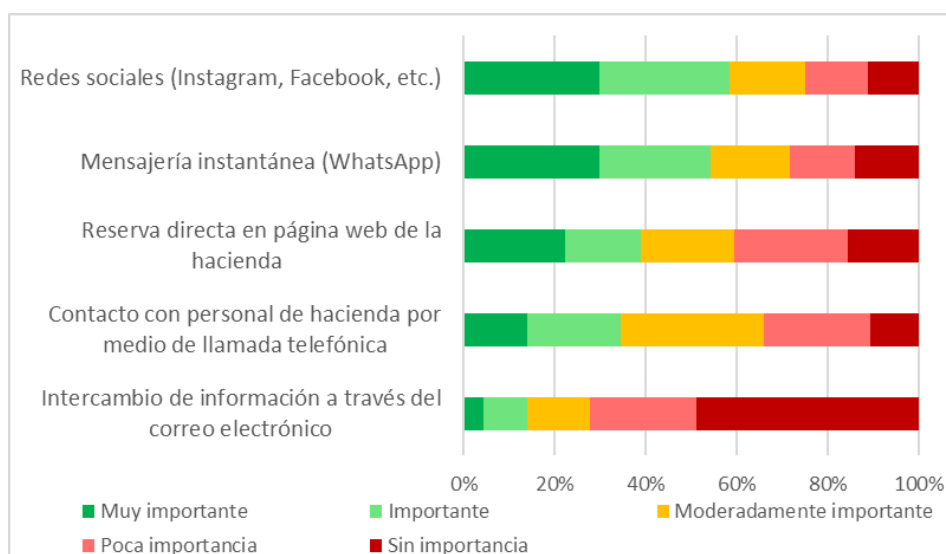
**Figura 2.2 Percepción de los encuestados con respecto a las haciendas como lugares familiares**

Por otro lado, con respecto a la característica que considera más importante al momento de elegir una hacienda, el 57% de encuestados considera esencial que la hacienda ofrezca un ambiente relajante, agradable y que tengan que viajar menos de dos horas para llegar a la hacienda desde el lugar de residencia. Con esto se genera un insight que menciona indispensable la creación y adecuación de espacios de entretenimiento y relajación tanto para niños como para adultos. Además, se puede atribuir a la Hacienda Mora una característica importante debido a que la distancia desde la ciudad de Guayaquil hasta la hacienda es de 100 Km, a tan solo 1 hora aproximadamente.



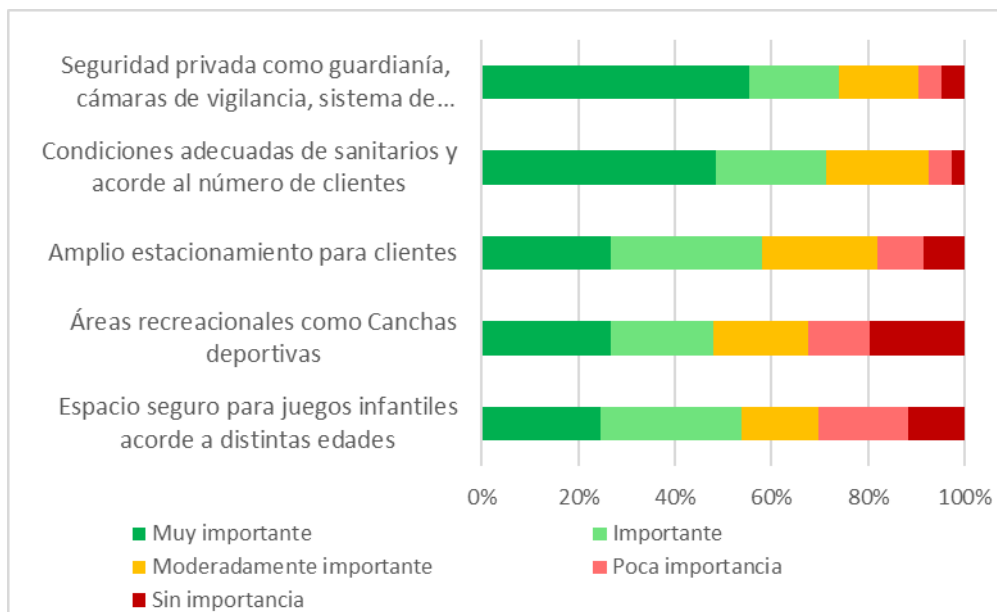
**Figura 2.3 Característica para elegir una hacienda o finca**

Así mismo, los medios de comunicación que se eligieron para poder brindar información y realizar reservaciones fueron las redes sociales como Instagram y Facebook, al igual que mensajería instantánea como WhatsApp debido a que fueron los dos medios que se consideraron más importantes por los encuestados con un 60%.



**Figura 2.4 Canales de Información**

Debido a que el 55% determinó que la seguridad privada incluyendo guardianía, cámaras de vigilancia, sistema de alarmas, y demás, son consideradas **Muy Importante**, se optó por la prestación de servicios mensual de una compañía de seguridad.

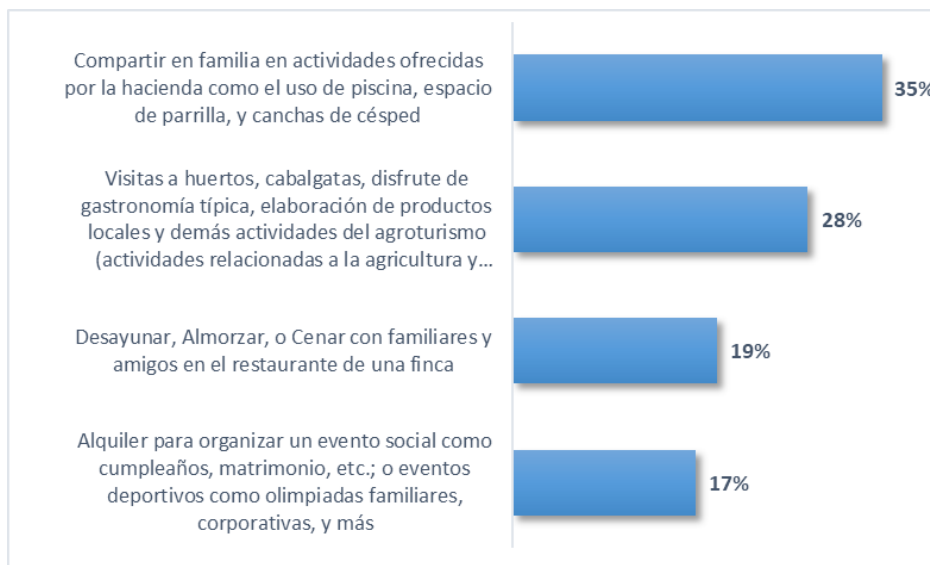


**Figura 2.5 Características más importantes de una hacienda**

La actividad “Compartir en familia en actividades ofrecidas por la hacienda como el uso de piscina, espacio de parrilla, y canchas de césped” se convirtió en la actividad que más le gustaría realizar a los encuestados, con un 35%. Debido a esto, se consideró colocar diferentes espacios recreativos y de entretenimiento para niños y adultos en la hacienda. En cuanto a los espacios recreativos para niños, se colocó zona de juegos infantiles tales como columpios, toboganes, y balancines. Así mismo, para el entretenimiento adulto se colocó lo siguiente:

- Mesa de billar
- Mesa de Ping Pong
- Espacio para asados junto con mesas para picnic
- Sala de estar rústica junto a la piscina

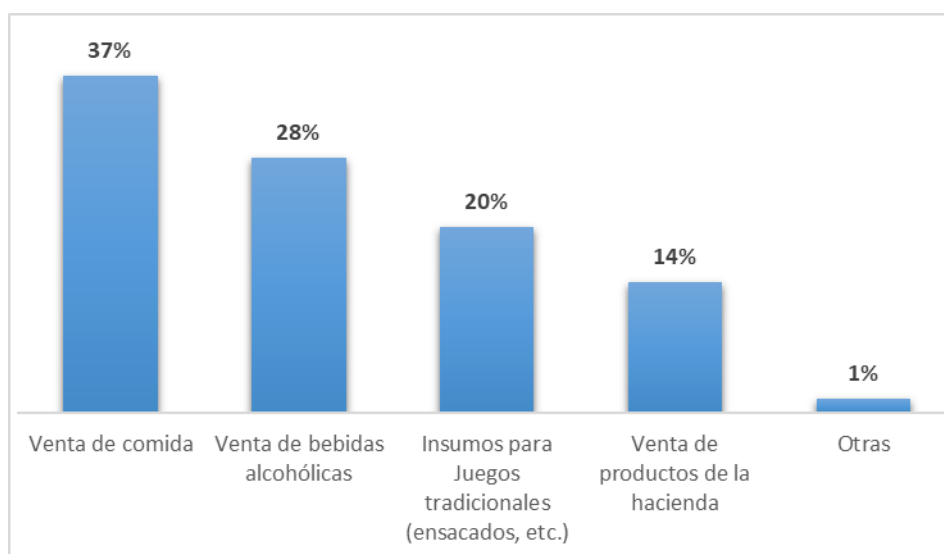
Con un 28% de preferencia por parte de los encuestados, **Visitas a huertos, disfrute de gastronomía típica, elaboración de productos locales y demás actividades relacionadas al Agroturismo** es la segunda actividad que más les gustaría realizar. Gracias a esto, se consideró la colocación de una pequeña granja animales con gallinas, pollos, patos y conejos para que la principal actividad junto a estos sea alimentarlos.



**Figura 2.6 Actividades que más le gustaría realizar.**

Posterior a esta pregunta, dependiendo la respuesta, se desplegarían 3 preguntas para conocer más detalles de la actividad escogida. Con respecto a los servicios adicionales que se ofrecerían en la hacienda, quienes eligieron la actividad **Compartir en familia** les interesó el servicio de **venta de comida y bebidas alcohólicas**. Mediante estos resultados se optaron por implementar los siguientes servicios complementarios como:

- Venta bajo pedido de desayunos, y almuerzos con un menú estándar.
- Venta de snacks y golosinas (Ruffles, Cheetos, etc.)
- Venta de bebidas soft.
- Venta de bebidas alcohólicas como: Cervezas y cocteles.



### Figura 2.7 Servicio adicional para ofrecer en la finca

Se realizó la consulta al encuestado de cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar la hacienda que ofrezca el uso de una piscina, un espacio para asados, cancha de césped por persona y el 43% seleccionó el rango \$5 a \$10, mientras que el 34% indicó que pagaría de \$11 a \$15 (sumando un total de 78%). Con esto se puede decir que el máximo que se puede cobrar por persona para el ingreso de la hacienda es de \$15, todo dependerá de los servicios y actividades disponibles.

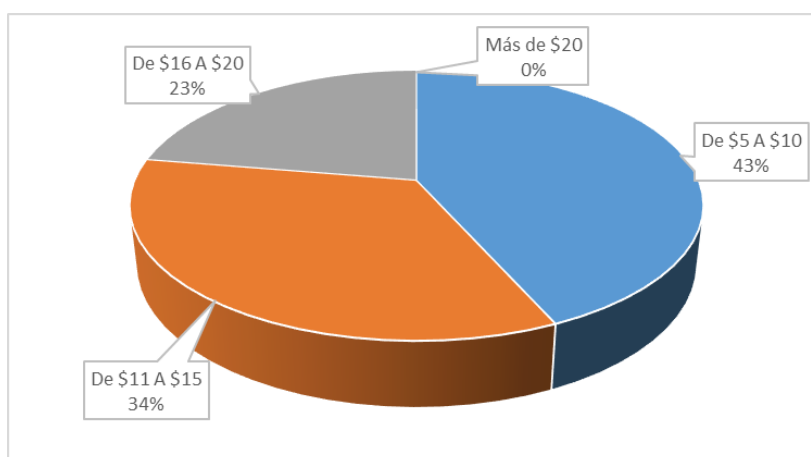


Figura 2.8 Disposición a pagar por visitar una finca turística

#### 4.8.2 Estrategia Competitiva y Diferenciación

La Hacienda Mora busca abrir sus puertas al público en general ofreciendo sus instalaciones para compartir momentos únicos entre familia y amigos a través del uso de los diferentes espacios recreativos, además de la prestación de la hacienda para eventos sociales que permite diversificar sus ingresos de una manera gratificante.

##### 4.8.2.1 Liderazgo en costes bajos

Para lograr el liderazgo en costes bajos, la Hacienda Mora busca ofrecer sus instalaciones a través del cobro del ingreso a sus espacios recreativos a un precio razonable. Además, la alimentación que se brindará será a través de un menú limitado a un precio económico tanto para desayunos y almuerzos. Para eventos sociales, el alquiler de las instalaciones es parte de la oferta de diversificación de ingresos, y esto se realizará a través de cotización debido a que se ofrecerán servicios complementarios por si lo desea el cliente.

##### 4.8.2.2 Estrategia de diferenciación

La Hacienda Mora ofrecerá una diversidad de áreas recreativas y de entretenimiento para adultos y niños que buscan pasar un momento en familia fuera de

las zonas urbanas y puedan tener un momento de relajación y diversión a través de diferentes actividades. Dentro de la hacienda se podrán realizar actividades como: uso de la piscina, cancha deportiva, áreas de juegos infantiles y asadero familiar. Además, se contará con espacios de diversión como mesa de billar y mesa de ping pong. Adicionalmente, una granja con pollos, gallinas, y conejos para que tanto niños y adultos puedan observar y alimentar. Así mismo, se incluirán espacios de relajación con el propósito de que las personas se sientan como en casa y podrán estar en confianza a través de la comunicación entre familias y amigos por lo cual se incluirán zonas de hamacas, zonas de sillas playeras, y una sala de estar con decoración rústica.



### 4.8.3 Análisis de la Oferta

**Tabla 2.3 Benchmark de los competidores: Información de los competidores de la hacienda**

	<b>Rancho Vasija de Barro</b>	<b>Quinta Agroturística La Orilla</b>	<b>Finca la Gloria</b>
Ubicación	Vía Mariscal Sucre, Sector las Cataratas Km 1 Vía al Recreo	Parroquia Mariscal Sucre, vía a Venecia Central.	Km. 51 de la Vía a la Costa.
Distancia (horas de Gye)	55 Km. (1h 15 min aprox.)	54.4 Km. (1h 10 min aprox.)	60 Km. (1h 20 min aprox.)
Actividades que ofrece	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Billares</li> <li>• Piscina exterior</li> <li>• Desayuno gratuito</li> <li>• Excursiones a caballo</li> <li>• Tarabita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades para realizar melcocha y miel de caña.</li> <li>• Balneario de agua dulce (río Milagro)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piscinas y paseos en bote</li> <li>• Paintball</li> <li>• Paseo en caballo</li> <li>• Canchas deportivas</li> <li>• Restaurante</li> </ul>
Precio	Full Day (Snack, almuerzo, recorrido con guía, actividad del cacao, aromaterapia) Adultos: \$28 Niños \$16,8 3era edad \$22,4		
Medios de información	<p><b>Teléfono:</b> 098 670 8007</p> <p><b>Correo electrónico:</b> ranchovasijadebarro@gmail.com</p> <p><b>Redes Sociales:</b></p> <p><i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es">https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es</a> <a href="https://www.instagram.com/ranchovasijadebarro">www.instagram.com/ranchovasijadebarro</a></p> <p><i>Facebook:</i> <a href="https://www.facebook.com/RanchovasijadeBarromilagro">www.facebook.com/RanchovasijadeBarromilagro</a></p> <p><i>Tripadvisor:</i> <a href="https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g6528509-d15701179-Reviews-Rancho_Vasija_De_Barro-Milagro_Guayas_Province.html">https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g6528509-d15701179-Reviews-Rancho_Vasija_De_Barro-Milagro_Guayas_Province.html</a></p>	<p><b>Teléfono:</b> 099 444 4300</p> <p><b>Correo electrónico:</b> vero14calle14@gmail.com</p> <p><b>Redes Sociales:</b></p> <p><i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es">https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es</a> <a href="https://www.instagram.com/ranchovasijadebarro/">https://www.instagram.com/ranchovasijadebarro/</a></p> <p><i>Facebook:</i> <a href="https://www.facebook.com/quintaLaOrilla/">https://www.facebook.com/quintaLaOrilla/</a></p> <p><i>Tripadvisor:</i> <a href="https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g6528509-d15701179-Reviews-Rancho_Vasija_De_Barro-Milagro_Guayas_Province.html">https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g6528509-d15701179-Reviews-Rancho_Vasija_De_Barro-Milagro_Guayas_Province.html</a></p>	<p><b>Página Web:</b> <a href="https://fincalagloria.com.ec/">https://fincalagloria.com.ec/</a></p> <p><b>4.8.3.1 Teléfono:</b> <a href="tel:042036235">(04) 203-6235</a></p> <p><b>Redes Sociales:</b></p> <p><i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es">https://www.instagram.com/fincalagloriagye/?hl=es</a></p> <p><i>Facebook:</i> <a href="https://www.facebook.com/fincalagloriagye/">https://www.facebook.com/fincalagloriagye/</a></p> <p><b>Correo Electrónico:</b> info@fincalagloria.com.ecmailto:info@haciendaladanesa.com</p>
Característica adicional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cena navideña (incluye cena para dos, noche de campo, botella de vino, desayuno y uso de instalaciones).</li> <li>• El taller de Santa, la Casa de Chocolate.</li> <li>• Promociones por Black week en combo Full Day.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler para todo tipo de eventos.</li> <li>• Full day en Halloween (caritas pintadas, música en vivo, etc)</li> <li>• Parrillada de mariscos en día específico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos Corporativos y capacitaciones publicitarios</li> <li>• Eventos estudiantiles y olimpiadas</li> <li>• Torneos deportivos</li> <li>• Eventos Familiares</li> <li>• Bodas</li> </ul>

	Hacienda Danesa	Pachakay Parque Agroturístico	Finca El Chaparral
Ubicación	Km. 67, Autopista Naranjito Bucay, Guayas	Km 86 vía Naranjito- Bucay	Parroquia, Roberto Astudillo, Milagro.
Distancia (horas de Gye)	76.2 km (1h 20 min aprox.)	96.2 km (1 h 58 min aprox.)	54.1 km (1 h 21 min aprox.)
Actividades que ofrece	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclismo</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Degustación de productos</li> <li>• Experiencia Cacao</li> <li>• Tubing en el río</li> <li>• Ordeño de vacas</li> <li>• Servicio de Spa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos: Ping pong y fútbolín</li> <li>• Lago para Remar</li> <li>• Canopy para niños</li> <li>• Área Infantil y canchas de futbol</li> <li>• Granja</li> <li>• Ruta de bicicletas</li> <li>• Toro mecánico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tour del Chocolate</li> <li>• Elaboración de chocolate artesanal</li> <li>• Degustación de la producción de chocolate.</li> <li>• Gastronomía típica (desayunos, almuerzos y cena).</li> </ul>
Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas por día: Desde \$220 por persona.</li> <li>• Hospedaje (una noche): Desde \$440 por habitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita por día:</li> <li>- Entrada \$17</li> <li>- Entrada y alimentación: \$28</li> <li>• Actividades: Escalar o pesca: \$4.</li> <li>• Alojamiento en Villa San Rafael: \$140/noche.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso y actividades: \$10 por persona.</li> <li>• Alimentación: \$17 por persona.</li> </ul>
Medios de información	<b>Página</b> <a href="https://www.haciendaladanesa.com/">https://www.haciendaladanesa.com/</a> <b>WhatsApp:</b> +593 (9) 9311 0258 <b>Teléfono:</b> +593 (4) 400 1031 <b>Redes Sociales:</b> <i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/la_danesa/">https://www.instagram.com/la_danesa/</a> <i>Facebook:</i> <a href="http://www.facebook.com/haciendaladanesa">www.facebook.com/haciendaladanesa</a> <i>Tripadvisor:</i> <a href="https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g303845-d10255975-Reviews-Hacienda_La_Danesa-Guayaquil_Guayas_Province.html">https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g303845-d10255975-Reviews-Hacienda_La_Danesa-Guayaquil_Guayas_Province.html</a>	<b>Página Web:</b> <a href="https://www.pachakay.com/">https://www.pachakay.com/</a> <b>WhatsApp:</b> <b>Teléfono:</b> +593 969994315 <b>Redes Sociales:</b> <i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/pachakayec/">https://www.instagram.com/pachakayec/</a> <b>Correo Electrónico:</b> <a href="mailto:info@haciendaladanesa.com">info@haciendaladanesa.com</a>	<b>Teléfono:</b> +593 (4) 400 1031 <b>Redes Sociales:</b> <i>Instagram:</i> <a href="https://www.instagram.com/fincaelchaparral.ec/">https://www.instagram.com/fincaelchaparral.ec/</a> <i>Facebook:</i> <b>Correo</b> <b>Electrónico:</b> <a href="mailto:fincaelchaparral@outlook.com">fincaelchaparral@outlook.com</a>
Característica adicional	Reservación para reuniones y eventos, los precios son por cotización. Incluye también servicios adicionales como: catering, decoración, música, hospedaje, y transporte dependiendo de las necesidades del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menú limitado y Cocktail bar</li> <li>• Parrilla u horno</li> <li>• Huerta ecológica y venta</li> <li>• Eventos (sociales y corporativos, Matrimonios, Bautizos, sesión de fotos, graduaciones, cumpleaños, Navidad)</li> </ul>	Su principal objetivo es informar a los turistas nacionales y extranjeros sobre la producción agrícola del cantón. Se enfoca principalmente en el agroturismo. Ofrece servicios de reservación para reuniones y eventos sociales.

Nota. La tabla describe 6 competidores potenciales de la hacienda que brindan los mismos servicios que esta desea ofertar.

#### **4.8.4 Análisis de la demanda**

Para este análisis, se toma en consideración las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas en el estudio concluyente. De 234 participantes, el 84% mencionó estar interesados en asistir a integraciones u otro tipo de eventos sociales en haciendas (196 encuestados); esta pregunta se utilizó como filtro para el resto de la encuesta. De este porcentaje, se puede mencionar lo siguiente:

- El 82% tiene de 22 a 32 años.
- El 83% reside en la ciudad de Guayaquil.
- El 42% trabaja bajo relación de dependencia.

Adicionalmente, el 91% de los encuestados (179) mencionó estar interesados en visitar la hacienda junto a 2, 3 o más personas. Para realizar el cálculo de la demanda, se realiza un promedio 3 clientes por cada visita en la hacienda, posteriormente, se realiza la multiplicación de 179 por 3 y obtenemos un total de 537 clientes visitantes al mes. Con este valor, se obtiene que mensualmente deberían visitar 45 clientes dando un total de 11 clientes de forma semanal.

#### **4.8.5 Las 4 P's del Marketing Mix**

##### **4.8.5.1 Producto**

La Hacienda Mora busca ofrecer al público en general sus instalaciones como centro turístico y alquiler para eventos sociales de cualquier índole en el cantón Milagro. El atractivo de la hacienda es poder brindar una experiencia confortable para compartir en familia y amigos en un lugar al aire libre rodeado de naturaleza y a un precio asequible. La Hacienda Mora cuenta con cancha para practicar fútbol y vóley, una piscina, una granja para observación de animales, mesa de billar, mesa de ping pong, juegos infantiles, zona para picnic, además de poder realizar y disfrutar de un asado y la degustación de un menú estándar de desayuno y almuerzos, venta de snacks, bebidas soft y bebidas alcohólicas. Para el alquiler de eventos sociales, se ofrecerán las instalaciones junto a servicios complementarios de acuerdo con lo que requiera el cliente mediante alianzas con proveedores externos.

#### 4.8.5.2 Precio

El precio para este servicio turístico se determinó mediante una vista general de la competencia que ofrezca los mismos servicios o que cuenten con similitudes en infraestructura y mercado objetivo. Por lo cual, el Benchmark de los competidores y las encuestas realizadas, ayudó a establecer un precio adecuado para el ingreso a la Hacienda Mora, además de considerar las actividades disponibles a realizar dentro de la misma.

**Tabla 2.4 Precio de la Entrada**

<b>Entrada</b>	<b>Precio por persona</b>
Adultos	\$ 5,99
Niños	\$ 3,99
Tercera edad	\$ 2,99
Entrada, Desayuno, Almuerzo	\$ 12,50
Entrada y Desayuno	\$ 7,99
Entrada y Almuerzo	\$ 9,99

**Tabla 2.5 Precio del Alquiler de la Hacienda**

<b>Alquiler para eventos</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio</b>
Cumpleaños	Reunión de 20 personas	\$ 80,00
Boda	Celebración de 50 personas	\$ 320,00

Con respecto al servicio de alimentación, se estableció un menú para que los visitantes que deseen degustar de gastronomía de la costa puedan hacerlo dentro de la hacienda a un precio económico por lo cual, se estableció un combo de desayuno y uno de almuerzo. El menú será el mismo todos los días de la semana hasta que la Hacienda Mora se adapte al mercado y a los ingresos que se genera por iniciar la actividad económica. Adicionalmente, se estableció la venta de snacks, bebidas soft, y bebidas alcohólicas.

**Tabla 2.6 Precio del Menú**

<b>Menú</b>	<b>Precio</b>
<b>Desayuno Combo</b>	\$ 3,00
2 Tortillas de verde	
huevo	
Jugo de temporada	

Café	
<b>Almuerzo Combo</b>	\$ 5,00
Arroz con menestra, carne y salchicha	
Jugo de temporada	

**Tabla 2.7 Precio de los Snacks**

<b>Snack</b>	<b>Precio</b>
Papas Fritas naturales "Ruffles" de 25g	\$ 0,50
Papas Fritas con sabor a crema y cebolla "Ruffles" de 25g	\$ 0,50
Papas Fritas naturales Lays Artesanas de 34 g	\$ 0,60
Tortillas de maiz con sabor a queso "Doritos Mega Queso" de 35 g	\$ 0,60
Plátano frito con sabor a limón "Platanitos Natuchips" de 49g	\$ 0,50
Mix de chifles naturales, papas fritas naturales y chicharrón "De Todito" de 50g	\$ 0,70
Bocaditos de maíz horneados con sabor a queso "Cheetos" de 21g	\$ 0,50
Palitos de maíz horneados con sabor a queso "Cheese Tris" de 52 g	\$ 0,60

**Tabla 2.8 Precio de las Bebidas**

<b>Bebidas</b>	<b>Precio</b>
Cola Sprite Lima Limón 300ml	\$ 0,50
Cola Fioravanti Fresa 300ml	\$ 0,50
Cola Coca Cola 300ml	\$ 0,50
Agua sin Gas All Natural 1L	\$ 0,80
<b>Bebidas alcohólicas</b>	
Cerveza Club Premium Botella 330ml	\$ 1,75
Cerveza Pilsener Light Botella 330ml	\$ 2,00

#### **4.8.5.3 Plaza**

La Hacienda Mora se encuentra ubicada en el cantón Milagro de la provincia del Guayas a las afueras de la zona urbanística de la ciudad y a tan solo 5 minutos del monumento de la Piña. Dentro de este plan de negocio, se hace uso de un único canal de distribución para este emprendimiento enfocado en el servicio. Se utiliza el canal directo, el cual se efectúa cuando el cliente visite la Hacienda Mora, realice una reservación a través de las redes sociales a utilizar, o a través de vía telefónica. Adicionalmente, la hacienda ofrecerá servicios complementarios, que dependerá si el cliente los desea o no, por prestar las instalaciones de la hacienda para eventos sociales. Con esto, contamos con un proceso de venta Business-To-Business.

#### **4.8.5.4 Promoción**

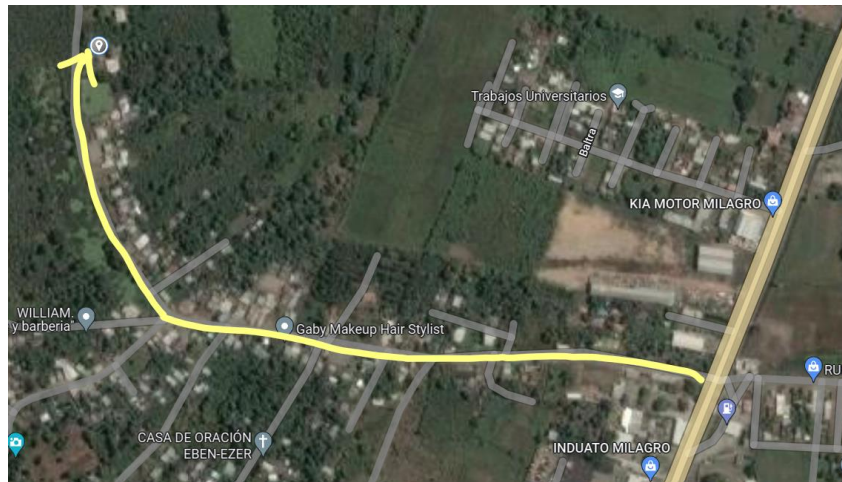
Con el propósito de poder persuadir al mercado de servicios turísticos, se utilizan diferentes medios para poder promocionar la Hacienda Mora en este mercado competitivo y con cada vez más competidores que participan y quieren formar parte de él. Por lo cual, se utilizará la publicidad en redes sociales como principal medio o herramienta de comunicación comercial debido a que son medios que abarcan una gran demanda y se enfoca en el segmento que se quiere llegar. Los social ads son una perfecta estrategia digital, e Instagram Ads permite lograrlo debido a que es una aplicación con propósito visual con imágenes y videos. Las ventas directas es otra estrategia debido a que la Hacienda Mora no cuenta con ningún intermediario, y su contacto es directamente con el Community Manager encargado de la atención al cliente.

### **3. Estudio Técnico**

#### **4.9 Distribución y diseño de las instalaciones acorde a estudio de mercado**

##### **4.9.1 Ubicación de la hacienda**

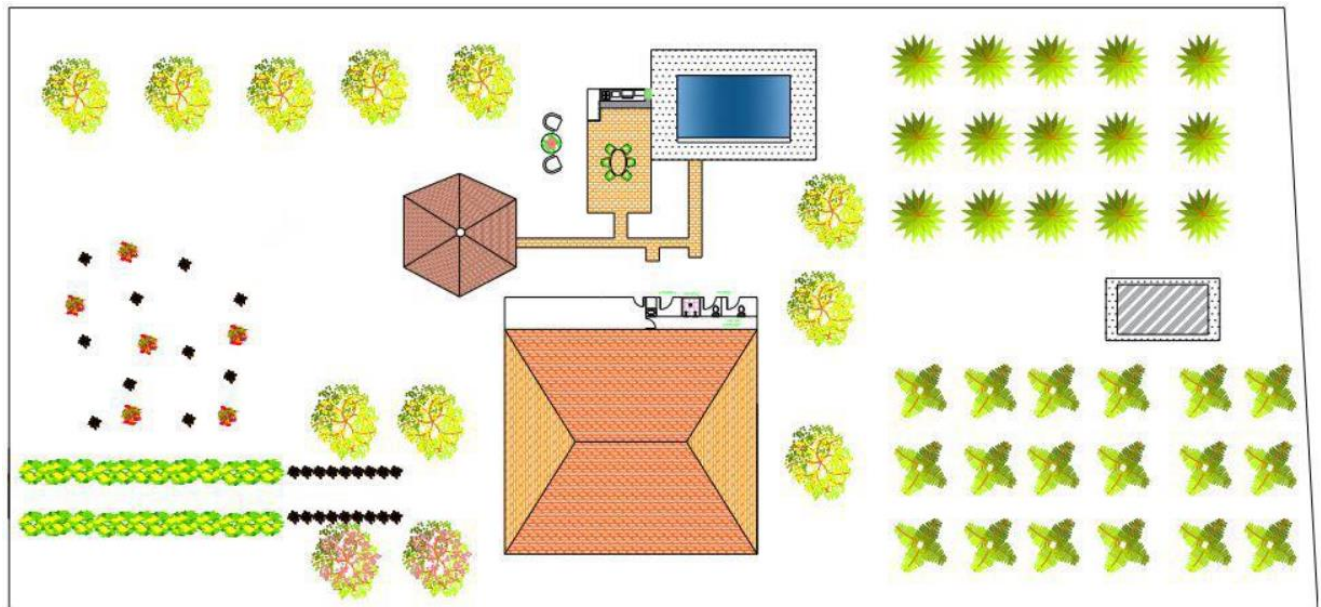
La hacienda Mora se encuentra ubicada en la zona urbana de la ciudad de Milagro, en el Recinto Las Avispas, a un Km de la Av. 17 de Septiembre (carretera principal de Km. 4) entrando por la Escuela León de Febres Cordero al frente de la Bananera.



**Figura 3.1 Localización de la Hacienda Mora**

#### 4.9.2 Plano de las instalaciones

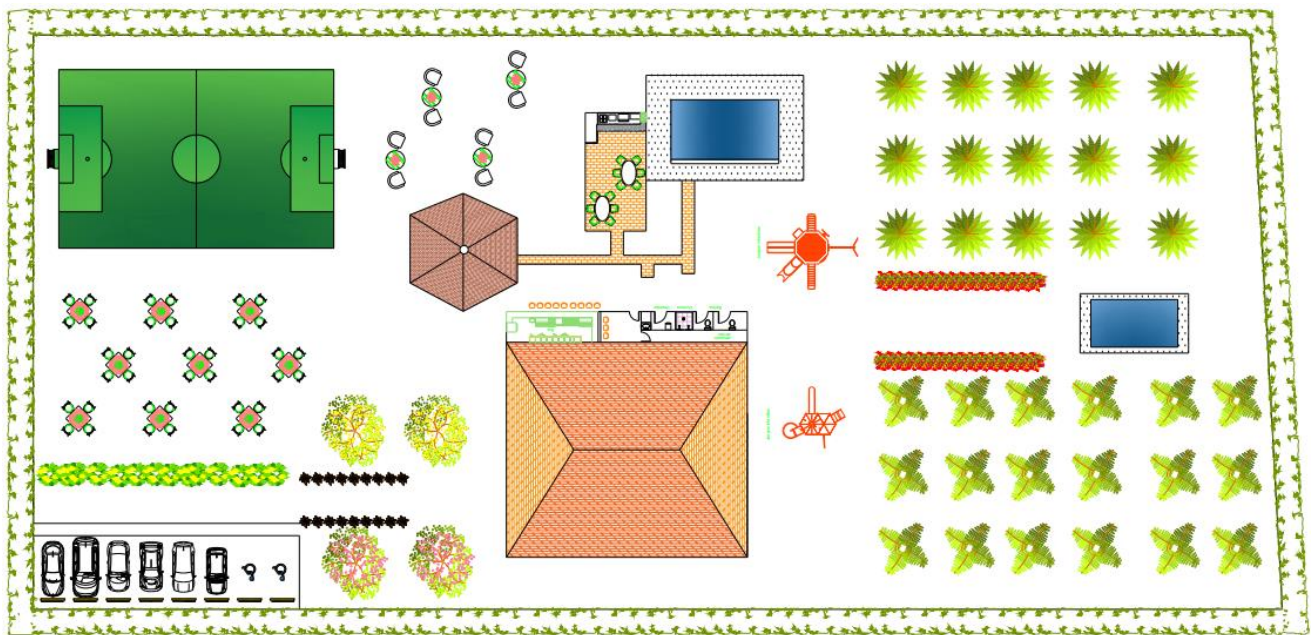
La hacienda Mora tiene una 1 hectárea de longitud en el cual la mitad está constituida por plantaciones de plátano verde, cacao, mango, entre otros. La otra mitad de la hacienda la componen una casa familiar, un espacio para realizar asados, una cabaña, un área de piscina, duchas y un espacio de tierra donde se puede practicar deportes como fútbol o vóley.



**Figura 3.2 Plano de la hacienda antes del proyecto**

Luego de la respectiva investigación de las preferencias y gustos de los clientes potenciales, se decidió realizar una serie de adecuaciones para volver más atractiva la visita a la hacienda añadiendo más actividades recreativas:

- Zona de hamacas
- Mesa de billar
- Mesa de Ping Pong
- Sala de estar rústica
- Zona de juegos infantiles
- Granja
- Deportes como futbol (arcos) y volley (red)
- Minibar de snacks y Bebidas



**Figura 3.3 Plano de la hacienda después de los cambios propuestos**

#### **4.10 Presupuesto de inversión para adecuaciones en la hacienda**

##### **4.10.1 Modificaciones en estructura actual**

Con el fin de mejorar la experiencia de los clientes potenciales, se planificaron una serie de adecuaciones y modificaciones para realizarse a los espacios que ya se encontraban en la hacienda.





**Figura 3.4 Servicios ofrecidos en los espacios existentes**

**4.10.1.1 Inversión para modificación en estructuras existentes**

**Tabla 3.1 Total Inversión para modificaciones en estructura actual**

Productos	Detalle	Cantidad	Costo Unitario (incluido IVA)	Total
Duchas y llaves para ducha	Juego de Ducha Fv con Campanola Euro Style	2	\$21.78	\$43.56
Cerámica	Cerámica Blanco Fortaleza 33.8X33.8cm	15	\$13.60	\$204.00
Pintura para interiores	Látex Obra Collection Blanco - Galón	1	\$13.69	\$13.69
Puertas para baño	Pailón 2 tableros Laurel 2m x 80 cm	3	\$50.00	\$150.00
Bisagra	Bisagra Best Value Plateada 2.5X2.5	6	\$2.28	\$13.68
Trabajo de agujero en la puerta	Agujero estándar	3	\$20.00	\$60.00
Cerradura	Super Briko Manija Recta Niquel satinado	2	\$15.44	\$30.88

Cerámica	Cerámica Blanco Fortaleza 33.8X33.8cm	5	\$13.60	\$68.00
Techo	Gypsum Provind 7mm	4	\$6.50	\$26.00
Cerámicas	Cerámica Blanco Fortaleza 33.8X33.8cm	5	\$13.60	\$68.00
Piedra chispa	Una volquetada	1	\$100.00	\$100.00
Pintura reflectiva	Adiforce Aditec 8a Blanco 1Kg	1	\$7.50	\$7.50
Planta peregrina para la cerca	100 plantas pequeñas	100	\$3.00	\$300.00
Pintura	Pintura Esmalte Pintulux Anticorrosivo Galón	2	\$15.39	\$30.78
Césped Tipo Natural	Planchas de 0.5*0.5m (4 planchas 1m2)	200	\$1.50	\$300.00
Sistema de Riego	Sistema de riego para las zonas de césped y flora de la hacienda	1	\$500.00	\$500.00
Techo nuevo	Planchas de duratecho	8	\$22.00	\$176.00
	Correas de fierro de 60mm	14	\$12.00	\$168.00
	Correas de fierro de 80mm	2	\$14.00	\$28.00
Parrillas nuevas	Varillas de acero inoxidable	5	\$20.00	\$100.00
	Palillos de soldadura	1	\$20.00	\$20.00
Barniz	Barniz Y20 Pintuco para Exteriores - Galón	2	\$25.78	\$51.56
Mantas para el piso/picnic	Mantas para picnic por unidad	3	\$10.00	\$30.00
Cerámica antideslizante	Cerámica Corona para piso exterior, modelo Toldedo	30	\$11.79	\$353.70
Separador de piscina	Rejas de seguridad y pasamanos (tubos galvanizados)	1	\$100.00	\$100.00
Escalera	Escalera de tres peldaños en acero inoxidable	1	\$275.00	\$275.00
Peces	10 especies diferentes	1	\$30.00	\$30.00
Oxigenador	Motor Aireador Oxigenador 10200 Lph Peceras Y Acuarios JAD	1	\$120.00	\$120.00
Alimento para peces	Alimento Nutrafin En Hojuelas 5 Libras	3	\$5.00	\$15.00

Total de la inversión de Modificaciones	<b>\$3,383.35</b>
---	-------------------

Como se puede observar, el costo total por la realización de todas las remodelaciones de los espacios existentes en la hacienda es de **\$3.383.35**.

**4.10.2 Creación de nuevos espacios**

Para satisfacer los gustos y preferencias del mercado, se implementaron nuevos espacios dentro de la Hacienda Mora utilizando la infraestructura actual. Los servicios que ofrece el establecimiento por la colocación y diseño de nuevas áreas dentro de la hacienda son:



**Figura 3.5 Servicios ofrecidos por espacios creados**

Para el diseño de los nuevos espacios se realiza la recopilación de los productos que se utilizará y formará parte de la inversión inicial. Por lo cual, cada uno de los espacios se dividen de la siguiente manera para una mejor recopilación y poder determinar las necesidades de la hacienda.

- Espacios recreativos para niños.
- Espacios de relajación
- Espacios de Entretenimiento
- Espacio para servicios de Alimentación

#### 4.10.2.1 Inversión para creación de nuevos espacios

**Tabla 3.2 Total de la inversión para nuevos espacios**

Productos	Detalle	Cantidad	Costo Unitario (incluido IVA)	Total
Juego Infantil por Astro Global Corp.	Para edades entre 2 a 10 años. Medidas: 300*240*330cm. Diámetro de tubo principal: (76 mm 3). Espesor de tubo principal: 2mm. Plataforma Principal: 60 - 85 cm.	1	\$2,576.00	\$2,576.00
Hamacas	Hamaca de Igodón	4	\$90.00	\$360.00
Silla columpio	Hamaca en forma de silla	1	\$39.99	\$39.99
Ganchos para hamacas	Best Value Tipo Plataforma 3"	8	\$2.89	\$23.12
Comedor de exterior	Comedor de Exterior Classic Negro 6 Puestos. Incluye: 1 Mesa, 6 Sillas, 1 Parasol.	2	\$434.56	\$869.12
Carpa Deco Junior Beige 2.4 x 1.27 metros	Medidas: Longitud 2.44x Alto 2.48x Ancho1.27 Resistente al agua	1	\$188.16	\$188.16
Sala de Exterior Mabe	Incluye: 1 Mesa 1 Sillón largo con cojín 1 Butaca con cojín	1	\$356.16	\$356.16
Mesa de pool 9 pies blanca rústica por Mundo Billar Ecuador.	Incluye: Mesa profesional de 9 pies color blanca esqueleto rustico de madera Bolas originales Aramit 1 triángulo 4 tacos 1 cobertor Sistema de retorno de bolas Buchacas plásticas Reguladores en las patas Paño Kadilum 300 1 caja de tizas	1	\$3,360.00	\$3,360.00

Mesa de Ping Pong	Shs Active Plegable y Multiusos Azul Incluye: Net y soporte de net	1	\$379.68	\$379.68
Set de raquetas y pelota	Incluye: Dos raquetas y 3 pelotas	1	\$12.88	\$12.88
Red de Voley		1	\$27.97	\$27.97
Balón de Voley	Balón Voleibol Aurik	1	\$27.89	\$27.89
Arcos de fútbol	Incluye 2 arcos de fútbol.	1	\$360.64	\$360.64
Balón de fútbol	Pelota de Fútbol #5	1	\$11.19	\$11.19
Estante Blanco para snacks	Material: Plástico Organizador de 3 niveles	1	\$16.79	\$16.79
Malla metálica	Malla de 1.2 metros	20	\$8.00	\$160.00
Madera	Puntales para esquinas	8	\$8.00	\$64.00
Comida para pollos	Balanceado para pollos	40 KI	\$30.98	\$30.98
Comida para conejos	Heno Cilíndrica	25 a 30KG	\$7.00	\$7.00
Pollos			\$40.00	\$40.00
Conejos			\$50.00	\$50.00
Total de la inversión de Nuevos Espacios				<b>\$8,961.56</b>

Nota. La tabla resume todas las compras que deben realizarse para la creación de los nuevos espacios para la hacienda.

Como se puede observar, el costo total por la realización de todas las remodelaciones de los espacios existentes en la hacienda es de **\$8,961.56**. Por lo tanto, el costo total de la inversión en cuanto a infraestructura es de **\$12,344.91**.

#### **4.10.3 Inversión en Maquinaria, Equipos y Mobiliario**

Adicionalmente, se requiere la adquisición de equipos como celular, computador para el uso del personal y trabajos de marketing; así como también los equipos de entretenimiento y alimentación como TV, licuadora, entre otros. Asimismo, se toma en consideración la compra de maquinaria como cocina y congelador para el servicio de alimentación y bar. Por último, se añadió el mobiliario necesario para la cocina como ollas, juego de cuchillos, vajilla,

vasos; y un escritorio para la oficina. En total, la inversión asciende a **\$ 14,395.25** teniendo en cuenta los rubros mencionados anteriormente.

**Tabla 3.3 Inversión en maquinaria, equipos y mobiliario**

Productos	Detalle	Cantidad	Costo Unitario (incluido IVA)	Total
<b>Equipos</b>				<b>\$ 1,230.90</b>
Teléfono celular	Teléfono Xiaomi Redmi 9A Azul 32GB	1	\$ 165.00	\$ 165.00
Computador	Computadora HP	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Impresora	Impresora Canon Multifuncional Pixma G2160	1	\$ 219.00	\$ 219.00
Licuada	Licuada Westinghouse 1.5 LT Negro - 450W	1	\$ 47.90	\$ 47.90
Televisor	Smart Tv Blaupunkt FHD Linux Netflix 5.1 – 43”	1	\$ 299.00	\$ 299.00
<b>Maquinaria</b>				<b>\$ 628.00</b>
Cocina	Cocina a Gas Ecoline Blanca Encendido Eléctrico/Grill 5 quemadores	1	\$ 259.00	\$ 259.00
Congelador	Congelador Horizontal Whirlpool 141 Litros	1	\$ 369.00	\$ 369.00
<b>Mobiliario</b>				<b>\$ 191.44</b>
Juego de cuchillos	Juego de Cuchillos Tramontina Nygma 3 Piezas	1	\$ 23.99	\$ 23.99
Juego de ollas	Juego de Ollas Tramontina Simple Cooking 7 Piezas	1	\$ 59.00	\$ 59.00
Vasos de vidrio	Vaso Prisma Cristar 6 Piezas 11oz	3	\$ 4.19	\$ 12.57
Vajilla	Juego de Vajilla Casaviva Redonda Blanca - 20 Piezas	1	\$ 19.90	\$ 19.90
Set de cubiertos	Set de Cubiertos Tramontina Havana 16 piezas	1	\$ 17.98	\$ 17.98
Escritorio	Escritorio Belinda Juvenil Arena Blanco	1	\$ 58.00	\$ 58.00
<b>Total de inversión en Equipos, Maquinaria y Mobiliario</b>				<b>\$ 2,050.34</b>

## **4. Estudio Administrativo**

### **4.11 Formulación Estratégica y Recursos Humanos**

#### **4.11.1 Misión**

Comprometerse a ofrecer la mejor experiencia para la celebración de eventos de cualquier índole en la Hacienda Mora, con un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y promover la participación en el mercado turístico rural.

#### **4.11.2 Visión**

Ser la empresa líder en organización de eventos por excelencia en el cantón Milagro con un servicio eficiente y eficaz en la prestación de la infraestructura de la Hacienda Mora.

#### **4.11.3 Valores**

Los principales valores de la Hacienda Mora son:

- Hacia los trabajadores: Trabajo en equipo
- Hacia los clientes: Compromiso
- Hacia los proveedores: Colaboración.
- Hacia la comunidad local: Contribución

#### **4.11.4 Imagen Corporativa (Logo de la empresa)**

El nombre de la Hacienda Mora se debe al apellido de Evelin Mora y Fernando Mora copropietarios de la hacienda, la cual busca ser reconocida mediante el apellido familiar y que este predomine en la mente de los clientes al ofrecer sus servicios e instalaciones dentro de la propiedad.

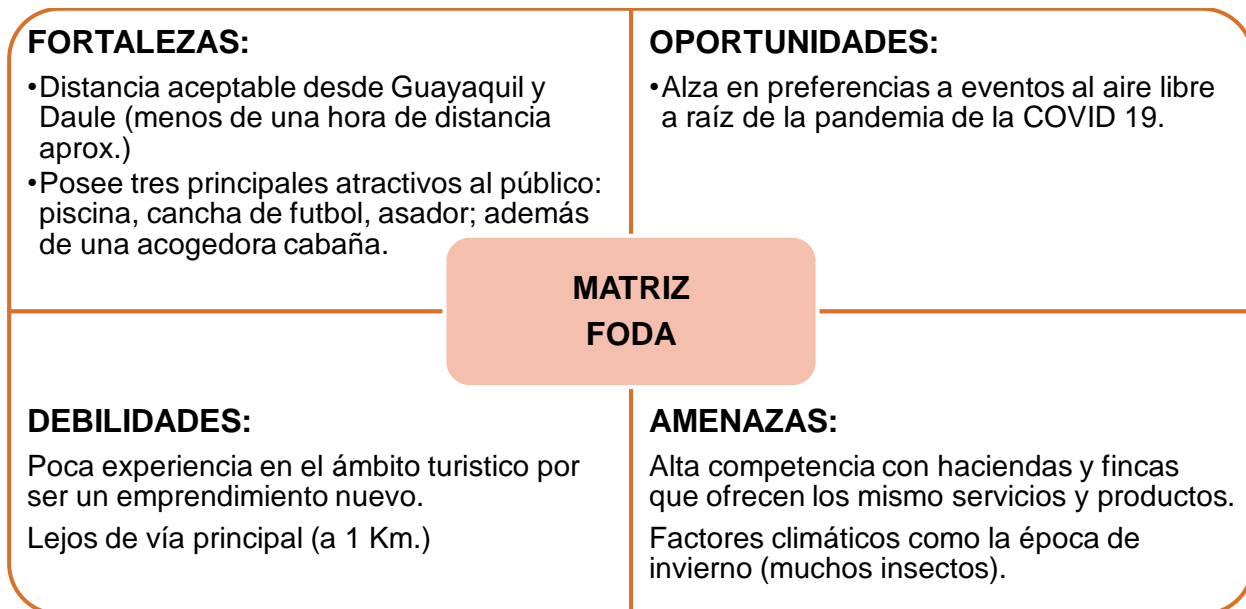
El logo posee la forma de una casa con marco turquesa, y junto a esta se encuentran dos plantas de color verde junto con un poco de degradado del color turquesa de la parte superior que representa la naturaleza que posee la hacienda y la frescura al ser un lugar apartado de la zona urbana. Además, en la parte inferior, se encuentra el nombre Hacienda Mora.



**Figura 4.1 Logo de la hacienda**

#### 4.12 Matriz FODA

A continuación, se describe la matriz FODA. De acuerdo con esta matriz, se debe realizar un análisis de la empresa para descubrir cuales son las Fortalezas y Debilidades (fuentes internas de la empresa), así como también las Oportunidades y Amenazas (estas se las encuentra en los componentes externos de la empresa).



**Figura 4.2 Matriz FODA**

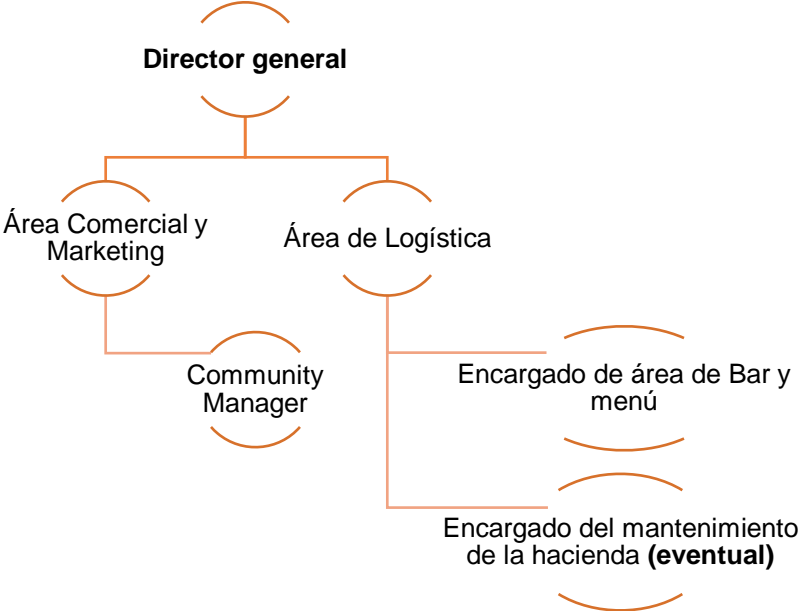
#### 4.13 Estructura Organizacional

##### 4.13.1 Organigrama

Se creó el organigrama sugerido para el emprendimiento, tiene como principal objetivo conocer el personal necesario para la operación de esta, así como también delimitar las



funciones de cada uno. Es importante identificar la mayor autoridad, en este caso el dueño de la hacienda que será el mayor tomador de decisiones. Adicionalmente, se encuentran 4 trabajadores que se desenvolverán en distintas áreas (Marketing, RRHH y Administrativo, Logístico). A continuación, se desarrolla la estructura organizacional de acuerdo con las necesidades del negocio, los perfiles que debe tener cada uno, sus estudios, experiencia y sueldo.



**Figura 4.3 Estructura Organizacional de la hacienda**

**4.13.2 Descripción de Cargos**

A continuación, se describirán las funciones de todos los cargos presentados en la Ilustración 2 así como las características que debe tener la persona para tener éxito en el puesto.

**Tabla 4.1 Descripción del cargo de director general**

HACIENDA MORA	
Nombre del cargo	Director general
Área	Dirección
Jefe inmediato	Ninguno
Personal a cargo	Áreas de segundo nivel
Estudios	Finanzas, Administración de empresas, carreras afines.
Experiencia	1 año en posiciones similares

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delegar responsabilidades a sus colaboradores.</li> <li>• Control de los procesos de las áreas.</li> <li>• Desarrollar presupuesto anual.</li> <li>• Tomador de decisiones críticas.</li> <li>• Contratación de personal necesario para el funcionamiento del negocio.</li> <li>• Asegurarse de cumplir con todos los requisitos legales y tributarios.</li> <li>• Procurar que los procesos de las demás áreas sean eficientes y alineados a la misión y visión de la empresa.</li> <li>• Pago de nómina.</li> <li>• Control de ingresos y gastos.</li> <li>• Elaboración de planes de contingencia por exceso de gastos.</li> </ul>
Salario	No percibirá sueldo los primeros años (podrá cubrir sus gastos con la utilidad del negocio)

**Tabla 4.2 Descripción del cargo de Community Manager**

HACIENDA MORA	
Nombre del cargo	Community Manager
Área	Comercial y Marketing
Jefe inmediato	Director general
Personal a cargo	Ninguno
Estudios	Marketing, Comunicación, carreras afines.
Experiencia	1 año en posiciones similares
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar contenido acorde a las preferencias de los clientes, siempre de buena calidad.</li> <li>• Responder a preguntas que realicen clientes potenciales, gran interacción.</li> <li>• Gestionar estrategias publicitarias.</li> <li>• Elaborar informes de seguimiento de interacciones para Dirección</li> </ul>
Salario	\$425

**Tabla 4.3 Descripción del cargo de Logística de Bar y Menú**

HACIENDA MORA	
Nombre del cargo	Encargado del área de Bar y menú

Área	Logística
Jefe inmediato	Director general
Personal a cargo	Ninguno
Estudios	Turismo, administración de empresas, ventas, gastronomía, áreas afines.
Experiencia	6 meses en posiciones similares
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de inventario diario del bar e insumos para menú (pedidos a proveedores)</li> <li>• Elaboración de bebidas alcohólicas (cocteles, etc.)</li> <li>• Realización de platos solicitados por clientes.</li> <li>• Atender área de Bar.</li> <li>• Control de ingresos del área, reportar al encargado de administración.</li> <li>• Creación de nuevo menú acorde gustos de clientes.</li> </ul>
Salario	\$425

**Tabla 4.4 Descripción del cargo del mantenimiento de la hacienda**

HACIENDA MORA	
Nombre del cargo	Encargado del mantenimiento de la hacienda
Área	Logística
Jefe inmediato	Director general
Personal a cargo	Ninguno
Conocimiento	Fontanería, carpintería, sistemas eléctricos, tubería.
Experiencia	6 meses en posiciones similares
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspecciones frecuentes a las instalaciones.</li> <li>• Asegurar buen estado de vegetación.</li> <li>• Realizar planes de fumigación dependiendo estaciones del año.</li> <li>• Reparación o sustitución de cualquier objeto en mal estado.</li> <li>• Limpieza de todas las zonas (piscina, asador, cabaña, etc.)</li> </ul>
Salario	\$400 (Gastos por servicios profesionales operativos)

#### **4.14 Constitución de la empresa**

##### **4.14.1 Tipo de empresa**

Para la constitución de la empresa, se usará la figura legal de Persona Natural, para esta figura se necesita que el dueño del emprendimiento obtenga el RUC o RISE, el emprendedor ejercerá derechos y obligaciones por sus propios derechos, esto quiere decir

que será el responsable sobre las deudas y obligaciones que contraiga la empresa por lo que, si es necesario, deberá pagar con sus propios bienes. Esta figura legal tiene sus ventajas como también sus desventajas, como se ilustra en la siguiente tabla.

**Tabla 4.5 Ventajas y desventajas de una Persona Natural**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
La Constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.	Responsabilidad ilimitada. El dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las obligaciones que pueda contraer la empresa, deberá solventar esas deudas con su patrimonio y bienes.
La Constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.	Capital limitado sólo a lo que pueda aportar el dueño.
Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.	Presenta menos posibilidades de acceder a créditos financieros, los bancos o se muestran menos dispuestos a realizar préstamos a Personas Naturales.
Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.	Es difícil que los clientes acepten que se delegue los servicios en otras personas.
Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.	Limita el tipo de clientes que se puedan atender.
Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.	Resta credibilidad antes algunos clientes y/o proveedores.

#### **4.14.2 Costos de la constitución**

La inscripción en el RUC es gratuita y debe realizarse al momento en el que se decida iniciar las actividades comerciales dentro de los 12 meses siguientes.

#### **4.14.3 Tramites de constitución de una persona natural**

Para poder crear un negocio como persona natural se deben seguir unos pasos sencillos, a diferencia del procedimiento para una persona jurídica. A continuación, se describen los pasos:

1. Se debe disponer de un espacio físico para el emprendimiento. En este caso sería la Hacienda Mora ubicada a 1 Km de la calle Milagro (Km. 4) en el Recinto Las Avispas.
2. Obtener el RUC de la persona natural en el SRI. En este caso sería a nombre de Evelin Mora, dueña de la hacienda. Esta es la primera obligación tributaria que hay que realizar si se desea ejecutar actividades económicas en el país. Para poder obtener el documento se deberá tener:
  - a. Formulario 01-A, Original y copia de cédula, certificado de votación del contribuyente.
  - b. Planilla de servicios básicos de 3 últimos meses del lugar, en este caso la hacienda.
  - c. Carta de uso gratuito del establecimiento en caso el lugar esté a nombre de un tercero, copia de cédula y certificado de votación del propietario del lugar.
3. Se deberá obtener la patente de la persona natural en el Municipio de Milagro. Para obtener este requisito se deberá tener:
  - a. Formulario de declaración de patente para persona natural.
  - b. Copia de cédula y certificado de votación.
  - c. Copia de RUC.
  - d. Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos.
4. Finalmente imprimir las facturas que se utilizarán para registrar los servicios a brindar.

#### **4.15 Marco legal de la organización**

##### **4.15.1 Permisos, licencias, u otra documentación legal**

###### **4.15.1.1 Permisos de funcionamiento**

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información a través de su Portal Único de Trámites Ciudadanos indica mediante el apartado de Emisión de tasa de habilitación (Permiso de funcionamiento) que el permiso puede ser solicitado por personas naturales o personas jurídicas. La emisión de tasa de habilitación permite al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro llevar un control sobre las actividades económicas y financieras dentro del cantón Milagro, y el permiso de

funcionamiento o validez de la tasa de habilitación es correspondiente a un año (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2021).

Los documentos requeridos para realizar el trámite para la correcta emisión de tasa de habilitación:

**Tabla 4.6 Documentación Requerida para Permiso de Funcionamiento**

<b>Documentación requerida</b>
Tasa única de trámite.
Copia de la cedula de ciudadanía y votación.
Copia del certificado de uso de suelo.
Formulario de Tasa por servicios técnicos administrativos. (véase apéndice 1)
Solicitud de tasa de habilitación para locales comerciales, industriales y de servicios. (véase apéndice 2)
Copia del Certificado de no adeudar al Gobierno Autónomo descentralizado Municipal.
Copia del pago del Cuerpo de Bomberos del año en curso por Certificado de seguridad.
Copia de pago de Patente del año en curso.
Adjuntar número telefónico y correo electrónico.
Croquis bien detallado del lugar donde está ubicado el negocio.

#### **4.15.1.2 Emisión del certificado de uso de suelo**

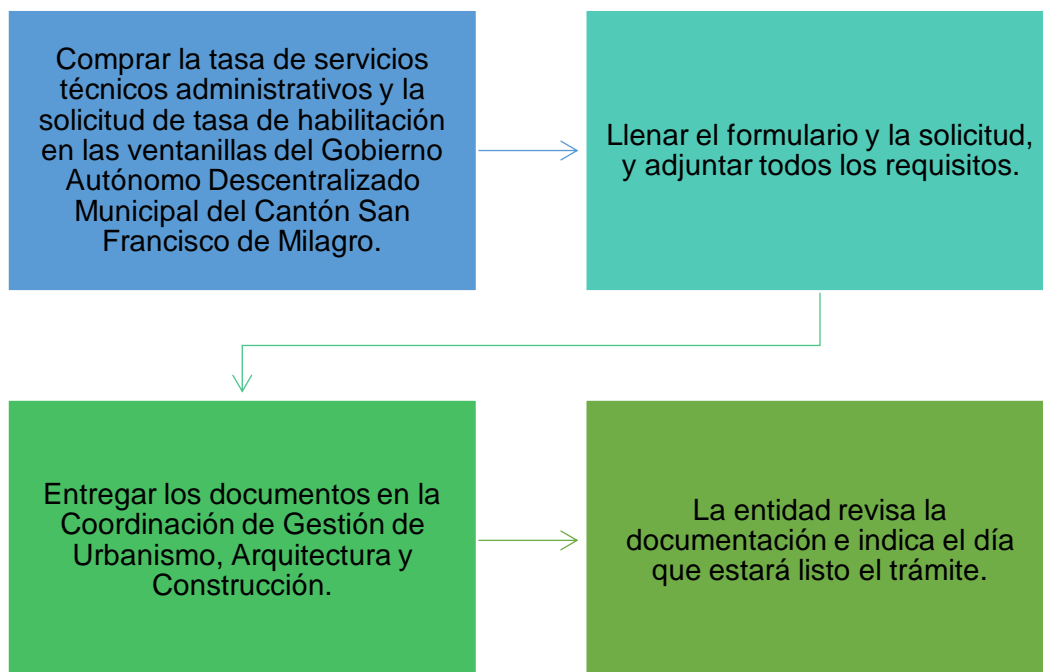
Uno de los requisitos previos para la emisión de tasa de habilitación, es obtener el certificado de uso de suelo. Para el cual, se debe realizar el siguiente proceso y cumplir con los siguientes requisitos. El costo de la emisión de este certificado es \$3,00 (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2021).

**Tabla 4.7 Documentación Obligatoria para Emisión del Certificado de Uso de Suelo**

<b>Documentación obligatoria</b>
Formulario de tasa por servicios técnicos administrativos (véase apéndice 1)
Copia de RUC o RISE
Copia de cédula de identidad
Copia del certificado de votación
Copia de planilla de agua potable
Copia del recibo de pago de predio urbano o rural al día.

#### 4.15.1.3 Proceso para realizar la emisión del certificado del uso de suelo y la emisión del trámite de tasa de habilitación

A continuación, se observa el proceso a seguir para realizar el trámite correspondiente junto a la documentación previamente enlistada. Adicionalmente, los canales de atención como la recepción de documentación se la realizan de manera presencial, en la siguiente dirección: Edificio Villalta, segundo piso alto en Juan Montalvo y Bolívar de Lunes a Viernes de 08:00 a 17:00.



#### 4.15.1.4 Cálculo de la tasa de habilitación

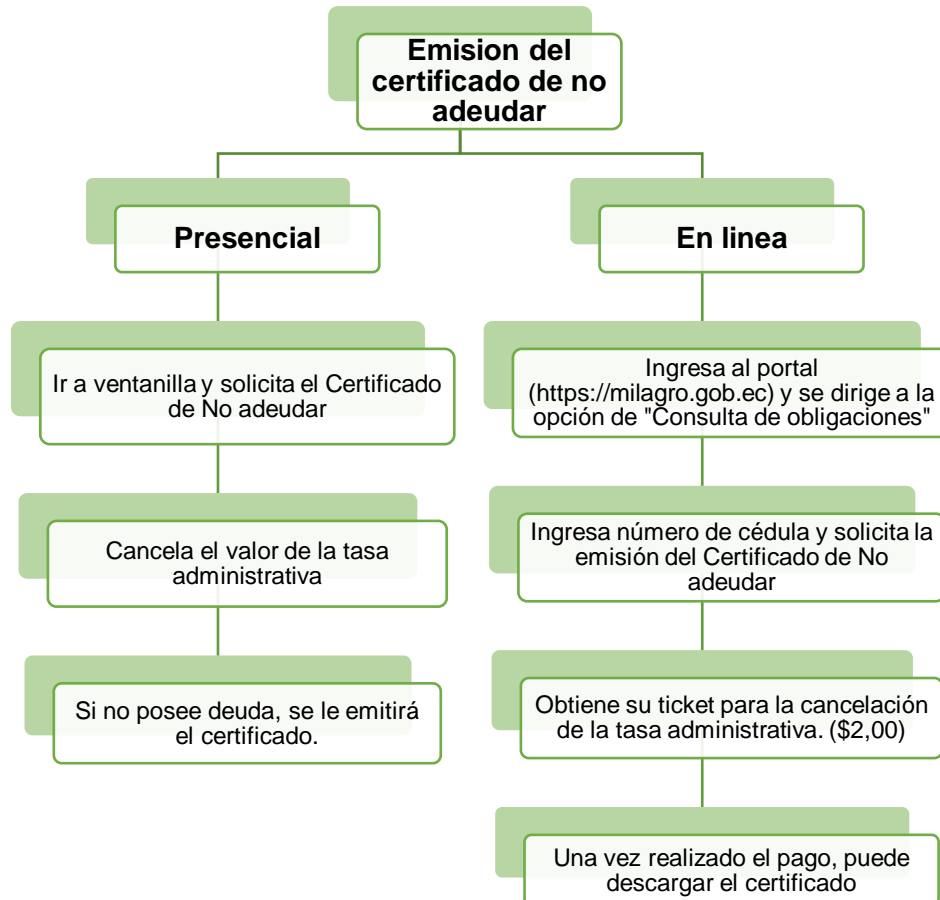
Para el cálculo de la tasa de habilitación, la cual se define dentro de la Ordenanza en Capítulo II del Permiso anual de Funcionamiento en el Art.7. Encontramos que:

Se efectuará un pago del 30% de una Remuneración Básica Unificada para haciendas, fincas y afines, que se encuentran categorizados como otros locales productivos con fines comerciales sin considerar los metros cuadrados.

#### 4.15.1.5 Emisión de Certificado de No adeudar

El objetivo principal del Certificado de No adeudar es comprobar ante el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro que no se tienen obligaciones pendientes ni futuras con la entidad (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2021).

##### 4.15.1.5.1 Proceso para realizar el tramite



#### 4.15.1.6 Certificado de seguridad por el Cuerpo de Bomberos

Para obtener el certificado de seguridad otorgado por el cuerpo de bomberos solamente se debe presentar la documentación en la Empresa Publica Cuerpo de Bomberos de Milagro ubicado entre las calles Simón Bolívar y Chimborazo los Lunes a Viernes de 8:00-17:00. (Empresa Pública Cuerpo De Bomberos de Milagro, 2020)

**Tabla 4.8 Documentación para Certificado de Seguridad por el Cuerpo de Bomberos**

Documentación requerida
-------------------------



Copia de cedula.
Copia de RUC o RISE.
Certificado de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro.

#### 4.15.1.7

#### 4.15.1.8 Solicitud de Patente Municipal por primera vez

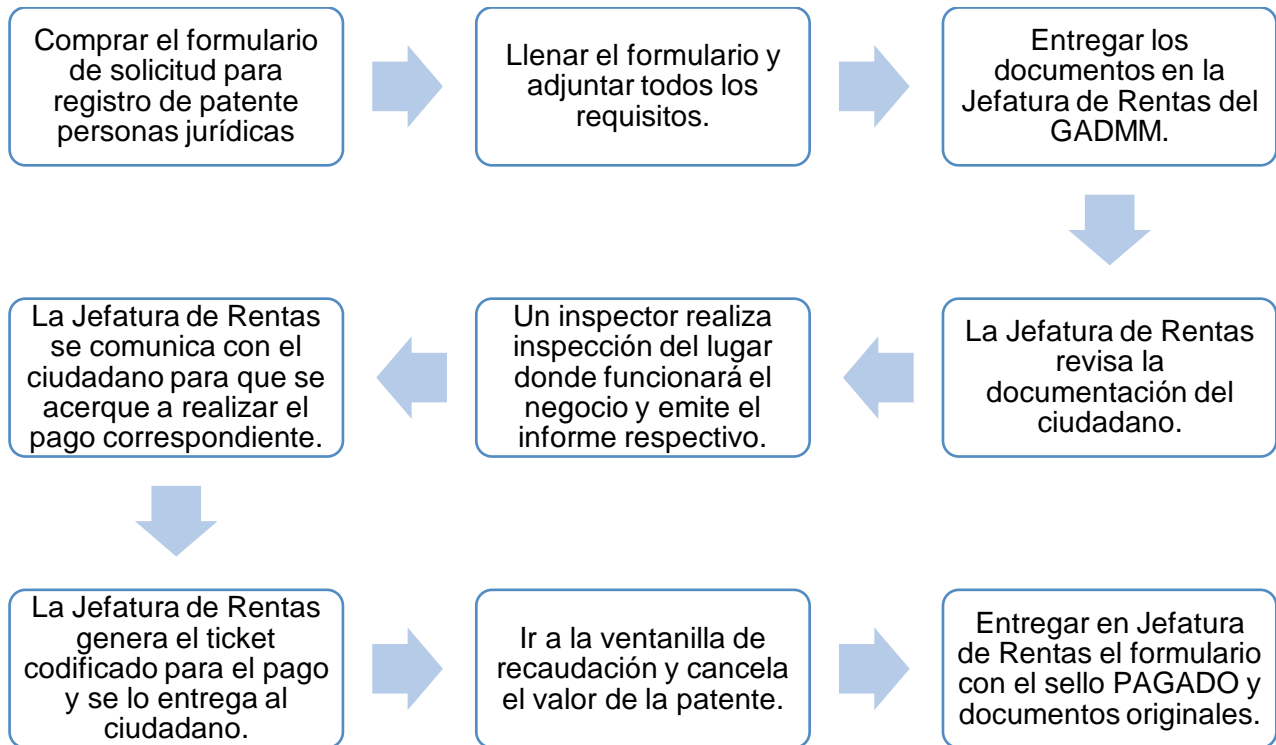
Para la emisión de Patente Municipal por primera vez, se la realiza de manera presencial en la misma dirección proporcionada para la emisión de la tasa de habilitación. La vigencia de la patente emitida será de un año fiscal como lo indica el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022) y se renovará cada año. Se exigirá la siguiente documentación:

**Tabla 4.9 Documentación Requerida para Solicitud de Patente Municipal**

<b>Documentación Requerida</b>
Formulario de solicitud para registro de patente
Copia de cédula de identidad
Copia de certificado de votación
Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano complete (RISE)
Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad

#### 4.15.1.9

#### 4.15.1.10 Proceso de Solicitud de Patente Municipal por primera vez



#### 4.15.1.11

#### 4.15.1.12 Obligaciones

Las obligaciones que encontramos dentro de la Ordenanza y en el Capítulo III de los Requisitos para Obtener la Tasa de Habilitación por Primera Vez, se define el artículo 10 sobre la Obligación de exhibir el Permiso Anual de Funcionamiento en donde Todos los establecimientos están obligados a exhibir el permiso anual de funcionamiento otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro. Esta norma es general y obligatoria (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022).

#### 4.15.1.13 Prohibiciones y Responsabilidades

Dentro de las prohibiciones y responsabilidades del Capítulo IV de la Ordenanza sobre la tasa de habilitación se debe indicar, para centros de esparcimiento familiar la siguiente señalética como lo indica el Art. 14. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2022)

### Señalética para ingreso al local:

- Prohibido ingresar armas.
- Indicar la capacidad.

### Además:

- La atención será hasta los 2:00 am de acuerdo con las disposiciones de la Intendencia General de Policía.
- Disponer de tocador para damas y caballeros.
- Salida de emergencia.
- Disponer de extintores.

#### 4.15.1.14 Costos por permiso de funcionamiento y otros trámites legales

Los correspondientes costos para los permisos de funcionamiento son los siguientes:

**Tabla 4.10 Costos legales**

Descripción	Valor
Formulario de Tasa por servicios técnicos administrativos	\$1,00
Certificado de uso de suelo	\$3,00
Solicitud de tasa de habilitación para locales comerciales, industriales y de servicios	\$2,00
Costo de la Tasa de habilitación	30%*RBU
Certificado de No Adeudar	\$2,00
Formulario de Solicitud para registro de patente	\$1,00
Patente Municipal	\$0*

Fuente: Elaboración Propia

Nota: La remuneración básica unificada (RBU) para el 2022 es igual a \$425,00.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 4.16 Inversión y Capital de trabajo

A continuación, se detallará todos los rubros necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

#### 4.16.1 Inversión en Infraestructura de la hacienda

**Tabla 5.1 Inversión en infraestructura**

	Total
Inversión Nuevos Espacios	\$8,961.56
Inversión de Modificaciones en espacios existentes	\$ 3,383.35
Inversión total en infraestructura	<b>\$12,344.91</b>

**Tabla 5.2 Inversión en Equipo, Maquinaria y Mobiliario**

	Total
Equipos	\$ 1,230.90
Maquinaria	\$ 628.00
Mobiliario	\$ 191.44
Inversión total de Equipos, Maquinaria y Mobiliario	<b>\$2,050.34</b>

#### 4.16.2 Inversión total del proyecto

**Tabla 5.3 Inversión total del proyecto**

Ítems	Total
Creación Nuevos Espacios	\$ 8,961.56
Modificaciones en espacios existentes	\$ 3,383.35
Equipos	\$ 1,230.90
Maquinaria	\$ 628.00
Mobiliario	\$ 191.44
Total, de Inversión	<b>\$ 14,395.25</b>

#### 4.16.3 Capital de Trabajo

Para obtener el Capital de trabajo se realizó el cálculo mediante el método de Déficit acumulado máximo, en este método se detalla un flujo de caja del primer año y se colocó los montos necesarios de efectivo para cubrir los desfases que se generan entre ingresos y egresos. Tal como se presenta a continuación, el valor acumulado mayor es el de **\$2,988.36** presentado en el mes de abril.

**Tabla 5.4 Capital de Trabajo**

<b>Meses</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>
Ventas	\$390,00	\$728,00	\$1.960,00	\$1.960,00	\$2.120,00	\$2.400,00	\$2.780,00	\$2.540,00	\$2.520,00	\$3.190,00	\$2.700,00	\$3.015,00
Costos Variables	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)	\$(97,00)
Costos Fijos	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)	\$(1.729,17)
Intereses	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)	\$(65,07)
Depreciación	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)	\$(115,36)
<b>Saldo mensual</b>	<b>\$(1.616,59)</b>	<b>\$(1.278,59)</b>	<b>\$(46,59)</b>	<b>\$(46,59)</b>	<b>\$113,41</b>	<b>\$393,41</b>	<b>\$773,41</b>	<b>\$533,41</b>	<b>\$513,41</b>	<b>\$1.183,41</b>	<b>\$693,41</b>	<b>\$1.008,41</b>
Saldo acumulado	\$(1.616,59)	\$(2.895,18)	\$(2.941,77)	<b>\$(2.988,36)</b>	\$(2.874,96)	\$(2.481,55)	\$(1.708,14)	\$(1.174,73)	\$(661,32)	\$522,09	\$1.215,50	\$2.223,91

#### 4.17 Plan de financiación

La inversión total para dar inicio de la actividad económica en la Hacienda Mora es de **\$14,395.25** de los cuales el capital propio será de **\$6,395.25** y el valor restante equivalente a **\$8,000** serán financiados a través del BanEcuador por medio de un plan de financiamiento.

Los criterios de simulación para obtención de la tabla de amortización fueron los siguientes:

**Tabla 5.5 Criterios de simulación BanEcuador**

Monto	\$8000
Cuota	Fija
Plazo del crédito	5 años
Tasa anual	9.76%

Como podemos observar en la Figura 5.1, la cuota o pago anual será de \$2,097.46.



*Detalle Simulación de Crédito*

<i>Tipo</i>	<i>PYME</i>		
<i>Destino</i>	<i>Activo Fijo</i>	<i>Tasa Nominal(%)</i>	9.76
<i>Sector Económico</i>	<i>N/A</i>	<i>Tasa Efectiva(%)</i>	9.76
<i>Facilidad</i>	<i>Pequeña y Mediana Empresa</i>	<i>Monto(USD)</i>	8,000.00
<i>Tipo Amortización</i>	<i>Cuota Fija</i>	<i>Plazo(Años)</i>	5
<i>Forma de Pago</i>	<i>Anual</i>	<i>Fecha Simulación</i>	2023-01-11

*Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.*

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	8000.00			
1	6683.34	1316.66	780.80	2097.46
2	5238.18	1445.16	652.29	2097.46
3	3651.97	1586.21	511.25	2097.46
4	1910.95	1741.02	356.43	2097.46
5	0.00	1910.95	186.51	2097.46

**Figura 5.1 Simulacro de Crédito en BanEcuador**

## 4.18 Depreciación de los bienes

### 4.18.1 Bienes muebles

**Tabla 5.6 Depreciación de Equipos**

Año	Depreciación Anual	Tasa de depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
0				\$ 1,230.90
1	\$ 406.20	33%	\$ 406.20	\$ 824.70
2	\$ 406.20	33%	\$ 812.39	\$ 418.51
3	\$ 406.20	33%	\$ 1,218.59	\$ 12.31

**Tabla 5.7 Depreciación de Maquinaria**

Año	Depreciación Anual	Tasa de depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
0				\$ 628.00
1	\$ 62.80	10%	\$ 62.80	\$ 565.20
2	\$ 62.80	10%	\$ 125.60	\$ 502.40
3	\$ 62.80	10%	\$ 188.40	\$ 439.60
4	\$ 62.80	10%	\$ 251.20	\$ 376.80
5	\$ 62.80	10%	\$ 314.00	\$ 314.00
6	\$ 62.80	10%	\$ 376.80	\$ 251.20
7	\$ 62.80	10%	\$ 439.60	\$ 188.40
8	\$ 62.80	10%	\$ 502.40	\$ 125.60
9	\$ 62.80	10%	\$ 565.20	\$ 62.80
10	\$ 62.80	10%	\$ 628.00	\$ -

**Tabla 5.8 Depreciación de Mobiliario**

Año	Depreciación Anual	Tasa de depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
0				\$ 9,153.00
1	\$ 915.30	10%	\$ 915.30	\$ 8,237.70
2	\$ 915.30	10%	\$ 1,830.60	\$ 7,322.40
3	\$ 915.30	10%	\$ 2,745.90	\$ 6,407.10
4	\$ 915.30	10%	\$ 3,661.20	\$ 5,491.80
5	\$ 915.30	10%	\$ 4,576.50	\$ 4,576.50

6	\$ 915.30	10%	\$ 5,491.80	\$ 3,661.20
7	\$ 915.30	10%	\$ 6,407.10	\$ 2,745.90
8	\$ 915.30	10%	\$ 7,322.40	\$ 1,830.60
9	\$ 915.30	10%	\$ 8,237.70	\$ 915.30
10	\$ 915.30	10%	\$ 9,153.00	\$ -

#### 4.18.2 Valor de desecho

El valor de desecho es el resultado de la suma de Depreciación de Maquinaria y Depreciación de Mobiliario en el año 5.

**Tabla 5.9 Valor de desecho**

	Depreciación Valor en libro (Año 5)
De Equipos	\$ -
De Maquinaria	\$ 314.00
De Mobiliario	\$ 4,576.50
<b>Valor de Desecho</b>	<b>\$ 4,890.50</b>



## 4.19 Flujo de caja

### 4.19.1 Ingresos proyectados

Para el cálculo de las ventas dentro del flujo de caja, se dividieron los ingresos en *Ingresos por visitas*, el cual abarca los ingresos efectuados por grupo familiar, e *Ingresos por eventos*, que se da por la prestación o alquiler de la hacienda para eventos de cumpleaños y bodas. Bajo esa premisa, se procedió a establecer criterios para poder establecer un flujo de caja eficiente proyectado a 5 años y con viabilidad financiera.

El primer criterio se basa en el precio. Dentro del rubro de Ingresos por visitas, se estableció un precio por persona bajo un consumo promedio entre entrada, almuerzo y snacks ofrecidos dentro de la hacienda. La razón principal de este criterio se debe a la alta cantidad de productos como snacks y bebidas ofrecidos, por lo cual se optó por realizar un promedio por consumo por persona.

El segundo criterio se basa en la demanda proyectada. Para este rubro se tienen dos variables: Número de visitas y número de acompañantes. La estimación del número de visitas tiene como punto de partida las encuestas realizadas para el estudio de mercado, en donde el número de personas encuestadas que respondieron que estaban dispuestas a visitar una hacienda o finca para realizar alguna actividad fue de 179 personas. Ese valor se lo tomaría como un valor semestral, por lo cual, la demanda anual para el primer año es de 358 personas. Para los años siguientes hasta el 2027, la demanda irá en aumento proporcionalmente bajo el crecimiento poblacional proyectado, información obtenida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). El crecimiento poblacional proyectado para los 5 años se observa en la Tabla 30.

**Tabla 5.10 Ingresos proyectados**

<i>Ventas por visitas</i>					
<b>1.1 Ingresos</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>1.1.1 Precio</b>					
Por Persona	\$14,00	\$14,00	\$15,00	\$16,00	\$17,00
<b>1.1.2 Unidades</b>					
# DE VISITAS	358	363	367	372	376
# DE ACOMPAÑANTES	5	5	5	6	6
	1790	1813	1836	2230	2257

<b>1.1.3 US\$ Totales</b>					
<b>Total, ingresos por visitas</b>	\$25.060	\$25.385	\$27.547	\$35.683	\$38.363
<b>Ventas por eventos</b>					
<b>1.2 Ingresos por eventos</b>					
<b>1.2.1 Precio</b>					
Cumpleaños	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00
Boda	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
<b>1.2.2 Unidades</b>					
# DE EVENTOS CUMPLEAÑOS	5	6	6	7	8
# DE EVENTOS BODA	2	2	3	3	4
<b>1.2.3 US\$ Totales</b>					
INGRESOS POR CUMPLEAÑOS	450	540	540	630	720
INGRESOS POR BODA	800	800	1200	1200	1600
Total ingresos por eventos	\$1.250,00	\$1.340,00	\$1.740,00	\$1.830,00	\$2.320,00
<b>Ingresos Totales</b>	\$26.310,00	\$26.725,28	\$29.287,03	\$37.513,34	\$40.683,13

**Tabla 5.11 Crecimiento Poblacional Proyectado**

<b>Años</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Crecimiento Poblacional</b>	1,35%	1,33%	1,32%	1,30%	1,28%	1,20%	1,19%

#### 4.19.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 5.12 Flujo de Caja Proyectado

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		<b>\$26.310,00</b>	<b>\$26.725,28</b>	<b>\$29.287,03</b>	<b>\$37.513,34</b>	<b>\$40.683,13</b>
Ingresos por visitas		\$25.060,00	\$25.385,28	\$27.547,03	\$35.683,34	\$38.363,13
Ingresos por eventos		\$1.250,00	\$1.340,00	\$1.740,00	\$1.830,00	\$2.320,00
<b>Costos Variables</b>		<b>\$(1.164,00)</b>	<b>\$(1.269,00)</b>	<b>\$(1.372,00)</b>	<b>\$(1.475,00)</b>	<b>\$(1.577,00)</b>
Fumigación		\$(64,00)	\$(69,00)	\$(72,00)	\$(75,00)	\$(77,00)
Publicidad en redes		\$(1.100,00)	\$(1.200,00)	\$(1.300,00)	\$(1.400,00)	\$(1.500,00)
<b>Costos Fijos</b>		<b>\$(20.750,00)</b>	<b>\$(20.656,49)</b>	<b>\$(20.565,45)</b>	<b>\$(20.436,63)</b>	<b>\$(19.923,71)</b>
Compañía de seguridad		\$(480,00)	\$(480,00)	\$(480,00)	\$(480,00)	\$(480,00)
Servicios profesionales Op.		\$(4.800,00)	\$(4.800,00)	\$(4.800,00)	\$(4.800,00)	\$(4.800,00)
Servicios básicos		\$(100,00)	\$(120,00)	\$(140,00)	\$(150,00)	\$(165,00)
Mantenimiento		\$(45,00)	\$(60,00)	\$(70,00)	\$(76,00)	\$(78,00)
Sueldos y salarios		\$(12.873,40)	\$(12.873,40)	\$(12.873,40)	\$(12.873,40)	\$(12.873,40)
Insumos para servicios compl.		\$(150,00)	\$(150,00)	\$(170,00)	\$(170,00)	\$180,00
Tributos (licencias, tasas)		\$(136,50)	\$(136,50)	\$(136,50)	\$(136,50)	\$(136,50)
<b>Intereses</b>		<b>\$(780,80)</b>	<b>\$(652,29)</b>	<b>\$(511,25)</b>	<b>\$(366,43)</b>	<b>\$(186,51)</b>
<b>Depreciación</b>		<b>\$(1.384,30)</b>	<b>\$(1.384,30)</b>	<b>\$(1.384,30)</b>	<b>\$(1.384,30)</b>	<b>\$(1.384,30)</b>
<b>Utilidad antes de PAT</b>		<b>\$2.230,91</b>	<b>\$2.763,21</b>	<b>\$5.454,04</b>	<b>\$13.850,98</b>	<b>\$17.611,62</b>
15% Part. Trabajadores		\$ 334,64	\$ 414,48	\$ 818,11	\$ 2.077,65	\$2.641,74
Utilidad antes de impuestos		\$ 1.896,27	\$ 2.348,73	\$ 4.635,93	\$11.773,34	\$14.969,87
22% Impuesto Renta		\$ 417,18	\$ 516,72	\$ 1.019,91	\$ 2.590,13	\$3.293,37
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 1.479,09</b>	<b>\$ 1.832,01</b>	<b>\$ 3.616,03</b>	<b>\$ 9.183,20</b>	<b>\$11.676,50</b>
Depreciación		\$ 1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30	\$1.384,30
Inversión	\$(14.395,25)					
Préstamo	\$8.000,00					
Amortización		\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)	\$(2.097,46)
Capital de Trabajo	\$(2.988,36)					\$2.988,36
Valor de Desecho						\$4.890,50
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$(9.383,62)</b>	<b>\$765,93</b>	<b>\$1.118,84</b>	<b>\$2.902,86</b>	<b>\$8.470,04</b>	<b>\$18.842,20</b>
<b>VAN (20%)</b>	<b>\$11.099,79</b>			<b>TIR</b>	<b>34%</b>	

#### 4.19.3 5.2.3 VAN, TIR, PAYBACK

**Tabla 5.13 VAN y TIR**

<b>VAN (20%)</b>	<b>TIR</b>
\$11.099,79	34%

**Tabla 5.14 Payback**

<b>Payback</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo acumulado</b>	\$(9.383,62)	\$(8.617,69)	\$(7.498,85)	\$(4.595,98)	<b>\$3.874,06</b>	\$22.716,26
<b>Payback simple</b>	3	años			0,54	
	6,48	meses				

Con el objetivo de determinar si el proyecto es conveniente, se procedió a obtener los valores de VAN, y TIR para que con su respectivo análisis se pueda concluir la viabilidad del proyecto. Como podemos observar, el VAN es de \$11.099,79, por lo cual un VAN mayor a cero concluye que el proyecto es conveniente y rentable. Así mismo, para determinar el VAN en Excel se utilizó la función “=VNA”, la cual permitió determinar el valor neto actual de una inversión sobre los flujos de efectivos de los 5 años proyectados que obtuvimos en el flujo de caja, además de una tasa de descuento. Esta tasa de descuento es la TMAR, la cual es de 11% y se obtuvo mediante el cálculo del riesgo país Ecuador, beta apalancada, y la prima por riesgo de mercado. Estos dos últimos se lo obtuvo en la base de datos denominada Damodaran Online. Por otro lado, con una TIR del 34% y con una TMAR del 11%, siendo la TIR mayor se concluye que el proyecto es conveniente.

El payback, en cambio, es el periodo que tomará el proyecto en recuperar la inversión realizada. Se obtuvo, bajo el método de payback simple, que el tiempo en el que retornará la inversión es de 3 años y 6 meses.

## Referencias

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2021, Abril 13).

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Emisión de certificado de uso de suelo. Consultado el 11 de Diciembre de 2022. <https://www.gob.ec/gadmm/tramites/emision-certificado-uso-suelo>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2021, Abril 13).

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Emisión de tasa de habilitación (Permiso de Funcionamiento). Consultado el 07 de Diciembre de 2022, <https://www.gob.ec/gadmm/tramites/emision-tasa-habilitacion-permiso-funcionamiento#description>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2021, Abril 13).

*Emisión de certificado de no adeudar.* Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Consultado el 11 de Diciembre de 2022. <https://www.gob.ec/gadmm/tramites/emision-certificado-no-adeudar>

EP Cuerpo De Bomberos De Milagro. (2020, Enero 15). Requisitos para Obtener El Permiso de Funcionamiento. EP Cuerpo De Bomberos De Milagro. Consultado el 11 de Diciembre de 2022. <https://epcbomberosmilagro.gob.ec/>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2022, Enero 24).


Solicitud de Patente Municipal. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Consultado el 11 de Diciembre de 2022. <https://www.gob.ec/gadmm/tramites/solicitud-patente-municipal>

# APÉNDICES

## Apéndice 1

### Formulario de tasa por servicios técnicos administrativos

3/2/2020 [slim.gadmilagro.gov.ec:8080/recursos\\_slm/reportesGenerados/21/FormularioGeneric.22268.001-003-000057681.html](http://slim.gadmilagro.gov.ec:8080/recursos_slm/reportesGenerados/21/FormularioGeneric.22268.001-003-000057681.html)

**ALCALDIA DE MILAGRO**

Formulario  
0176381  
Valor \$ 1

DEPARTAMENTO FINANCIERO SECCIÓN RENTAS  
Tasa Por Servicios Técnicos Administrativos  
SOLICITUD Y CERTIFICACIÓN

Emitido Jefe Rentas \_\_\_\_\_ Tesorero Municipal \_\_\_\_\_


Nombre del solicitante: \_\_\_\_\_  
Nacionalidad: \_\_\_\_\_ Céd. Única: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Motivo de la solicitud: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
ACTIVO TOTAL: \_\_\_\_\_

Milagro, a 03 de febrero de 2020 \_\_\_\_\_  
Solicitante

INFORME DE INSPECCIÓN: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Milagro, a 03 de febrero de 2020 \_\_\_\_\_  
Fiscalizador

[slim.gadmilaaro.aob.ec:8080/recursos\\_slm/reportesGenerados/21/FormularioGeneric.22268.001-003-000057681.html](http://slim.gadmilaaro.aob.ec:8080/recursos_slm/reportesGenerados/21/FormularioGeneric.22268.001-003-000057681.html) 1/2



## Apéndice 2

# Solicitud para la habilitación de locales comerciales industriales y de servicios



Formulario  
0006999  
Valor \$ 2

## SOLICITUD PARA HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

NUMERO DE INGRESO SISTEMA		
_____		
DIA	MES	AÑO
_____	_____	_____

### DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS NATURALES)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
PATERNO	MATERNO	1er NOMBRE	2do NOMBRE	
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR:				R.U.C.
				TELF.

### DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS JURÍDICAS)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
PATERNO	MATERNO	1er NOMBRE	2do NOMBRE	
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR:				R.U.C.
				TELF.

### DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

CÓDIGO CATASTRAL				CÓDIGO / PATENTE
ZONA	SECTOR	MANZANA	SOLAR / LOTE	
NOMBRES DEL ESTABLECIMIENTO				PARROQUIA:
AVENIDA / CALLE		CIUDADELA	URBANIZACIÓN	TELÉFONO

### TIPO DE ACTIVIDAD (ver al reverso)

### ESPECIFICAR LA ACTIVIDAD:

LOCAL:  
PRINCIPAL:  SUCURSAL:  No. \_\_\_\_\_

MARQUE CON UNA "X" LA UBICACIÓN. PONER LOS NOMBRES DE LAS CALLES, MANZANA, LOTE Y NÚMERO.

### SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL E INDUSTRIAL

DE 1 HASTA 10 m2  DE 100.01 HASTA 200 m2   
 DE 10.01 HASTA 20 m2  DE 200.01 EN ADELANTE   
 DE 20.01 HASTA 50 m2  OTROS LOCALES PRODUCTIVOS (ver literal 7.7)   
 DE 50.01 HASTA 100 m2  OTROS LOCALES -INDUSTRIAS- (ver literal 7.8-7.8.1 a 7.8.5)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PROPORCIONADOS, SE SUJETAN Estrictamente a LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.

### SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL

\_\_\_\_\_

### ESPACIO RESERVADO PARA LA DIRECCIÓN DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN (DUAC)

ZONA	SECTOR	MANZANA	LOTE	ACERA	RESTRICCIÓN	CONSULTA DE CERTIFICACIÓN DE USO DE SUELO
						FACTIBLE: <input type="checkbox"/> NO FACTIBLE: <input type="checkbox"/>

### OBSERVACIONES:

RECIBIDO POR: SECRETARÍA DE LA D.U.A.C.	INSPECCIONADO POR: INSPECTOR DE LA D.U.A.C.	APROBADO POR: DIRECTOR DE LA D.U.A.C.
--	--	--



# Apéndice 3

## Solicitud para registro de Patente

3/2/2020

sim.gadmilagro.gob.ec:8080/recursos/sim/reportes/Generados/21.FormularioGeneric.7832.001-002-000011447.html

**ALCALDIA DE MILAGRO**

Formulario  
0040748  
Valor \$ 1

### SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS NATURALES

SOLICITUD No. \_\_\_\_\_

PRIMERA VEZ ( ) RENOVIACION ( )

DIA	MES	AÑO
03	febrero	de 2020

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				
APELLIDOS		NOMBRES		No. CEDULA DE CIUDADANIA
PATERNO	MATERNO	1er NOMBRE	2do Nombre	R.U.C

DATOS DEL SOLICITANTE				
DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO	No. TELEFONO(s)	No. FAX	No. CASILLA	
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)	
SI ( ) NO ( )	MES	DIA	AÑO	\$

#### CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTON MILAGRO

CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	( )
CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	( )
CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTON Y CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	( )

#### ACTIVIDAD

COMERCIAL ( ) INDUSTRIAL ( ) OTROS ( )	<b>PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA</b> No. DE RESOLUCION DE EXONERACION  FECHA DE EMISION DE RESOLUCION
FINANCIERA ( ) ARTESANAL ( ) ESPECIFIQUE _____	
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	

#### INFORMACION ESTADISTICA

¿ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCION?	CANTIDAD DE TRABAJADORES
SI ( ) NO ( )	1- 20 ( ) 201 - 500 ( )
AGRICULTURA ( ) CONSTRUCCION ( ) INDUSTRIA ( )	21 - 50 ( ) MAS DE 501 ( )
COMERCIO ( ) PEQUEÑA INDUSTRIA ( ) ARTESANIA ( )	51 - 200 ( )

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA SE SUJETA Estrictamente a LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.

SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL \_\_\_\_\_

#### NO USAR (EXCLUSIVO DE LA INSTITUCION)

LIQUIDADO POR:	RELEQUIDADO POR:

OBSERVACION.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARA EN LOS SIGUIENTES CASOS:

- 1.- PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
- 2.- CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACION.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACION





## APÉNDICE D

### Validación prototipo actores externos e internos

#### Instrumento para validación

Crterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Prototipo	X			
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo	X			
Claridad y organización	X			

#### Observaciones:

Que la hacienda esté apta también para personas que tengan alguna discapacidad y anden en silla de ruedas (por ejemplo) también se podría hacer más amplio el parqueadero para cuando hayan feriados o algún evento especial.

#### Validado por:

Lilian Amparito Culqui Cerda

#### Profesión:

Auxiliar en pediatría

#### Lugar de trabajo:

Medical plaza (consultorio pediátrico)

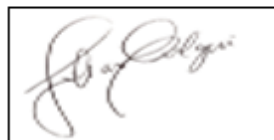
#### Cargo que desempeña:

Asistente de pediatría y dermatología

#### Fecha:

15 de enero 2023

#### Firma:



## Instrumento para validación

Criterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Prototipo	X			
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo	X			
Claridad y organización	X			

### Observaciones:

El proyecto me parece muy completo, tiene todo lo que el cliente potencial necesita y no es muy costoso para poder iniciar. Además, con los porcentajes y valores descritos en el estudio financiero demuestran que el proyecto es rentable.

### Validado por:

Evelin Mora

### Profesión:

Ingeniería Comercial

### Lugar de trabajo:

Hacienda Mora

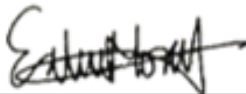
### Cargo que desempeña:

Copropietaria de la hacienda

### Fecha:

23 de enero del 2023

### Firma:



## Instrumento para validación

Crterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Prototipo	X			
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo	X			
Claridad y organización	X			

### Observaciones:

Me genera inquietud el estado de la carretera hasta la entrada a la hacienda. Hay que considerar que el camino sea lo suficientemente adecuado para que los carros pasen sin ningún inconveniente como baches, huecos, etc. que pudieran dañar el vehículo. Como no se encuentra asfaltado, sería bueno que estén pendiente de las condiciones de la calle en épocas de lluvia para buscar soluciones en caso de que la municipalidad no colabore.

### Validado por:

Lorena Drouet

### Profesión:

CPA

### Lugar de trabajo:

Banco Guayaquil

### Cargo que desempeña:

Oficial Senior

### Fecha:

16 de enero 2023

## Instrumento para validación

Criterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del prototipo	X			
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo		X		
Claridad y organización		X		

### Observaciones:

Como emprendedor de servicios de catering y de productos alimenticios, el transportar productos es importante, por lo cual es indispensable considerar la distancia y el ambiente del lugar que requiera de nuestros servicios debido a que el producto se puede estropear por la transportación, por lo cual, considerar a futuro mejorar la calle de entrada a la hacienda para no tener inconvenientes

### Validado por:

Francisco Moreira

### Profesión:

Chef-Servicio de Catering

### Lugar de trabajo:

Independiente

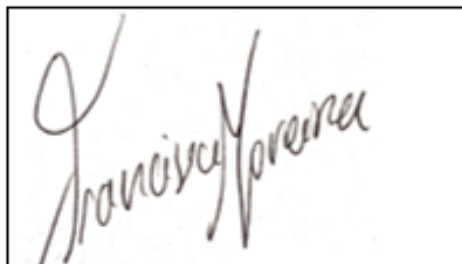
### Cargo que desempeña:

Chef

### Fecha:

17 enero 2023

### Firma:



## Instrumento para validación

Crterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Prototipo	X			
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo	X			
Claridad y organización	X			

### Observaciones:

Lo que encuentro más valioso es el flujo de caja proyectado, tengo un imput de lo que debo realizar en 5 años para que el emprendimiento crezca. Sé que es un reto, pero nadie gana sin intentarlo. Considero muy importante el estudio técnico, se sugirieron varios aspectos que tomaron en cuenta y es interesante la cantidad de detalles que tenemos de lo necesario para adquirir y realizar las modificaciones.

### Validado por:

Emigdio Fernando Mora

### Profesión:

Ingeniería en Marketing

### Lugar de trabajo:

Hacienda Mora

### Cargo que desempeña:

Copropietaria de la hacienda

### Fecha:

22 de enero del 2023

### Firma:



## Instrumento para validación

Criterios	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del Prototipo		X		
Relevancia del contenido	X			
El contenido de cada estudio es completo	X			
Claridad y organización	X			

### Observaciones:

Como inversionista necesito saber si el trabajo será rentable, revisando los índices que el estudio financiero menciona, este lo será por lo que hay un punto interesante a considerar. Como cliente potencial residente en la ciudad de Milagro, realmente veo el potencial que tiene la hacienda para este tipo de actividades, por la ubicación (poco lejana) y por lo que puede llegar a ofrecer al público en general.

### Validado por:

Mary Chávez

### Profesión:

Licenciada en Idiomas

### Lugar de trabajo:

Jubilada

### Cargo que desempeña:

Posible Inversionista

### Fecha:

25 enero 2023

### Firma:



# APÉNDICE E

## Entrega del Prototipo “Plan de Negocios para la hacienda Mora”



### Acta de entrega – Recepción de prototipo “Plan de negocios para la diversificación de la oferta para la Hacienda Mora”

En la ciudad de Milagro, se procede a dejar constancia por medio de la presente acta de entrega del Plan de negocios para la diversificación de la oferta para la Hacienda Mora en un archivo digital.

El plan de negocios contiene:

- Introducción
- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Financiero

Para constancia de lo actual, firman en unidad de acto el dueño de la hacienda Mora y las autoras del proyecto.

Recibe conforme:

Evelin Mora Tomalá  
Dueña de la hacienda Mora  
C.I.: 0915433833

Entrega conforme:

Barbara Hidalgo Adams  
Estudiante de la Escuela Superior  
Politécnica del Litoral  
C.I.: 0941092363

Kelly Valverde Mora  
Estudiante de la Escuela Superior  
Politécnica del Litoral  
C.I.: 0959110461