



Tecnología Superior en Administración

Título de la propuesta: **Estudio de Factibilidad para Complejo Recreacional Quinta la Escondida Sector Alóag.**

Trabajo de titulación presentación como requisito previo para optar por el título de **Tecnóloga Superior en Administración**

Autora: Villagómez Zurita, Ana Raquel

Tutor: Guerrero, Fernando Manuel

Distrito Metropolitano de Quito – marzo – 2023

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ana Raquel Villagómez Zurita, alumna egresada de la carrera de Administración del Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, declaro que el trabajo realizado y descrito es de mi total autoría, los conceptos, ideas, datos y opiniones. Son fruto de una investigación previa.

En virtud de la declaratoria antes mencionada, me hago responsable del contenido y veracidad de este trabajo.

Distrito Metropolitano de Quito – marzo – 2023

Atentamente,

Nombre: Ana Raquel Villagómez Zurita

Cédula C: 1723379861.

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación **Estudio de Factibilidad para Complejo Recreacional Quinta la Escondida Sector Alóag.**, presentado por la estudiante Villagómez Zurita Ana Raquel de la promoción 1-4TSADQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito, a los 22 días del mes de marzo de 2023.



Tutor: Guerrero, Fernando Manuel

No. C.C. 1706275052

AGRADECIMIENTO

A la vida por las lecciones que pone en mi camino y gracias a las cuales soy quien soy a día de hoy.

A mi amada Madre, Mayra Zurita quien a pesar de los obstáculos y dificultades nunca ha dejado de creer en mí, la cual jamás deja de exaltar el potencial que con sus ojos de amor siempre ha visto en mi.

Gracias Madre por no soltar mi mano, esto y todo es por y para ti.

A mis hermanas por su apoyo incondicional.

A mi Abuelito Karel Zurita, quien durante toda mi vida ha sido pilar fundamental en mi desarrollo personal. Karel gracias por ser mi amigo, mi cómplice y mi padre. No quisiera que sueltes mi mano, hasta que veas que lo logre.

Ana Raquel Villagómez Zurita

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mi Familia, en especial a mi Madre y a mi Abuelito sin ellos, sin su amor y su confianza el camino hasta llegar aquí hubiese sido más difícil.

Llevo siempre presente los valores y educación que desde pequeña han inculcado en mí.

El saber que existe hace que los momentos difíciles sean llevaderos y menos duros.

Para ellos mi amor y mi respeto eternamente.

Para ellos y por ellos siempre lo mejor por ser mi inspiración.

Ana Raquel Villagómez Zurita

Resumen

El trabajo de investigación como estudio de factibilidad realizado tiene como objetivo la creación de un complejo turístico en el Barrio Rumipamba, ubicado en la Parroquia de Alóag, Cantón Mejía. Para llevar a cabo este estudio se aplica el método cuantitativo, con el cual se estructurara las fases y etapas del diseño del complejo recreacional. También se realiza un estudio de mercado, para poder de esa manera visualizar y conocer las necesidades de la población, se analiza la oferta y la demanda a través del método de encuesta, ejecutados con la muestra de 368,78, siendo así la población económicamente activa de 4713 habitantes. Los resultados financieros arrojaron valores para la realización de este proyecto que se debe tener una inversión inicial de \$ 40,000, muestra que es posible la construcción de un complejo recreacional en el lugar antes señalado. En base a este estudio se determinará si el proyecto será viable a largo plazo, y los costos y gastos que implica el mismo, ayudando con esto a marcar un horizonte claro de la viabilidad del negocio, además tendrá una repercusión positiva en el aspecto económico turístico del sector el cual resalta las bondades gastronomía de la parroquia. Como resultado se plantea desarrollar la propuesta, tomando en cuenta las necesidades de la población y además realizar una amplia cadena de publicidad que atraiga a clientes urbanos y rurales y estrategias para lograr el desarrollo turístico y sostenible del sector.

Palabras claves: Estudio de Factibilidad, Complejo Recreacional, Costos, Financiero.

Summary

The research work as a feasibility study carried out has the objective of creating a tourist complex in the Rumipamba neighborhood, located in the Alóag Parish, Mejía Canton. To carry out this study, the quantitative method is applied, with which the phases and stages of the design of the recreational complex will be structured. A market study is also carried out, in order to be able to visualize and know the needs of the population in this way, the supply and demand is analyzed through the survey method, carried out with the sample of 368.78, thus being the population economically active of 4713 inhabitants. The financial results showed values for the realization of this project that must have an initial investment of \$40,000, it shows that it is possible to build a recreational complex in the aforementioned place. Based on this study, it will be determined if the project will be viable in the long term, and the costs and expenses that it implies, helping with this to mark a clear horizon of the viability of the business, it will also have a positive impact on the economic tourist aspect. of the sector which highlights the gastronomy benefits of the parish. As a result, it is proposed to develop the proposal, taking into account the needs of the population and also carry out a wide chain of advertising that attracts urban and rural clients and strategies to achieve the tourism and sustainable development of the sector.

Keywords: Feasibility Study, Recreational Complex, Costs, Financial.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	2
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA	5
Resumen.....	6
INDICE GENERAL	8
INDICE DE TABLAS	10
INDICE DE GRÁFICOS	11
Introducción	12
El Problema.....	13
Planteamiento del problema	13
Objetivos	14
Objetivo General.....	14
Objetivo Específicos	14
Justificación	14
CAPÍTULO I	15
1. Fundamentación teórica	15
1.1 Marco teórico	15
1.2 Marco Conceptual.....	15
CAPITULO II.....	17
2. Estudio de mercado	17
2.1 Metodología Utilizada	17
2.1.1 Diseño de la investigación	17
Población.....	17

Cálculo de la muestra (N)	18
Tipo de diseño de investigación.....	19
Técnicas de investigación	19
Encuesta	19
2.2 Resultado de la investigación	19
3. Estudio técnico, administrativo, ambiental.....	35
3.1 Localización del Proyecto.....	35
3.2 Tamaño del proyecto.....	37
3.3 Proceso de producción o servicio.....	37
3.4 Constitución del negocio.....	38
3.5 Filosofía Empresarial	41
3.6 Estrategia.....	42
3.9 Análisis de viabilidad ambiental.....	42
4. Estudio y Evaluación Financiero	44
4.1 Inversión – Capital de trabajo.....	44
4.2 Financiamiento.....	44
4.3 Proyección de costos gastos e inversión	44
4.3.1 Estudio financiero proyectado	50
4.4 Evaluación Financiera (VAN, TIMAR, TIR.PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO)	51
Anexos	64
Cuestionario estructurado	64

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2.....	19
Tabla 3.....	20
Tabla 4.....	21
Tabla 5.....	23
Tabla 6.....	24
Tabla 7.....	25
Tabla 8.....	26
Tabla 9.....	27
Tabla 10.....	30
Tabla 11.....	31
Tabla 12.....	32
Tabla 13.....	33
Tabla 14.....	36
Tabla 15.....	44
Tabla 16.....	45
Tabla 17.....	45
Tabla 18.....	46
Tabla 19.....	47
Tabla 20.....	47
Tabla 21.....	47
Tabla 22.....	48
Tabla 23.....	48
Tabla 24.....	48
Tabla 25.....	49
Tabla 26.....	51
Tabla 27.....	51
Tabla 28.....	53
Tabla 29.....	54
Tabla 30.....	56

Tabla 31.....	57
---------------	----

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Pregunta 1	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2.....	20
Ilustración 3.....	21
Ilustración 4.....	23
Ilustración 5.....	24
Ilustración 6.....	25
Ilustración 7.....	26
Ilustración 8.....	27
Ilustración 9.....	29
Ilustración 10.....	30
Ilustración 11.....	35
Ilustración 12.....	38
Ilustración 13.....	39
Ilustración 14.....	40
Ilustración 15.....	41
Ilustración 16.....	43
Ilustración 17.....	57
Ilustración 18.....	78
Ilustración 19.....	79
Ilustración 20.....	80
Ilustración 21.....	81
Ilustración 22.....	82
Ilustración 23.....	83
Ilustración 24.....	84
Ilustración 25.....	84
Ilustración 26.....	85

Introducción

Alóag fue fundada el 08 de septiembre de 1945, la parroquia está ubicada al pie del volcán Corazón, situado a 35 km de Quito, es la parroquia más antigua del cantón, el significado de su nombre es “NIÑA MIMANDA” y extenso terreno. La parroquia de Alóag es conocida por su industria agrícola y ganadera la cual ha permitido el desarrollo de su gente, siendo estas las dos principales actividades económicas. Como producto típico Alóag procesa y comercializa las allullas y productos lácteos. La importancia de la creación de este complejo recreacional es poder aprovechar y usar el espacio al aire libre, mas ahora, cuando después de una pandemia hemos aprendido la importancia del ocio en espacios abiertos.

Es por eso que la Parroquia de Alóag es un sitio idóneo donde se puede manejar de manera positiva la creación del Complejo Recreacional, ya que al estar situada por el norte por la quebrada Miraflores y la hacienda que lleva el mismo nombre, siendo esta la que separa la Parroquia, del Distrito Metropolitano de Quito, al noreste con el camino antiguo de la Parroquia de Tambillo y al sur con la Parroquia de Aloasi. Caracterizándose todas ellas por su flora y fauna. Lo cual nos lleva a afirmar que, es el sitio idóneo para llevar a cabo el proyecto de creación del centro recreacional.

La idea de la creación del centro recreacional nos lleva a realizar un **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA COMPLEJO RECREACIONAL QUINTA LA ESCONDIDA SECTOR ALÓAG**” por ello nos ayudará a llevar a cabo y cumplir los objetivos planteados. Con esto tomaremos en cuenta aspectos importantes que nos ayuden a tomar decisiones sobre el plan de negocios. Puesto que contaremos con un grupo humano quienes desempeñaremos diferentes roles en distintos campos. Trabajaremos activamente durante todo el proceso para alcanzar los objetivos planteados con buenos accionares.

Cabe considera que este proyecto será realizado en base a un estudio de mercado de manera que desarrollaremos encuestas, todo esto para tener buenos resultados y sustentos necesarios que indiquen los puntos a manejar de una manera clara la viabilidad del proyecto. Llevando a cabo, también puntos importantes como son el marketing, difusión de imagen y marca, oferta, demanda, precios y comercialización. Lo que indicará de manera clara que la creación del complejo es factible.

El Problema

Planteamiento del problema

Alóag es un pueblo ubicado en la vía Alóag santo domingo cuyos únicos sitios de interés turístico son:

Cerro la Viudita

Después del peaje de la vía Alóag-Santo Domingo, recorre el camino empedrado y el sendero de tierra. La Viudita se encuentra a (3.783 metros sobre el nivel del mar.)

Reserva natural Bombolí

El ingreso al bosque hacienda Bombolí se encuentra en el km 20 de la vía Alóag-Santo Domingo, de ahí debe avanzar 6 km. Este atractivo está emplazado en el borde costero de la cordillera occidental, entre 2.700 y 3.450 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m)., con una temperatura promedio de 13°C en invierno y 25 en verano.

Señor del Casanto

Esta es una escultura tallada en un árbol de Casanto y según varias versiones tiene más de 250 años de antigüedad. Se encuentra resguardada en el atrio de la Iglesia Nuestra Señora de Asunción de Alóag. (Mejía, 2016).

Es por eso que se puede afirmar que la falta de un lugar más cercano y de fácil accesibilidad nos lleve a la creación de un complejo recreacional y familiar que brinde un servicio que llene las expectativas no solamente de las personas del sector sino también de los turistas.

Poniendo a su disposición un lugar al aire libre, de ambiente familiar cálido y cómodo, que estará constituido por una cancha de futbol, una cancha de vóley, senderos ecológicos, bar-cafetería y cabaña karaoke.

Además de esto y pensando no solamente en las necesidades de los turistas, se implementará zona de bar, karaoke, zona BBQ, y un lugar de entretenimiento virtual.

Actualmente en el Cantón Mejía existen opciones parecidas que han sido creadas específicamente como granjas ecológicas, pero ninguna de estas, quedan cerca del Pueblo de Alóag, y a las que sin un vehículo es dificultoso el acceso, por temas de distancia. Por lo cual, y por los resultados del estudio llevado a cabo podemos concluir que, la falta de un lugar como el descrito es necesario para el pueblo de Alóag.

Objetivos

Objetivo General

Crear un centro recreacional en la parroquia de Alóag Cantón Mejía, fomentando de esta forma el turismo rural en la zona y brindando un servicio de calidad a las familias.

Objetivo Específicos

- Realizar encuestas a la población con la finalidad de tener un conocimiento de sus necesidades de ocio específicas.
- Difundir por medio de redes sociales publicidad clara de los servicios que se vayan a brindar (Instagram, Facebook, WhatsApp).
- Marcar la diferencia entre el complejo recreacional y las demás haciendas del sector.
- Diseñar la imagen, marca o logotipo que distinga el centro recreacional.
- Obtener un balance entre gasto- beneficio.
- Entregar distintas opciones de recreación a la población y clientes.

Justificación

La parroquia de Alóag está habitada por 9237 habitantes de los cuales, hombres son 4509 y mujeres 4728, datos estadísticos del INEC 2010, Alóag está situada en un punto estratégico que la coloca en mitad de las parroquias del Cantón Mejía, mirando el nicho de mercado dentro de esta parroquia de podemos ver que la existencia de sitios de ocio al aire libre es casi nula, la parroquia cuenta con pocos espacios al aire libre creados específicamente para desarrollar actividades de índole familiar, que no sean solamente canchas de fútbol.

Razón por la cual tenemos la seguridad de que la creación de un complejo recreacional ayudaría no solamente como un negocio innovador sino también en el desarrollo económico de la región. La creación de este complejo recreacional brinda a las familias y al público un lugar de interacción con la naturaleza durante todo el año, se plantea ofrecer a la comunidad un servicio de alto nivel y calidad para los clientes y consumidores

CAPÍTULO I

1. Fundamentación teórica

1.1 Marco teórico

Se llama Estudio de Factibilidad al análisis detallado de un emprendimiento, negocio o empresa para determinar las condiciones para poder realizar el proyecto en mente, y si es viable o no. Teniendo claro los estándares con los que se trabaja en la parte financiera, estudio de mercado, organización, parte técnica y ecológica.

Factibilidad es el porcentaje que indica lo posible y las opciones para lograr una futura inversión, y a partir de esta tomar una decisión a corto, mediano y largo plazo. Saber y estar al corriente que todo proyecto individual o en sociedad es una empresa. (Luna & Chaves, 2001)

Objetivos del Estudio de Factibilidad

- Tener la visión y el conocimiento claro de si nuestro proyecto será viable.
- Manejar una idea clara de la aceptación que tendrá el proyecto hacia la población Aloeña.
- Saber si se podrá desarrollar.
- Obtener lineamientos claros de pérdidas y ganancias.
- Definir el plan de estrategia y desarrollarlo.
- Sacar provecho de los recursos con los que ya contamos. (Luna & Chaves, 2001)

Actualmente son varios los factores que influyen en el desarrollo del turismo, la facilidad con la que podemos llegar a los pueblos y parroquias por medio de transporte público y propio, ayuda a la desconexión del aumento urbanístico que exige a las familias a necesitar descanso y actividades al aire libre como son las zonas rurales y complejos recreacionales acomodados con la ayuda del hombre. Factores como estos hacen que el turismo haya evolucionado a través del tiempo, para convertirse hoy en uno de los pilares del desarrollo económico.

1.2 Marco Conceptual

- **Estudio de factibilidad:** es la investigación que se realiza a una empresa para comprobar si el servicio que ofrece será factible, buscando estrategias para lograr que el negocio sea rentable. (Quiroa, 2020)

- **Factibilidad Financiera:** indica la importancia de la inversión o el costo del proyecto, con esto la empresa puede arriesgar un costo beneficio. (Proyectum, 2010)
- **Recreación:** acción para desarrollar actividades humanas, físicas y mentales al aire libre. (Miethe, 1979)
- **Complejo recreacional:** espacio para actividades que invitan a recrearse y fortalecer la actividad física con diferentes instalaciones. (Diaz, 2021)
- **Negocio:** actividad que genera ganancia económica por prestar un servicio, una comprar o vender un bien, activos o productos (Roldán, 2021)
- **Nicho de mercado:** grupo de personas o empresas con necesidades y característica similares enfocados en un mismo grupo de consumidores. (Riofrio, 2017)
- **Senderos ecológicos:** constituido por los cinco (5) elementos naturales, aire, agua, fuego y cosmo, son pequeños caminos que brindan facilidad para recorrer una ruta determinada. (Monsalve & Parra Montealegre, 2017)
- **Inversión:** adquirir activos que incrementan su valor económico a largo plazo y con el tiempo suman ingresos o ganancias de capital. (Academy, 2022)
- **Oferta:** es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para la venta con precios concretos. (Arias, 2020)
- **Demanda:** la cantidad de bienes y servicios de adquisición de los interesados o clientes. (Arias, 2020)
- **Marketing:** estrategia para aumentar la demanda de productos y clientes con un objetivo de lucro también llamado mercadotecnia. (Mesquita, 2018)

CAPITULO II

2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es el primer paso antes de cualquier estrategia de marketing, que determina la viabilidad de cualquier actividad económica, esto ayuda a manejar la rentabilidad económica, incrementar los beneficios, con un estudio de mercado pronostica a la competencia y a los clientes actuales y potenciales.

El estudio de mercado da una visión clara de costos a manejar, consumidores o clientes con los que cuenta el negocio, estos son favorecidos con este tipo de servicio como es el Complejo Recreacional. (Alderete & García, 2016)

2.1 Metodología Utilizada

La importancia del método a utilizar para el desarrollo de la investigación va directamente relacionada con el problema planteado, he aquí la importancia de escoger la técnica adecuada en base a la recolección de datos. De esta manera se puede ver claramente la viabilidad del proyecto, manejando márgenes de tiempo y espacio.

El Método Empírico favorece al análisis de los objetivos que llegan hacer directos o neutrales, ya que con esto se recoleta toda la información para luego ser analizado con resultados reales.

2.1.1 Diseño de la investigación

Se efectúa a partir del método científico procedimientos y acciones referidas al proyecto, el cual tiene como objetivo llevar una investigación de campo en la parroquia de Alóag. Con esto se puede evidenciar las necesidades y atractivos recreacionales de gran interés para la población, para todo esto se utiliza la técnica de la encuesta como herramienta de recolección de datos.

Población

De acuerdo con los datos arrojados en el año 2010 por el censo de población y vivienda en la parroquia de Alóag existe un total de 9237 habitantes, los cuales 4509 son hombres y 4728 son mujeres.

Cálculo de la muestra (N)

Tomaremos en cuenta el número de habitantes de la parroquia de Alóag, y así determinaremos el tamaño de la muestra.

Basamos el estudio en los 9237 habitantes de la parroquia de Alóag,

Se aplicará la siguiente fórmula:

Donde:

n= Tamaño de la muestra

PQ= probabilidad

E^2 = Margen de error

K^2 = Margen de confiabilidad

N= Población

$$n = \frac{N * PQ}{\left[(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) \right] + PQ}$$

Datos:

n= 9237 habitantes

PQ= 0.25

E^2 = 0,05

K^2 = 2²

N= 4713

$$n = \frac{4713 * 0,25}{\left[(4713 - 1) \left(\frac{0,05^2}{2^2} \right) \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1178,25}{\left[(4712) \left(\frac{0,0025}{4} \right) \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1178,25}{\left[(4712)(0,000625) \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{1178,25}{[2,95] + 0,25}$$

$$n = \frac{1178,25}{3,20}$$

$$n = 368,78$$

Tipo de diseño de investigación

El desarrollo del proyecto maneja el método cuantitativo y cualitativo (mixto), puesto que de esta manera la Técnica aplicada es la encuesta, que beneficia la recolección de datos que indica el resultado de forma específica y técnicas con estadísticas que arroja respuestas exactas.

Técnicas de investigación

Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (López & Fachelli, 2015).

2.2 Resultado de la investigación

Tabla 1

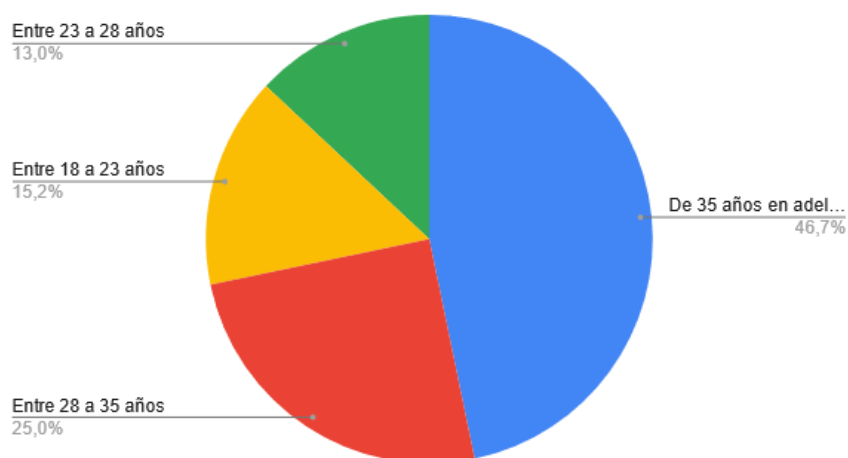
Edad

<i>Edad</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Entre 18 a 23 años		13%
Entre 23 a 28 años		15,2%
Entre 28 a 35 años		25,0%
De 35 años en adelante		46,7%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 1

Edad



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

En base a la encuesta realizada se determinó que los potenciales clientes en su mayoría serán personas mayores de 35 años, este dato real nos muestra con asertividad que son las personas de este rango las que buscan este tipo de entretenimiento ya que disfrutan más de la tranquilidad y la compañía de los más cercanos, seguido de las personas de entre 28 y 35 años quienes en su mayoría ya tienen su familia establecida y buscan este tipo de lugar de entretenimiento para niños y adultos.

Tabla 2

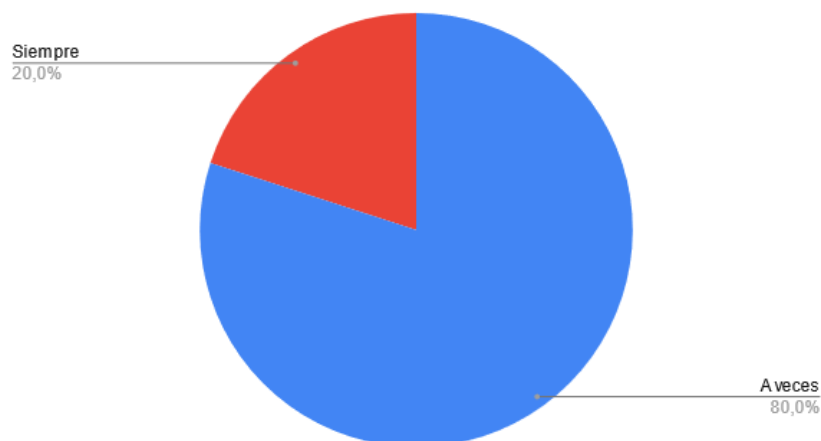
¿Con qué frecuencia visita usted lugares recreacionales?

<i>Frecuencia de visita</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Siempre		20,0%
A veces		80,0%
Nunca		0%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 2

¿Con qué frecuencia visita usted lugares recreacionales?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

En base a la respuesta de la pregunta 3 el 80% de los encuestados indican que indica su visita a estos lugares de recreación turística es a veces, se estima que es por la falta de este tipo de sitios en la Parroquia teniendo que movilizarse a lugares alejados para realizar este tipo de actividades y tomando en cuenta que no todos cuentan con movilización propia lo que les resulta mucho más costoso, por lo que se espera poder implementar LA QUINTA LA ESCONDIA y poder satisfacer principalmente a los habitantes de nuestra parroquia.

Tabla 3

¿Cuáles son sus prioridades cuando sale de paseo?

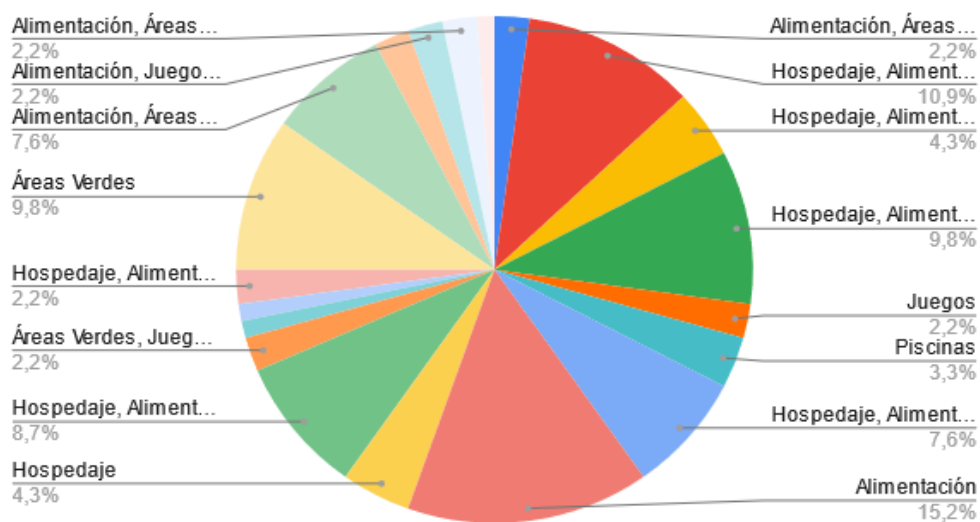
<i>Prioridades</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Áreas Verdes, piscinas		1,1%
Alimentación, áreas verdes, piscinas		2,1%
Alimentación, Juegos, Piscinas		2,1%
Hospedaje, Áreas Verdes		2,1%
Alimentación, Áreas Verdes, Juegos, Piscinas		8,4%

<i>Prioridades</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Áreas Verdes		9,5%
Hospedaje, Alimentación, Juegos, Piscinas		2,1%
Áreas Verdes, Juegos, Piscinas		2,1%
Hospedaje, Alimentación, Piscinas		8,4%
Hospedaje		4,2%
Alimentación, Áreas Verdes		2,1%
Hospedaje, Alimentación, Áreas Verdes, Juegos, Piscinas		10,5%
Hospedaje, Alimentación, Áreas Verdes, Piscinas		4,2%
Hospedaje, Alimentación, Áreas Verdes		9,5%
Juegos		3,2%
Piscinas		3,2%
Hospedaje, alimentación		7,4%
Alimentación		14,7%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 3

¿Cuáles son sus prioridades cuando sale de paseo?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

En base a esta pregunta podemos tener claro que las personas buscan un buen servicio de alimentación en su mayoría, cuando salen de paseo familiar o con amigos.

Esta pregunta es muy importante ya que nos permite visualizar la demanda del cliente al momento de visitar centros de recreación turística.

Tabla 4

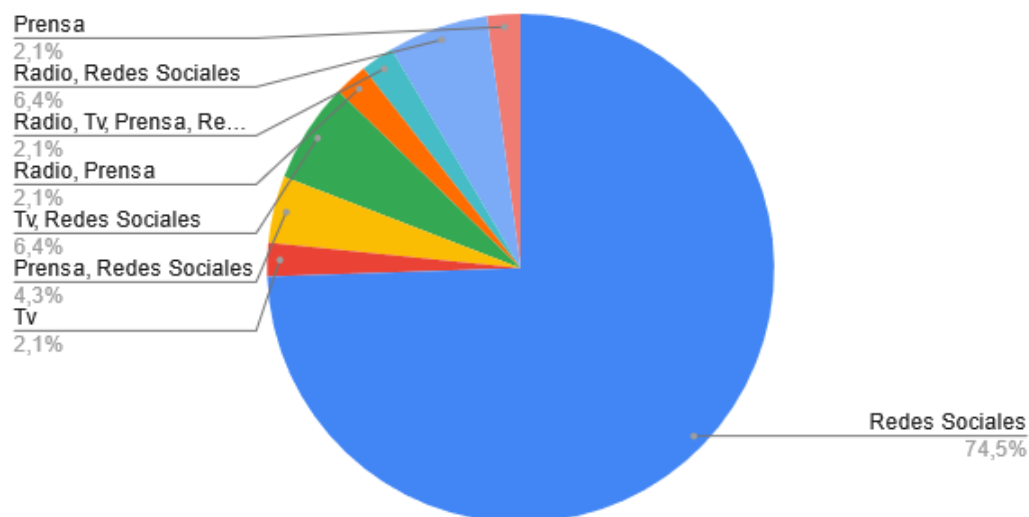
¿Por Qué medio preferiría usted recibir publicidad sobre este tipo de complejos?

Recibir publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Prensa		2,1%
Radio, Redes sociales		6,4%
Radio, Tv, Prensa, Redes Sociales		2,1%
Radio, Prensa		2,1%
Tv, Redes Sociales		6,4%
Prensa, Redes Sociales		4,3%
Tv		2,1%
Redes Sociales		74,5%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 4

¿Por Qué medio preferiría usted recibir publicidad sobre este tipo de complejos?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

Según los resultados de la pregunta sobre el medio de publicidad por la cual desean recibir información el 74.5% de las personas encuestadas indican viable las redes sociales, recordando que este medio ha venido creciendo con el tiempo y la gran mayoría cuenta con un celular disponible por el cual se mantiene informado y se podría decir que es uno del medio más efectivo de marketing en la actualidad.

Tabla 5

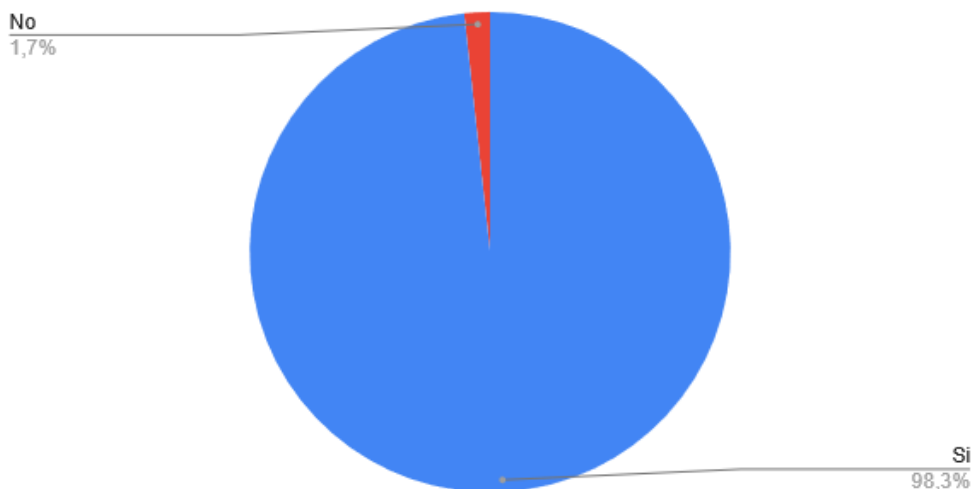
¿Le gustaría que exista un complejo recreacional en el Cantón Mejía parroquia de Alóag sector Rumipamba?

<i>Existencia de un complejo recreacional en Alóag</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Si		98,3%
No		1,7%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 5

¿Le gustaría que exista un complejo recreacional en el Cantón Mejía parroquia de Alóag sector Rumipamba?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

El 98.3% de los encuestados les gustaría la existencia de un centro turístico, que permita al visitante salir de la rutina diaria, a su vez que permitiría a la parroquia de Alóag ser considerado un lugar turístico y fomentar plazas de trabajo para los habitantes del sector.

Tabla 6

¿En qué horario visita usted un complejo recreacional?

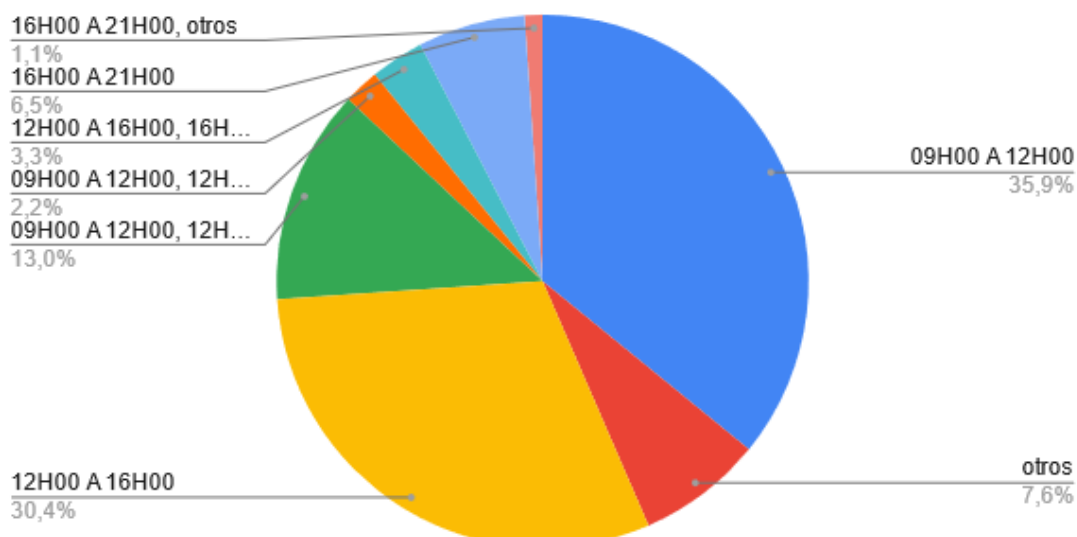
Horario de visita	Frecuencia	Porcentaje
16H00 A 21H00, otros		1,1%
16H00 A 21H00		6,5%
12H00 A 16H00, 16H00 A 21H00		3,3%
09H00 A 12H00, 12H00 A 16H00, 16H00 A 21H00		2,2%
09H00 A 12H00, 12H00 A 16H00		13,0%
12H00 A 16H00		30,4%
09H00 A 12H00		35,9%

Otros	7,6%
Total	100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 6

¿En qué horario visita usted un complejo recreacional?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

El 35.9% de los encuestados preferirían visitar QUINTA LA ESCONDIDA en horario de 09H00 A 12H00 seguido del 30.4% de encuestados que le gustaría visitar el lugar de 12H00 a 16H00, siendo los horarios con mayor demanda esto nos permitirá conocer horarios de mayor visita por ende de mayor trabajo para el personal.

Tabla 7

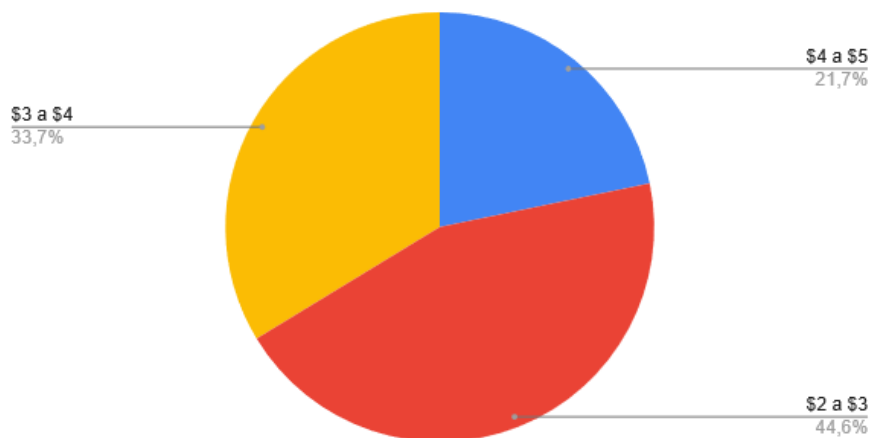
¿Qué valor estaría dispuesto a cancelar por entrada?

<i>Valor de la entrada</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
\$ 3 a \$ 4		33,7%
\$ 4 a \$ 5		21,7%
\$ 2 a \$ 3		44,6%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 7

¿Qué valor estaría dispuesto a cancelar por entrada?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

En la ilustración 8 se muestra que el 44.6% estaría dispuesto a pagar de \$ 2 a \$3 dólares por valor de entrada, este dato es muy importante a la hora de realizar el proyecto de factibilidad de QUINTA LA ESCONDIDA, ya que muestra la disponibilidad y el potencial de consumo en el sector.

Tabla 8

¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir dentro del complejo recreacional?

<i>Tipo de servicios</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		2,1%
Restaurante, Karaoke		2,1%
Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Karaoke, Senderos ecológicos		2,1%
Restaurante, Hospedaje, Senderos ecológicos		4,2%
Pesca deportiva		2,1%

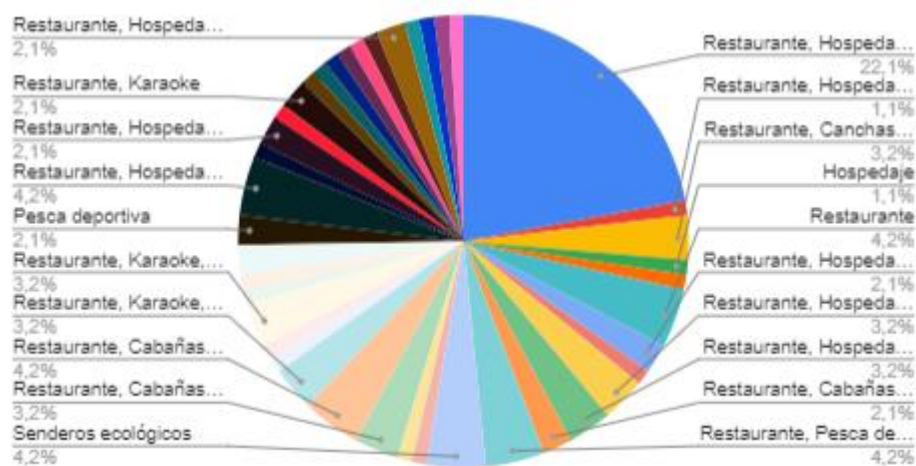
<i>Tipo de servicios</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Restaurante, Karaoke, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		3,2%
Restaurante, Karaoke, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		3,2%
Restaurante, Cabañas, Karaoke, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		4,2%
Restaurante, Cabañas, Senderos ecológicos		3,2%
Senderos ecológicos		4,2%
Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Karaoke, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		22,1%
Restaurante, Hospedaje, Pesca deportiva, Senderos ecológicos		1,1%
Restaurante, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		3,2%
Hospedaje		1,1%
Restaurante		4,2%
Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Karaoke, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		2,1%
Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Karaoke		3,2%
Restaurante, Hospedaje, Canchas deportivas		3,2%
Restaurante, Cabañas, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		2,1%

<i>Tipo de servicios</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Restaurante, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos		4,2%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 8

¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir dentro del complejo recreacional?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta realizada podemos definir que lo ofertado por el proyecto en estudio QUINTA LA ESCONDIDA con un porcentaje del 22,1%, es atractivo para la población puesto que estos servicios (Restaurante, Hospedaje, Cabañas, Karaoke, Pesca deportiva, Canchas deportivas, Senderos ecológicos), harán un lugar único para la visita de propios y extraños al cual querer retornar para disfrutar con su familia y amigos.

Tabla 9

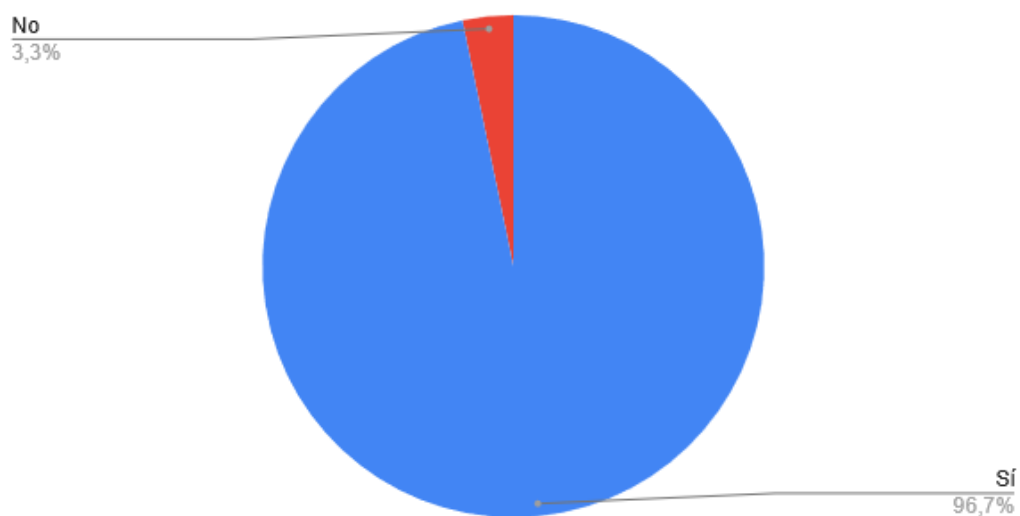
¿Le gustaría realizar eventos en un área al aire libre?

<i>Eventos al aire libre</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Si		97,7%
No		3,3%
Total		100%

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Ilustración 9

¿Le gustaría realizar eventos en un área al aire libre?



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Análisis e interpretación

El 93.7% de las personas encuestadas les gusta realizar eventos al aire libre, sin duda esto nos permite estar seguros que el negocio a implementar será de acogida para propios y extraños ya que el ambiente campestre de ocio y tranquilidad es un atractivo para la población y más aún si en estos lugares existen sitios sanos de recreación familiar que es la temática a la que se enfoca el giro del negocio de QUINTA LA ESCONDIDA.

2.2 Análisis y demanda

De acuerdo a los datos generados a través de la encuesta realizada a 96 personas habitantes de la parroquia de Alóag Cantón Mejía (segmento de la muestra) se puede demostrar que la demanda del servicio a brindar en la Quinta la Escondida seria en su mayoría acogida por personas de 35 años en adelante , puesto que es un rango donde la mayoría de personas cuentan con más posibilidad económica y su tiempo libre que lo prefiere realizar en compañía de su familia como un momento de sano esparcimiento y relax, buscando espacios verdes alejado de la tecnología y el tumulto de la ciudad. El análisis de la demanda está contemplado por el número total de personas que consumen uno o varios de los servicios que el complejo recreacional ofrece y que se detalla a continuación:

Tabla 10

Análisis de la demanda

Descripción	Número total de consumidores por mes
Tiquete de entrada al público	600 personas
Entrada cancha de futbol	450 personas
Entrada cancha de vóley	150 personas
Comidas	600 personas
Ocupación de Cabañas karaoke	160 personas

Fuente: Estudio de mercado (2023)

En el sector de Alóag, la demanda insatisfecha la determina el total de bienes o servicios que no posee el mercado local actualmente para satisfacer las necesidades de los habitantes de la parroquia de Alóag.

2.3 Análisis de la oferta

En el sector de Alóag provincia de Pichincha Cantón Mejía, donde se encuentra la Quinta la Escondida que hace referencia al proyecto que se espera implementar con este estudio de factibilidad, podemos indicar que Alóag que actualmente no cuenta con una competencia directa; es decir no existe ningún complejo recreacional que oferte similares servicios a los que se mencionan en el presente estudio.

Servicios que ofrece el Complejo Recreacional Quinta la Escondida Sector Alóag

- Conciertos
- Exposición carros tuning
- Paseo por senderos
- Club de observación astronómica
- Campamentos vacacionales
- Exposición de dinosaurios robóticos
- Talleres team building
- Ferias de mascotas
- Casas abiertas

Tabla 11

Zonas de recreación aledañas a la parroquia de Alóag

Sitios referentes en el Cantón Mejía	Observaciones
Castillo de Amaguaña	Ubicado en Amaguaña Cantón Rumiñahui, abre sus puertas únicamente a los socios del club, siendo los socios que pueden afiliarse su núcleo familiar (cónyuges e hijos hasta 25 años de edad y padres naturales y políticos del socio titular a partir de los 65 años de edad se cancela mensualmente \$70,99 pagando un total de \$ 900 incluido impuestos .
Granja Campo Verde	Ubicada en El Murco, Cantón Mejía, situada a 8.1 km de la parroquia de Alóag. Ofrece granja de animales, senderos ecológicos, pesca deportiva, restaurante y canchas. Los valores son de \$2 los adultos y \$1 dólar los niños.

Quinta Margarita

Ubicada en Aloasí, Cantón Mejía, situada a 5.7 km de la parroquia de Alóag.

Cuenta únicamente el servicio de reservación como sala de eventos y espectáculos.

Los precios varían dependiendo del evento programado desde los \$35 dólares por persona.

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Cabe recalcar que los sitios turísticos anteriormente mencionados corresponden a una competencia indirecta ya que ofrecen servicios complementarios a los ofertados por el Complejo Recreacional Quinta la Escondida Sector Alóag.

2.4 Análisis del precio

El valor de la entrada será de \$2.00 los adultos y \$1.00 los niños y tercera edad, las personas con discapacidad la entrada es gratuita, con este valor tendrán acceso a todas las áreas verdes, canchas deportivas, cabañas, parqueadero y se cobrará un valor adicional por el consumo de alimentos y bebidas en restaurante.

Lo que se desea con esto es que el cliente quede satisfecho con el servicio y calidad que se ofrece y busque retornar al lugar.

Tabla 12

Valores a cobrar por los servicios

Descripción	Precio
Entrada general:	
Adultos	\$2 dólares
Niños y tercera edad	\$1 dólares
Personas con discapacidad	Entrada gratuita
Cabaña karaoke	\$ 2,50 dólares
Otros ingresos	\$ 5,00 dólares

Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

2.4.1 Estrategia de comercialización

El Plan de comercialización es una parte muy importante dentro de un negocio, se trata de un documento que detalla cual es el producto o servicio, que se ofrece para atraer y retener a los clientes, teniendo clara cuál es la proyección de las ventas en un periodo determinado. Con esto se fija metas de ventas con resultados con un plazo determinado, y obteniendo un análisis de toda la situación tanto interno como externo, con esto se planifica buenas estrategias en los servicios a ofrecer.

Los datos en el que el proyecto se apoya son, medibles y cuantificables. Todo esto ayuda a reducir los riesgos de perdida y se podrá definir una estrategia transversal de esta forma se evitará realizar acciones aisladas y espontáneas. Además aumentamos la posibilidad de supervivencia del negocio.

Logo de la empresa



CAPÍTULO III

3. Estudio técnico, administrativo, ambiental

3.1 Localización del Proyecto

Para poder realizar el estudio de factibilidad se debe tomar en cuenta varias aristas entre ellas:

- La localización de la Quinta en la cual se va a emprender el negocio
- Se tomará en cuenta la cercanía del sector para el cliente
- Si cuenta con el espacio adecuado para poder realizar las actividades propuestas
- Que las zonas de acceso como de esparcimiento sean seguras para el cliente
- Si Cuenta con todos los servicios básicos.

Ilustración 10

Ubicación Quinta la Escondida Sector Rumipamba, Parroquia de Alóag



Fuente: Google Maps

Tabla 13*Ubicación Quinta la Escondida Sector Rumipamba, Parroquia de Alóag*

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Mejía
Parroquia	Alóag
Sector	Rumipamba
Km	3km Panamericana Sur
Clima	Frio y variación en las temperaturas durante todo el año
Ingreso	Peatonal y vehicular
Calles	Adoquinadas en perfecto estado
Seguridad	Privada
Servicios Básico	Agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, etc
Clase Social	Baja, Media, Alta

Fuente: Estudio de mercado (2023)

Según lo descrito en la tabla anterior, como podemos observar que, conforme al acuerdo efectuado con el inversionista del presente proyecto, se realiza el presente Estudio de Factibilidad, el cual indica que la Quinta la Escondida se encuentra a 3km de la vía principal Panamericana Sur en el sector de Rumipamba parroquia de Alóag, esto hace que sea un sector cercano a la parroquia y permite al visitante ingresar con vehículo o a pie ya que la entrada se encuentra en perfecto estado, al ingresar al lugar se contara con guardias de seguridad y personal para cuidado de parqueaderos, para que puedan relajarse sin preocupación y disfrutar de los espacios que se espera ofrecer en la Quinta como son cancha deportiva, áreas verdes, senderos ecológicos, granja infantil, zona de restaurante y cabañas Karaoke, las misma que contarán con personal que brindara el buen servicio y calidez al cliente haciéndolo sentir seguro, además podemos decir que la Quinta la escondida ya cuenta con servicios básicos como agua potable, alcantarillado y luz eléctrica para poder cumplir de mejor manera con la demanda del cliente.

3.2 Tamaño del proyecto

La Quinta la Escondida cuenta con amplios terrenos contando con una capacidad de 250 personas por día y su nivel de utilización del terreno es del 90 al 100 % para brindar una cómoda y atractiva visita al cliente, además de contar con personal calificado en todas las áreas desde el ámbito Administrativo, servicio, seguridad y limpieza, con esto lo que se espera es que el cliente se sienta acogido y disfrute del ambiente alejado del ruido estrés de la ciudad.

Contará además con una cancha deportiva, zonas BBQ, senderos recreativos, tres cabañas temáticas con capacidad de 10 personas cada una, restaurante y zona zoológicas para el esparcimiento de los niños con animales de granja.

3.3 Proceso de producción o servicio

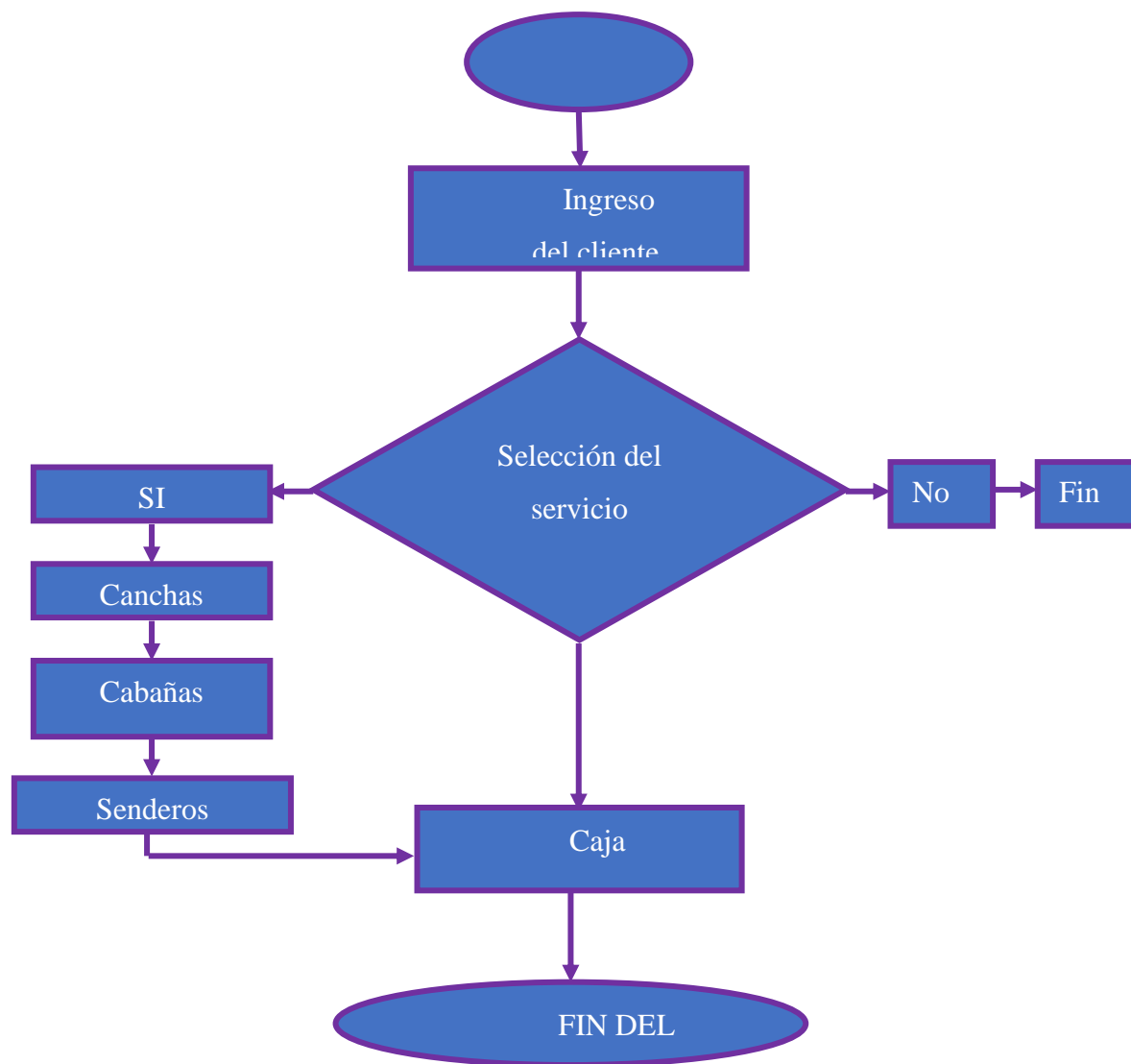
En la Quinta la escondida ubicada en la parroquia de Alóag barrio Rumipamba lo que desea implementar es un área de recreación tanto familiar como de esparcimiento con amigos ya que se brindará un servicio para toda la edad desde visitas ecológicas por senderos de recreación, canchas deportivas, áreas verdes, cabaña karaoke buscando siempre brindar el mejor servicio tanto a propios como a extranjeros con áreas limpias buen ambiente, calidez y confort.

Proceso de atención:

- Ingreso del cliente
- Selección del servicio, este puede ser canchas, cabaña karaoke
- Se dirige al cliente a cancelar el valor por el servicio solicitado
- Finalmente puede hacer uso de las instalaciones

Ilustración 11

Flujograma de atención al cliente



Fuente: Estudio de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

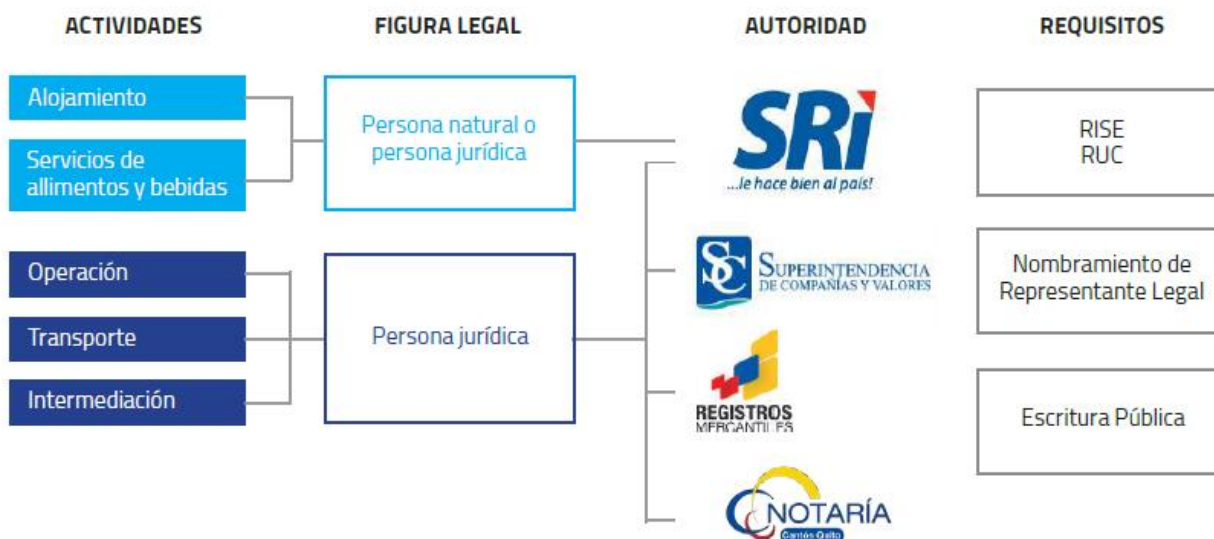
3.4 Constitución del negocio

La Quinta la Escondida será manejada por una sola persona dueña e inversionista por lo que se lo considerará como un **negocio unilateral**, a la vez será la encargada de colocar al personal mejor capacitado según su criterio profesional para las diferentes áreas, por lo que se

abriría nuevas plazas de trabajo todo esto tomando en cuenta los requisitos y documentación legales para la constitución y funcionamiento.

Ilustración 12

Naturaleza de la empresa



Fuente: Guía del emprendedor turístico (Subsecretaría de gestión y desarrollo pag.42)

Actividad

La actividad turística a desarrollar en la Quinta la Escondida es una actividad enfocada al servicio, alimentación y bebida un espacio de esparcimiento familiar que le permitirá al visitante disfrutar de un momento de ocio en un lugar acogedor con aire puro y apartado de la ciudad.

Figura legal

Para su legalización y permiso de funcionamiento se podrá optar por la figura de persona natural o jurídica según lo disponga la persona inversionista y propietaria del negocio ya que según lo estipulado y el giro del negocio a realizar cualquiera de las dos figuras legales estaría en el marco de la ley.

Autoridad




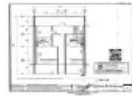


Según la figura legal a la cual se va a basar la inversionista del negocio tendrá que realizar los trámites para su constitución legal y posterior rendición de cuentas, es importante destacar el giro del negocio para la toma de decisión.

Las personas que entran en el negocio como persona naturales deberán registrarse en el Servicio de rentas Internas (SRI), el cual registrará su negocio y al que tendrá que de manera obligatoria realizar su declaración.

La figura legal de persona jurídica a más de realizar su respectivo registro en el SRI Para la constitución de la empresa tendrá que realizar su registro en la Superintendencia de Compañías y valores, registro mercantil y Notaria.

Ilustración 13

Habilitantes para el funcionamiento Municipales

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
	Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) Autorización legal otorgada a los establecimientos turísticos, que acredita la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeta a las normas técnicas de calidad vigentes, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. El valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente, los valores podrán ser ajustados anualmente.	Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos.
	Patente Municipal Documento obligatorio para ejercer permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.	Toda persona natural o jurídica, sociedad nacional o extranjera, domiciliada o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal que ejerzan permanentemente actividades económicas.
	Permiso de Uso de Suelo o Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo Documento que verifica si las actividades a realizar se encuentran permitidas en el predio a operar, de acuerdo a la ordenación territorial del cantón.	Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.
	Aprobación de Planos Trámite con el cual se autoriza la planificación de un proyecto arquitectónico, una vez que se han revisado y admitido diferentes elementos del mismo.	Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.
	Permisos de Construcción Documento habilitante para la construcción de edificaciones o nuevas infraestructuras en edificaciones ya establecidas.	Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas.
	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos Autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.	Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística.

Fuente: Guía del emprendedor turístico (Subsecretaría de gestión y desarrollo pag.45)

Ilustración 14

Habilitantes para el funcionamiento Intelectuales, Sanitarios y De Arrendamiento Mercantil

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
	<p>Búsqueda fonética Sirve para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que se pretenda registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad.</p> <hr/> <p>Título de Registro de Signo Distintivo Documento de protección o derecho al uso exclusivo de una marca (signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo.)</p>	<p>Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas. Constituye un requisito previo a la obtención del Registro Turístico.</p> <hr/> <p>Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que requieran el derecho al uso exclusivo de la marca</p>
	<p>Permiso sanitario de funcionamiento Documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que tenga como actividad económica el servicio de alimentos y bebidas.</p>
	<p>Legalización de Contrato de arrendamiento La legalización del contrato de arrendamiento es un requisito para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), en caso de arrendar un establecimiento para el desarrollo de la actividad turística. Contrato de arrendamiento legalizado. La legalización del contrato de arrendamiento se realiza en una Notaría. Contrato de arrendamiento mercantil. La legalización del contrato de arrendamiento mercantil se realiza en el Registro Mercantil.</p>	<p>Toda persona natural o jurídica, que se dedique a la prestación de servicios turísticos en un local arrendado.</p>

Fuente: Guía Del Emprendedor Turístico (Subsecretaria De Gestión Y Desarrollo Pag.46)

Para poder poner en marcha el negocio turístico en la Quinta la Escondida debe tomar en cuenta todos los lineamientos y permisos que requiere cada entidad y por ende los gastos que se implica tomando en cuenta este rubro para la constitución de la misma.

3.5 Filosofía Empresarial

Centro Recreacional Quinta la Escondida nace después de que el mundo afronte la pandemia del COVID 19, con un visión totalmente distinto al mundo actual, enfocada en la necesidad del esparcimiento al aire libre en un ambiente puro y natural.

Misión: Brindar un servicio de alta calidad a los usuarios que hagan uso de las instalaciones, consiguiendo así, llegando a un mercado que actualmente se maneja en un cambio constante, con la idea de que la Parroquia de Alóag sea un lugar de destino turístico y muy reconocido a nivel nacional.

Visión: Darnos a conocer como un lugar de entretenimiento y sano esparcimiento, sirviendo así de ayuda para la creación de otros proyectos turísticos que hagan del Cantón Mejía un lugar de destino turístico dentro de la provincia de Pichincha.

3.6 Estrategia

Para poder realizar un complejo recreacional como el que se estudia en este proyecto de factibilidad, es esencial contar con personal altamente calificado para atención al cliente, contar con buena administración que permita tener un crecimiento constante.

Parte fundamental de crecimiento del negocio es contar con una buena estrategia de marketing enfocado al cliente razón por la cual se ha realizado la encuesta con la misma se da a conocer los gustos y preferencias del mercado pudiendo satisfacer de mejor manera la demanda de potenciales clientes tomando en cuenta su capacidad adquisitiva.

3.9 Análisis de viabilidad ambiental

El análisis de viabilidad ambiental es un estudio que se realiza para todo proyecto y más si enmarca el ámbito turístico y se refiere a todos los permisos y tramites que hay que realizar antes de poner en marcha el proyecto para el cual se está realizando este estudio de factibilidad QUINTA LA ESCONDIDA, la misma debe ser tramitada en el Ministerio de Turismo y en el Ministerio del Ambiente, como se indica en la ilustración 16.

Ilustración 15

Habilitantes para el funcionamiento turístico y ambiental

HABILITANTES PARA EL FUNCIONAMIENTO: TURÍSTICOS Y AMBIENTALES

AUTORIDAD COMPETENTE	HABILITANTE	QUIENES ESTÁN OBLIGADOS
 <p>MINISTERIO DE TURISMO</p>	<p>Registro Turístico Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para operar como prestador de servicio turístico. El registro debe realizarlo previo al inicio de actividades y por una sola vez*. Mediante el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. *En el Cantón Quito se tramita ante la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas.</p>
	<p>Licencia de Guías Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para el ejercicio profesional de los guías de turismo según su clasificación: local, nacional y nacional especializado (patrimonio turístico o aventura).</p>	<p>Toda persona natural que se dedique de manera profesional al servicio de guianza turística en el territorio ecuatoriano.</p>
 <p>MINISTERIO DEL AMBIENTE</p>	<p>Patente Anual de Operación Turística Documento único habilitante para poder realizar actividades turísticas con fines comerciales en las zonas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP).</p>	<p>Toda operadora turística sin excepción está obligada a obtener este permiso.</p>
	<p>Certificado de Registro Ambiental Documento habilitante para las actividades con un bajo impacto ambiental detalladas en el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>
	<p>Licencia ambiental Es la autorización para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental.</p>	<p>Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.</p>

Fuente: Guía Del Emprendedor Turístico (Subsecretaria De Gestión Y Desarrollo

Pag.47)

CAPITULO IV

4. Estudio y Evaluación Financiero

El estudio financiero es un dato muy relevante para poder determinar la factibilidad de un proyecto ya que todo negocio o proyecto en el cual se vaya a invertir su único objetivo para el inversionista es recuperación de capital, y rentabilidad, para lo que se necesita ser muy minucioso con los costos y gastos, pues esto determinara el desarrollo de un proyecto rentable solvente y con capacidad de crecimiento a largo plazo.

4.1 Inversión – Capital de trabajo

Para el proyecto Quinta la Escondida contara con un capital de \$40.000 inicial o inversión, los cuales se espera recuperar a mediano plazo.

Por lo que es necesario contar con balances proyectados ya que esto nos dará una idea clara del tiempo de recuperación de capital y la obtención de ganancias netas.

4.2 Financiamiento

Para emplazar a la ejecución del proyecto la QUINTA LA ESCONDIDA se debe tener clara la fuente de financiamiento, en el caso específico de este proyecto el inversionista contara con un valor de \$40.000 como capital inicial, los mismos que serán financiados mediante préstamo a 10 años plazo al 10,21% de interés.

Adjunto Tabla de amortización BanEcuador, Anexo 2

4.3 Proyección de costos gastos e inversión

Tabla 14

Obra física

CODIGO	DETALLE	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
ADQ	Adoquines	350	\$ 2,00	\$ 700,00
ALM	Alambre	2000	\$ 0,20	\$ 400,00
ARE	Arena	7000	\$ 0,40	\$ 2.800,00
CEMN	Cemento	30	\$ 8,00	\$ 240,00

CODIGO	DETALLE	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
RIP	Ripio	500	\$ 0,60	\$ 300,00
BLOQ	Bloque	6000	\$ 0,30	\$ 1.800,00
CF10	Cable flex 10	15	\$ 5,00	\$ 75,00
CF12	Cable flex 12	30	\$ 8,00	\$ 240,00
CF14	Cable flex 14	15	\$ 12,00	\$ 180,00
REFL	Reflectores	15	\$ 86,00	\$ 1.290,00
MALL	Malla perimetral de color verde	200	\$ 2,00	\$ 400,00
INOD	Set inodoros	4	\$ 70,00	\$ 280,00
VARI10	Varilla de hierro 10 pul	200	\$ 7,00	\$ 1.400,00
CARL8	Varilla de hierro 8 pul	100	\$ 3,00	\$ 300,00
ARC	Arcos	2	\$ 350,00	\$ 700,00
CARP	Carpas prefabricadas	40	\$ 50,00	\$ 2.000,00
CESP	Césped sintético	750	\$ 12,00	\$ 9.000,00
MALL	Red portátil de voleibol	1	\$ 64,00	\$ 64,00
TOTAL				\$ 22.169,00

Fuente: Estudio de mercado Gran Ferreto, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 15

Mobiliario

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Escritorio	1	\$ 100	\$ 100
Archivador	1	\$ 100	\$ 100
Mueble de recepción	1	\$ 150	\$ 150
Silla ejecutiva	2	\$ 50	\$ 100
Total			\$ 450

Fuente: Mercado Libre, Pagina Web, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 16

Equipos y enseres de cocina

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Mesas	10	\$40	\$400
Sillas	50	\$5	\$250
Cocina industrial con horno, freidora y plancha	1	\$1500	\$1500
Batidora	2	\$ 30	\$60
Licuada	2	\$70	\$140
Cafetera	2	\$50	\$100
Tanque de gas	2	\$60	\$120
Jugo de ollas	1	\$300	\$300
Cucharones	3	\$7	\$21
Platos soperos	10 docenas	\$24	\$240
Platos base	10 docenas	\$30	\$300
Plato postrero	10 docenas	\$15	\$150
Cevicheros	10 docenas	\$10	\$100
Azucareros	10	\$2	\$20
Refrigerador	1	\$60	\$60
Ajiceros	10	\$2,50	\$25
Juegos de cubiertos	10	\$15	\$150
Juego de Cuchillos	1	\$25	\$25
Total			\$3961

Fuente: Mercado Libre, Pagina Web, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 17

Equipos de oficina

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Computadora	2	\$450	\$900
Impresora	1	\$300	\$300
Proyectores LED portátiles	2	\$250	\$500
Tv	2	\$400	\$800
Micrófonos dobles	2	\$30	\$60
Parlantes	1	\$150	\$150
Barras de sonidos	3	\$120	\$360
Total			\$3070

Fuente: Bertmat Santo Domingo, Pagina Web, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 18*Activos Diferidos*

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
	1	\$	\$
Estudio de Factibilidad		400,00	400,00
Constitución Legal	1	\$ 200	\$ 200
Patente municipal	1	\$ 200	\$ 200
Permiso de funcionamiento	1	\$ 120	\$ 120
Pago de bomberos	1	\$ 40	\$ 40
Permiso de funcionamiento de salud	1	\$ 40	\$ 40
Ministerio de Salud	1	\$ 150	\$ 150
Total			\$3070

Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 19*Sueldos y salarios*

CARGO	Cantidad	Sueldo mes
Administrador	1	\$ 600
Cajera	1	\$ 450
Chef	1	\$ 450
Auxiliar de cocina	1	\$ 450
Jardinero	1	\$ 450
Personal de seguridad	1	\$ 450
Total		\$ 2.850

Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 20*Útiles de aseo*

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Guantes	3	\$ 1,70	\$ 5,10
Escoba	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeador	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Recogedor de basura	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Desinfectante	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Jabón liquido	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Total			\$ 32,60

Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 21*Suministros básicos*

DESCRIPCIÓN	GASTOS MENSUALES
Luz	\$ 460,00
Teléfono	\$ 150,00
Agua potable	\$ 100,00
Internet	\$ 90,00
TOTAL	\$ 800,00

*Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez***Tabla 22***Suministros de oficina*

<i>Descripción</i>	cantidad	valor unitario	valor total
Resmas de papel	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Clips	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Carpetas Vene	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Grapadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Paquete esferos	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Perforadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Archivadores	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Total			\$ 67,00

*Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez***Tabla 23***Resumen de Inversión*

RESUMEN DE INVERSION	
ACTIVO FIJO	TOTAL
Obra física	\$ 22.169,00
Mobiliaria	\$ 450
Equipos y enseres de cocina	\$ 3.961,00
Equipos de oficina	\$ 3.070,00
Subtotal activos fijos	\$ 29.650,00
ACTIVOS DIFERIDOS	TOTAL
Estudio de Factibilidad	\$ 400,00
Constitución Legal	\$ 200
Patente municipal	\$ 200
Permiso de funcionamiento	\$ 120
Pago de bomberos	\$ 40

Permiso de funcionamiento de salud	\$ 40
Ministerio de Salud	\$ 150
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.150,00
CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
<i>SUELDOS Y SALARIOS</i>	34.200,00
<i>Útiles de aseo</i>	\$ 391,20
<i>Servicios básicos</i>	\$ 9.600,00
<i>Suministros de oficina</i>	\$ 804,00
OTROS GASTOS	\$ 36.000,00
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 80.995,20
TOTAL DE INVERSION	\$ 111.795,20

Fuente: Investigación de campo, Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 24

Depreciación

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS	saldo en libros igual valor del activo menos depreciación total
Obra física	\$ 22.169	20	\$ 4.434	\$ 22.169	\$ 0	
Inmueble	\$ 140.000	20	\$ 28.000	\$ 140.000	\$ 0	
Mobiliario	\$ 610	10	\$ 61	\$ 305	\$ 305	
Equipos y enseres de cocina	\$ 3.961	5	\$ 198	\$ 990	\$ 2.971	
Equipos de oficina	\$ 3.070	3	\$ 92	\$ 461	\$ 2.610	
TOTAL	169.810,00		32.784,95	163.924,75	5.885,25	Valor de rescate de los activos pasa al flujo

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

4.3.1 Estudio financiero proyectado

La proyección financiera es una parte fundamental del proyecto, con esta se observa la rentabilidad y las finanzas del negocio, y así determinar los precios para los clientes.

La vida útil del proyecto es programada para 10 años, se utiliza el 3,12% de la tasa de inflación de los últimos meses del Ecuador publicado en Banco Central.

ingreso por entradas anuales	\$ 10.800,00	\$ 11.136,96	\$ 11.484,43	\$ 11.842,75	\$ 12.212,24	\$ 12.593,26	\$ 12.986,17	\$ 13.391,34	\$ 13.809,15	\$ 14.240,00
150 Entrada instalaciones niños \$1	150									
Ingreso de entradas mensuales	\$ 150,00									
ingreso por entradas anuales	\$ 1.800,00	\$ 1.856,16	\$ 1.914,07	\$ 1.973,79	\$ 2.035,37	\$ 2.098,88	\$ 2.164,36	\$ 2.231,89	\$ 2.301,53	\$ 2.373,33
cabañas karaoke cabañas mensual	160									
ingreso por persona	\$ 2,50									
TOTAL entradas karaoke mensual	\$ 400,00									
TOTAL entradas karaoke anual	\$ 4.800,00	\$ 4.949,76	\$ 5.104,19	\$ 5.263,44	\$ 5.427,66	\$ 5.597,01	\$ 5.771,63	\$ 5.951,71	\$ 6.137,40	\$ 6.328,89
Otros Ingresos	\$ 10,00									
Otros Ingresos mensuales	\$ 6.000,00									
Otros Ingresos anuales	\$ 72.000,00									
3,12% inflación actual Banco Central	\$ 72.000,00	\$ 74.246,40	\$ 75.369,60	\$ 76.492,80	\$ 77.616,00	\$ 78.739,20	\$ 79.862,40	\$ 80.985,60	\$ 82.108,80	\$ 83.232,00
VENTAS TOTALES	\$ 89.400,00	\$ 92.189,28	\$ 93.872,30	\$ 95.572,78	\$ 97.291,28	\$ 99.028,35	\$ 100.784,57	\$ 102.560,54	\$ 104.356,88	\$ 106.174,22

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99	\$ 40.688,99
(-) INTERES	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04	\$ 7.904,04
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95	\$ 32.784,95
(-) AMORTIZACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) U.A.I.P	\$ 1.361,01	\$ 4.925,89	\$ 6.222,83	\$ 7.525,18	\$ 8.833,13	\$ 10.146,84	\$ 11.466,50	\$ 12.792,28	\$ 14.124,39	\$ 15.463,01
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55%	\$ 470,23	\$ 1.701,89	\$ 2.149,99	\$ 2.599,95	\$ 3.051,85	\$ 3.505,73	\$ 3.961,67	\$ 4.419,73	\$ 4.879,98	\$ 5.342,47
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 890,78	\$ 3.224,00	\$ 4.072,84	\$ 4.925,23	\$ 5.781,28	\$ 6.641,11	\$ 7.504,82	\$ 8.372,55	\$ 9.244,41	\$ 10.120,54
% de utilidad neta	1,00%	3,50%	4,34%	5,15%	5,94%	6,71%	7,45%	8,16%	8,86%	9,53%

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 28

Flujo de caja

DESCRIPCION	AÑO (0)	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años	6 años	7 años	8 años	9 años	10 años
Inversión	-\$ 40.000,00										
RECUPERACION DE VENTAS		\$ 89.400,00	\$ 92.189,28	\$ 93.872,30	\$ 95.572,78	\$ 97.291,28	\$ 99.028,35	\$ 100.784,57	\$ 102.560,54	\$ 104.356,88	\$ 106.174,22

Depreciaciones	\$ 0,00	\$ 32.784,95	\$ 28.850,76	\$ 25.388,67	\$ 22.342,03	\$ 19.660,98	\$ 17.301,66	\$ 15.225,46	\$ 13.398,41	\$ 11.790,60	\$ 10.375,73
Otros ingresos		\$ 72,00	\$ 80,64	\$ 90,32	\$ 101,15	\$ 113,29	\$ 126,89	\$ 142,12	\$ 159,17	\$ 178,27	\$ 199,66
TOTAL INGRESOS	-\$ 40.000,00	\$ 122.256,95	\$ 121.120,68	\$ 119.351,28	\$ 118.015,96	\$ 117.065,55	\$ 116.456,90	\$ 116.152,15	\$ 116.118,12	\$ 116.325,75	\$ 116.749,61
EGRESOS											
Sueldos	\$ 0,00	\$ 34.200,00	\$ 35.267,04	\$ 36.367,37	\$ 37.502,03	\$ 38.672,10	\$ 39.878,67	\$ 41.122,88	\$ 42.405,91	\$ 43.728,98	\$ 45.093,32
Servicios Básicos	\$ 0,00	\$ 9.600,00	\$ 9.899,52	\$ 10.208,39	\$ 10.526,89	\$ 10.855,33	\$ 11.194,01	\$ 11.543,26	\$ 11.903,41	\$ 12.274,80	\$ 12.657,78
Suministros de oficina	\$ 0,00	\$ 804,00	\$ 829,08	\$ 854,95	\$ 881,63	\$ 909,13	\$ 937,50	\$ 966,75	\$ 996,91	\$ 1.028,01	\$ 1.060,09
Útiles de aseo	\$ 0,00	\$ 391,20	\$ 403,41	\$ 415,99	\$ 428,97	\$ 442,35	\$ 456,16	\$ 470,39	\$ 485,06	\$ 500,20	\$ 515,80
otros gastos	\$ 0,00	\$ 36.000,00	\$ 37.123,20	\$ 38.281,44	\$ 39.475,82	\$ 40.707,47	\$ 41.977,54	\$ 43.287,24	\$ 44.637,81	\$ 46.030,50	\$ 47.466,66
Impuestos y participaciones	\$ 0,00	\$ 470,23	\$ 484,90	\$ 500,03	\$ 515,63	\$ 531,72	\$ 548,31	\$ 565,41	\$ 583,06	\$ 601,25	\$ 620,01
Pago de intereses y capital	\$ 0,00	\$ 7.904,04	\$ 8.150,65	\$ 8.404,95	\$ 8.667,18	\$ 8.937,60	\$ 9.216,45	\$ 9.504,00	\$ 9.800,53	\$ 10.106,30	\$ 10.421,62
TOTAL EGRESOS	\$ 0,00	\$ 89.369,47	\$ 92.157,80	\$ 95.033,12	\$ 97.998,15	\$ 101.055,70	\$ 104.208,63	\$ 107.459,94	\$ 110.812,69	\$ 114.270,05	\$ 117.835,27
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	\$ -40.000,00	\$ 32.887,48	\$ 28.962,88	\$ 24.318,16	\$ 20.017,81	\$ 16.009,86	\$ 12.248,27	\$ 8.692,21	\$ 5.305,42	\$ 2.055,70	\$ -1.085,67

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

Tabla 29*VAN (Valor Actual Neto)*

		FACTOR DE DESCUENTO=	1	12%
		$(1 + 0,12)^n$		
AÑOS		FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$	-40.000,00	1	\$ -40.000,00
1	\$	32.887,48	0,892857143	\$ 29.363,82
2	\$	28.962,88	0,797193878	\$ 23.089,03
3	\$	24.318,16	0,711780248	\$ 17.309,19
4	\$	20.017,81	0,635518078	\$ 12.721,68
5	\$	16.009,86	0,567426856	\$ 9.084,42
6	\$	12.248,27	0,506631121	\$ 6.205,35
7	\$	8.692,21	0,452349215	\$ 3.931,91
8	\$	5.305,42	0,403883228	\$ 2.142,77
9	\$	2.055,70	0,360610025	\$ 741,31
10	\$	-1.085,67	0,321973237	\$ -349,56
FNE Actualizado	\$	793.548,22		\$ 64.239,93
			VAN	\$ 76.126,70
			TIR	49%

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez

El flujo de caja proyectado arroja valores de una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 49%, superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (T-MAR) que es el 12% siendo esta la tasa promedio para la evaluación de proyectos para el medio turístico

recomienda por la SEMPLADES, y un Valor Actual Neto (VAN) de 76.126,70, por lo que se puede interpretar que el proyecto es altamente rentable.

Tabla 30

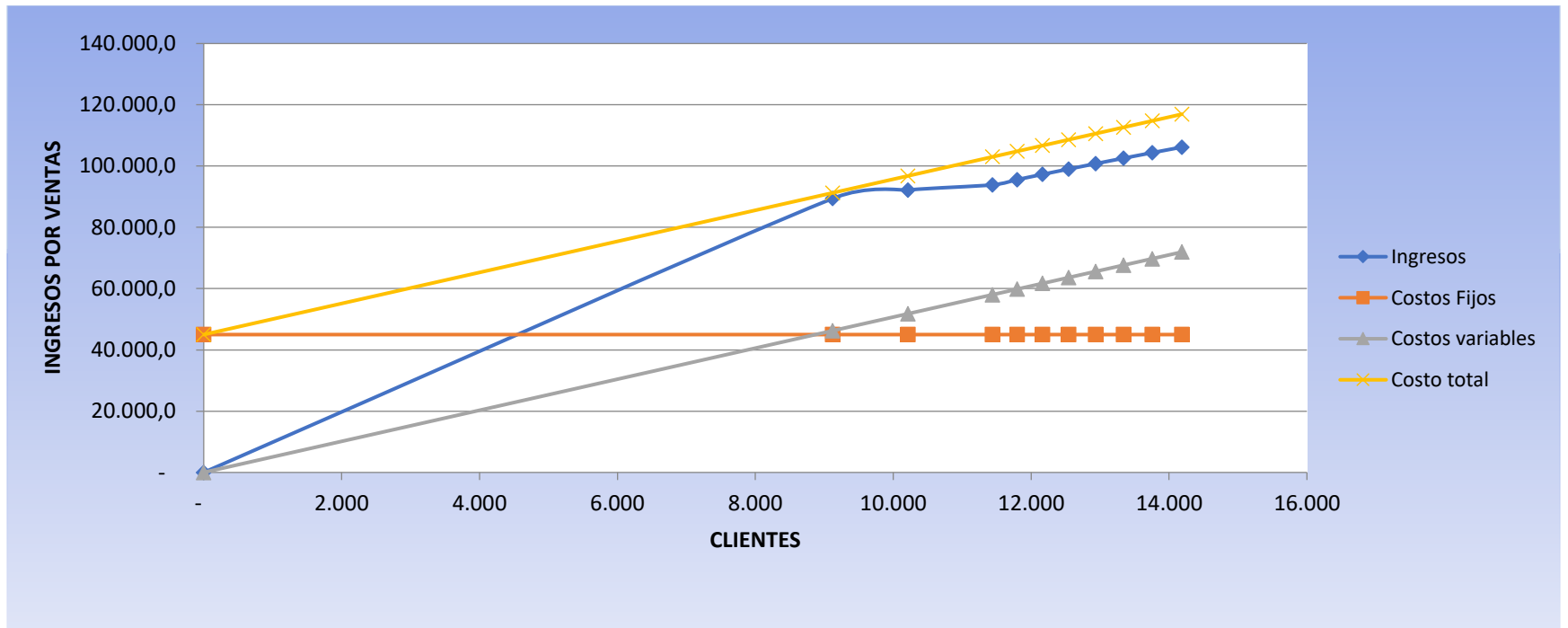
Punto de equilibrio

Años	Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	utilidad
0	-	-	\$ 44.995,20	\$ -	\$ 44.995,20	\$ (44.995,20)
1	9.120	89.400,0	\$ 44.995,20	\$ 46.249,12	\$ 91.244,32	\$ (1.844,32)
2	10.214	92.189	\$ 44.995,20	\$ 51.799,01	\$ 96.794,21	\$ (4.604,93)
3	11.440	93.872	\$ 44.995,20	\$ 58.014,90	\$ 103.010,10	\$ (9.137,80)
4	11.797	95.573	\$ 44.995,20	\$ 59.824,96	\$ 104.820,16	\$ (9.247,38)
5	12.165	97.291	\$ 44.995,20	\$ 61.691,50	\$ 106.686,70	\$ (9.395,42)
6	12.545	99.028	\$ 44.995,20	\$ 63.616,27	\$ 108.611,47	\$ (9.583,13)
7	12.936	100.785	\$ 44.995,20	\$ 65.601,10	\$ 110.596,30	\$ (9.811,73)
8	13.340	102.561	\$ 44.995,20	\$ 67.647,86	\$ 112.643,06	\$ (10.082,52)
9	13.756	104.357	\$ 44.995,20	\$ 69.758,47	\$ 114.753,67	\$ (10.396,79)
10	14.185	106.174	\$ 44.995,20	\$ 71.934,93	\$ 116.930,13	\$ (10.755,92)

Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez.

Ilustración 16

Punto de equilibrio



Fuente: Investigación de mercado (2023), Elaborado: Ana Villagómez.

El punto de equilibrio según la gráfica indica que, en La Quinta la Escondida, los costos fijos y los costos variables son iguales, es decir donde los costos anuales son iguales y no reflejan ni pérdida ni ganancia alrededor de 9.120 clientes – con un ingreso de \$46,249,12 dólares que sería todos los ingresos. El punto de equilibrio en cuanto a ingresos y costos nos indica un total de 9.120 clientes y \$ 9.1244,32 dólares, es decir en este punto los ingresos son iguales a los costos, por lo que la Quinta la Escondida no pierde ni gana .

Conclusiones

- En su mayoría los encuestados consideran que La Quinta la Escondida sería un lugar de ocio al cual acudir, tomando en cuenta la proximidad del lugar.
- La Parroquia de Alóag no cuenta con otros negocios que brinden esta clase de servicios de recreación que oferten atención tanto para los turistas locales como extranjeros.
- La Quinta la Escondida cuenta con una importante área para su funcionamiento y posible incremento y mejoras a futuro.
- Según fuentes (Ministerio de Turismo) existe una tendencia creciente al turismo de recreación convirtiéndose en un potencial de crecimiento para la Parroquia de Alóag
- De acuerdo a los análisis de las variables económicas y ambientales, la ejecución del proyecto daría alta rentabilidad.

Recomendaciones

- Al concluir el Estudio de Factibilidad podemos recomendar a la propietaria la implementación y funcionamiento de la Quinta la Escondida por la alta aceptación y acogida que reflejan los estudios de campo.
- Se recomienda realizar marketing enfocado a la población y sus alrededores para hacer conocer los servicios a brindar para la captación de un mayor número de clientes.
- Se recomienda tomar en cuenta las comidas típicas de la zona para afianzar la cultura local.
- Se recomienda a demás que se cuente con instalaciones seguras, tanto al ingreso como salida de los usuarios y vehículos.
- Para finalizar las recomendaciones se sugiere poner en marcha el Estudio de factibilidad del plan de negocio, puesto que según lo indagado brindará rentabilidad en los servicios ofertarse.

Bibliografía

- Academy, G. (18 de Noviembre de 2022). *GBM Academy*. Obtenido de GBM Academy:
<https://gbm.com/academy/que-es-una-inversion-tipos-y-ejemplos/>
- Alderete, A., & García, M. R. (Octubre de Marzo de 2016). *¿SON IMPORTANTES LOS ESTUDIOS DE MERCADO?* Obtenido de Profesionales Universitarios:
<http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/cate>
- Arias, A. S. (01 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>
- Díaz, I. A. (13 de Agosto de 2021). *Repositorio Universidad Científica de Perú*. Obtenido de Repositorio Universidad Científica de Perú:
<http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/1425#:~:text=Los%20complejos%20que%20albergan%20eventos,actividades%20recreacionales%2C%20f%C3%ADsicas%20y%20sociales.>
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos*. Guatemala: PROARCA/CAPAS.
- Mejía, M. d. (20 de marzo de 2016). *Municipio del Cantón Mejía*. Obtenido de Municipio del Cantón Mejía:
<https://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/detalleParroquia/1>
- Mesquita, R. (23 de Julio de 2018). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Miethe, A. (2 de Enero de 1979). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012082>
- Monsalve, M. B., & Parra Montealegre, E. A. (Abril de 2017). *Universidad Pontificadora Bolivariana de Medellín*. Obtenido de Universidad Pontificadora Bolivariana de Medellín:
https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3333/SENDERO_ECOLOGICO_UNA_ALTERNATIVA_PARA_LA_CONSEVACION_DE_LOS_RECURSOS_NATURALES.pdf?sequence=1#:~:text=SENDERO%20ECOL%C3%93GICO%3A%20Son%20peque%C3%B1os%20caminos,tierra%2C%20fuego%20y%20cos
- Proyectum*. (17 de Agosto de 2010). Obtenido de Proyectum:
<https://www.proyectum.com/sistema/blog/el-estudio-de-factibilidad-del-proyecto/>

Quiroa, M. (01 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

Riofrio, P. (21 de Diciembre de 2017). *Infoautonomos*. Obtenido de Infoautonomos:

<https://www.infoautonomos.com/blog/general/nicho-de-mercado/>

Roldán, P. N. (01 de Julio de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>

Anexos

Anexo 1

Cuestionario estructurado

INSTITUTO UNIVERSITARIO PICHINCHA

El desarrollo de esta encuesta tiene como fin el estudio de factibilidad para el Estudio de Factibilidad para Complejo Recreacional Quinta la Escondida Sector Alóag. Solicitamos a usted responder este cuestionario con honestidad, por lo que la información aquí manejada será utilizada únicamente para fines académicos.

Información general

1. Sexo

Femenino () Masculino () Otros ()

2. Edad

Entre 18 a 23 años

Entre 23 a 28 años

Entre 28 a 35 años

De 35 años en adelante

3. ¿Con qué frecuencia visita usted lugares como este?

Siempre () A veces () Nunca ()

4. Cuáles son sus prioridades cuando sale de paseo

Hospedaje ()

Alimentación ()

Áreas Verdes ()

Juegos ()

Piscinas ()

5. ¿Por Qué medio preferiría usted recibir publicidad sobre este tipo de complejos?

6. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un complejo recreacional en el Cantón Mejía parroquia de Alóag sector Rumipamba?

SI () NO () Porque _____

7.

Radio ()

Tv ()

Prensa ()

Redes sociales ()

Otros _____

8. ¿En qué horario visitará usted un complejo recreacional?

09H00 A 12H00

12H00 A 16H00

16H00 A 21H00

Otros _____

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a cancelar por entrada?

\$2 a \$3

\$3 a \$4

\$4 a \$5

10. ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir dentro del complejo recreacional?

Spa

Restaurante

Hospedaje

Cabañas

Karaoke

Pesca deportiva

Canchas deportivas

Senderos ecológicos

11. ¿Le gustaría realizar eventos en un área al aire libre?

Si () No() Porque _____

Anexo 2

Resultado de la encuesta

Anexo 2

Marca temporal	Sexo	Edad	¿Con qué frecuencia visita usted lugares recreacionales?	¿Cuáles son sus prioridades cuando sale de paseo?	¿Por Qué medio prefería usted recibir publicidad sobre ese tipo de complejos?	¿Le gustaría que exista un complejo recreacional en el Cantón Mejía parroquia de Alobá sector Rumipamba?	¿En qué horario visita usted un complejo recreacional?	¿Qué valor estaría dispuesto a cancelar por entrada?	¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir dentro del complejo recreacional?	¿Le gustaría realizar eventos en un área al aire libre?
3/3/2023 18:02:39	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Alimentación, Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:15:45	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:17:00	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:21:33	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:21:40	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Juegos	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:26:32	Femenino	Entre 28 a 35 años	Siempre	Juegos	Tv	Si	otros	\$2 a \$3	Restaurante, Canchas	Si
3/3/2023 18:33:49	Femenino	Entre 18 a 23 años	Nunca	Piscinas	Redes Sociales	Si	otros	\$2 a \$3	Hospedaje	Si
3/3/2023 18:34:28	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:35:30	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante	Si
3/3/2023 18:37:01	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	otros	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:37:24	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje	Tv	Si	12H00 A 16H00	\$4 a \$5	Cabañas, Canchas de	Si
3/3/2023 18:40:36	Masculino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:43:24	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Radio, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:44:55	Masculino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:45:26	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Áreas Verdes, Juegos	Redes Sociales	Si	otros	\$2 a \$3	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 18:49:34	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:49:53	Masculino	Entre 23 a 28 años	A veces	Alimentación, Juegos	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Pesca de	Si
3/3/2023 18:51:55	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Senderos ecológicos	Si
3/3/2023 18:53:24	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:53:33	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Tv, Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00, 16H0	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:54:02	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 18:54:05	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Tv, Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:55:11	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 18:55:12	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 18:56:12	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 18:59:34	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Karaoke,	Si
3/3/2023 19:03:02	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Cabañas, Canchas de	Si
3/3/2023 19:04:05	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 19:04:42	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Radio, Tv, Redes Soci	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 19:06:36	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 19:06:51	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Tv, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Karaoke,	Si
3/3/2023 19:06:56	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Alimentación, Áreas V	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$3 a \$4	Restaurante, Karaoke,	Si
3/3/2023 19:10:02	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$4 a \$5	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 19:11:37	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante	Si
3/3/2023 19:15:13	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 19:23:44	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 19:27:11	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación, Áreas V	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 19:27:57	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje	Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00	\$3 a \$4	Pesca deportiva	Si
3/3/2023 19:42:32	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:00:33	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación, Áreas V	Tv, Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 20:01:14	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:02:10	Masculino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Karaoke,	Si
3/3/2023 20:04:32	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Canchas deportivas	Si
3/3/2023 20:07:51	Femenino	De 35 años en adelante	Nunca	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante	Si
3/3/2023 20:12:47	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:21:16	Femenino	Entre 28 a 35 años	Siempre	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	otros	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:25:28	Femenino	Entre 18 a 23 años	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:27:05	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Áreas Ver	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:27:21	Masculino	Entre 23 a 28 años	Nunca	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	No
3/3/2023 20:31:09	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Karoke	Si
3/3/2023 20:32:47	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:34:48	Masculino	De 35 años en adelante	Siempre	Áreas Verdes, Juegos	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Karoke,	Si
3/3/2023 20:37:00	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	otros	\$2 a \$3	Restaurante, Karoke,	Si
3/3/2023 20:41:41	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 20:43:13	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Juegos,	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 20:43:45	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Canchas deportivas,	Si
3/3/2023 20:46:29	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Senderos ecológicos	Si
3/3/2023 20:49:51	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 20:58:53	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Cabañas, Pesca depoi	Si
3/3/2023 21:03:37	Masculino	Entre 18 a 23 años	A veces	Alimentación, Áreas V	Tv	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante	Si
3/3/2023 21:07:22	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	No
3/3/2023 21:07:22	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje	Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00, otros	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 21:08:22	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Áreas Ver	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 21:11:11	Femenino	Entre 28 a 35 años	Siempre	Alimentación, Juegos, Prensa,	Redes Social	Si	12H00 A 16H00, 16H0	\$3 a \$4	Restaurante, Karoke	Si
3/3/2023 21:22:57	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Tv, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 21:31:51	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Radio, Prensa	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Pesca de	Si
3/3/2023 21:37:07	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	otros	\$4 a \$5	Restaurante, Cabañas	Si
3/3/2023 23:06:39	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Radio, Tv, Prensa, Rec	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/3/2023 23:51:43	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Piscinas	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 3:21:51	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	No	09H00 A 12H00, 12H0	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 4:09:11	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Tv, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Canchas	Si
3/4/2023 6:09:53	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Tv, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Sendero	No
3/4/2023 7:32:27	Femenino	Entre 28 a 35 años	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	16H00 A 21H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 7:45:01	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 7:47:36	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 7:57:40	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Radio, Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 7:59:00	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Radio, Redes Social	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Canchas	Si
3/4/2023 8:11:12	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación	Prensa, Redes Social	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 8:16:12	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Senderos ecológicos	Si
3/4/2023 8:20:32	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Prensa	Si	16H00 A 21H00	\$3 a \$4	Senderos ecológicos	Si
3/4/2023 8:29:43	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$2 a \$3	Restaurante, Pesca de	Si
3/4/2023 9:21:59	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Piscinas	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Pesca deportiva	Si
3/4/2023 9:39:16	Masculino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 9:53:36	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Cabañas	Si
3/4/2023 10:03:26	Femenino	Entre 18 a 23 años	A veces	Áreas Verdes	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 10:25:07	Masculino	De 35 años en adelante	Siempre	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00, 12H0	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 10:47:36	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Radio, Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00, 16H0	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 12:38:35	Masculino	Entre 28 a 35 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 15:17:14	Femenino	Entre 23 a 28 años	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	09H00 A 12H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 16:51:38	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Hospedaje, Alimentaci	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Hospedaj	Si
3/4/2023 18:20:01	Masculino	De 35 años en adelante	A veces	Alimentación, Áreas V	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Cabañas	Si
3/4/2023 21:01:43	Femenino	De 35 años en adelante	Siempre	Alimentación	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$2 a \$3	Restaurante, Hospedaj	Si
3/5/2023 16:16:09	Femenino	Entre 23 a 28 años	Siempre	Juegos	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$3 a \$4	Restaurante, Pesca de	Si
3/5/2023 20:25:45	Femenino	Entre 28 a 35 años	A veces	Alimentación, Áreas V	Radio, Tv, Prensa, Rec	Si	16H00 A 21H00	\$4 a \$5	Restaurante, Hospedaj	Si
3/7/2023 11:24:25	Femenino	De 35 años en adelante	A veces	Áreas Verdes, Piscina	Redes Sociales	Si	12H00 A 16H00	\$4 a \$5	Restaurante, Karoke,	Si

Fuente: Estudio de Mercado (2023)

Anexo 3

Tabla de Amortización



Tipo	<i>PYME</i>		
Destino	<i>Activo Fijo</i>	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico		Tasa Efectiva(%)	10.21
Facilidad	<i>Pequeña y Mediana</i>	Monto(USD)	40,000.00
Tipo Amortización	<i>Cuota Decreciente</i>	Plazo(Años)	10
Forma de Pago	<i>Mensual</i>		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	40000.00			
1	39666.67	333.33	325.33	658.67
2	39333.33	333.33	322.62	655.96
3	39000.00	333.33	319.91	653.24
4	38666.67	333.33	317.20	650.53
5	38333.33	333.33	314.49	647.82
6	38000.00	333.33	311.78	645.11
7	37666.67	333.33	309.07	642.40
8	37333.33	333.33	306.36	639.69
9	37000.00	333.33	303.64	636.98
10	36666.67	333.33	300.93	634.27
11	36333.33	333.33	298.22	631.56
12	36000.00	333.33	295.51	628.84
13	35666.67	333.33	292.80	626.13
14	35333.33	333.33	290.09	623.42
15	35000.00	333.33	287.38	620.71
16	34666.67	333.33	284.67	618.00
17	34333.33	333.33	281.96	615.29

18	34000.00	333.33	279.24	612.58
19	33666.67	333.33	276.53	609.87
20	33333.33	333.33	273.82	607.16
21	33000.00	333.33	271.11	604.44
22	32666.67	333.33	268.40	601.73
23	32333.33	333.33	265.69	599.02
24	32000.00	333.33	262.98	596.31
25	31666.67	333.33	260.27	593.60
26	31333.33	333.33	257.56	590.89
27	31000.00	333.33	254.84	588.18

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
28	30666.67	333.33	252.13	585.47
29	30333.33	333.33	249.42	582.76
30	30000.00	333.33	246.71	580.04
31	29666.67	333.33	244.00	577.33
32	29333.33	333.33	241.29	574.62
33	29000.00	333.33	238.58	571.91
34	28666.67	333.33	235.87	569.20
35	28333.33	333.33	233.16	566.49
36	28000.00	333.33	230.44	563.78
37	27666.67	333.33	227.73	561.07
38	27333.33	333.33	225.02	558.36
39	27000.00	333.33	222.31	555.64
40	26666.67	333.33	219.60	552.93
41	26333.33	333.33	216.89	550.22
42	26000.00	333.33	214.18	547.51
43	25666.67	333.33	211.47	544.80
44	25333.33	333.33	208.76	542.09
45	25000.00	333.33	206.04	539.38
46	24666.67	333.33	203.33	536.67
47	24333.33	333.33	200.62	533.96
48	24000.00	333.33	197.91	531.24
49	23666.67	333.33	195.20	528.53
50	23333.33	333.33	192.49	525.82
51	23000.00	333.33	189.78	523.11
52	22666.67	333.33	187.07	520.40
53	22333.33	333.33	184.36	517.69
54	22000.00	333.33	181.64	514.98
55	21666.67	333.33	178.93	512.27
56	21333.33	333.33	176.22	509.56

57	21000.00	333.33	173.51	506.84
58	20666.67	333.33	170.80	504.13
59	20333.33	333.33	168.09	501.42
60	20000.00	333.33	165.38	498.71
61	19666.67	333.33	162.67	496.00
62	19333.33	333.33	159.96	493.29
63	19000.00	333.33	157.24	490.58
64	18666.67	333.33	154.53	487.87

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
65	18333.33	333.33	151.82	485.16
66	18000.00	333.33	149.11	482.44
67	17666.67	333.33	146.40	479.73
68	17333.33	333.33	143.69	477.02
69	17000.00	333.33	140.98	474.31
70	16666.67	333.33	138.27	471.60
71	16333.33	333.33	135.56	468.89
72	16000.00	333.33	132.84	466.18
73	15666.67	333.33	130.13	463.47
74	15333.33	333.33	127.42	460.76
75	15000.00	333.33	124.71	458.04
76	14666.67	333.33	122.00	455.33
77	14333.33	333.33	119.29	452.62
78	14000.00	333.33	116.58	449.91
79	13666.67	333.33	113.87	447.20
80	13333.33	333.33	111.16	444.49
81	13000.00	333.33	108.44	441.78
82	12666.67	333.33	105.73	439.07
83	12333.33	333.33	103.02	436.36
84	12000.00	333.33	100.31	433.64
85	11666.67	333.33	97.60	430.93
86	11333.33	333.33	94.89	428.22
87	11000.00	333.33	92.18	425.51
88	10666.67	333.33	89.47	422.80
89	10333.33	333.33	86.76	420.09
90	10000.00	333.33	84.04	417.38
91	9666.67	333.33	81.33	414.67
92	9333.33	333.33	78.62	411.96
93	9000.00	333.33	75.91	409.24

94	8666.67	333.33	73.20	406.53
95	8333.33	333.33	70.49	403.82
96	8000.00	333.33	67.78	401.11
97	7666.67	333.33	65.07	398.40
98	7333.33	333.33	62.36	395.69
99	7000.00	333.33	59.64	392.98
100	6666.67	333.33	56.93	390.27
101	6333.33	333.33	54.22	387.56

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

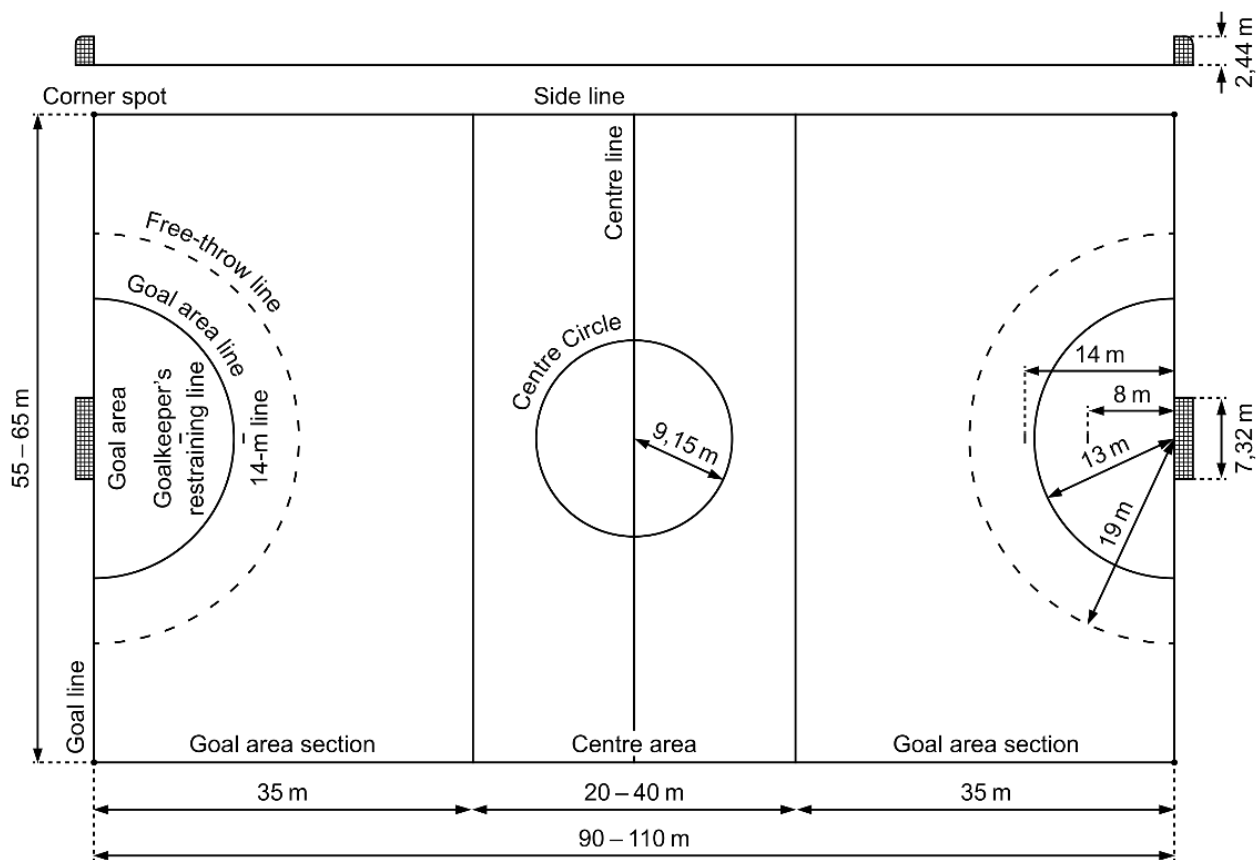
No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
102	6000.00	333.33	51.51	384.84
103	5666.67	333.33	48.80	382.13
104	5333.33	333.33	46.09	379.42
105	5000.00	333.33	43.38	376.71
106	4666.67	333.33	40.67	374.00
107	4333.33	333.33	37.96	371.29
108	4000.00	333.33	35.24	368.58
109	3666.67	333.33	32.53	365.87
110	3333.33	333.33	29.82	363.16
111	3000.00	333.33	27.11	360.44
112	2666.67	333.33	24.40	357.73
113	2333.33	333.33	21.69	355.02
114	2000.00	333.33	18.98	352.31
115	1666.67	333.33	16.27	349.60
116	1333.33	333.33	13.56	346.89
117	1000.00	333.33	10.84	344.18
118	666.67	333.33	8.13	341.47
119	333.33	333.33	5.42	338.76
120	0.00	333.33	2.71	336.04

Fuente: BancEcuador

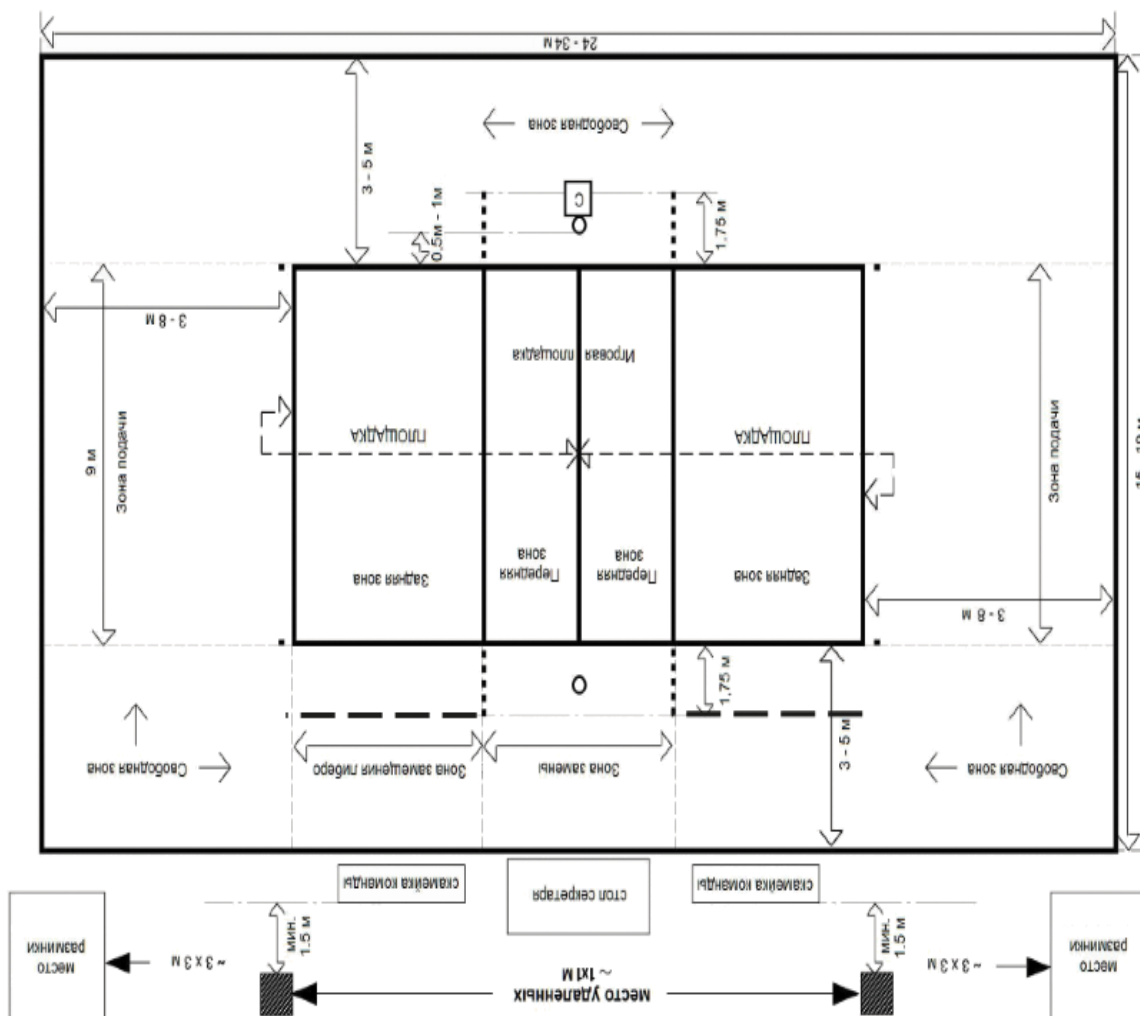
Anexo 4

Plano de técnico cancha de futbol



Fuente: Biblocad

Anexo 5



Fuente: Biblocad

Anexo 6*Mapa de la Parroquia de Alóag*

Fuente: Municipio del Cantón Mejía

Anexo 7*Quinta la Escondida*

Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 17

Plano de los lotes Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 18

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 19

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 20

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 21

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 22

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 23

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

Ilustración 24

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida


Ilustración 25

Quinta la Escondida



Fuente: Quinta la Escondida

EVIDENCIA ANÁLISIS ANTI-PLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

ANARAQ~1

2% Similitudes

< 1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas

0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: ANARAQ~1.PDF ID del documento: 3a5f44e7a4abdc185b3abde183f7525c0c2c35c3 Tamaño del documento original: 2,93 Mo	Depositante: Gladys Barragan Fecha de depósito: 17/3/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 17/3/2023	Número de palabras: 13.852 Número de caracteres: 101.398
--	---	---

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.ecuadorlegalonline.com Simulador de Crédito BanEcuador ¡Calcula la cuota! https://www.ecuadorlegalonline.com/credites/simulador-credito-banecuador-cuota-de-prestamo/ 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (100 palabras)
2	ec.viajandox.com info Alóag Mejía - Pichincha, Ecuador https://ec.viajandox.com/meja/aloag-A3685 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (103 palabras)
3	repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/227/1/Pinto, Mayra_35AE2.pdf 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (58 palabras)
4	1library.co Investigación de campo descriptiva - Alternativas de diversificación en L... https://1library.co/articulo/investigacion-campo-descriptiva-alternativas-diversificacion-oferta-gastron... 4 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (63 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/185/1/Garcia Moreira, Gabriela ...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (24 palabras)
2	repositorio.utl.edu.ec ANÁLISIS JURÍDICO DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO DE LA POLIC... http://repositorio.utl.edu.ec/bitstream/123456789/1369/3/Monografia Angel Nieto.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (21 palabras)
3	repositorio.espam.edu.ec Proyecto para la creación de un complejo ecoturístico en... http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/107/7/janeh fluales.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (21 palabras)
4	repositorio.utn.edu.ec Implementación de un Lodge en la parroquia San Roque, A... http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11797/5/02_TUR 201 TRABAJ0 GRADO.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (30 palabras)
5	repositorio.untumbes.edu.pe Gestión administrativa y desarrollo turístico del Cant... https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/20.500.12874/2432/1/TESES - VELOZ VILLAFUERTE.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (12 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1  <https://gbm.com/academy/que-es-una-inversion-tipos-y-ejemplos/>
- 2  <http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/cate>
- 3  <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>
- 4  <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- 5  <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5012082>