



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS
COLORADAS” DE LA PROVINCIA DE NAPO, CANTÓN TENA.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA:

ERIKA MARGARITA TANGUILA ANDI

Riobamba – Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS
COLORADAS” DE LA PROVINCIA DE NAPO, CANTÓN TENA.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA DE EMPRESAS

AUTORA: ERIKA MARGARITA TANGUILA ANDI

DIRECTOR: Ing. OSCAR IVÁN GRANIZO PAREDES, MDE.

Riobamba – Ecuador

2021

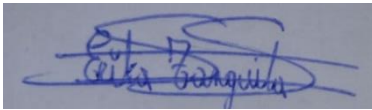
©2021, Erika Margarita Tanguila Andi

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Erika Margarita Tanguila Andi, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de febrero 2021






Erika Margarita Tanguila Andi

C.C: 150091386-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: tipo Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIO PARA EL BALNEARIO TURISTICO “PEÑAS COLORADAS” DE LA PROVINCIA DE NAPO, CANTON TENA**, realizado por la señorita: **ERIKA MARGARITA TANGUILA ANDI**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Eco. Marco Antonio González Chávez, Mgs. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 MARCANTONIO GONZALEZ CHAVEZ	2021/02/22
Ing. Oscar Iván Granizo Paredes, MDE DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 OSCAR IVAN GRANIZO PAREDES	2021/02/22
Ing. Letty Karina Elizalde Marin, Mgs. MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 LETTY KARINA ELIZALDE MARIN	2021/02/22

DEDICATORIA

Gracias a Dios por darme salud, vida, fortalezas y sabiduría para seguir adelante a pesar de los obstáculos y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi fuerza y compañía durante todo el proceso de estudio.

Este proyecto de investigación el cual tiene todo mi esfuerzo y dedicación va dedicado a mis padres, Jorge Tanguila y Margarita Andi por darme la vida, amarme incondicionalmente, creer en mí y con sus buenos consejos para seguir adelante y desarrollarme profesionalmente.

A mis hermanos, Klever, Edwin, Darwin, Omaira, Anaela, Pamela quienes han estado conmigo apoyándome, incentivándome y brindándome su cariño.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme salud, vida, sabiduría y fuerzas para salir adelante, con las personas que me rodean y amo.

A mis padres, Jorge Tanguila y Margarita Andi, que me apoyaron incondicionalmente y siempre confiaron en mí.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, por haberme permitido ser parte de la institución mediante sus Docentes que tallaron conocimiento, experiencias y valores durante el periodo de aprendizaje.

A mis maestros el Ing. Óscar Granizo y la Ing. Letty Elizalde por su tiempo y dedicación para guiarme en el desarrollo de esta investigación, y colaboraron en la elaboración y culminación de la presente tesis.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	3
1.1 Antecedentes de la investigación.....	3
1.1.1 Antecedentes.....	3
1.1.2 Reseña histórica.....	4
1.2 Marco teórico.....	5
1.2.1 Planear.....	5
1.2.2 Negocio.....	5
1.2.3 Plan de negocio.....	5
1.2.4 Tipos de plan de negocios.....	6
1.2.5 Estructura de plan de negocio.....	7
1.2.6 Plan organizacional.....	8
1.2.7 Plan de marketing.....	9
1.2.8 Plan financiero.....	10
1.2.9 Análisis FODA.....	12
1.2.10 Turismo.....	12
1.2.11 Tipos de turismo.....	13

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO.....	14
2.1 Enfoque de la investigación.....	14
2.2 Nivel de investigación.....	14
2.2.1 Investigación descriptiva.....	14
2.3 Diseño de investigación.....	15
2.3.1 Según la manipulación de la variable independiente.....	15

2.3.2	<i>Según la intervención en el trabajo de campo</i>	15
2.4	Tipo de estudio	15
2.4.1	<i>Investigación de campo</i>	15
2.5	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	16
2.5.1	<i>Población</i>	16
2.5.2	<i>Muestra</i>	16
2.6	Método, técnicas, instrumento de investigación	18
2.6.1	<i>Método</i>	18
2.6.2	<i>Técnicas</i>	18
2.6.3	<i>Instrumento</i>	19
2.7	Idea a defender	19
2.8	Variables	19

CAPÍTULO III

3	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LO RESULTADOS	20
3.1	Resultados	20
3.1.1	<i>Análisis de resultados de las encuestas</i>	20
3.1.2	<i>Análisis de resultados de la entrevista Gerente del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”</i>	32
3.2	Discusión de resultados	34
3.3	Propuesta	35
3.3.1	<i>Tema</i>	35
3.3.2	<i>Objetivos de la propuesta</i>	35
3.3.3	<i>Descripción del negocio – Análisis situacional</i>	35
3.3.3.1	<i>Aspectos generales del balneario turístico</i>	35
3.3.3.2	<i>Logotipo</i>	36
3.3.3.3	<i>Descripción del balneario turístico</i>	36
3.3.3.4	<i>Antecedentes del balneario turístico</i>	36
3.3.3.5	<i>Servicios que ofrece</i>	37
3.3.3.6	<i>Localización</i>	37
3.3.3.7	<i>Direccionamiento estratégico propuesto</i>	39
3.3.3.8	<i>Políticas de higiene y seguridad para los trabajadores del balneario turístico</i>	41
3.3.3.9	<i>Políticas propuestas para ingresar al balneario turístico</i>	41
3.3.4	Plan Organizacional	42
3.3.4.1	<i>Organigrama</i>	42
3.3.4.2	<i>Manual de funciones y descripción de cargos</i>	43
3.3.4.3	<i>Administración de salarios</i>	52

3.3.5	<i>Plan de Marketing</i>	53
3.3.5.1	<i>Análisis Matriz FODA</i>	53
3.3.5.2	<i>Segmento de mercado</i>	56
3.3.5.3	<i>Análisis de la demanda y oferta</i>	57
3.3.5.4	<i>Proyección de la demanda</i>	57
3.3.5.5	<i>Oferta proyectada</i>	59
3.3.5.6	<i>Demanda insatisfecha</i>	59
3.3.5.7	<i>Marketing Mix</i>	60
3.3.5.8	<i>Estrategias de marketing</i>	64
3.3.5.9	<i>Presupuesto de estrategias de marketing</i>	76
3.3.6	<i>Plan técnico</i>	76
3.3.6.1	<i>Propuesta de mejora para la infraestructura del Balneario Turístico</i>	76
3.3.6.2	<i>Proceso a seguir en la ejecución de las actividades</i>	80
3.3.6.3	<i>Flujograma de procesos</i>	82
3.3.7	<i>Plan financiero</i>	85
	CONCLUSIONES	99
	RECOMENDACIONES	103
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Tabulación Género.....	20
Tabla 2-3:	Tabulación Edad	21
Tabla 3-3:	Conoce le Balneario	22
Tabla 4-3:	Tiempo de Visita.....	23
Tabla 5-3:	Días de visita	24
Tabla 6-3:	Medio de transporte	25
Tabla 7-3:	Motivo de visita	26
Tabla 8-3:	Número de acompañantes.....	27
Tabla 9-3:	Qué le gusta del balneario	28
Tabla 10-3:	Actividad que realiza.....	29
Tabla 11-3:	Horas que permanece en el balneario.....	30
Tabla 12-3:	Calidad de los servicios	31
Tabla 13-3:	Información del Gerente.....	32
Tabla 14-3:	Entrevista al Gerente	32
Tabla 15-3:	Datos informativos del negocio	35
Tabla 16-3:	Localización	37
Tabla 17-3:	Valores organizacionales propuesto.....	40
Tabla 18-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Gerente	43
Tabla 19-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Secretaria.....	44
Tabla 20-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Recaudador.....	45
Tabla 21-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Publicista	46
Tabla 22-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Cocinera	47
Tabla 23-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Ayudante de cocina.....	48
Tabla 24-3:	Manual de funciones y perfil de cargo – Ayudante de bar	49
Tabla 25-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Trabajador turístico.....	50
Tabla 26-3:	Manual de funciones y perfil de cargo - Personal de limpieza	51
Tabla 27-3:	Administración de salarios	52
Tabla 28-3:	Matriz FODA.....	53
Tabla 29-3:	Matriz de estrategias	54
Tabla 30-3:	Segmento de mercado	56
Tabla 31-3:	Demanda año 2019	57
Tabla 32-3:	Demanda proyectada.....	58
Tabla 33-3:	Oferta año 2019	58
Tabla 34-3:	Oferta proyectada.....	59

Tabla 35-3:	Demanda insatisfecha.....	59
Tabla 36-3:	Precio de los servicios.....	63
Tabla 37-3:	Estrategia 1: Capacitar al personal.....	64
Tabla 38-3:	Estrategia 2: Uniformes para el personal.....	65
Tabla 39-3:	Estrategia 3: Publicidad redes sociales.....	67
Tabla 40-3:	Estrategia 4: Publicidad radio.....	69
Tabla 41-3:	Estrategia 5: Material publicitario.....	70
Tabla 42-3:	Estrategia 6: Aniversario del balneario.....	72
Tabla 43-3:	Estrategia 7: Campeonatos deportivos.....	73
Tabla 44-3:	Estrategia 8: Convenios con hoteles de la ciudad.....	74
Tabla 45-3:	Estrategia 9: Convenios con agencias de viajes.....	75
Tabla 46-3:	Presupuesto de estrategias de marketing.....	76
Tabla 47-3:	Presupuesto construcción cabañas.....	77
Tabla 48-3:	Presupuesto construcción vestidores.....	78
Tabla 49-3:	Presupuesto remodelación cocina.....	78
Tabla 50-3:	Precio conjunto juego infantil.....	79
Tabla 51-3:	Presupuesto remodelación entrada al río.....	79
Tabla 52-3:	Total presupuesto remodelación.....	79
Tabla 53-3:	Flujograma atención al cliente.....	82
Tabla 54-3:	Flujograma presentación de informes.....	83
Tabla 55-3:	Flujograma limpieza de las áreas del balneario.....	84
Tabla 56-3:	Inversión actual.....	85
Tabla 57-3:	Muebles y Enseres.....	85
Tabla 58-3:	Equipo de oficina.....	85
Tabla 59-3:	Equipo de cómputo.....	86
Tabla 60-3:	Equipo de sonido y audio.....	86
Tabla 61-3:	Maquinaria y equipo.....	86
Tabla 62-3:	Estado de situación inicial.....	86
Tabla 63-3:	Equipo de cómputo.....	87
Tabla 64-3:	Muebles y enseres.....	88
Tabla 65-3:	Equipo de oficina.....	88
Tabla 66-3:	Útiles y suministros de oficina.....	89
Tabla 67-3:	Activo Fijo.....	90
Tabla 68-3:	Tabla de amortización.....	91
Tabla 69-3:	Presupuesto de ventas.....	93
Tabla 70-3:	Costo Variables.....	95
Tabla 71-3:	Costos Fijos.....	95

Tabla 72-3:	Gastos ventas	96
Tabla 73-3:	Gastos administrativos	96
Tabla 74-3:	Estado de resultados proyectado.....	97
Tabla 75-3:	Flujo de caja proyectado	98
Tabla 76-3:	Cálculo del VAN	99
Tabla 77-3:	Cálculo TMAR	100
Tabla 78-3:	Cálculo TIR	100
Tabla 79-3:	Relación costo beneficio	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Estructura del Plan Financiero	11
Gráfico 1-3:	Género	20
Gráfico 2-3:	Edad	21
Gráfico 3-3:	Conocimiento del balneario	22
Gráfico 4-3:	Tiempo de Visita.....	23
Gráfico 5-3:	Días de visita	24
Gráfico 6-3:	Medio de transporte	25
Gráfico 7-3:	Motivo de visita	26
Gráfico 8-3:	Número de acompañantes.....	27
Gráfico 9-3:	Qué le gusta del balneario	28
Gráfico 10-3:	Actividades que realiza.....	29
Gráfico 11-3:	Horas que permanece en el balneario	30
Gráfico 12-3:	Calidad de los servicios	31
Gráfico 13-3:	Estructura Organizacional	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Estructura del Plan de Negocio.....	7
Figura 2-1:	Estructura plan de negocio para empresas en marcha	7
Figura 3-1:	Contenido del plan de negocio	8
Figura 4-1:	Proceso de construcción de plan de negocio	9
Figura 6-1:	Estructura Matriz FODA.....	12
Figura 1-3:	Logotipo	36
Figura 2-3:	Macro-localización	38
Figura 3-3:	Micro-localización.....	38
Figura 4-3:	Restaurante	60
Figura 5-3:	Bar.....	60
Figura 6-3:	Cabaña para parrilladas	61
Figura 7-3:	Canchas deportivas	61
Figura 8-3:	Sala de eventos	61
Figura 9-3:	Río Tena	62
Figura 10-3:	Alquiler de canoa.....	62
Figura 11-3:	Diseño camiseta.....	66
Figura 12-3:	Diseño gorra negra.....	66
Figura 13-3:	Diseño gorra verde.....	66
Figura 14-3:	Publicidad redes sociales.....	68
Figura 15-3:	Publicaciones en redes sociales	68
Figura 16-3:	Material publicitario.....	71
Figura 17-3:	Tarjeta de presentación.....	71
Figura 18-3:	Cabañas	77
Figura 19-3:	Conjunto juego infantil	78

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Estructura encuesta

ANEXO B: Estructura entrevista

ANEXO C: Aplicación encuestas

ANEXO D: Aplicación entrevista

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación fue elaborar un Plan de Negocio para el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” de la provincia de Napo, cantón Tena con la finalidad de brindar un servicio de calidad y mejorar su gestión administrativa, para lo cual se elaboró un plan administrativo, marketing, técnico y financiero. La metodología utilizada fue la técnica de la observación por medio del cual se identificó los aspectos positivos y negativos que tiene el balneario, se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas que ayudaron a determinar los gustos y preferencias de los turistas al visitar el balneario, la encuesta se aplicó a los habitantes de la ciudad de Tena, además se realizó una entrevista al gerente propietario. Realizada la tabulación de los datos se efectuó el respectivo análisis e interpretación de resultados, en el cual se identificó que los turistas califican al servicio que ofrece el balneario como bueno, visitan el lugar los fines de semana, prefieren realizar actividades en familia. Además, se realizó un análisis situacional del balneario utilizando la matriz FODA para conocer la situación actual, identificando factores internos y externos mediante el cual se determinó que el balneario requiere de un plan de negocios para fortalecer la actividad económica, en la evaluación financiera se realizó proyecciones del flujo de caja obtenido un VAN de \$ 3.797,9; TIR de 31%, determinando que el proyecto es factible. Se concluye que el plan de negocios es una guía para la actividad económica del balneario ya que cuenta con un plan organizacional, plan de marketing, plan técnico, y el plan financiero. Se recomienda al balneario ejecutar las estrategias propuestas en el plan de marketing para que pueda mejorar la calidad de sus servicios y ser más competitivo.

Palabras claves; <PLAN DE NEGOCIO>, <MATRIZ FODA>, <BALNEARIO TURÍSTICO>, <VALOR ACTUAL NETO (VAN)>, <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)>.

ABSTRACT

The objective of this study was to develop a Business Plan for the "Peñas Coloradas" Tourist Resort in the province of Napo, Tena canton in order to provide its quality service and improve its administrative management. The methodology used was the observation where the positive and negative aspects of the spa were identified, a questionnaire was designed with open and closed questions that helped to determine tastes and preference of tourists when visiting the spa. A survey was applied to the inhabitants of Tena city and an interview with the owner of the company. Once the data was tabulated, the respective analysis and interpretation of results was carried out, in which it was identified that tourists qualify as good the service that the spa offers, they visit the place on weekends, they prefer to do family activities. In addition, a situational analysis of the spa was carried out by using the SWOT matrix to verify the current situation of the company, identifying internal and external factors that determined that the resort requires a business plan to strengthen its economic activity. During the financial evaluation, cash flow projections were made, obtaining a NPV of \$ 3,797.9; IRR of 31%, which determined that the project is feasible. It is concluded that the business plan constitutes a guide for the economic performance of the spa as it has an organizational, a marketing, a technical, and a financial plan. It is recommended to apply the strategies proposed in this marketing plan to improve the company's quality of service and thus to become more competitive.

Keywords; <A BUSINESS PLAN>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, <SWOT ANALYSIS>, <FINANCIAL EVALUATION>, <NET PRESENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)>.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad la elaboración de un Plan de Negocio para el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” de la Provincia de Napo, Cantón Tena. El Balneario Turístico “Peñas Coloradas” tiene diez años de funcionamiento el mismo que debe ser reestructurado para fortalecer el negocio, debido a que se ha venido trabajando de una manera empírica y aislada a la necesidad del cliente, no se ha realizado ningún análisis situacional que son bases fundamentales para conocer la situación actual del negocio.

El proyecto tiene como objetivo general elaborar un plan de negocio que permita fortalecer la actividad económica del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”, este plan de negocio contiene las siguientes partes; la descripción del negocio, el plan administrativo, el plan de marketing, el plan técnico y el plan financiero, como objetivos específicos efectuar la recopilación teórica mediante fuentes bibliográficas actualizadas que permitan la fundamentación del tema de investigación, realizar un análisis situacional para la identificación de necesidades del balneario turístico mediante la utilización de la matriz FODA y establecer estrategias que ayuden al fortalecimiento de la actividad comercial.

El trabajo de investigación consta de 3 capítulos descritos a continuación:

Capítulo I, Marco Teórico Referencial en este capítulo se recopila toda la información teórica sobre términos referentes a la elaboración de un plan de negocio, información de varios autores que se encuentran plasmados en libros físicos, virtuales, revistas y artículos científicos, que deben ser comprendidos y citados aplicando las normas APA vigente.

Capítulo II, Marco Metodológico en este capítulo se puede identificar la metodología utilizada, la investigación tiene un enfoque cuantitativo que permite realizar un análisis estadístico de las variables, el enfoque cualitativo permite establecer preguntas mediante el análisis de las variables de estudio. El nivel de la investigación es descriptiva ya que este tipo de investigación permite describir todos los aspectos relevantes de la investigación los mismos que servirá para realizar un análisis y posterior formular estrategias competitivas, además esta investigación es no experimental, ya que existen acontecimientos que ya sucedieron y no se pueden cambiar, solo queda observar el comportamiento para poder comprender y buscar alternativas que ayuden a mejorar el servicio que ofrece el balneario turístico.

La población objetivo de estudio es de 60.900 mil habitantes del cantón Tena, la muestra de 377 habitantes a los cuales se les aplicó una encuesta con preguntas abiertas y cerradas para conocer

los gustos y preferencias que tienen con respecto al servicio que ofrece a los turistas el balneario, para la aplicación de las encuestas se utilizó las técnicas de la observación, encuesta y entrevista y como instrumentos un cuestionario, además se establece una idea a defender.

Capítulo III, Marco de Resultado y Discusión de Resultados en este capítulo se encuentra la tabulación de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta y la información obtenida de la entrevista realizada al gerente propietario del balneario, tabulados lo datos se realizó un análisis para determinar los aspectos más relevantes de la investigación mismos que servirán para elaborar el plan de marketing.

Por último en este capítulo se encuentra la propuesta en el cual se estructura el plan de negocio, en la descripción del negocio se detalla toda la información del balneario, en el plan administrativos se estructura un organigrama con los niveles administrativos que cuenta el balneario, se elabora un manual de funciones y perfil de cargo para cada uno de los puestos que tiene el balneario, en el plan de marketing se establecieron estrategias para posicionar el nombre del balneario y atraer a los turistas locales, regionales, nacionales y extranjeros, en el plan técnico de detalla las remodelaciones que se debe realizar a la infraestructura del balneario y los procesos que se lleva a cabo para realizar ciertas actividades, en el plan financiero se encuentra datos económicos del balneario turístico antiguos y futuros mismos que mediante la aplicación de indicadores como el VAN, TIR ayudan a determinar si el proyecto es factible o no.

Para finalizar el trabajo de investigación se determinó conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes

El balneario “Peñas Coloradas”, desde su creación no cuenta con documentos normativos donde se detallan claramente las políticas internas, estudio de mercado, objetivos, por lo cual para poder realizar el plan de negocio se tomará como referencia otras investigaciones, que poseen diferentes autores similares al trabajo de titulación.

INVESTIGACIÓN 1

Tesis Titulada: PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA OPERADORA DE TURISMO “GO MOMPICHE EXPERIENCE”.

Autora: Doris Lisbania Baheza Castro

Fecha de publicación: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

INVESTIGACIÓN 2

Tesis Titulada: PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA POSICIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI.

Autor: William Adrián Quinaucho Quinaucho

Fecha de publicación: 2020

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

INVESTIGACIÓN 3

Tesis Titulada: MARKETING TURÍSTICO COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA POTENCIAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA BILOVÁN DEL CANTÓN SAN MIGUEL PROVINCIA DE BOLÍVAR.

Autora: Katherin Lisseth Velasco Guillín

Fecha de publicación: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

INVESTIGACIÓN 4

Tesis Titulada: PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS AGUAS TERMALESAGUALLANCHI DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

Autora: Nancy Maribel Pilataxi Caisapanta

Fecha de publicación: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Con la ayuda de estos antecedentes investigativos se observa que no se ha realizado una investigación del balneario turístico “Peñas Coloradas”, por lo tanto, el presente estudio es un trabajo original.

1.1.2 Reseña histórica

“PEÑAS COLORADAS”, es un balneario que se dedica a realizar actividades de esparcimiento, gastronomía y turismo en donde su principal objetivo atender las necesidades del turista en el desarrollo de esta actividad, enfocado en el ecoturismo. EL BALNEARIO “PEÑAS COLORADAS” fue fundado en el año 2002, se crea con la finalidad de generar empleo y turismo en el sector.

La idea de formar una asociación turística de cabañas surge a partir del año 2000 por parte del Sr. Jorge Mariano Tanguila Cerda y la Sra. Margarita Estefanía Andi Andi moradores de la comunidad San Pedro de Muyuna perteneciente a la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo, propietarios de un terreno de 4095m² que está al frente del río Tena, tomando en cuenta que esta zona es turística y se caracteriza por estar rodeada de majestuosa flora y fauna amazónica.

Tomando la iniciativa en el año 2002 siguiendo con esa idea de formar una asociación turística, se buscó el apoyo de 12 personas externas pertenecientes a la misma comunidad, se realizó una reunión en la cual se presentó la propuesta de crear unas cabañas al frente del río Tena, para lo cual se realizó una votación para la aprobación de dicha propuesta. Cada uno de los participantes expusieron su punto de vista y los explicaron los beneficios que traerá a todas las personas la creación de dicha cabaña. Los 12 socios aprobaron la propuesta y decidieron conformar la asociación turística Cabañas “Peñas Coloradas”, siendo este el primer nombre con la que se inició desde el año 2002 hasta el año 2008. A finales del año 2008 por la mala administración esta asociación toma de decisión de disolverse, pasando la administración a los propietarios del lugar y tomando el nombre de Balneario Turístico “Peñas Coloradas” que hasta la actualidad sigue vigente y ofreciendo sus servicios de calidad.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Planear

Planear es anticiparse al entorno en cual estará la empresa o negocio a futuro, esta acción por lo general los realizan los empresarios, empleados o emprendedores con la finalidad de tomar las mejores decisiones que ayude a alcanzar los objetivos establecidos, además permite minimizar riesgos e incertidumbre con respecto al entorno del negocio del cual forma parte o desea ser parte, planear consiste en establecer objetivos y el camino que seguirá para alcanzar los mismos (Viniestra, 2007).

1.2.2 Negocio

Un negocio es considerado como la “la realización de una serie de actividades a las que se destina u dinero específico para satisfacer, con un producto o productos, las necesidades de un segmento o grupo de consumidores” (Botero, 2010, p. 10). Una empresa no es igual que un negocio pero son inseparables es decir que una empresa es el medio para hacer un negocio con la finalidad de obtener rentabilidad.

1.2.3 Plan de negocio

Un plan de negocios es una guía en la cual se establece objetivos iniciales y las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzar dicho objetivos, es un documento en el cual se presenta los resultados alcanzados de un proceso de planeación (Weinberger, 2009).

“Plan de negocio es un documento que ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo los, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia” (Castillejo, 2015).

1.2.4 Tipos de plan de negocios

Según Weinberger (2020) establece los siguientes tipos de planes negocios:

- Plan de negocios para empresa en marcha
- Plan de negocios para nuevas empresas
- Plan de negocios para inversionistas
- Plan de negocios para administradores

Según la necesidad de la empresa o negocio existen diferentes tipos de planes de negocio que se adaptan al entorno en el cual compiten o desean ser parte.

Plan de negocios para empresa en marcha: “este tipo de planes evalúan una unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva” (Weinberger, 2020, p. 40). Este tipo de plan muestra las fortalezas y debilidades de una empresa o negocio mostrando las capacidades que tiene la dirección gerencial.

Plan de negocios para nuevas empresas: “se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha” (Weinberger, 2020, p. 40). En este tipo de planes de negocio se detalla la descripción de la idea, como los objetivos principales, las estrategias y los planes de acción que se requiere para lograr las metas propuestas por la empresa.

Plan de negocios para inversionistas: este tipo de plan de negocio es un documento en el cual se redacta los aspectos más relevantes, la información sobre la idea de negocio o de la empresa en marcha, con la finalidad de atraer el interés de los inversionistas, la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión son los dos aspectos de gran interés para el inversionista ya que mediante la evaluación financiera se toma la decisión de invertir o no en el negocio propuesto (Weinberger, 2020, p. 40).

Plan de negocios para administradores: “este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa” (Weinberger, 2020, p. 40).

1.2.5 Estructura de plan de negocio

La estructura de un plan de negocio permite al lector tener una mejor visibilidad de los componentes generales que tiene:

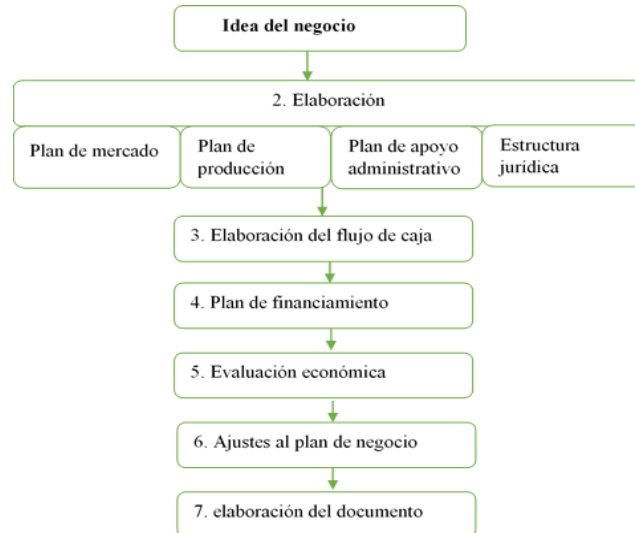


Figura 1-1: Estructura del Plan de Negocio
Fuente: (Botero, 2010)

Weinberger (2009) propone la siguiente estructura de plan de negocio para las empresas en marcha cada emprendedor e inversionista puede optar por la mejor estructura de acorde a su necesidad.

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)
Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> • Historia de la empresa • Análisis de la industria • Productos y servicios ofrecidos • Estados financieros • Equipo gerencial
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.
Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Estrategias de crecimiento y expansión • Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas
Análisis de la infraestructura
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa
Modelo financiero
Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones
Anexos

Figura 2-1: Estructura plan de negocio para empresas en marcha
Fuente: (Weinberger, 2009)

Según la profundidad del tema el empresario o inversionista puede optar por modificar el contenido del plan de negocio (Hurtado, 2011).

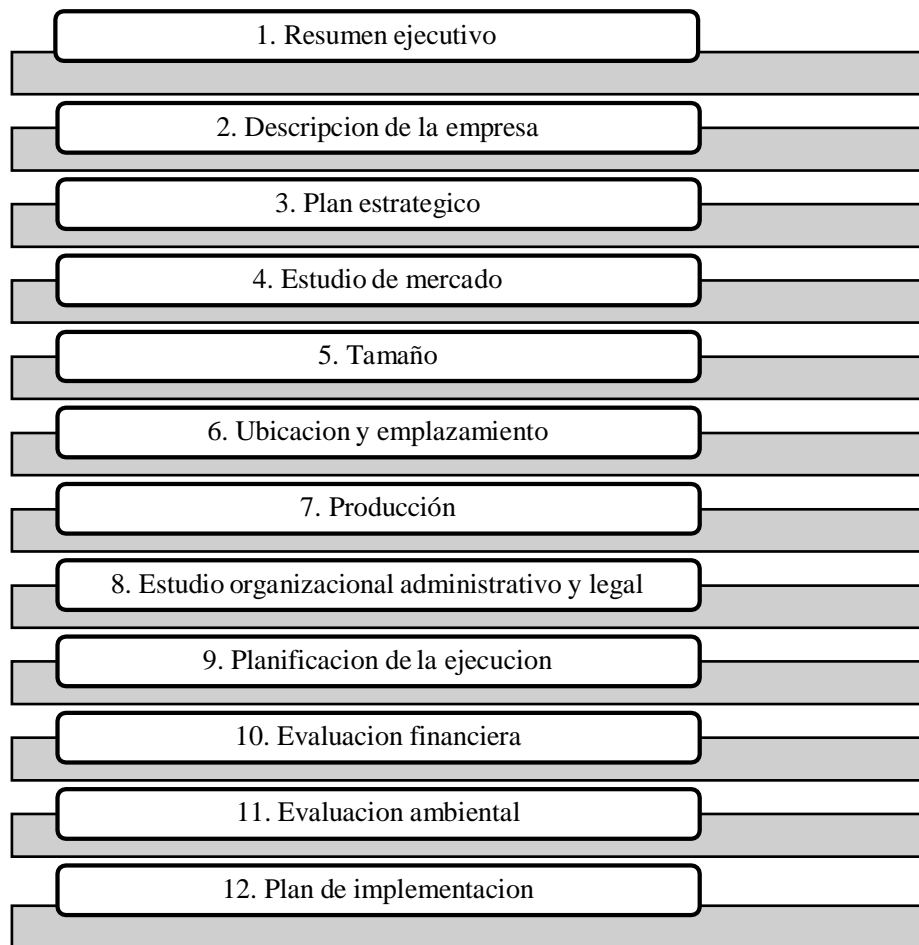


Figura 3-1: Contenido del plan de negocio
Fuente: (Hurtado, 2011)

1.2.6 Plan organizacional

“El plan organizacional analiza la estructura interna de una empresa, detallando cada departamento de tu organigrama personal y funciones. Ayuda a delimitar responsabilidades y obligaciones a cada empleado y departamento de tu empresa, para un correcto funcionamiento” (Trenza, 2019).

Es de gran importancia identificar la estructura organizacional, los puestos existentes o los que se requiere para el buen funcionamiento de la empresa y funciones acorde a cada área que desempeña el talento humano, es indispensable identificar al mejor equipo de talento humano que va a formar parte de la misma ya que ellos serán los que ayuden a alcanzar los objetivos establecidos.

1.2.7 Plan de marketing

“Es un documento en el cual se establece las estrategias y actividades que se ejecutaran para alcanzar los objetivos establecidos por la empresa, dichas actividades deben ser claras y precisas” (Fischer & Espejo, 2011, p. 29). El plan de marketing corresponde al área comercial existen varios esquemas de plan de marketing la personas responsable de desarrollar el plan debe adaptarlo a las necesidades de la empresa ya que este será una guía de comercialización de los productos o servicios. Dentro del plan de marketing se establecen estrategias para vender el producto o servicio, por lo cual en primer lugar se debe identificar al segmento de mercado al cual va dirigido el bien/servicio. Preguntas a ser consideradas antes de realizar el plan de marketing

- ¿Qué producto o servicio vamos a ofrecer al mercado?
- ¿Cuál será el precio de venta del bien/ servicio?
- ¿Cuáles serán los canales de distribución y comercialización?
- ¿Qué medios se utilizará para dar a conocer el producto?

Marketing Mix

El marketing mix realiza un análisis del comportamiento del mercado y de los consumidores, con la finalidad de buscar estrategias que ayuden a fidelizar mediante la satisfacción de necesidades a los clientes. El marketing mix combina el producto, precio, plaza y promoción para crear estrategias que ayuden a incrementar el consumo de bienes /servicios que ofrece la empresa o negocio (Olivier, 2020).



Figura 4-1: Proceso de construcción de plan de negocio
Fuente: Elaboración propia

Producto: con referencia al producto es necesario diferenciar si es un bien o servicio ya que estos son diferentes, los clientes buscan en ellos beneficios que satisfagan sus necesidades.

Precio: es la cantidad de dinero que el cliente paga por adquirir un bien o un servicio, el precio ayuda a determinar los beneficios que tendrá la empresa, este precio debe ser competitivo con la competencia.

Plaza: se debe identificar el mercado objetivo al cual se dirige el producto, determinar los canales de posicionamiento y distribución eficientes que sea accesible para los consumidores potenciales.

Promoción: ayuda a que el bien o servicio sea reconocido, esto se logra mediante la publicidad en los medios de comunicación como: televisión, radios, prensa, redes sociales y volantes. La promoción de boca a boca es un medio de comunicación informal de gran utilidad ya que los clientes satisfechos son los encargados de recomendar el bien o servicios por la experiencia que tuvieron.

La combinación de las 4p ayuda a la empresa a colocar al producto en el lugar adecuado, a un precio justo esto ayuda a que la empresa sea exitosa y reconocida (Olivier, 2020).

1.2.8 Plan financiero

El plan de negocio ayuda a determinar cuánto dinero se necesita para ejecutar el plan de negocio, integra los demás planes y refleja las decisiones que se tomaron con respecto al costo del bien o servicio, la contratación de nuevo personal, la publicidad, entre otras estas decisiones pueden afectar de manera significativa en el plan financiero.

Importancia del plan financiero:

- Determina los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocio.
- Determina los costos totales del negocio, es decir, los costos de producción, ventas y administración.
- Determina el monto de inversión inicial necesaria para dar inicio al negocio.
- Determina las necesidades de financiamiento y las ventajas y desventajas de cada alternativa.
- Proyecta los estados financieros, los cuales servirán para guiar las actividades de la empresa cuando esté en marcha.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocio.

El plan financiero permite a los empresarios y/o inversionistas conocer la rentabilidad del negocios, cuánto van a invertir y en qué tiempo se recupera la inversión (Weinberger, 2009, p. 93)

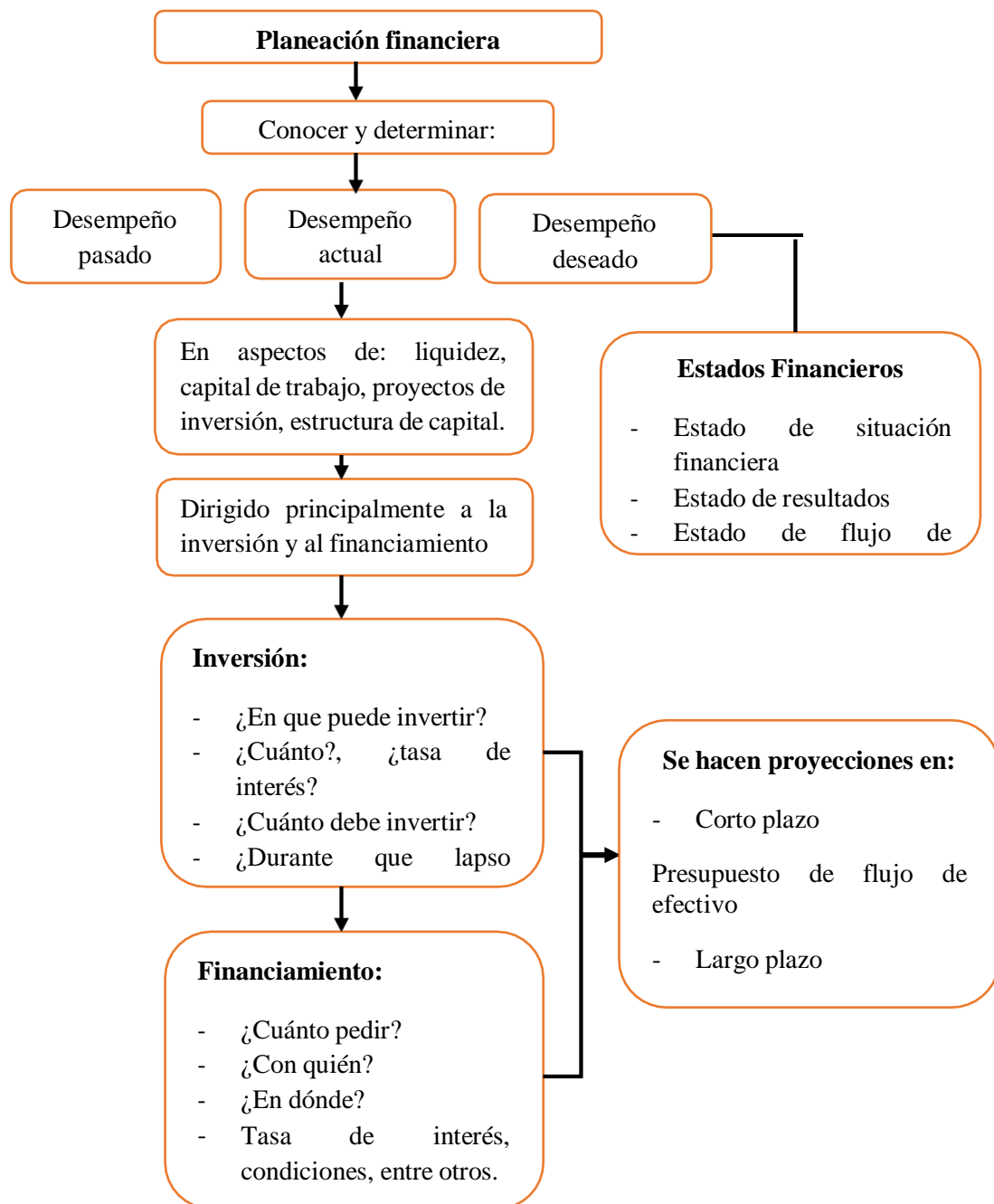


Gráfico 1-1: Estructura del Plan Financiero
Fuente: (Morales & Morales, 2014)

1.2.9 Análisis FODA

La Matriz FODA realiza un análisis de las fortalezas y debilidades factores interno y las oportunidades y amenazas factores externo de la empresa. Este análisis se realizara para desarrollar planes estratégicos en el cual se establecen estrategias que aprovechen las fortalezas y oportunidades de la empresa y de la misma manera minimice las debilidades y amenazas, realizando un análisis de la organización y del ambiente que lo rodea (Martinez, 2016).

Fortalezas: son ventajas competitivas que tiene la empresa frente a sus competidores, mercado en el cual vende sus bienes o servicios.

Oportunidades: aspectos favorables para la empresa como por ejemplo, nuevo mercado, mejor condiciones regulatorias, tecnología, entre otros.

Debilidades: son consideradas como limitaciones o deficiencias que puede tener la empresa ante sus competidores o adquisición de recursos.

Amenazas: representa la condición desfavorable o riesgo que presenta en el ambiente de la empresa como por ejemplo, nuevos competidores, nuevas tecnologías, cambios en la regulación legal.

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

Figura 5-1: Estructura Matriz FODA
Realizado por: Tanguila E. 2020

1.2.10 Turismo

Según la Ley de Turismo de la República del Ecuador (2009) en su Art.2 define “turismo es el ejercicio de toda las actividades asociada con el desplazamiento de persona hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimos de radicarse permanentemente en ellos”.

Por otra parte la organización Mundial del Turismo define al turismo como actividades que realizan las personas movilizándose hacia otros lugares distintos a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio, trabajo, motivos de recreación, cultura u otros motivos, por un tiempo determinado que puede ser inferior a un año (Sancho, 2020).

1.2.11 Tipos de turismo

Para Ledhesma (2018) los tipos de turismo son los siguientes:

- **Turismo corporal:** hace referencia a la experiencia que tiene el cuerpo del turista y esto puede ser turismo de salud, turismo de gestación, turismo sexual, turismo activo.
- **Turismo intelectual:** este tipo de turismo se centra en los aspectos intelectuales del turista como por ejemplo el turismo religioso, educativo, gastronómico, virtual.
- **Turismo material:** el turista tiene la experiencia con la adquisición de objetos únicos a cambio de dinero u otros objetos. Este tipo de turismo puede realizarse por la compra, venta, canje, entre otros.
- **Turismo ambiental:** el turista busca tener contacto con la naturaleza y todos los elementos que forman parte de ella, esta actividad también es conocida como ecoturismo o turismo ecológico.

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de la investigación

Para la presente investigación se utilizó los siguientes enfoques:

Enfoque cuantitativos: “Mide las variables de un determinado contexto mediante la utilización de métodos estadísticos que permiten analizar de mejor manera la hipótesis formulada” (Fernandez, 2016).

Este enfoque se utilizó para realizar el cálculo de la muestra, procesamiento de datos estadísticos obtenidos de la aplicación de las encuestas, para efectuar cálculos que serán utilizados en el análisis económicos – financiero los mismos que ayudaron a obtener resultados relevantes.

Enfoque cualitativo: Realiza un análisis de las variables de estudio, formulando preguntas para la investigación para posterior transformarlo en hipótesis (Ortega, 2018).

Este enfoque se utilizó para identificar las variables de estudio relacionadas al problema, mismas que son utilizadas en las encuestas para obtener información verídica y confiable, para posterior realizar un análisis y establecer soluciones.

Estos dos enfoques permitieron realizar un análisis del tema de estudios ya que el enfoque cuantitativo mide las variables mediante métodos estadísticos y el enfoque cualitativo ayuda a establecer preguntas antes, durante y después de la investigación que ayuden a la formulación de estrategia que conforman parte del plan de negocio.

2.2 Nivel de investigación

2.2.1 *Investigación descriptiva*

La investigación descriptiva “es un método de carácter científico que involucra observar y describir el comportamiento de un grupo de personas sin influir sobre ellos de ninguna manera” (Shuttleworth, 2020).

La investigación descriptiva se utilizó para describir los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Tena, además este tipo de investigación permitió conocer la

situación de balneario turístico, sus características administrativas y las diferentes actividades que se llevan a cabo en dicho lugar.

2.3 Diseño de investigación

2.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

No experimental

“Este tipo de investigación no manipula previamente las variables que busca interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos en su estado natural” (Raffino, 2020). Mediante la observación de los fenómenos posteriormente se realiza un análisis de las variables, en el entorno a ser estudiado existen fenómenos que ya sucedieron y no se puede cambiar.

La investigación experimental se aplicó para realizar la observación de los acontecimientos que suceden en el balneario turístico, acontecimientos que no se pueden manipular o influir, Para posterior definir variables a ser investigadas con la finalidad de buscar soluciones.

2.3.2 Según la intervención en el trabajo de campo

Este proyecto de investigación es transversal debido a que el estudio se lo realiza en un entorno determinando como es el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” y se recolectó datos por una sola vez mediante la aplicación de las encuestas.

2.4 Tipo de estudio

2.4.1 Investigación de campo

“Fidias Arias define a la investigación de campo como aquella en la cual los datos se recolectan o provienen directamente de los sujetos investigados en la que ocurre los hechos primarios” (Cajal, 2020). Por lo tanto la investigación de campo permite obtener información de fuentes primarias, mediante la aplicación de encuestas, entrevistas, grupos focales, sobre su vivencia cotidiana, para comprender, observar ciertas acciones, este tipo de investigación busca obtener datos, información para ser analizados.

La investigación de campo se utilizó en la obtención de información de fuentes primarias, es decir de la aplicación de encuestas a los habitantes del cantón Tena y la aplicación de la entrevista al gerente propietario del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”.

2.5 Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

2.5.1 Población

Según Benassini (2014), define a la población como un “conjunto de todos los posibles elementos que intervienen en un experimento o un estudio”. Para la presente investigación la población de estudio son los 60.900 habitantes del cantón Tena según datos del INEC (2010).

2.5.2 Muestra

Según Benassini (2014), la muestra es “un porcentaje de la población que se extrae para su estudio y que debe ser lo más representativo posible de las características de dicha población”. La muestra para la investigación es de 377 encuestas a ser aplicadas a los habitantes del Cantón Tena y una entrevista al gerente propietario de balneario “Peñas Coloradas”.

Fórmula de cálculo de la muestra

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

Descripción de la fórmula:

N Tamaño de la muestra

Z Desviación estándar (nivel de confianza 95% = 1.96)

N Tamaño poblacional

P Porcentaje de la población con la característica

Q (1-p) % que no tiene la característica

E Máximo error admisible (5%)

Realizado por: Tanguila E. 2020

Cálculo de muestra

DATOS

N	¿
Z	1.96
N	60.900 habitantes del Cantón Tena
P	55% PEA
Q	45%
E	5%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * 60900 * 0,55 * 0,45}{0,05^2 (60900 - 1) + (1,96^2 * 0,55 * 0,45)}$$

$$n = 377 \text{ encuestas}$$

N° encuestas

377 encuestas a ser aplicadas a los habitantes del Cantón Tena.

Entrevista

Gerente propietario

2.6 Método, técnicas, instrumento de investigación

2.6.1 Método

Inductivo

Este método consiste de ir de lo particular a lo general, “se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales” (Vásquez, 2016).

Este método permitió realizar un análisis de la situación actual del Balneario Turístico Peñas Coloradas, y posteriormente se estableció acciones y estrategias que ayuden a mejorar la admiración de dio lugar.

Deductivo

“Este método va de lo general a lo específico, una vez comprobado y verificado se procede a aplicar en contextos particulares” (Prieto, 2017).

El método deductivo se utilizó en el análisis de las teorías investigadas que forman parte del marco metodológico, del análisis se obtuvo conclusiones validas que sirvieron de guía para elaborar el plan de negocios.

2.6.2 Técnicas

Para Munch & Ángeles (2015) “las técnicas es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se efectúa el método”. Para la presente investigación se utilizara las siguientes técnicas:

Observación: es una técnica que permite conocer de mejor manera cual es el comportamiento de las personas en un lugar determinado.

Con la aplicación de esta técnica se pudo observar el comportamiento de los turistas que visitan el balneario, conocer los gustos y preferencias que tienen sobre el lugar, la comida, la atención.

Encuesta: esta técnica permite obtener información de fuentes primaria mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas referente al tema de investigación.

Esta técnica se utilizó en la aplicación de la encuesta a los habitantes del cantón Tena con preguntas enfocadas en conocer la percepción que tienen sobre los servicios que ofrece el balneario turístico.

Entrevista: técnica que consiste en llevar a cabo una reunión entre dos o más personas en la cual se procede a realizar una serie de preguntas previamente diseñadas.

La técnica se aplicó al realizar una entrevista con preguntas previamente diseñadas al gerente propietario del balneario con la finalidad de conocer cuál es su opinión sobre la administración de dicho lugar, esto ayudará a conocer que aspectos es necesario incluir en el plan de negocios.

2.6.3 Instrumento

Cuestionario: es un formulario que consta de preguntas abiertas y cerradas, son elaboradas con la finalidad de obtener información de fuentes primaria mediante su aplicación, dichas preguntas deben tener un orden coherente.

Este instrumento se utilizó para diseñar las preguntas de la encuesta, cada uno acorde a la necesidad de la investigación como es conocer los gustos y preferencias de los turistas que han visitado el balneario.

2.7 Idea a defender

El diseño de un Plan De Negocio para el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” de la Provincia de Napo, Cantón Tena permitirá fortalecer la gestión administrativa.

2.8 Variables

- **Independiente**

Plan De Negocio

- **Dependiente**

Permitirá fortalecer la gestión administrativa.

CAPÍTULO III

3 MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LO RESULTADOS

3.1 Resultados

3.1.1 Análisis de resultados de las encuestas

Datos informativos

Tabla 1-3: Tabulación Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	162	43%
Masculino	215	57%
	377	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

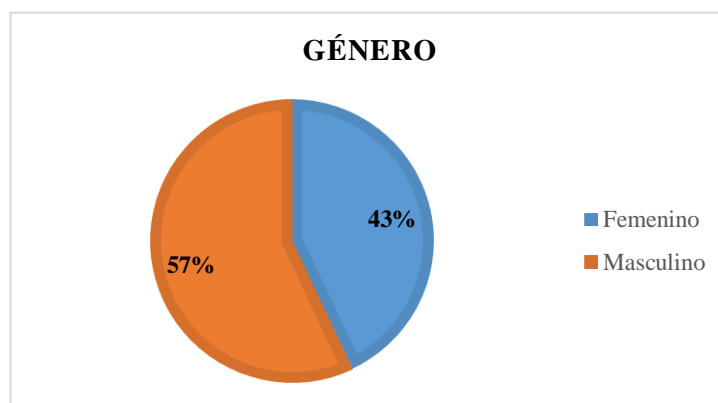


Gráfico 1-3: Género

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Según los resultados obtenidos de las 377 personas encuestadas, 162 que representa el 43% son del género femenino y 215 personas que representan el 57% con del género masculino. Se determinó que la mayoría de las personas encuestadas son del género masculino.

Tabla 2-3: Tabulación Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-26	241	64
27-40	91	24
41-59	34	9
más de 60 años	11	3
	377	100%

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

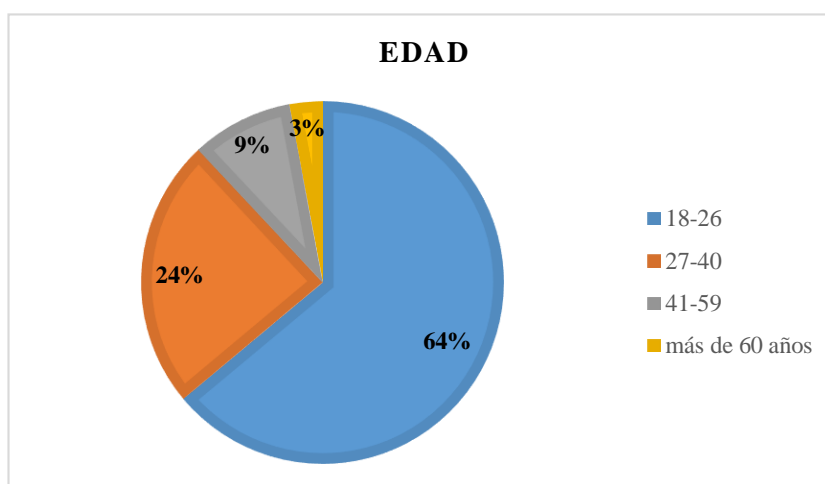


Gráfico 2-3: Edad
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Como se puede observar de las 377 personas encuestadas, 241 que representa el 64% tiene una edad de 18-26 años, 91 personas que representa el 24% tiene una edad de 27-40 años, 34 personas que representa el 9% tiene 41-59 años y 11 personas que representan el 3% tienen más de 60 años. Se puede identificar que la mayoría de las personas encuestadas tienen de 18 a 26 años de edad.

Pregunta 1: ¿Conoce usted el balneario Peñas Coloradas?

Tabla 3-3: Conoce le Balneario

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	358	95
No	19	5
	377	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

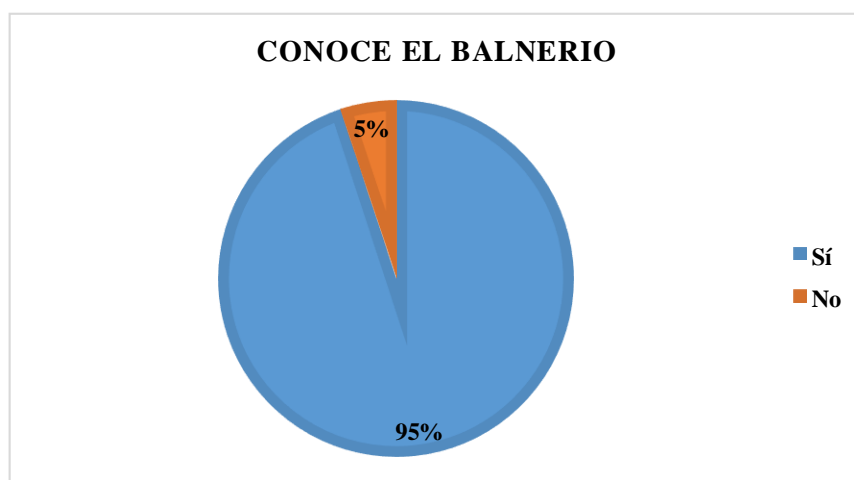


Gráfico 3-3: Conocimiento del balneario

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Acorde a los datos obtenidos de las 377 personas encuestadas, 358 que representa el 95% afirmaron conocer el balneario turístico, mientras que 19 personas que representan el 5% negaron conocer el lugar. Por tanto la mayoría de las personas encuestadas conoce el balneario turístico.

Pregunta 2: ¿Cada que tiempo usted visita el balneario?

Tabla 4-3: Tiempo de Visita

	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	122	34
Mensual	93	26
Cada 3 meses	68	19
1 vez al año	75	21
	358	100%

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

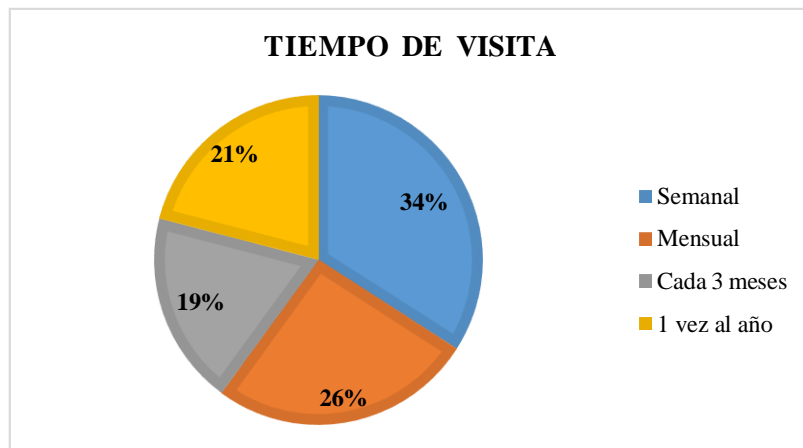


Gráfico 4-3: Tiempo de Visita
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

De los datos obtenidos de las 358 personas encuestadas y que afirmaron que conocen el lugar, 122 personas que representan el 34% visitan el balneario de manera semanal, 93 personas que representan el 26% visitan el balneario de manera mensual, 68 personas que representa el 19% visitan el balneario cada 3 meses y 75 personas que representan el 21% lo realizan una vez al año. Se concluyó que la mayoría de personas visitan el balneario turístico cada semana.

Pregunta 3: ¿En qué período acostumbra visitar el Balneario?

Tabla 5-3: Días de visita

	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Viernes	36	10
Sábados y domingos	218	61
Días Feriados	104	29
	358	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

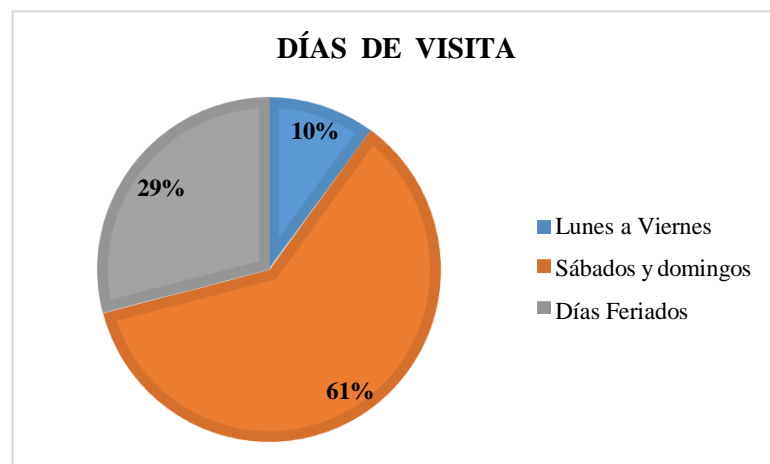


Gráfico 5-3: Días de visita

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Según datos de la tabla y gráfico de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 36 personas que representan el 10% visitan el lugar de lunes a viernes, 218 personas que representan el 61% visitan el lugar los sábados y domingos y 104 personas que representan el 29% visita el lugar los días feriados. Se identificó que la mayoría de las personas visitan el balneario turístico los sábados y domingos.

Pregunta 4: ¿Qué medio utiliza usted para llegar al Balneario?

Tabla 6-3: Medio de transporte

	Frecuencia	Porcentaje
Transporte privado	115	32
Transporte público	82	23
Taxi	68	19
Caminando	79	22
Otro medio	14	4
	358	100%

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

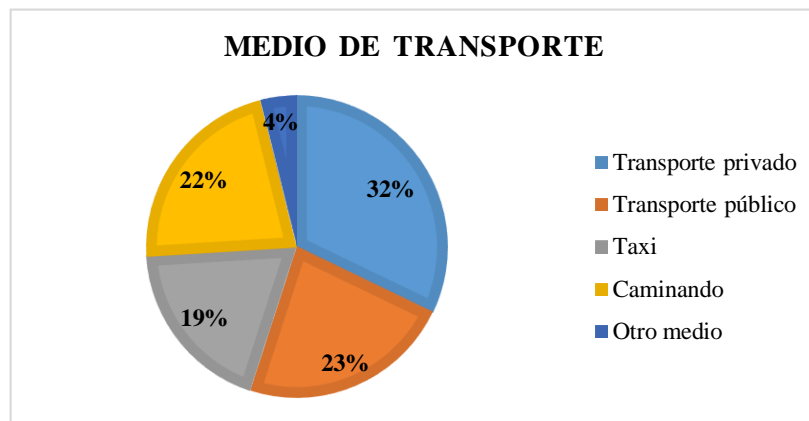


Gráfico 6-3: Medio de transporte
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

La información obtenida de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 115 personas que representan el 32% utilizan transporte privado para llegar al balneario, 82 personas que representa el 23% utilizan transporte público, 68 personas que representan el 19% utilizan taxi, 79 personas que representan el 22% llegan al lugar caminando y 14 personas que representa el 4% utiliza otros medios como la bicicleta. Se determinó que la mayoría de las personas utilizan transporte privado para llegar al lugar.

Pregunta 5: ¿Porque motivo usted visita el balneario?

Tabla 7-3: Motivo de visita

	Frecuencia	Porcentaje
Paseo familiar	240	67
Grupos de colegio	7	2
Grupo de iglesia	4	1
Otro	107	30
	358	100%

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

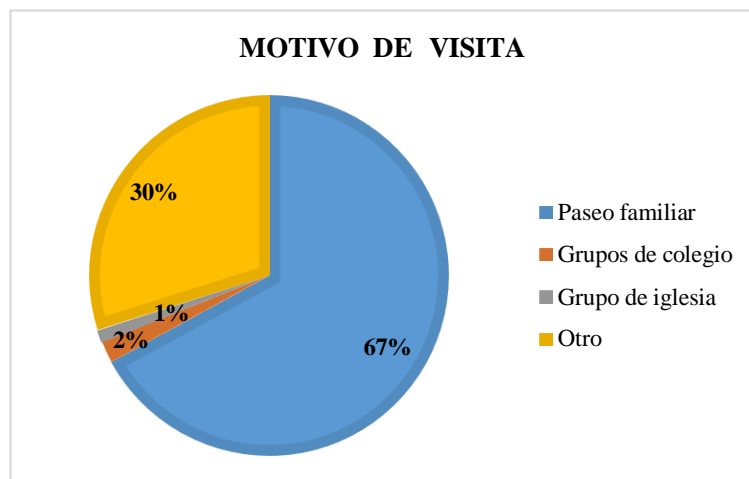


Gráfico 7-3: Motivo de visita
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Como se puede observar en la tabla y gráfico de las 358 personas encuestadas y afirmaron conocer el balneario turístico, 240 personas que representan el 67% visitan el lugar por motivo de paseo familiar, 7 personas que representan el 2% visitan el lugar por paseos escolares, 4 personas que representan el 1% por paseos de grupos de iglesias y 107 personas que representa el 30% visitan el lugar por otros motivos como paseo entre amigos, aniversarios. Por tanto se identificó que la mayoría de las personas visitan el lugar por motivos de paseo familiar.

Pregunta 6: ¿Con cuántas personas usted asiste regularmente al Balneario?

Tabla 8-3: Número de acompañantes

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	7	2
2 a 4 personas	147	41
5 a 7 personas	129	36
8 a 9 personas	32	9
10 o más personas	43	12
	358	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

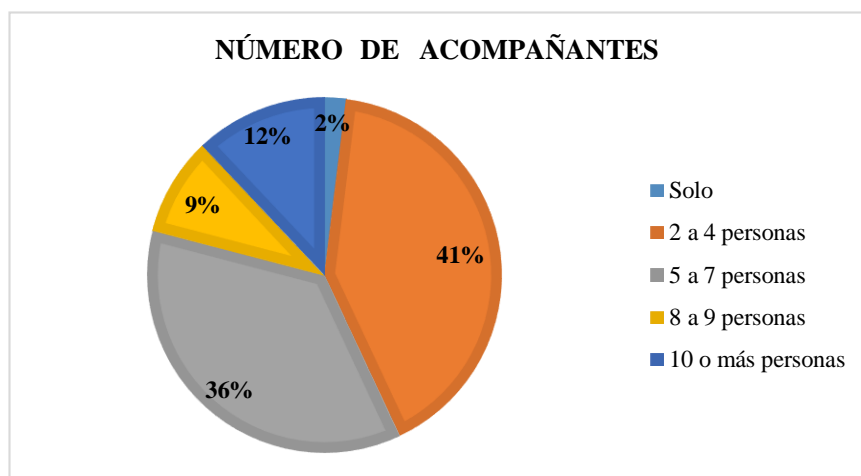


Gráfico 8-3: Número de acompañantes

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Acorde a los resultados obtenidos de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 7 personas que representa el 2% visita el lugar solo, 147 personas que representa el 41% visitan el lugar acompañados de 2-4 personas, 129 que representa el 36% visita el lugar acompañado de 5-7 personas, 32 que representan el 9% visitan el lugar acompañados de 8-9 personas y 43 que representan el 12% visitan el lugar acompañados de 10 o más personas. Se concluye que la mayoría de las personas visitan el lugar acompañados de 2-4 personas.

Pregunta 7: ¿Qué es lo que más le gusta del Balneario?

Tabla 9-3: Qué le gusta del balneario

	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	18	5
Tranquilidad	79	22
Belleza del ambiente	222	62
Alimentación	14	4
Otro	25	7
	358	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

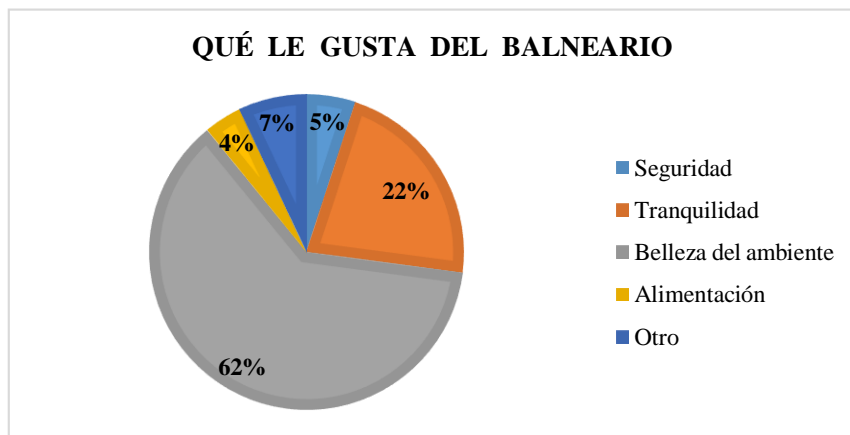


Gráfico 9-3: Qué le gusta del balneario

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

En la tabla y gráfico se puede observar que de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 18 personas que representan el 5% les gusta la seguridad del balneario, 79 personas que representan el 22% les gusta la tranquilidad, 222 personas que representan 62% les gusta la belleza del ambiente, 14 personas que representan el 4% les gusta la alimentación del lugar y 25 personas que representa el 7% les gusta otros aspectos como el bar, la choza para hacer parrilladas, las peñas. Se concretó que la mayoría de personas les gusta la belleza del ambiente del balneario.

Pregunta 8: ¿Qué actividad disfruta usted realizar en el balneario?

Tabla 10-3: Actividad que realiza

	Frecuencia	Porcentaje
Compartir con familia	143	40
Compartir con amigos	83	23
Desestresarse	125	35
Otro	7	2
	358	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

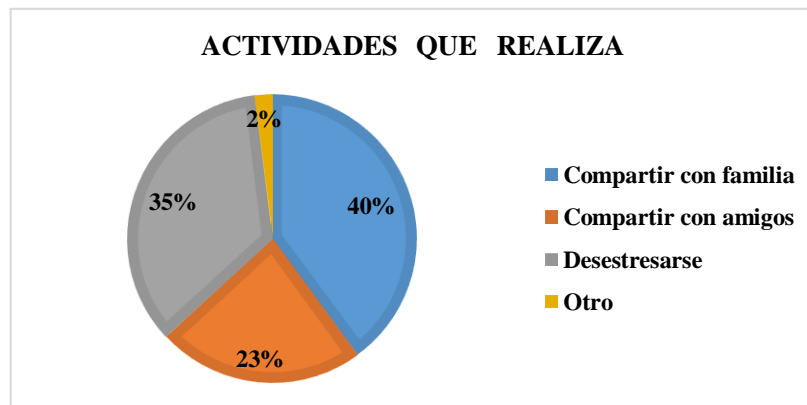


Gráfico 10-3: Actividades que realiza

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

De los datos obtenidos de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 143 personas que representan el 40% les gusta realizar actividades que puedan compartir entre la familia, 83 personas que representa el 23% les gustan las actividades que puedan realizar entre amigos, 125 personas que representa el 35% les gusta realizara actividades para desestresarse y 7 personas que representa el 2% realizan actividades como cocinar, jugar. Se determinó que la mayoría de personas les gusta realizar actividades para compartir en familia.

Pregunta 9: ¿Cuántas horas aproximadamente permanece en el balneario cada vez que lo visita?

Tabla 11-3: Horas que permanece en el balneario

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 horas	86	24
2 a 4 horas	218	61
Más de 6 horas	54	15
	358	100%

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

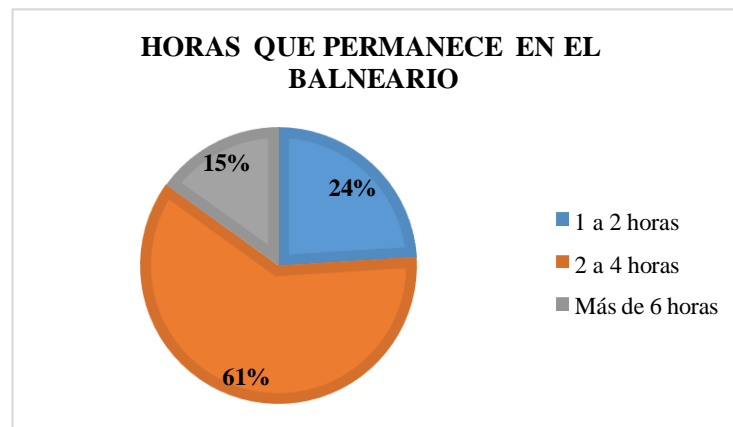


Gráfico 11-3: Horas que permanece en el balneario
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

De los resultados se puede concluir que de las 358 personas encuestadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 86 personas que representan el 24% permanece en el balneario de 1-2 horas, 218 personas que representan el 61% permanece en el lugar de 2-4 horas y 54 personas que representan el 15 % permanecen en el lugar más de 6 horas. Se observó que la mayoría de las personas permanecen en el lugar de 2 a 4 horas.

Pregunta 10: ¿Cómo evalúa los servicios que brinda el balneario?

Tabla 12-3: Calidad de los servicios

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Accesibilidad	101	122	16	0
Entrada principal	68	131	43	0
Estacionamiento	75	132	36	0
Áreas verdes	117	112	17	0
Áreas deportivas	113	115	17	0

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

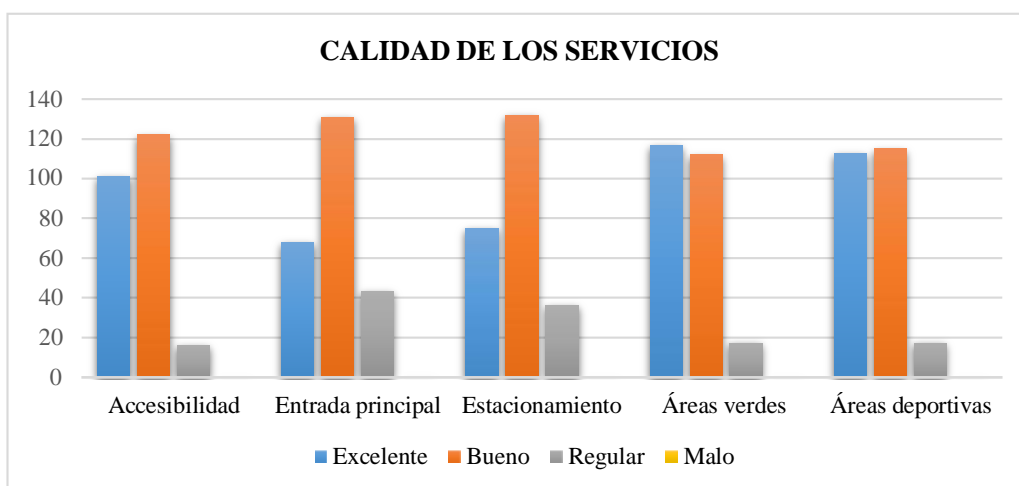


Gráfico 12-3: Calidad de los servicios
Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

Acorde a la información obtenida de las 358 personas encuetadas y que afirmaron conocer el balneario turístico, 101 personas calificaron a la accesibilidad como excelente, 122 como bueno, y 16 como regular, 68 personas calificaron a la entrada principal como excelente, 131 como bueno y 43 como regular, al estacionamiento 75 personas calificaron como excelente, 132 como bueno y 36 como regular, al área verde 117 personas calificaron como excelente, 112 como bueno, 17 como regular, al área deportiva 113 personas calificaron como excelente, 115 como bueno y 17 como regular. Se concluyó que la mayoría de las personas califican a los servicios que ofrece el balneario como bueno.

3.1.2 Análisis de resultados de la entrevista Gerente del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

Tabla 13-3: Información del Gerente

DATOS GENERALES DEL GERENTE DEL BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”	
Nombres y Apellidos:	Jorge Mariano Tanguila Cerda
Edad:	63
Formación académica:	Bachiller
Experiencia:	Guía turístico, atención al cliente

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 14-3: Entrevista al Gerente

N°	PREGUNTAS	RESPUESTA
1	¿El balneario turístico cuenta con un plan de negocios?	No cuenta con ningún plan de negocios
2	¿Cree usted que al implementar un plan de negocio en el balneario pueda atraer un mayor número de visitantes?	Si, al implementar el plan de negocio se ampliaría casetas de descanso como también chozas para hacer parrilladas, hospedaje, entretenimientos servicios de recreación etc.
3	¿Qué tipo de servicios ofrece el balneario?	En el balneario los servicios que ofrece son: <ul style="list-style-type: none"> • Choza para parrilladas • Restaurante • Bar • Cancha de vóley • Cancha de indor • Río

4	¿Usted considera que el balneario está en un lugar accesible?	Sí, el balneario está ubicada cerca del río tena donde las personas vienen a relajarse compartir con amigos, familias etc. El río es tranquilo, atractivo y no hay peligro.
5	¿Qué estrategias se aplican para promocionar al balneario?	Ofertar nuestros servicios en temporada baja sea para instituciones o asociaciones
6	¿Considera que es necesario aplicar nuevas estrategias de promoción para un mejor posicionamiento del balneario?	Sí, es necesario aplicar para dar a conocer el lugar de mejor manera y así llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros.
7	¿Cuáles cree que son los aspectos positivos y negativos del balneario?	<p>Aspectos Positivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal. • Mejora de servicio de calidad <p>Aspectos Negativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de coordinación por parte administrador • Infraestructura inadecuada • Falta de remodelación
8	¿Cuántos colaboradores disponen el balneario y cuáles son sus funciones?	<p>El balneario cuenta con 16 colaboradores sus funciones son:</p> <p>Gerencia, contadora, cocinera y ayudantes de cocina, cajero de bar y ayudante, salvavidas, vigilantes personal de mantenimiento y limpieza.</p>

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

3.2 Discusión de resultados

Realizada la tabulación de los datos y el respetivo análisis de determino los siguientes aspectos relevantes:

- De las 377 personas encuestadas 358 concomen el balneario turístico, vistan el lugar de manera semanal en especial los fines de semana, utilizan medios de transporte privados y públicos, realizan actividades que puedan compartir en familia, visitan el lugar con compañía de 2-4 personas, permanecen en el lugar de 2-4 horas y califican a los servicios que ofrece el lugar como bueno.
- Con respecto a la entrevista realizada al señor gerente, se identificó que el balneario turístico no cuenta con un plan de negocio y su administración lo realizan de manera empírica, consideran que contar con un plan de negocio le ayudaría a administra de mejor manera el balneario ya que desean implantar nuevos atractivos como construir más chozas para realizar parrilladas, hospedaje y más áreas recreativas, los aspectos negativos que tiene el balneario es la infraestructura y la falta de remodelación.

Considerando estos hallazgos se propone realizar un plan organizacional como guía para mejorar la admiración del balneario, desarrollar un plan de marketing con estrategias que ayuden a incrementar el número de turistas que ingresen al lugar, promocionar los servicios que ofrece me manera eficiente, y un plan financiero que permitirá realizar un análisis sobre la viabilidad de la implantación del plan de negocio.

3.3 Propuesta

3.3.1 Tema

Elaboración de un Plan de Negocio para el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” de la provincia de Napo, cantón Tena.

3.3.2 Objetivos de la propuesta

- Efectuar un análisis situacional del balneario turístico.
- Desarrollar un plan organizacional.
- Crear un plan marketing.
- Establecer un plan técnico.
- Realizar una evaluación financiera.

3.3.3 Descripción del negocio – Análisis situacional

3.3.3.1 Aspectos generales del balneario turístico

Tabla 15-3: Datos informativos del negocio

Nombre del negocio	El balneario turístico “Peñas Coloradas”
Representante legal	Jorge Mariano Tanguila Cerda
RUC	1500156177001
Dirección	Avenida Muyuna, parroquia San Juan Muyuna, comunidad San Pedro de Tena
Teléfonos	0969980926
Correo electrónico	jmarianot@hotmail.com
Horario de atención	Los días viernes, sábados y domingos de 7:00 am – 18:00 pm

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.3.2 Logotipo



Figura 1-3: Logotipo
Realizado por: Tanguila E. 2020

El logotipo del balneario turístico está enfocado en los siguientes aspectos

- Imagen está enfocada en la actividad económica del negocio.
- El río que representa al río Tena.
- El árbol la vegetación que rodea al balneario turístico.
- Las peñas que posee el río.

3.3.3.3 Descripción del balneario turístico

El balneario turístico “Peñas Coloradas” brinda sus servicios turísticos, gastronómicos y de esparcimiento a los turistas locales, nacionales y extranjeros, cuenta con un espacio amplio rodeado de naturaleza, un hermoso río, playa y peñas que posee el río Tena, ideal para descansar y pasar momentos agradables en familia y amigos.

3.3.3.4 Antecedentes del balneario turístico

La idea de formar una asociación turística de cabañas surge a partir del año 2000 por parte del Sr. Jorge Mariano Tanguila Cerda y la Sra. Margarita Estefanía Andi Andi moradores de la comunidad San Pedro de Muyuna perteneciente a la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo, propietarios de un terreno de 4095m² que está al frente del río Tena, tomando en cuenta que esta zona es turística y se caracteriza por estar rodeada de majestuosa flora y fauna amazónica.

Tomando la iniciativa en el año 2002 siguiendo con esa idea de formar una asociación turística, se buscó el apoyo de 12 personas externas pertenecientes a la misma comunidad, se realizó una reunión en la cual se presentó la propuesta de crear unas cabañas al frente del río Tena, para lo cual se realizó una votación para la aprobación de dicha propuesta. Cada uno de los participantes

expusieron su punto de vista y los explicaron los beneficios que traerá a todas las personas la creación de dichas cabañas. Los 12 socios aprobaron la propuesta y decidieron conformar la asociación turística Cabañas “Peñas Coloradas”, siendo este el primer nombre con la que se inició desde el año 2002 hasta el año 2008. A finales del año 2008 por la mala administración esta asociación toma de decisión de disolverse, pasando la administración a los propietarios del lugar y tomando el nombre de Balneario Turístico “Peñas Coloradas” que hasta la actualidad sigue vigente y ofreciendo sus servicios de calidad.

3.3.3.5 Servicios que ofrece

- Restaurante que ofrece platos típicos de la provincia.
- Servicio de bar.
- Alquiler de una pequeña cabaña para realizar parrilladas.
- Canchas deportivas de vóley e indor.
- Servicio de alquiler del lugar para pequeños eventos casuales.
- Acceso al río.
- Alquiler de canoa.

3.3.3.6 Localización

Tabla 16-3: Localización

País	Ecuador
Provincia	Napo
Cantón	Tena
Parroquia	San Juan de Muyuna
Comunidad	San Pedro de Tena

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

Macro localización



Figura 2-3: Macro-localización

Fuente: GoogleMap

Micro localización

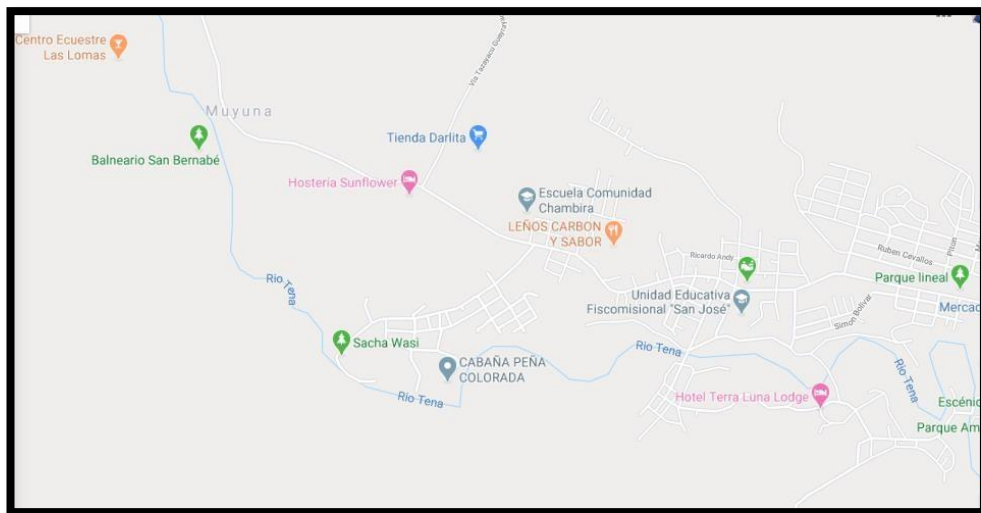


Figura 3-3: Micro-localización

Fuente: GoogleMap

3.3.3.7 Direccionamiento estratégico propuesto

Misión

Balneario Turístico “Peñas Coloradas” es un negocio familiar que brinda servicio de turismo de calidad con un ambiente agradable, comprometidos en satisfacer las necesidades de los turistas locales, nacionales y extranjero que buscan tener contacto con la naturaleza, momentos de descanso y diversión. Promoviendo así el desarrollo del turismo local sostenible y responsable con la naturaleza.

Visión

En 5 años, Balneario Turístico “Peñas Coloradas” será un negocio familiar reconocido a nivel nacional por brindar un servicio de turismo responsable, enfocados en el cuidado y preservación del medio ambiente, con una administración eficiente y eficaz, creando innovadoras actividades de turismo y manteniendo una buena relación con los turistas que visiten el lugar.

Valores organizacionales

Los valores organizacionales son una guía de convivencia que permite tener una buena relación laboral dentro y fuera del balneario entre el los trabajadores del lugar con la finalidad alcanzar los objetivos organizacionales. Los valores organizacionales con los que cuenta el balneario son:

Tabla 17-3: Valores organizacionales propuesto

Valores organizacionales	Descripción
Respeto	Mantener un comportamiento adecuado dentro y fuera del balneario turístico con los clientes, trabajadores, proveedores y demás personas.
Honestidad	Tener una comunicación transparente, clara y precisa con los trabajadores, clientes, proveedores y demás personas.
Responsabilidad	Cumplir con las actividades encomendadas por el gerente a tiempo y de mejor manera.
Amabilidad con el cliente	Mantener una actitud carismática, brindar un trato amable y amigable a los clientes.
Eficiencia	Los trabajadores deben realizar las actividades a tiempo, cumpliendo con los requerimientos establecidos para cada actividad.
Seguridad	Garantizar la seguridad a los clientes, trabajadores y demás personas que visiten el balneario turístico.
Proactividad	Mantener una actitud proactiva ante cualquier situación futura que pueda presentarse.
Trabajo en equipo	Tener una buena comunicación entre compañeros de trabajo, ayudarse mutuamente para cumplir objetivos.

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.3.8 *Políticas de higiene y seguridad para los trabajadores del balneario turístico*

Los trabajadores del balneario turístico deberán acatar las siguientes disposiciones:

- Uso obligatorio del uniforme de trabajo.
- Mantener en condiciones limpias el uniforme.
- Precautelar la seguridad de los turistas.
- Cuidar las áreas del balneario.
- Mantener limpias las áreas del balneario.

3.3.3.9 *Políticas propuestas para ingresar al balneario turístico*

Las siguientes políticas se proponen con el objetivo de precautelar la seguridad de los turistas durante su estadía en el balneario. Los turistas locales, regionales, nacionales y extranjeros deben cumplir las siguientes políticas para ingresar al balneario.

- Los turistas deben cuidar sus pertenencias.
- Cuidar a los niños menores de 5 años.
- No ingresar al río en estado de ebriedad.
- No ingresar al río con alimentos.
- No botar la basura en el río
- Colocar la basura en los respectivos tachos.
- Proporcionar información sobre las actividades que van a realizar en el balneario durante su estadía.

3.3.4 Plan Organizacional

3.3.4.1 Organigrama

Estructura organizacional del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

El Balneario Turístico “Peñas Coloradas”, no cuenta una estructura organizacional.

Por lo tanto se propone la siguiente estructura organizacional de tipo micro administrativo vertical y funcional, debido a que el Balneario Turístico no cuenta con muchos trabajadores y la autoridad se centra en una sola persona.

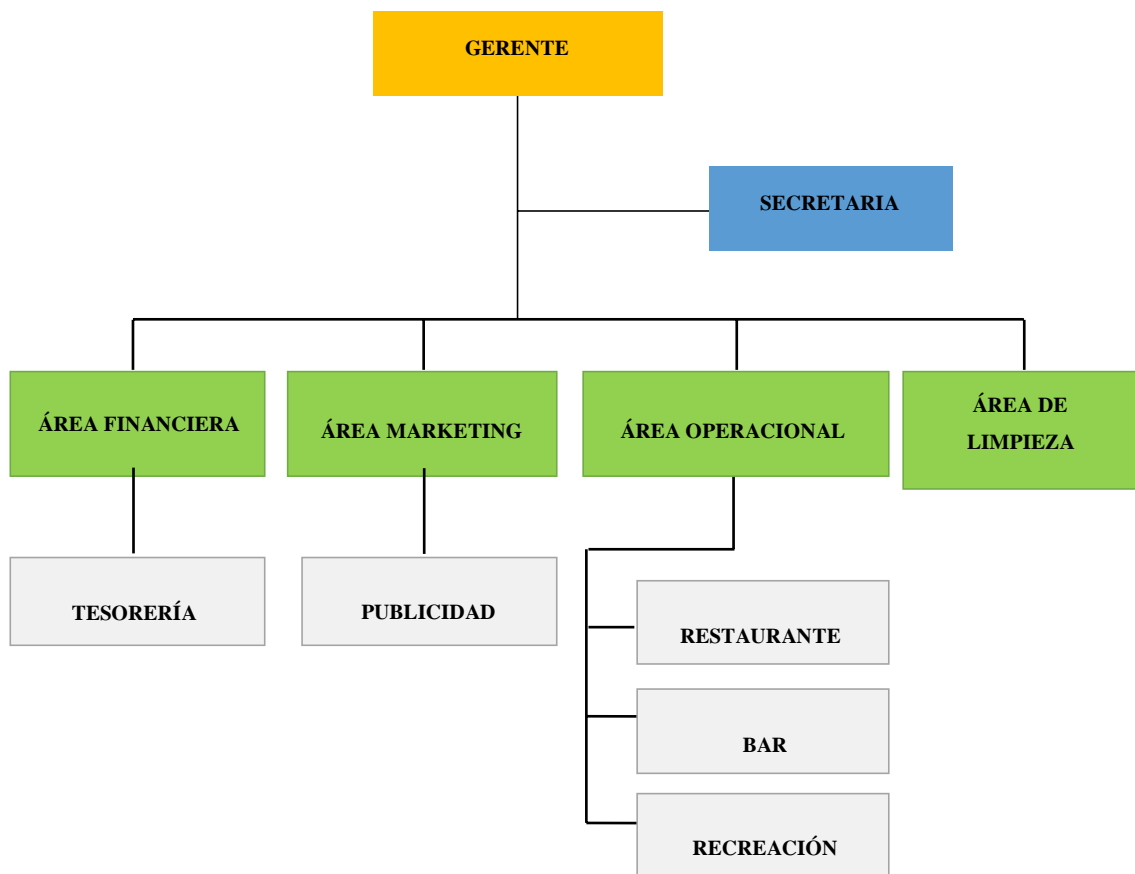



Gráfico 13-3: Estructura Organizacional
Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.4.2 Manual de funciones y descripción de cargos


El Balneario Turístico “Peñas Coloradas” cuenta con los siguientes puestos laborales: un administrador, secretaria, un recaudador, un publicista, una cocinera, un ayudante de cocina, un ayudante de bar, un trabajador turístico y una persona para el servicio de limpieza, que deben cumplir con las siguientes funciones y perfil de cargo.

Tabla 18-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Gerente

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 1
Nombre del cargo: Gerente			
Nivel de cargo: Administrativo			
Descripción del cargo			
Persona encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades a llevarse a cabo en el balneario turístico, tomar decisiones y buscar soluciones sobre las situaciones que se puedan presentar.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal del balneario turístico. • Establecer los objetivos a corto y largo plazo. • Planificar las actividades que se realizaran en el año. • Organizar la estructura de la empresa, cargos y funciones. • Tomar decisiones sobre situaciones de la empresa, como la contratación y capacitación del personal. • Mantener una constante comunicación con todo el personal. • Controlar las actividades planificadas. • Supervisar al personal. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Ingeniero o Licenciado en Administración de Empresas		
Experiencia:	Experiencia de uno a dos años en cargos administrativos o similares.		
Competencias:	Proactivo, responsable, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, liderazgo, creativo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 19-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Secretaria

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 2
Nombre del cargo: Secretaria			
Nivel de cargo: Asistencial			
Descripción del cargo			
Realizar actividades asistenciales conjuntamente con gerencia.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de documentos. • Llevar la agenda de eventos actualizada. • Llevar los registros de las reuniones. • Atender llamadas telefónicas. • Proporcionar información sobre los servicios que ofrece el balneario. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Licenciada en secretariado bilingüe o carreras afines		
Experiencia:	Experiencia mínima de un año en cargos similares.		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 20-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Recaudador

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 3
Nombre del cargo: Recaudador			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Realizar actividades de recaudación de dinero que ingresa a caja por motivos de pagos de entradas al balneario turístico y por las actividades de esparcimiento.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los turistas. • Realizar el cobro de las entradas. • Realizar el cobro de la recepción del salón de eventos. • Archivar las facturas de copras y ventas. • Realizar arqueo de caja al finalizar el día. • Efectuar informes al final del día sobre el ingreso a caja. • Mantener constante comunicación con el gerente o secretaria. • Entregar el dinero al finalizar el día al gerente. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Lic/Ing. en Contabilidad, Auxiliar contable o cargos afines		
Experiencia:	Experiencia mínima de un año en cargos similares.		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 21-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Publicista

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 4
Nombre del cargo: Publicista – Departamento de Marketing			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Persona encargada de la publicidad del balneario, planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de promoción de los servicios.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar estrategias de publicidad para dar a conocer los servicios que ofrece el balneario. • Utilizar las redes sociales y otros medios de comunicación para promocionar los servicios. • Determinar el presupuesto por cada estrategia. • Realizar un análisis de la competencia, conocer los servicios que ofrecen, medios de comunicación que utilizan para promocionar sus servicios y las estrategias que utilizan. • Emitir un informe mensual a gerencias sobre las actividades realizadas. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Lic/Ing. en Marketing		
Experiencia:	Experiencia mínima de un año en cargos similares.		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 22-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Cocinera

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 5
Nombre del cargo: Cocinera – Área de negocios			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Realizar la preparación de los diferentes menús que ofrece el balneario con las respetivas normas de higiene y seguridad.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los menús de cada día en las condiciones higiénicas sanitarias. • Mantener el orden en el lugar de trabajo. • Realizar inventarios de los alimentos. • Realizar las comprar de los alimentos. • Controlar el trabajo del ayudante. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	No requiere profesión		
Experiencia:	Experiencia mínima de 3 años en preparación de platos típicos de la amazonia.		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 23-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Ayudante de cocina

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 6
Nombre del cargo: Ayudante de cocina – Área de negocios			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Efectuar actividades de ayuda en el área de cocina cumpliendo las respectivas normas de higiene y seguridad.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los turistas. • Proporcionar información a los turistas sobre los diferentes menús que ofrece el balneario. • Tomar la orden. • Cobrar el valor de los menús. • Entregar el pedido a los turistas. • Realizar un registro de los ingresos. • Entregar el dinero recaudado al finalizar el día a tesorería. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Bachillerato		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 años como ayudante de cocina.		
Competencias	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 24-3: Manual de funciones y perfil de cargo – Ayudante de bar

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 7
Nombre del cargo: Ayudante de bar– Área de negocios			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Ejecutar actividades dentro del área de trabajo, brindando un servicio de calidad a los turistas.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los turistas. • Brindar información sobre las bebidas que se ofrece en el bar. • Realizar un inventario de manera semanal. • Efectuar las comprar de las bebidas. • Llevar un registro de los ingresos y egresos. • Entregar el dinero de las ventas al terminar el día a tesorería. • Emitir un informe a gerencia semanalmente. • Realizar la limpieza del bar. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Bachillerato		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 años en atención en bares		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		


Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 25-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Trabajador turístico

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 8
Nombre del cargo: Trabajador turístico – Área de negocios			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Coordinar las actividades de recreación del balneario, cumpliendo con las respectivas normas de seguridad.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los turistas • Proporcionar información sobre las actividades deportivas del día y sobre la ubicación del restaurante, bar, canchas deportivas, cabañas río, servicios higiénicos, entre otros. • Planificar las actividades de recreación de manera mensual. • Organizar campeonatos de indor y vóley los fines de semana. • Cuidar las cachas y los implementos deportivos. • Resguardar la seguridad de los turistas cuando estén en el río. • Dar charlas a los turistas sobre las normas de seguridad que deben tomar antes de ingresar al río. • Dar primeros auxilios en caso de requerir. • Efectuar un informe semanal y presentar a gerencia. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Bachillerato		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 años cargos similares		
Competencias:	Responsable, buena comunicación, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso, proactivo.		

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 26-3: Manual de funciones y perfil de cargo - Personal de limpieza

BALNEARIO TURÍSTICO “PEÑAS COLORADAS”			PÁG. 9
Nombre del cargo: Personal de limpieza – Área de negocios			
Nivel de cargo: Operativo			
Descripción del cargo			
Realizar la limpieza de todas las áreas de balneario turístico cumpliendo las respectivas normas de seguridad e higiene.			
Funciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar información a los turistas en caso que se requiera. • Llevar a cabo la limpieza del balneario y sus alrededores. • Dar limpieza a los servicios higiénicos y vestidores. • Cuidar los jardines del balneario. • Mantener en orden la bodega y cuidar los implementos de limpieza. • Otras funciones afines que le asigne el inmediato superior. 			
Perfil de cargo			
Profesión:	Bachillerato		
Experiencia:	Experiencia mínima de 1 años en servicios de limpieza.		
Competencias:	Responsable, honesto, disciplinado, trabajo en equipo, compromiso.		

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.4.3 Administración de salarios

Para la asignación de salarios se debe considerar que la secretaria recaudador, publicista, cocinera, ayudante de cocina, ayudante de bar, trabajador turísticos y el personal de servicio de limpieza solo trabajan los días viernes, sábado y domingos, por lo que el pago del salario se lo realiza por días de trabajo. El gerente del balneario no recibe ningún tipo de remuneración, debido a que es el propietario del negocio.

Tabla 27-3: Administración de salarios

N°	CARGOS	DÍAS DE TRABAJO AL MES	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Secretaria	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
2	Recaudador	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
3	Publicista	4	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
4	Cocinera	8	\$ 20,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
5	Ayudante de cocina	8	\$ 15,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
6	Ayudante de bar	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
7	Trabajador turístico	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
8	Servicio de limpieza	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
TOTAL SALARIOS					\$ 14.880,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5 Plan de Marketing

3.3.5.1 Análisis Matriz FODA

Tabla 28-3: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura propia• Ambiente saludable• Atención al cliente de calidad• Precios accesibles• Variedad de actividades que puede realizar el turista• Gastronomía con platos típicos y reconocidos	<ul style="list-style-type: none">• Realizar convenios con agencia de viajes• Convenios con hoteles de la ciudad• Ubicación geográfica del balneario
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Administración empírica• Carencia de estrategias de publicidad para dar a conocer el lugar• Personal no capacitado• Infraestructura inadecuada para los turistas• Falta de remodelación del balneario	<ul style="list-style-type: none">• Situación económica del país• Nuevas competencias• Cambios climáticos• Pandemia

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 29-3. Matriz de estrategias

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos	<p>F1. Infraestructura propia</p> <p>F2. Ambiente saludable</p> <p>F3. Atención al cliente de calidad</p> <p>F4. Precios accesibles</p> <p>F5. Variedad de actividades que puede realizar el turista</p> <p>F6. Gastronomía con platos típicos y reconocidos</p>	<p>D1. Administración empírica</p> <p>D2. Carencia de estrategias de publicidad para dar a conocer el lugar</p> <p>D3. Personal no capacitado</p> <p>D4. Infraestructura inadecuada para los turistas</p> <p>D5. Falta de remodelación del balneario</p>
Amenazas	FA	DA
<p>A1. Situación económica del país</p> <p>A2. Nuevas competencias</p> <p>A3. Cambios climáticos</p> <p>A4. Pandemia</p>	<p>1.- Remodelar el balneario turístico con nuevos atractivos (F1, F2, A2).</p> <p>2.- Crear nuevas actividades de esparcimiento (F5, A2).</p> <p>3.- Construir pequeñas cabañas individuales (F1, A3).</p>	<p>1.- Implementar un plan de negocio con estrategias que ayuden a mejorar el negocio (D1, A2)</p> <p>2.- Desarrollar estrategias de marketing que ayuden a promocionar los servicios que ofrece el balneario (D2, A2).</p> <p>3.- Capacitar al personal (D3, A2).</p>

Oportunidades	FO	DO
<p>O1. Realizar convenios con agencia de viajes</p> <p>O2. Convenios con hoteles de la ciudad</p> <p>O3. Ubicación geográfica del balneario</p>	<p>1.- Realizar convenios con agencias de viajes y hoteles de la ciudad para atraer más clientes (O1, F2).</p> <p>2.- Realizar eventos de platos típicos de la provincia (O3, F6).</p>	<p>1.- Promocionar descuento en el ingreso al balneario (D2, O3).</p> <p>2.- Realizar publicidad de los convenios en los diferentes medios de comunicación (TV, radio, prensa, rede sociales) (D2, O3).</p> <p>3.- Construir habitaciones para hospedar a los turistas (D4, O3)</p>

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.2 Segmento de mercado

Tabla 30-3: Segmento de mercado

SEGMENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
Nivel socioeconómico	<ul style="list-style-type: none">• Está dirigido para todo el público general• Turistas con ingresos altos, medios y bajos
Género	Masculino y femenino
Edad	<ul style="list-style-type: none">• Niños de 1-12 años• Jóvenes de 13-17 años• Jóvenes adultos de 18-35 años• Adultos de 36-64 años• Tercera edad de 65 años en adelante
Por lugar de residencia	<ul style="list-style-type: none">• Turistas locales• Turistas regionales• Turistas nacionales• Turistas extranjeros
Por estilo de vida	<ul style="list-style-type: none">• Turistas amantes de la naturaleza• Búsqueda de tranquilidad• Amantes del deporte• Búsqueda de diversión en familia

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.3 Análisis de la demanda y oferta

Demanda

Los datos históricos que registra el balneario turístico con respecto a la demanda del año 2019 de los servicios son los siguientes:

Tabla 31-3: Demanda año 2019

N°	Servicios	Demanda año 2019
1	Ingreso al balneario	4800
2	Alquiler de canoa	4600
3	Alquiler de cabaña para parrilladas sin implementos de cocina	100
4	Alquiler de cabaña para parrilladas con implementos de cocina	48
5	Alquiler de las instalaciones del balneario para pequeños eventos sociales	14
Total demanda		9.562

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.4 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Napo que es del 3% según datos del INEC 2010, se considera este porcentaje considerando que los turistas que frecuenta al balneario son de la provincia.

Fórmula de cálculo

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

P _n	Demanda del año n
P _o	Demanda del año actual
I	Tasa de crecimiento poblacional (3%)
N	Número de años a ser proyectados

Para realizar la proyección de la demanda se considera los datos de la cantidad de turistas que visitaron el balneario en el año 2019 que es de 4.800 turistas entre locales, regionales, nacionales y extranjeros.

Tabla 32-3: Demanda proyectada

N°	Años	Demanda Proyectada
0	2019	4800
1	2021	4944
2	2022	5245
3	2023	5731
4	2024	6451
5	2025	7478

Realizado por: Tanguila E. 2020

Oferta

Tabla 33-3: Oferta año 2019

Centros turísticos	Descripción	Capacidad mensual	Capacidad anual
Complejo los Cedros	Ubicada en la Parroquia Muyuna, cuenta con piscinas, canchas deportivas, bar y acceso al río.	40 personas	480
Balneario las Sogas	Se encuentra ubicada en el barrio San Antonio, a 2 km de la ciudad Tena, en el sector denominado La Soga, es un balneario que cuenta con las adecuaciones necesarias para los turistas, como canchas deportivas y un bar que ofrece bebidas y alimentos.	200 personas	2.400
Balneario Bernabé	Ubicada en la parroquia Muyuna, a tan solo 10 minutos de la ciudad de Tena. La entrada es gratuita, el río Lupi es el encargado de formar las piscinas naturales.	50 personas	600
Hostería Piedras Dorada	Ubicada a km de la ciudad Tena, rodeada por el río Tena ofrece servicios de alojamiento, bar, piscinas, canchas deportivas.	40 personas	480
Total oferta			3.960

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.5 Oferta proyectada

Tabla 34-3: Oferta proyectada

N°	Años	Oferta Proyectada
0	2019	3069
1	2021	3161
2	2022	3354
3	2023	3665
4	2024	4124
5	2025	4781

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.6 Demanda insatisfecha

DI: Demanda - Oferta

Tabla 35-3: Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2021	4944	3161	1783
2022	5245	3354	1892
2023	5731	3665	2067
2024	6451	4124	2326
2025	7478	4781	2697

Realizado por: Tanguila E. 2020

Realizada la proyección de la demanda y oferta se pudo identificar que existe una demanda insatisfechas significativa, que debe ser cubierta para lo cual se establecerá estrategias de marketing.

3.3.5.7 Marketing Mix

a) Producto

El servicio de turismo es considerado un producto intangible, el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” cuenta con los siguientes servicios:

- Restaurante que ofrece platos típicos de la zona.



Figura 4-3: Restaurante
Fuente: Tanguila E. 2020

- Servicio de bar.



Figura 5-3: Bar
Fuente: Tanguila E. 2020

- Alquiler de una pequeña cabaña para realizar parrilladas



Figura 6-3: Cabaña para parrilladas
Fuente: Tanguila E. 2020

- Canchas deportivas de vóley e indor.



Figura 7-3: Canchas deportivas
Fuente: Tanguila E. 2020

- Servicio de alquiler del lugar para pequeños eventos casuales.



Figura 8-3: Sala de eventos
Fuente: Tanguila E. 2020

- Acceso al río.



Figura 9-3: Río Tena
Fuente: Tanguila E. 2020

- Alquiler de canoa.



Figura 10-3: Alquiler de canoa
Fuente: Tanguila E. 2020

b) Precio

El precio de los servicios que ofrece el balneario turístico se detalla a continuación:

Tabla 36-3: Precio de los servicios

SERVICIO	DETALLE	PRECIO
Ingreso al balneario	Niños menores de 5 a 12 años	No pagan
	De 12 a 17 años	\$ 1,00
	Adultos	\$ 2,00
Restaurante que ofrece platos típicos de la zona.	Maito de tilapia	\$ 4,00
	Asados	\$ 2,50
	Caldo de gallina criolla	\$ 2,50
	Parrilladas	\$ 3,50
	Asado de chontacuro	\$1,25
Servicio de bar	Variedad de bebidas alcohólicas, no alcohólicas y snacks	
Alquiler de una cocina para realizar parrilladas	Incluye implementos de cocina	\$ 10,00
Alquiler de pequeña choza para realizar parrilladas	No incluye implementos de cocina	\$ 5,00
Canchas deportivas de vóley e indor.	No tiene costo	-
Servicio de alquiler del lugar para pequeñas eventos casuales.	Alquiler con los servicios básicos	\$ 60,00
Acceso al río.	Acceso libre con las respectivas normas de seguridad	-
Alquiler de canoa.	Una hora	\$ 2,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Tanguila E. 2020

c) Plaza

El Balneario Turístico “Peñas Coloradas” está ubicada en la provincia de Napo, cantón Tena, parroquia San Juan de Muyuna, Comunidad San Pedro De Muyuna. Lugar en el cual se dará a conocer lo servicios que ofrece el balneario.

d) Promoción

Con la finalidad de posicionar el nombre del balneario turístico en la mente de las personas, se deben establecer estrategias publicitarias en los diferentes medios de comunicación que capte la atención de las personas.

Además se propone incentivar a los turistas a que visiten y recomienden el balneario con la entrega de incentivos como camisetas y gorras.

Entrega de tarjetas de presentación en los lugares aledaños al balneario con la información de los servicios que ofrece.

3.3.5.8 Estrategias de marketing

Estrategia N° 1

Tabla 37-3: Estrategia 1: Capacitar al personal

Estrategia	Capacitar al personal que labora en el balneario.
Objetivo	Tener un personal capacitado que brinden atención de calidad a los turistas que visiten el lugar.
Importancia	Brindar un servicio de calidad a los turistas es de gran importancia para que ellos se sientan cómodos y satisfechos con el servicio del lugar y posterior lo puedan recomendar a los demás.
Alcance	Gerente, secretaria, recaudador, publicista, personal de cocina, y limpieza.
Referencia	Según información obtenida del análisis FODA realizado.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Contratar a un profesional para que imparta la capacitación en temas como: atención al cliente, contabilidad, protocolos de seguridad.• Establecer un cronograma para realizar la capacitación.• Informar al personal sobre la capacitación.
Tiempo de ejecución	Se realizara una en el año
Indicador	Personal capacitado/ total personal
Responsable	Gerente, secretaria
Presupuesto general	\$ 300,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N° 2

Tabla 38-3: Estrategia 2: Uniformes para el personal

Estrategia	Uniformes para el personal
Objetivo	Proporcionar uniformes al personal
Importancia	Diseñar uniformes con el logotipo del balneario con la finalidad que los turistas puedan identificar al balneario.
Alcance	Todo el personal del balneario.
Referencia	Según información obtenida del análisis FODA realizado.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Diseño del logotipo del balneario.• Confeccionar las camisetas y gorras.• Entregar los uniformes al personal.
Tiempo de ejecución	Se realizara dos veces al año
Indicador	Numero de uniformes entregados al año / número de trabajadores
Responsable	Gerente, secretaria
Presupuesto general	<ul style="list-style-type: none">• Camisetas valor unitarios \$ 8• Gorras valor unitario \$ 5 <p>Unidades 20 camisetas y 20 gorras</p> <p>Total \$ 260</p>

Realizado por: Tanguila E. 2020



Figura 11-3: Diseño camiseta
Realizado por: Tanguila E. 2020



Figura 12-3: Diseño gorra negra
Realizado por: Tanguila E. 2020



Figura 13-3: Diseño gorra verde
Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N° 3

Tabla 39-3: Estrategia 3: Publicidad redes sociales

Estrategia	Publicidad en redes sociales
Objetivo	Diseñar una página en Facebook para compartir información sobre los servicios que ofrece el balneario.
Importancia	En la actualidad las redes sociales son un medio de comunicación indispensable en la cual se puede compartir información son ningún costo y abarcar a una gran cantidad personas que visiten la página.
Alcance	Área de Publicidad
Referencia	Según información obtenida del análisis FODA realizado.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de una página de Facebook con toda la información sobre el balneario.• Realizar publicaciones con fotos del lugar.
Tiempo de ejecución	Todo los días viernes, durante el año
Indicador	Número de visualizaciones al finalizar el día / Numero de visualizaciones al inicio del días
Responsable	Publicista
Presupuesto general	Internet \$ 20

Realizado por: Tanguila E. 2020

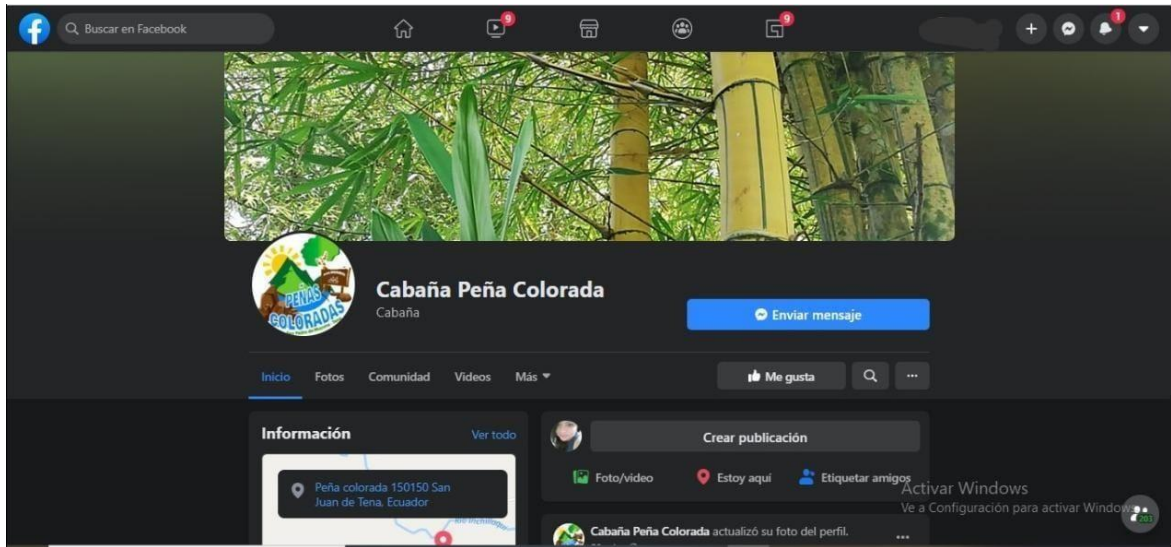


Figura 14-3: Publicidad redes sociales
Realizado por: Tanguila E. 2020

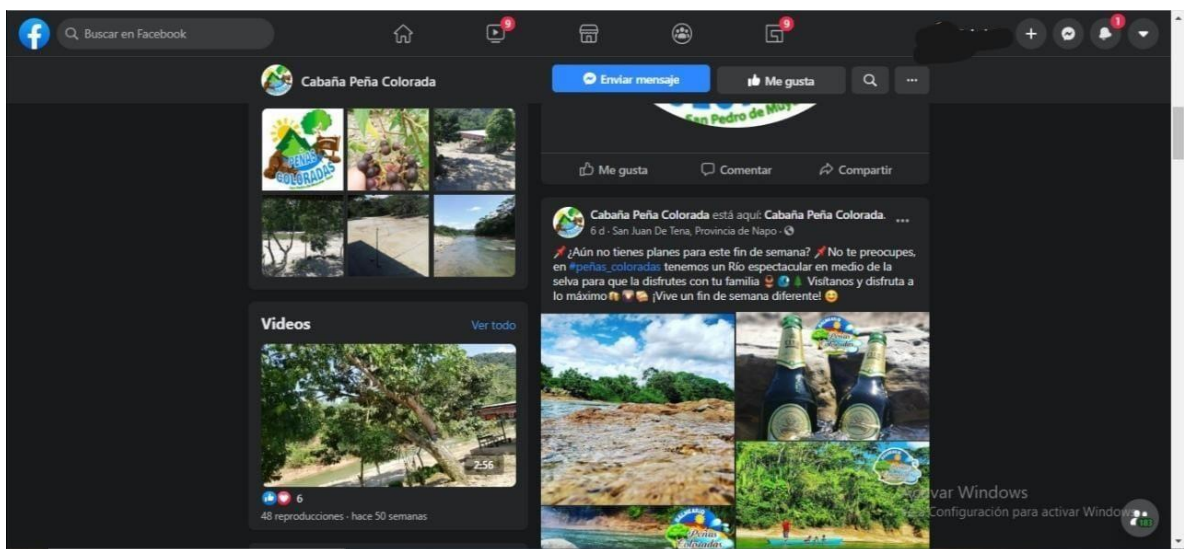


Figura 15-3: Publicaciones en redes sociales
Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N° 4

Tabla 40-3: Estrategia 4: Publicidad radio

Estrategia	Publicidad en la radio
Objetivo	Promocionar los servicios que ofrece el balneario turístico en un medio de comunicación (radio) de mayor popularidad, para captar la atención de más turistas.
Importancia	Los medios de comunicación tradicionales son medios efectivos para promocionar los servicios de manera eficiente.
Alcance	Área de Publicidad
Referencia	Según información obtenida del análisis FODA realizado.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar una emisora más popular de la provincia.• Seleccionar la cuña publicitaria.• Realizar un contrato con la emisora
Tiempo de ejecución	Todo los días durante el año
Indicador	Nuevos turistas/ total turistas registrados
Responsable	Gerente, Publicista
Presupuesto general	Cuñas publicitaria \$ 100

Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N° 5

Tabla 41-3: Estrategia 5: Material publicitario

Estrategia	Material publicitario
Objetivo	Diseñar material publicitario impreso
Importancia	Es indispensable contar con material publicitario impreso para entregar a los turistas que llegan al balneario y poder proporcionar información sobre los servicios que ofrece.
Alcance	Área de marketing
Referencia	Según información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar tarjetas y trípticos con la información básica de los servicios que ofrece el balneario.• Asignar a una persona para que entregue el material publicitario los días jueves en el centro de la ciudad.• Entregar tarjetas de presentación a los turistas que ingresan al balneario.
Tiempo de ejecución	Los días jueves, de cada mes durante el año.
Indicador	Número de turistas nuevos / número total de turistas registrados
Responsable	Publicista
Presupuesto general	\$150

Realizado por: Tanguila E. 2020



Figura 16-3: Material publicitario
Realizado por: Tanguila E. 2020



Figura 17-3: Tarjeta de presentación
Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N°6

Tabla 42-3: Estrategia 6: Aniversario del balneario

Estrategia	Evento por aniversario del balneario.
Objetivo	Realizar un evento por el aniversario del balneario turístico.
Importancia	Las festividades son un medio para captar la atención de las personas, debido a que proporciona momentos de diversión.
Alcance	Área de marketing
Referencia	Según información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Programar un evento por el aniversario del balneario.• Planificar actividades a llevar a cabo durante el evento.• Realizar publicidad sobre el evento.• Identificar a los posibles auspiciantes.• Enviar oficios a los auspiciantes.• Entrega de obsequios a los turistas.• Realizar rifas.
Tiempo de ejecución	Una vez al año
Indicador	Número de turistas que visiten el lugar en el día del aniversario / número total de turistas que visitan el lugar en un día normal
Responsable	Gerente, secretaria, publicista
Presupuesto general	\$ 100

Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N°7

Tabla 43-3: Estrategia 7: Campeonatos deportivos

Estrategia	Campeonatos deportivos
Objetivo	Incrementar el número de turistas que visiten el balneario.
Importancia	Organizar eventos deportivos para incentivando a la convivencia saludable entre los turistas que visiten el lugar.
Alcance	Balneario turístico
Referencia	Según información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Planificar campeonato de vóley e indor.• Realizar publicidad del evento.• Definir fechas para el campeonato• Registrar la inscripción de los equipos a participar.• Realizar un evento para inaugurar el campeonato.
Tiempo de ejecución	Durante el año los fines de semana.
Indicador	Número de campeonatos realizados / Número de campeonatos planificados
Responsable	Trabajador turístico
Presupuesto general	\$ 10

Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N°

Tabla 44-3: Estrategia 8: Convenios con hoteles de la ciudad

Estrategia	Convenios con hoteles de la ciudad
Objetivo	Realizar convenios con los hoteles de la ciudad para brindar mayor comodidad a los turistas.
Importancia	Brindar seguridad y comodidad a los clientes son factores claves para fidelizar a los turistas y de esta manera conseguir que ellos sean los veceros que ayuden a promocionar el lugar turístico.
Alcance	Turistas
Referencia	Según información obtenida en la aplicación de la encuesta.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Programar una reunión con los gerentes de los hoteles de la ciudad.• Firmar convenios de hospedaje.• Establecer precios especiales para los turistas que visiten el balneario.
Tiempo de ejecución	Una vez al año
Indicador	Número de turistas que utilicen los beneficios del convenio / Número total de turistas registrados
Responsable	Gerente, secretaria
Presupuesto general	\$ 50

Realizado por: Tanguila E. 2020

Estrategia N°

Tabla 45-3: Estrategia 9: Convenios con agencias de viajes

Estrategia	Convenios con agencias de viajes
Objetivo	Incrementar el número de turistas nuevos que visiten el balneario.
Importancia	Firmar un convenio con agencias de viaje es muy importante ya que es un medio para atraer más turistas al balneario, además se podrá a dar a conocer de mejor manera los servicios que ofrece.
Alcance	Gerencia
Referencia	Según información obtenida del análisis FODA realizado.
Tácticas o medios Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Programar una reunión con los gerentes de las agencias de viaje.• Firmar convenios con agencias de viajes.• Proporcionar material publicitario a las agencias.
Tiempo de ejecución	Una vez al año
Indicador	Número total de turistas nuevos / Número de turistas registrados en días normales
Responsable	Gerente, secretaria
Presupuesto general	\$ 50

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.5.9 Presupuesto de estrategias de marketing

Tabla 46-3: Presupuesto de estrategias de marketing

N°	ESTRATEGIA	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Capacitar al personal	1	\$300	\$ 300,00
2	Uniformes de trabajo	2	\$260	\$ 520,00
3	Publicidad en redes sociales	12	\$20	\$ 240,00
4	Publicidad en una emisora radial popular	12	\$100	\$ 1.200,00
5	Material publicitario	2	\$150	\$ 300,00
6	Evento por aniversario del balneario	1	\$100	\$ 100,00
7	Campeonatos deportivos	1	\$10	\$ 20,00
8	Convenios con hoteles de la ciudad	1	\$50	\$ 50,00
9	Convenios con agencias de viajes	1	\$50	\$ 50,00
TOTAL				\$ 2.780,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.6 Plan técnico

3.3.6.1 Propuesta de mejora para la infraestructura del Balneario Turístico Peñas “Coloradas”

El objetivo de este plan es proponer la mejora de los servicios que ofrece el balneario, debido que en el análisis FODA de determino que es necesario realizar una remodelación del balneario con la finalidad de brindar un mejor servicio y comodidad hacia los turistas.

Pequeña cabañas

El balneario cuenta con una pequeña cabaña para realizar parrilladas, la cual requiere una reconstrucción, además se construirá una cabaña adicional.



Figura 18-3: Cabañas
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 47-3: Presupuesto construcción cabañas

MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Mano De Obra		\$ 500,00	\$ 500,00
Ripio	1 volqueas	\$ 60,00	\$ 60,00
Piedra	1 volqueta	\$ 60,00	\$ 60,00
Cemento	20 qq	\$ 6,00	\$ 120,00
Varillas	20 qq	\$ 45,00	\$ 900,00
Alambre	2 libras	\$ 2,50	\$ 5,00
Clavos	2 libras	\$ 2,00	\$ 4,00
Tablas	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Palos	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Baldosa	30 metros	\$ 10,00	\$ 300,00
Lavado	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Parrilla	2	\$ 15,00	\$ 30,00
		TOTAL	\$ 2.049,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Vestidores

Se propone la construcción de vestidores con duchas para brindar un mejor servicio de acceso al río garantizando la seguridad de los turistas.

Tabla 48-3: Presupuesto construcción vestidores

MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Mano de obra		\$ 500,00	\$ 500,00
Bloques	1000	\$ 0,10	\$ 100,00
Baldosa	20 metros	\$ 10,00	\$ 200,00
Tubería		\$ 20,00	\$ 20,00
Pintura	2 baldes	\$ 10,00	\$ 20,00
Puertas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Duchas	2	\$ 20,00	\$ 30,00
		TOTAL	\$ 930,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Remodelación de la cocina

Realizar una remodelación a la infraestructura de la cocina y comedor.

Tabla 49-3: Presupuesto remodelación cocina

MATERIALES	Cantidad	Valor unitario	TOTAL
Mano de obra			\$ 100
Pintura	2 galones	\$ 10	\$ 20
Juego de comedor	4	\$ 80	\$ 320
		TOTAL	\$ 440

Realizado por: Tanguila E. 2020

Implementación de juegos infantiles

Adecuar un área para colocar los juegos infantiles.



Figura 19-3: Conjunto juego infantil

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 50-3: Precio conjunto juego infantil

DETALLE	PRECIO
Conjunto de juego infantil de madera	\$ 1.000
TOTAL	\$ 1.000

Realizado por: Tanguila E. 2020

Remodelación de la entrada al río

Se propone la remodelación de la entrada al río, con la colocación de señaléticas de seguridad, banquetas de madera a la orilla del río y basureros, con la finalidad de proporcionar más comodidad para los turistas.

Tabla 51-3: Presupuesto remodelación entrada al río

DETALLE	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mano de obra			\$ 200
Señaléticas de seguridad	7	\$ 2	\$ 14
Banquetas de madera	4	\$ 50	\$ 200
Basureros	2	\$ 10	\$ 20
TOTAL			\$ 455

Realizado por: Tanguila E. 2020

Total presupuesto**Tabla 52-3:** Total presupuesto remodelación

PROPUESTA DE REMODELACIÓN	PRECIO
Construcción de cabañas	\$ 2.049,00
Construcción vestidores	\$ 940,00
Remodelación de la cocina	\$ 440
Conjunto de juego infantil de madera	\$ 1000,00
Remodelación de la entrada al río	\$ 454,00
Total	\$ 4.883,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.6.2 *Proceso a seguir en la ejecución de las actividades*

Proceso de atención al cliente en el área de recaudación

Se describe el proceso que se realiza para atender a los turistas que visiten al Balneario Turístico “Peñas Coloradas”.

- El turista llega al balneario turístico y se dirige al área de recaudación para solicitar información sobre el precio para ingresar al balneario y los servicios que ofrece.
- El recaudador proporciona el material publicitario con toda la información y da una explicación sobre cada uno de ellos, los precios que tiene.
- El turista debe tomar la decisión de ingresar o no al balneario.
- Si el turista decide ingresar al balneario el recaudador procede a realizar la factura con el valor del servicio.
- El recaudador entrega la factura y el cliente procede a cancelar el valor respectivo.
- El turista puede ingresar al balneario turística para disfrutar de los servicios que se ofrece
- El recaudador procede a archivar las facturas.

Proceso de presentación de informes de tesorería a gerencia

- El recaudador elabora un informe al finalizar el día, con todos los ingresos y egresos que se generaron.
- Entrega de informe a gerencia.
- El gerente revisa el informe.
- El gerente toma la decisión de aceptar el informe o no.
- El gerente firma el informe.
- El gerente contabiliza el dinero recaudado en el día.
- Al día siguiente el gerente debe depositar el dinero en una cuenta bancaria perteneciente al balneario turístico.

Proceso de limpieza de los diferentes espacios del balneario turístico

- Seleccionar los implementos de limpieza de bodega

Limpieza de la oficina

- Recoger la basura de los tachos
- Barrer el área de la oficina
- Trapear

- Limpiar los escritorios
- Desinfectar todo el área

Limpieza de los baños

- Recoger la basura de los tachos
- Barrer el piso
- Limpiar los baños
- Trapear
- Desinfectar todo el área del baño

Limpieza de los vestidores

- Recoger la basura de los tachos
- Barrer el área de los vestidores
- Trapear
- Desinfectar todo el área

Limpieza de la playita del río

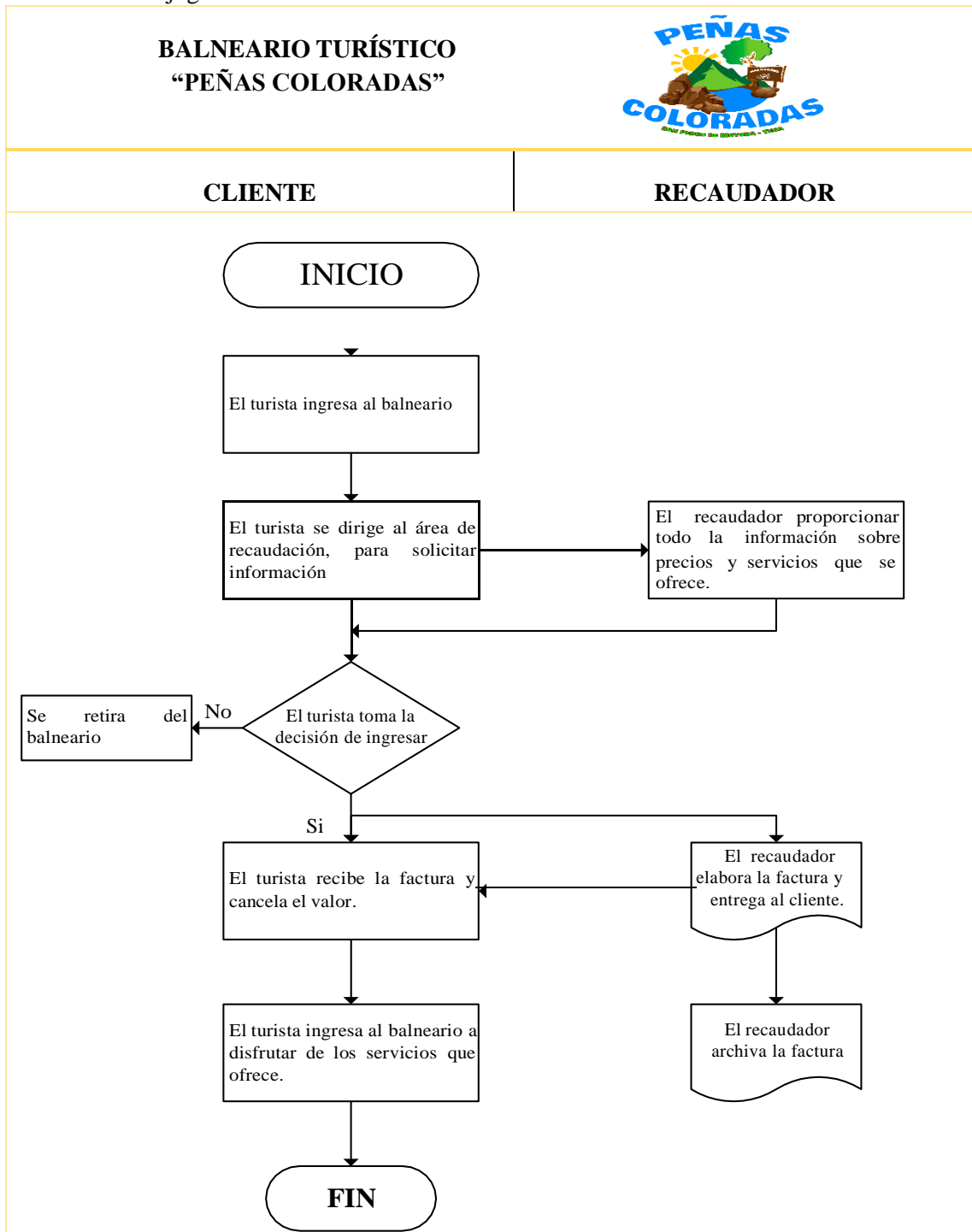
- Recoger la basura de los tachos
- Barrer todo el área
- Verificar la ubicación correcta de las señaléticas de seguridad

Limpieza de las áreas verdes del baleario turístico

- Barrer la áreas verdes
- Recoger la basura
- Limpiar los jardines
- Dar riego a los jardines
- Podar los árboles en caso de ser necesario

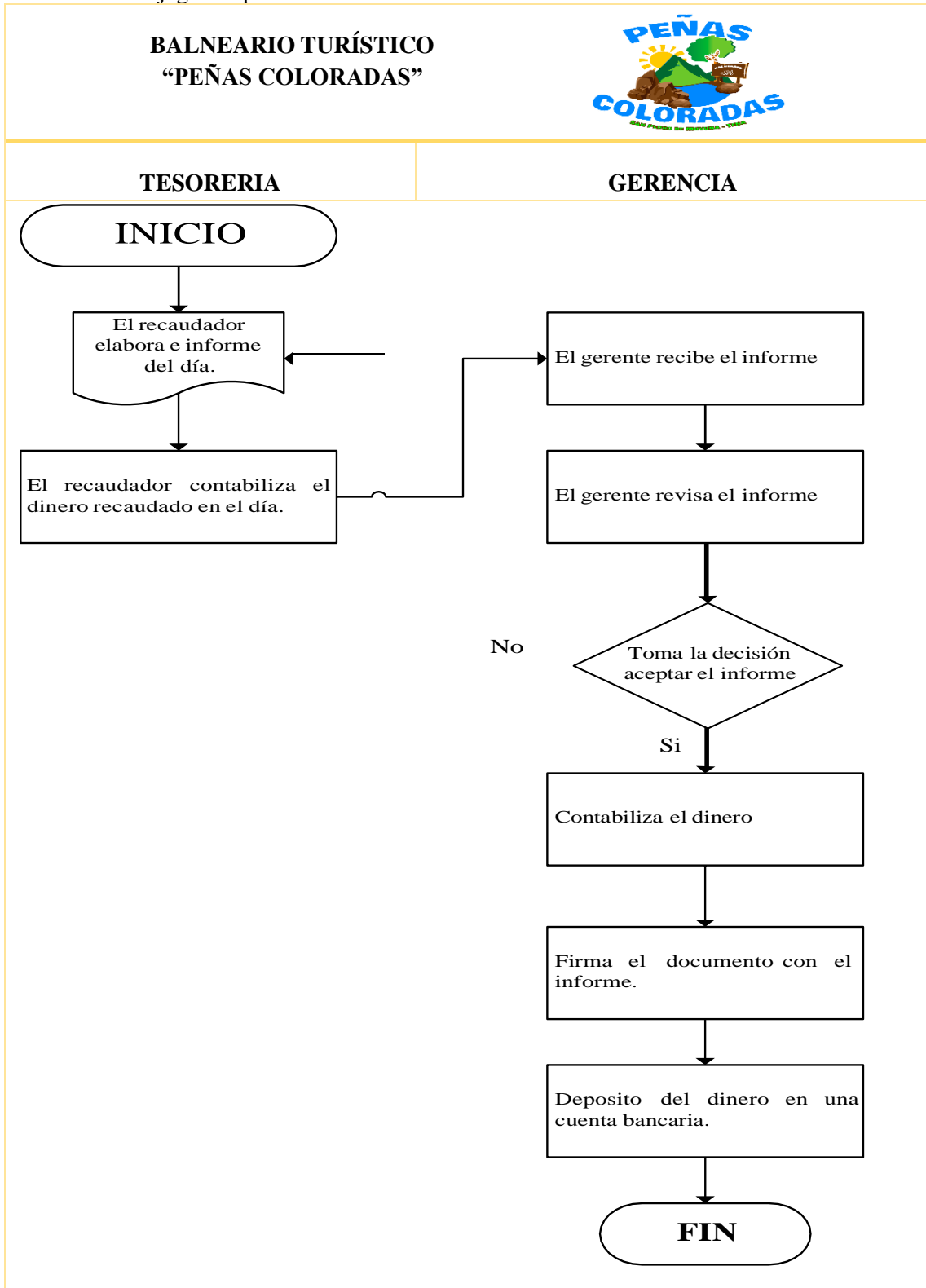
3.3.6.3 Flujograma de procesos

Tabla 53-3: Flujograma atención al cliente



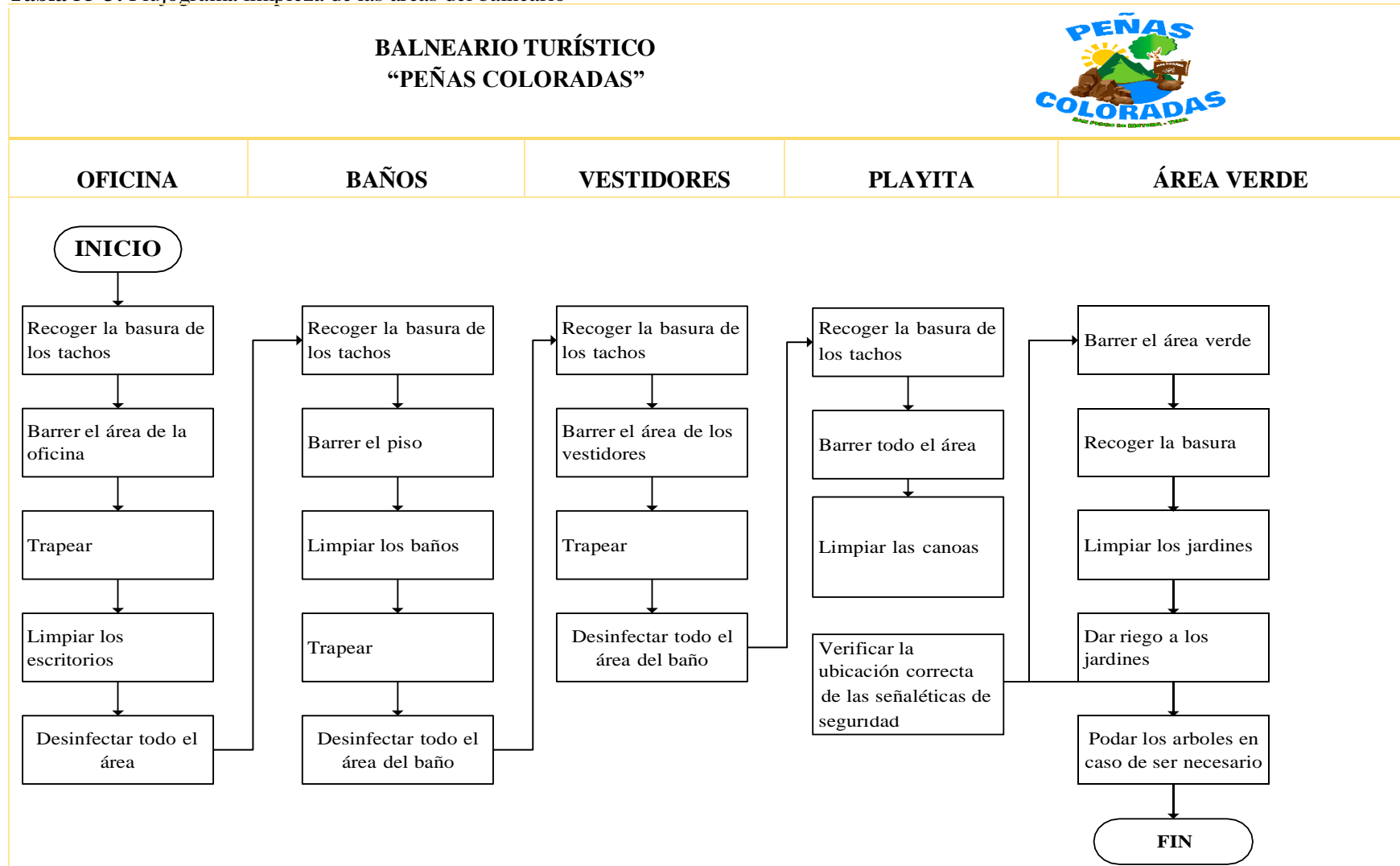
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 54-3: Flujoograma presentación de informes



Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 55-3: Flujograma limpieza de las áreas del balneario



Realizado por: Tanguila E. 2020

3.3.7 Plan financiero

En el plan financiero se podrá apreciar toda la información económica del Balneario Turístico “Peñas Coloradas”.

Tabla 56-3: Inversión actual

Avaluó	
Detalle	Precio total
Terreno	\$ 50.000,00
Edificio y construcciones	\$ 40.000,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 57-3: Muebles y Enseres

Muebles y Enseres				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Juego de vajillas	Docena	2	\$ 36,00	\$ 72,00
Cubiertos	Docena	2	\$ 42,00	\$ 84,00
Freidora industrial	Unidad	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Cocina industrial	Unidad	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Parrillas móviles	Unidad	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Cilindro de gas	Unidad	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Licuadaora	Unidad	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Ollas	Unidad			\$ 160,00
Cuchillos	Unidad	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Vitrina exhibidora	Unidad	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Juego de mesas y sillas	Unidad	6	\$ 70,00	\$ 420,00
Canoa	Unidad	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Red de cancha de vóley	Unidad	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Balones de fútbol	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Balones de vóley	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Total				\$ 3.286,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 58-3: Equipo de oficina

Equipo de oficina				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorio	Unidad	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Calculadora	Unidad	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Total				\$ 124,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”
Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 59-3: Equipo de cómputo

Equipo de computo				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computadora	Unidad	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total				\$ 1.200,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 60-3: Equipo de sonido y audio

Equipo de sonido y audio				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Consola	Unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Lámpara de seguridad	Unidad	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Reflector	Unidad	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Parlante amplificado	Unidad	2	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
Lámpara de seguridad	Unidad	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Total				\$ 6.990,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 61-3: Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Refrigerador	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Congeladora	Unidad	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Bomba de fumigar	Unidad	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Motohuaraña	Unidad	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Total				\$ 2.430,00

Fuente: Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 62-3: Estado de situación inicial

BALNEARIO PEÑAS COLORADAS
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente		Largo plazo	
Caja	\$ 400,00	Préstamo por pagar	\$ 4.500,00
Bancos	\$ 996,75		
Activo no corriente			

Terreno	\$ 50.000,00	TOTAL PASIVO	\$ 4.500,00
Edificio y construcciones	\$ 40.000,00		
Muebles y enseres	\$ 3.286,00		
Equipo de oficina	\$ 124,00	PATRIMONIO	
Equipo de computo	\$ 1.200,00	Capital	\$ 100.926,75
Equipo de sonido y audio	\$ 6.990,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 100.926,75
Maquinaria y equipo	\$ 2.430,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 105.426,75	TOTAL PASIVO/PATRIMONIO	\$ 105.426,75

Realizado por: Tanguila E. 2020

Fuente: Balneario Turístico "Peñas Coloradas"

Interpretación

Como se puede observar en la Estado de Situación Inicial, el Balneario Turístico "Peñas Coloradas" a la fecha cuenta con activos propios.

Inversiones del plan de negocio

La inversión son todos los gastos en lo que incurrirá el balneario para poner en marcha el Plan de Negocios, con la finalidad de mejorar su rentabilidad.

Tabla 63-3: Equipo de cómputo

Equipo de cómputo			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Computadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Impresora	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total			\$ 700,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

El equipo de cómputo es un activo tecnológico que ayudaran al balneario mejorar las actividades administrativas.

Tabla 64-3: Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Banqueta de madera	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Juego infantil	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Basureros	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Canasta para ropa	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Espejos	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Duchas	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Total			\$ 1.332,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Los muebles y enseres son activos que están disponibles para mejorar la actividad económica del balneario.

Tabla 65-3: Equipo de oficina

Equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	valor unitario	Total
Escritorio	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Sillas de escritorio	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Total			\$ 200,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

El equipo de oficina son activos que están disponibles para mejorar la gestión administrativa del balneario.

Tabla 66-3: Útiles y suministros de oficina

Útiles y suministros de oficina				
Detalle	Medida	Cantidad	Valor unitario	Total
Perforadora	Unidad	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Engrampadora	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Calculadora	Unidad	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Esfero azul y negro	Caja	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Lápiz	Caja	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Borrador	Caja	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Archivador	Unidad	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Carpetas	Unidad	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Resma de hojas de papel bond a4	Resma	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Subtotal				\$ 82,50
Suministros de limpieza				
Detalle	Medida	Cantidad	Valor unitario	Total
Escoba plástica de cerda suave	Unidad	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Escoba plástica de cerda dura	Unidad	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Trapeador	Unidad	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Rastillo	Unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Cepillo para baños	Unidad	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Guantes	Unidad	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Recogedor de basura	Unidad	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Franela	Docena	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Subtotal				\$ 91,00
Total suministros				\$ 173,50

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Los suministros de aseo y limpieza son productos que el balneario necesita para brindar sus servicios de calidad con las respectivas normas de higiene y seguridad.

Tabla 67-3: Activo Fijo

	Descripción	Cantida d	Valor Unitario	Valor Total	% anual depreciación /amortización	Valor Anual
1	Edificios	1	\$ 4.883,00	\$ 4.883,00	5%	\$ 244,15
2	Muebles y enseres			\$ 1.332,00	10%	\$ 133,20
3	Muebles de oficina			\$ 200,00	10%	\$ 20,00
4	Equipo de Computo			\$ 700,00	33%	\$ 231,00
	Total			\$ 7.115,00		\$ 628,35

Realizado por: Tanguila E. 2020

Capital de Trabajo	\$ 1.881,75
Inversiones Totales	\$ 8.996,75
Capital propio	\$ 996,75
Requerimiento Crédito	\$ 8.000,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Los activos fijos son necesarios para que el balneario pueda realizar su actividad económica estos pueden ser tangibles e intangibles, con respecto al capital de trabajo el balneario requiere un valor de \$ 1.881,75 para llevar acabo la prestación de su servicio a los turistas. La inversión total que necesita es de \$ 8.996,75 el balneario a la fecha cuenta con un capital propio de \$ 996,75, para lo cual requiere solicitar un crédito de \$ 8,000 para poner en marcha el plan de negocios.

Tabla 68-3: Tabla de amortización

TABLA DE PAGOS MENSUAL	
TABLA DE PAGOS (crédito de L/P)	
MONTO DE PRÉSTAMO	\$ 8.000,00
PLAZO EN AÑOS	5 años
INTERÉS	14,00%
FECHA, INICIO DE PLAZO	

CAPITAL	CAPITAL ACUMULADO	INTERÉS	CUOTA NOMINAL	SALDO	Pago (cuota)
\$ 133,33	\$ 133,33	\$ 93,33	\$ 226,67	\$ 7.866,67	1
\$ 133,33	\$ 266,67	\$ 91,78	\$ 225,11	\$ 7.733,33	2
\$ 133,33	\$ 400,00	\$ 90,22	\$ 223,56	\$ 7.600,00	3
\$ 133,33	\$ 533,33	\$ 88,67	\$ 222,00	\$ 7.466,67	4
\$ 133,33	\$ 666,67	\$ 87,11	\$ 220,44	\$ 7.333,33	5
\$ 133,33	\$ 800,00	\$ 85,56	\$ 218,89	\$ 7.200,00	6
\$ 133,33	\$ 933,33	\$ 84,00	\$ 217,33	\$ 7.066,67	7
\$ 133,33	\$ 1.066,67	\$ 82,44	\$ 215,78	\$ 6.933,33	8
\$ 133,33	\$ 1.200,00	\$ 80,89	\$ 214,22	\$ 6.800,00	9
\$ 133,33	\$ 1.333,33	\$ 79,33	\$ 212,67	\$ 6.666,67	10
\$ 133,33	\$ 1.466,67	\$ 77,78	\$ 211,11	\$ 6.533,33	11
\$ 133,33	\$ 1.600,00	\$ 76,22	\$ 209,56	\$ 6.400,00	12
\$ 133,33	\$ 1.733,33	\$ 74,67	\$ 208,00	\$ 6.266,67	13
\$ 133,33	\$ 1.866,67	\$ 73,11	\$ 206,44	\$ 6.133,33	14
\$ 133,33	\$ 2.000,00	\$ 71,56	\$ 204,89	\$ 6.000,00	15
\$ 133,33	\$ 2.133,33	\$ 70,00	\$ 203,33	\$ 5.866,67	16
\$ 133,33	\$ 2.266,67	\$ 68,44	\$ 201,78	\$ 5.733,33	17
\$ 133,33	\$ 2.400,00	\$ 66,89	\$ 200,22	\$ 5.600,00	18
\$ 133,33	\$ 2.533,33	\$ 65,33	\$ 198,67	\$ 5.466,67	19
\$ 133,33	\$ 2.666,67	\$ 63,78	\$ 197,11	\$ 5.333,33	20
\$ 133,33	\$ 2.800,00	\$ 62,22	\$ 195,56	\$ 5.200,00	21
\$ 133,33	\$ 2.933,33	\$ 60,67	\$ 194,00	\$ 5.066,67	22
\$ 133,33	\$ 3.066,67	\$ 59,11	\$ 192,44	\$ 4.933,33	23
\$ 133,33	\$ 3.200,00	\$ 57,56	\$ 190,89	\$ 4.800,00	24
\$ 133,33	\$ 3.333,33	\$ 56,00	\$ 189,33	\$ 4.666,67	25
\$ 133,33	\$ 3.466,67	\$ 54,44	\$ 187,78	\$ 4.533,33	26
\$ 133,33	\$ 3.600,00	\$ 52,89	\$ 186,22	\$ 4.400,00	27
\$ 133,33	\$ 3.733,33	\$ 51,33	\$ 184,67	\$ 4.266,67	28
\$ 133,33	\$ 3.866,67	\$ 49,78	\$ 183,11	\$ 4.133,33	29
\$ 133,33	\$ 4.000,00	\$ 48,22	\$ 181,56	\$ 4.000,00	30
\$ 133,33	\$ 4.133,33	\$ 46,67	\$ 180,00	\$ 3.866,67	31

\$ 133,33	\$ 4.266,67	\$ 45,11	\$ 178,44	\$ 3.733,33	32
\$ 133,33	\$ 4.400,00	\$ 43,56	\$ 176,89	\$ 3.600,00	33
\$ 133,33	\$ 4.533,33	\$ 42,00	\$ 175,33	\$ 3.466,67	34
\$ 133,33	\$ 4.666,67	\$ 40,44	\$ 173,78	\$ 3.333,33	35
\$ 133,33	\$ 4.800,00	\$ 38,89	\$ 172,22	\$ 3.200,00	36
\$ 133,33	\$ 4.933,33	\$ 37,33	\$ 170,67	\$ 3.066,67	37
\$ 133,33	\$ 5.066,67	\$ 35,78	\$ 169,11	\$ 2.933,33	38
\$ 133,33	\$ 5.200,00	\$ 34,22	\$ 167,56	\$ 2.800,00	39
\$ 133,33	\$ 5.333,33	\$ 32,67	\$ 166,00	\$ 2.666,67	40
\$ 133,33	\$ 5.466,67	\$ 31,11	\$ 164,44	\$ 2.533,33	41
\$ 133,33	\$ 5.600,00	\$ 29,56	\$ 162,89	\$ 2.400,00	42
\$ 133,33	\$ 5.733,33	\$ 28,00	\$ 161,33	\$ 2.266,67	43
\$ 133,33	\$ 5.866,67	\$ 26,44	\$ 159,78	\$ 2.133,33	44
\$ 133,33	\$ 6.000,00	\$ 24,89	\$ 158,22	\$ 2.000,00	45
\$ 133,33	\$ 6.133,33	\$ 23,33	\$ 156,67	\$ 1.866,67	46
\$ 133,33	\$ 6.266,67	\$ 21,78	\$ 155,11	\$ 1.733,33	47
\$ 133,33	\$ 6.400,00	\$ 20,22	\$ 153,56	\$ 1.600,00	48
\$ 133,33	\$ 6.533,33	\$ 18,67	\$ 152,00	\$ 1.466,67	49
\$ 133,33	\$ 6.666,67	\$ 17,11	\$ 150,44	\$ 1.333,33	50
\$ 133,33	\$ 6.800,00	\$ 15,56	\$ 148,89	\$ 1.200,00	51
\$ 133,33	\$ 6.933,33	\$ 14,00	\$ 147,33	\$ 1.066,67	52
\$ 133,33	\$ 7.066,67	\$ 12,44	\$ 145,78	\$ 933,33	53
\$ 133,33	\$ 7.200,00	\$ 10,89	\$ 144,22	\$ 800,00	54
\$ 133,33	\$ 7.333,33	\$ 9,33	\$ 142,67	\$ 666,67	55
\$ 133,33	\$ 7.466,67	\$ 7,78	\$ 141,11	\$ 533,33	56
\$ 133,33	\$ 7.600,00	\$ 6,22	\$ 139,56	\$ 400,00	57
\$ 133,33	\$ 7.733,33	\$ 4,67	\$ 138,00	\$ 266,67	58
\$ 133,33	\$ 7.866,67	\$ 3,11	\$ 136,44	\$ 133,33	59
\$ 133,33	\$ 8.000,00	\$ 1,56	\$ 134,89	\$ 0,00	60

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 69-3: Presupuesto de ventas

Descripción	Incremento anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIO 1: Entrada al balneario						
Cantidad	8%	4800	5184	5599	6047	6530
Precio del servicio	3%	\$ 2,00	\$ 2,06	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,25
Ingreso servicio 1		\$ 9.600,00	\$ 10.679,04	\$ 11.879,36	\$ 13.214,60	\$ 14.699,93
SERVICIO 2: Alquiler de canoa						
Cantidad	8%	4600	4968	5365	5795	6258
Precio del servicio	3%	\$ 2,00	\$ 2,06	\$ 2,12	\$ 2,19	\$ 2,25
Ingreso servicio 2		\$ 9.200,00	\$ 10.234,08	\$ 11.384,39	\$ 12.664,00	\$ 14.087,43
SERVICIO 3: Alquiler de cabañas para parrilladas sin implementos de cocina						
Cantidad	8%	100	108	117	126	136
Precio del servicio	3%	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,30	\$ 5,46	\$ 5,63
Ingreso servicio 3		\$ 500,00	\$ 556,20	\$ 618,72	\$ 688,26	\$ 765,62
SERVICIO 4: Alquiler de cabañas para parrilladas con implementos de cocina						
Cantidad	8%	48	52	56	60	65
Precio del servicio	3%	\$ 10,00	\$ 10,30	\$ 10,61	\$ 10,93	\$ 11,26
Ingreso servicio 4		\$ 480,00	\$ 533,95	\$ 593,97	\$ 660,73	\$ 735,00

SERVICIO 5: Alquiler de las instalaciones del balneario para pequeños eventos sociales						
Cantidad	8%	14	15	16	18	19
Precio del servicio	3%	\$ 60,00	\$ 61,80	\$ 63,65	\$ 65,56	\$ 67,53
Ingreso servicio 5		\$ 840,00	\$ 934,42	\$ 1.039,44	\$ 1.156,28	\$ 1.286,24
SERVICIO 6: Alimentos y bebidas						
Venta de platos típicos en el restaurante	8%	\$ 3.200,00	\$ 3.456,00	\$ 3.732,48	\$ 4.031,08	\$ 4.353,56
Ventas del bar	8%	\$ 3.500,00	\$ 3.605,00	\$ 3.713,15	\$ 3.824,54	\$ 3.939,28
Ingreso servicio 6		\$ 6.700,00	\$ 7.061,00	\$ 7.445,63	\$ 7.855,62	\$ 8.292,85
Ingresos totales		\$ 27.320,00	\$ 29.998,69	\$ 32.961,51	\$ 36.239,49	\$ 39.867,06

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla, el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” ofrece 6 tipos de servicios como el cobro de ingreso al balneario, alquileres de canoa, alquileres de una parrilla con implementos de cocina y sin implementos de cocina, alquiler de las instalaciones para eventos sociales, y el servicio de bar y restaurante. El servicio número 1 es el que más ingresos genera al balneario.

Presupuesto de Costos y Gastos Anuales

Se detalla todos los costos y gastos en lo que incurrirá la empresa para brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 70-3: Costo Variables

Detalle	Unidad medida	Cantidad	Valor	Total Anual
Detergente de 400 gramos	Unidad	200	\$ 1,00	\$ 200,00
Papel higiénico industrial	Unidad	90	\$ 2,00	\$ 180,00
Jabón líquido	Galón	22	\$ 5,00	\$ 110,00
Cloro	Galón	20	\$ 3,25	\$ 65,00
Desinfectante	Galón	24	\$ 6,00	\$ 144,00
Fundas de basura	Paquete	40	\$ 1,50	\$ 60,00
Total Anual				\$ 759,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Tabla 71-3: Costos Fijos

Cargo	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario Mensual	Total Anual
Recaudador	Personas	1	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Publicista	Personas	1	\$ 60,00	\$ 720,00
Cocinera	Personas	1	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Ayudante de cocina	Personas	1	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Ayudante de bar	Personas	1	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Trabajador turístico	Personas	1	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Personal de limpieza	Personas	1	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Total Anual				\$ 12.720,00
Total Costos				\$ 13.542,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

En gastos fijos se considera los salarios de todo el personal que laborar en el balneario, cabe mencionar que el personal solo trabaja en tiempo parcial 4 días a la semana.

Tabla 72-3: Gastos ventas

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario Mensual	Total Anual
Capacitar al personal	Unidad	1	\$ -	\$ 300,00
Uniformes de trabajo	Unidad	2	\$ 260,00	\$ 520,00
Publicidad en redes sociales	Unidad	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad en una emisora radial popular	Unidad	12	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Material publicitario	Unidad	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Evento por aniversario del balneario	Unidad	1	\$ -	\$ 100,00
Campeonatos deportivos	Unidad	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Convenios con hoteles de la ciudad	Unidad	1	\$ -	\$ 50,00
Convenios con agencias de viajes	Unidad	1	\$ -	\$ 50,00
Total Anual				\$ 2.780,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Se considera como gasto ventas a los valores que representa ejecutar las estrategias establecida en el plan de marketing, mismas que ayudaran al balneario a dar a conocer de mejor manera los servicios que ofrece.

Tabla 73-3: Gastos administrativos

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor unitario mensual	Total Anual
Secretaria	Persona	1	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Útiles y suministros de oficina	Unidad	1	\$ 82,50	\$ 990,00
Suministros de aséo	Unidad	1	\$ 91,00	\$ 1.092,00
Planilla de luz	Unidad	1	\$ 130,00	\$ 1.560,00
Planilla de agua potable	Unidad.	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Teléfono	Unidad	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Mantenimiento y reparación de instalaciones				\$ 40,00
Total Anual				\$ 6.322,00

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

En gastos administrativos se consideran los servicios básicos que mes a mes son requeridos para brindar los servicios, el salario de la secretaria ya que este cargo corresponde al área administrativa.

Tabla 74-3: Estado de resultados proyectado

Balneario Turístico “Peñas Coloradas”

	Incrementos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$27.320,00				
		0	\$29.998,69	\$32.961,51	\$36.239,49	\$39.867,06
(-) Costos		\$13.479,00				
		0	\$13.681,19	\$13.886,40	\$14.094,70	\$14.306,12
Utilidad bruta en ventas		\$13.841,00	\$16.317,50	\$19.075,11	\$22.144,79	\$25.560,94
Gastos de Ventas	3%	\$2.780,00	\$2.863,40	\$2.949,30	\$3.037,78	\$3.128,91
Gastos Administrativos	3%	\$6.322,00	\$6.511,66	\$6.707,01	\$6.908,22	\$7.115,47
Gasto Depreciación		\$628,35	\$628,35	\$628,35	\$628,35	\$628,35
Gastos de Amortización		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos Financieros		\$1.017,33	\$793,33	\$530,44	\$345,33	\$121,33
Total Gastos		\$10.747,68	\$10.796,74	\$10.815,11	\$10.919,68	\$10.994,06
Utilidad operacional		\$3.093,32	\$5.520,76	\$8.260,01	\$11.225,11	\$14.566,88
Otros ingresos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Otros gastos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes de participación laboral		\$3.093,32	\$5.520,76	\$8.260,01	\$11.225,11	\$14.566,88
15% Participación laboral		\$464,00	\$828,11	\$1.239,00	\$1.683,77	\$2.185,03
Utilidad antes de impuestos		\$2.629,32	\$4.692,65	\$7.021,00	\$9.541,34	\$12.381,85
25% Impuesto a la Renta		\$578,45	\$1.032,38	\$1.544,62	\$2.099,10	\$2.724,01
Utilidad Neta		\$2.050,87	\$3.660,26	\$5.476,38	\$7.442,25	\$9.657,84

Realizado por: Tanguila E. 2020

Interpretación

Como se puede observar en el estado de resultados proyectado el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” cada año no incurre en pérdidas, por lo cual se determina que el proyecto es factible.

Tabla 75-3: Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos		\$ 27.320,00	\$ 29.998,69	\$ 32.961,51	\$ 36.239,49	\$ 39.867,06
(-) Costos		\$ (13.479,00)	\$ (13.681,19)	\$ (13.886,40)	\$ (14.094,70)	\$ (14.306,12)
(-) Gastos		\$ (9.102,00)	\$ (9.375,06)	\$ (9.656,31)	\$ (9.946,00)	\$ (10.244,38)
Flujo operacional		\$ 4.739,00	\$ 6.942,44	\$ 9.418,80	\$ 12.198,79	\$ 15.316,56
(+) Crédito a contratarse						
(+) Aporte de Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Pago créditos		<u>\$1.600,00</u>	<u>\$1.600,00</u>	<u>\$1.600,00</u>	<u>\$1.600,00</u>	<u>\$1.600,00</u>
(-) Pago impuestos		\$ 578,45	\$ 1.032,38	\$ 1.544,62	\$ 2.099,10	\$ 2.724,01
(-) Pago Participación laboral		\$ 464,00	\$ 828,11	\$ 1.239,00	\$ 1.683,77	\$ 2.185,03
(-) Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo generado		\$ 2.096,55	\$ 3.481,95	\$ 5.035,18	\$ 6.815,93	\$ 8.807,52
Variación de capital	-\$ 8.996,75					\$ -
Necesidad de Capital de trabajo		\$ 1.881,75	\$ 1.975,84	\$ 2.074,63	\$ 2.178,36	\$ 2.287,28
Variación de Capital de Trabajo	-\$ 1.881,75	-\$ 94,09	-\$ 98,79	-\$ 103,73	-\$ 108,92	\$ 2.287,28
Flujo neto	-\$ 10.878,50	\$ 2.002,46	\$ 3.383,16	\$ 4.931,45	\$ 6.707,01	\$ 11.094,80

VAN (Valor Actual Neto)

Indicador financiero que calcula los valores presentes de flujos de caja futuros, permite determinar la factibilidad del proyecto.

Condiciones

$VAN > 0$ se debe invertir

$VAN < 0$ se debe rechazar el proyecto

$VAN = 0$ se debe ser indiferente

Formula

$$VAN = -II + \sum FEA[(1+i)^{-n} + (1+i)^{-n} + \dots + (1+i)^{-n}]$$

II: inversión inicial

FEA: Flujo de efectivo actualizados

i: tasa de interés

n: periodo de tiempo

Tabla 76-3: Cálculo del VAN

Años	Flujo Operacional	Factor De Actualización	Flujo de Efectivo Actualizados
		TMAR	20%
Inversión Inicial	-\$ 10.878,50		
1	\$ 2.002,46	0,835175601	\$ 1.672,41
2	\$ 3.383,16	0,697518285	\$ 2.359,81
3	\$ 4.931,45	0,582550253	\$ 2.872,82
4	\$ 6.707,01	0,486531758	\$ 3.263,17
5	\$ 11.094,80	0,406339454	\$ 4.508,26
TOTAL	\$ 17.240,38		\$ 14.676,47

Realizado por: Tanguila E. 2020

$$VAN = -\$ 10.878,50 + 14.676,47$$

$$VAN = \$ 3.797,97$$

Análisis

Se acepta el proyecto porque VAN es mayor que cero.

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)

Porcentaje que lo determina la persona que va a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no.

Tabla 77-3: Cálculo TMAR

TMAR				
Estructura Financiera	Valor	%	Costo del capital	Ponderar
Capital propio	\$ 996,75	11%	6,37%	1%
Capital terceros	\$ 8.000,00	89%	9,03%	8%
Riesgo de inversionistas				11%
	\$ 8.996,75	100%	TMAR	20%

Realizado por: Tanguila E. 2020

TIR (Tasa Interna de Retorno)

Tasa de interés con la cual el van se hace cero.

Tabla 78-3: Cálculo TIR

Años	Flujo operacional
Inversión Inicial	-\$ 10.878,50
1	\$ 2.002,46
2	\$ 3.383,16
3	\$ 4.931,45
4	\$ 6.707,01
5	\$ 11.094,80
TIR	31%

Realizado por: Tanguila E. 2020

Análisis

TIR Se acepta el proyecto porque la TIR 31% es mayor a la TMAR de 20% con una diferencia del 11 % y cumple con el estándar del 30% para que el proyecto sea factible.

C/B (Relación costo beneficio)

Este indicador relaciona los valores de los beneficios con los costos de generar estos beneficios.

Tabla 79-3: Relación costo beneficio

RAZÓN BENEFICIO / COSTO				
Ciclos	Ingresos	VAN ingresos	Costos Gastos	VAN Egresos
		\$ 0,00		\$ 0,00
Año 1	\$ 27.320,00	\$ 25.683,93	\$ 22.581,00	\$ 21.228,73
Año 2	\$ 29.998,69	\$ 26.513,31	\$ 23.056,25	\$ 20.377,47
Año 3	\$ 32.961,51	\$ 27.387,33	\$ 23.542,71	\$ 19.561,36
Año 4	\$ 36.239,49	\$ 28.307,76	\$ 24.040,70	\$ 18.778,91
Año 5	\$ 39.867,06	\$ 29.276,45	\$ 24.550,50	\$ 18.028,71
	VAN Ingresos	\$ 137.168,78	VAN Egresos	\$ 97.975,18

Realizado por: Tanguila E. 2020

$$R\ B/C = \frac{VAN\ ingresos}{VAN\ egresos} = 1,40$$

Análisis

C/B Por cada dólar invertido en el proyecto se recupera 0,40 centavos

CONCLUSIONES

- Se concluye que el Marco Teórico fue una parte importante para desarrollar el proyecto de investigación, ya que contiene información actualizada y relevante de varios autores que sirvieron de guía para realizar el plan de negocio adecuadamente.
- Se determinó que realizar un análisis situacional es fundamental, debido a que se puede identificar los factores internos y externos que posee el balneario, para lo cual se utilizó la matriz FODA con la cual se identificó las fortalezas más relevante que tiene el balneario como son: cuenta con instalaciones propia, precios cómodos y una gastronomía tradicional, la debilidad principal que tiene es que no cuenta con un plan de negocio que guíe la actividad económica, con respecto a las oportunidades el balneario turístico tiene la iniciativa de realizar convenios con agencias de viajes y los hoteles de la ciudad y la mayor amenaza que se identificó fue la competencia de la zona que ofrecen servicios similares.
- Con el análisis de la matriz de estrategias se estableció las siguientes estrategias: capacitación al personal, mejorar la identidad corporativa con la entrega de uniformes a los trabajadores del balneario, realizar publicidad en redes sociales, en la radio y contar con material publicitario, realizar festividades y efectuar alianzas entre hoteles y agencias de viajes, la aplicación de estas estrategias servirá para que el balneario turístico mejore su actividad económica de manera eficiente y eficaz, de igual manera es de vital importancia que el balneario se encuentre preparada frente a cualquier evento de emergencia o desastre.
- Además, se concluye que la evaluación financiera es una parte relevante del plan de negocio, debido a que contiene toda la información económica de la empresa, sobre los bienes que posee hasta la fecha y los valores que corresponden a la inversión que debe realizar para mejorar la calidad del servicio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda para la realizar adecuadamente el proyecto de investigación utilizar fuentes bibliográficas actualizadas ya que la información que contiene será una guía para realizar el plan de negocio el cual contendrá un plan organizacional, marketing, técnico y financiero que evaluara la viabilidad del negocio.
- Es aconsejable que el Balneario Turístico “Peñas Coloradas” realice un análisis situacional utilizando la matriz FODA ya que esta matriz ayuda a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas tiene el balneario, además este análisis permitirá tomar acciones correctivas que ayuden a mejorar la actividad económica.
- Se propone al Balneario Turístico “Peñas Coloradas” hacer uso del plan de negocio ya que este documento contiene todos los lineamientos adecuados para mejorar la gestión administrativa del negocio y de esta manera ofrecer un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros, además se debe incorporar un plan de contingencia debido a que podrá mitigar ciertos desastres naturales que se pueden presentar a futuro con la finalidad de garantizar un entorno saludable para los turistas.
- La evaluación financiera permite tomar la decisión de aceptar o no un proyecto, por lo cual se recomienda al balneario realizar de manera anual una evaluación financiera utilizando indicadores financieros como el VAN, TIR, C/B para conocer en qué estado se encuentra el negocio a cierta fecha..

GLOSARIO

Plan

Conjunto de acciones que se requiere para llevar a cabo una acción. (Viniegra, 2007)

Servicio

Acciones que se realizan para servir a otras personas. (Olivier, 2020)

Activo

Todos los bienes que posee la empresa, y se clasifican de acuerdo a su capacidad de liquidez. (Hurtado, 2011)

Pasivo

Son todas las obligaciones que tiene la empresa con terceros, con las cuales financian su actividad económica. (Hurtado, 2011)

Patrimonio

Conjunto de bienes que pertenece a una empresa. (Hurtado, 2011)

Flujo de caja

Estado financiero en el cual se registra los ingresos y salidas de dinero en un tiempo determinado. (Weinberger, 2009)

VAN

Valor Actual Neto, indicador que determina la factibilidad de un proyecto. (Castillejo, 2015)

TIR

Tasa interna de retorno, se encarga de medir la rentabilidad de un proyecto. (Castillejo, 2015)

C/B

Costo beneficio, compara los costos para determinar beneficios futuros. (Castillejo, 2015)

BIBLIOGRAFÍA

- Benassini, M. (2014). *Introducción de Mercado*. México: Person Educacion.
- Botero, M. (2010). *Estructura del Plan de Negocio*. Bogotá: UNIMINUTO.
- Cajal, A. (2020). *Investigación de campo: características, tipos y etapas*. Obtenido de:
<https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20los%20investigadores%20Santa%20Palella,manipular%20o%20controlar%20las%20variables.&text=El%20investigador%20no%20manipula%20variables,en%20el%20cual%20se%20manifiesta>.
- Castillejo, L. (2015). *Plan de negocios*. Peru : Macro EIRL.
- Fernandez, J. (2016). *Metodologías de la Investigación*. Obtenido de:
<https://jorgelfdez.wordpress.com/2016/07/12/el-enfoque-cuantitativo/>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- Hurtado, J. C. (2011). Los proyectos y planes de negocio. *Perspectiva*, 18-20.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de:
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1501_TENA_NAPO.pdf
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo:Nueva clasificacion*. Buenos Aires: OMPT.
- Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC.
- Martinez, O. (2016). *Contabilidad 360°*. Obtenido de:
<https://contabilidad360.wordpress.com/2016/11/07/swot-foda/>
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. Obtenido de:
<https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074382167.pdf>
- Munch, L., & Ángeles, E. (2015). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Trillas.
- Novàs, N. (2006). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. España: Ideas propias.
- Olivier, E. (2020). *Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo*. Obtenido de:
<https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>
- Ortega, A. (2018). *Enfoques de Investigación*. Obtenido de:
https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_OteroOrtega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION_TABLA_DE
- Perla, J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Patria.

- Prieto, J. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia*. Obtenido de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/23681/20965>.
- Raffino, M. (2020). *Investigación no Experimental*. Obtenido de: <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>
- República del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Sancho, A. (2020). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62796902/Introduccion_al_Turismo_OMT_prime_ ra_parte20200403-8256-4upj7n.pdf?1585916903=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIntroduccion_al_Turismo_OMT_Organizacion.p df&Expires=1591122245&Signature=bf~n~
- Shuttleworth, M. (2020). *Diseño de Investigación Descriptiva*. Obtenido de: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Trenza, A. (2019). *Mis Finanzas*. Obtenido de: <https://anatrenza.com/definiciones/plan-organizacional/#:~:text=E1%20Plan%20Organizacional%20hace%20el,tu%20organigra ma%2C%20personal%20y%20funciones>.
- Vásquez, I. (2016). *Tipos de estudio y métodos de investigación*. Obtenido de: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y- m%3%A9todos-de-investigaci%3%B3n.pdf>
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo El Plan de Negocio*. Caracas: ISBN.
- Valencia, W., & Paucara, E. (2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversion: similitudes y diferencias*. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio..* Obtenido de: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/40669104/plan_negocios.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPlan_negocios.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSB6BAK36PYZFR%2F20200527%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_requ

ANEXOS

ANEXO A: Estructura encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS



ENCUESTA

Objetivo: Recolectar información con la finalidad de sustentar el trabajo de investigación “Plan de negocio para el balneario turístico “Peñas Coloradas” de la provincia de Napo, cantón Tena”.

Instrucciones: Marque con una X su respuesta.

Sexo: M _____ F _____

Edad: 18-26 _____ 27-40 _____ 41-59 _____ más de 60 años _____

1. ¿Conoce usted el balneario Peñas Coloradas?

Sí No

Nota: Si su respuesta es NO, agradecemos su ayuda y le invitamos a conocer el lugar.

2. ¿Cada que tiempo usted visita el balneario?

Semanal mensual cada 3 meses 1 vez al año

3. ¿En qué período acostumbra visitar el Balneario?

Lunes a viernes sábado a domingo Días feriados

4. ¿Qué medio utiliza usted para llegar al Balneario?

Transporte privado

Transporte público

Taxi

Caminando

Otro medio

5. ¿Porque motivo usted visita el balneario?

Paseo familiar

Grupo de colegio

Grupo de Iglesia

Otro

6. ¿Con cuántas personas usted asiste regularmente al Balneario?

Solo

2 a 4 personas

5 a 7 personas

8 a 9 personas

10 o más personas

7. ¿Qué es lo que más le gusta del Balneario?

Seguridad

Tranquilidad

Belleza del ambiente

Alimentación

Otro

8. ¿Qué actividad disfruta usted realizar en el balneario?

Compartir con familiares

Compartir con amigos

Desestresarse

Otro

9. ¿Cuántas horas aproximadamente permanece en el balneario cada vez que lo visita?

1 a 2 horas

3 a 4 horas

más de 6 horas

10. ¿Cómo evalúa los servicios que brinda el balneario?

Servicios	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Accesibilidad				
Entrada principal				
Estacionamiento				
Áreas verdes				
Áreas deportivas				
Alimentación				
Servicios sanitarios				
Presentación				

Gracias por su colaboración.

ANEXO B: Estructura entrevista



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS



GUIA DE ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR

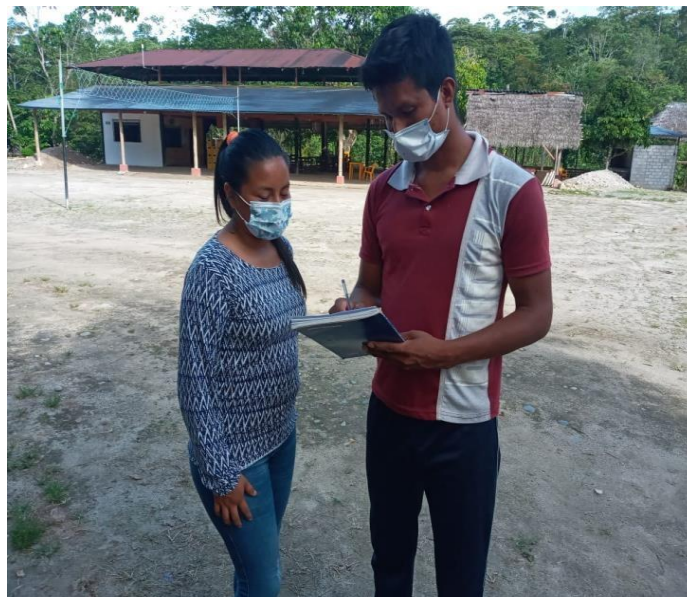
Nombre: Jorge Tanguila

Fecha: 06/07/2020

Lugar: Tena

1. ¿El balneario turístico cuenta con un plan de negocios?
2. ¿Cree usted que al implementar un plan de negocio en el balneario pueda atraer un mayor
3. ¿Qué tipo de servicios ofrece el balneario?
4. ¿Usted considera que el balneario está en un lugar accesible?
5. ¿Qué estrategias se aplican para promocionar al balneario?
6. ¿Considera que es necesario aplicar nuevas estrategias de promoción para un mejor posicionamiento del balneario?
7. ¿Cuáles cree que son los aspectos positivos y negativos del balneario?
8. ¿Cuántos colaboradores dispone el balneario y cuáles son sus funciones?

ANEXO C: Aplicación de encuestas



ANEXO D: Aplicación de entrevista

