



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

**“Plan de negocio para una Zona Glamping en la ciudad de Azogues
comunidad de Aguilán.”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Magíster en Administración de Empresas

Autora:

Morales Narváez Jenny Raquel

Director:

Dr. Fernando Córdova.

Cuenca – Ecuador

2023

RESUMEN

La presente idea de negocio consiste en mejorar la producción y comercialización de truchas, permitiendo así entregar un producto de calidad. También se incrementará un servicio agregado como es el Glamping de esta manera se pretende elevar los indicadores de productividad. Se presenta a continuación un negocio innovador donde se unen varios factores importantes en la actualidad mundial. El descanso, la integración familiar, la interacción con el medio ambiente y la pesca deportiva. Luego de contar con estos factores importantes se procede por medio del modelo CANVAS a realizar el enfoque del negocio en los aspectos esenciales que se necesitan para la construcción del mismo. Contando con los factores más relevantes del negocio se plantea un modelo financiero con estructura de 5 años inicialmente donde se aplican las herramientas de las finanzas y la administración, como estados financieros proyectados, indicadores financieros, VPN, TIR, para ver la viabilidad del mismo.

Palabras Clave: Trucha; Pesca Deportiva; Glamping; Turismo; Naturaleza.

ABSTRACT

The present business idea consisted of improving the production and marketing of trout, thus allowing the delivery of a quality product. An added service such as Glamping will also be increased, in this way it is intended to raise productivity indicators. An innovative business was presented below where several important factors in today's world come together. Rest, family integration, interaction with the environment and sport fishing. After having these important factors, we proceeded through the CANVAS model to focus the business on the essential aspects that were needed for its construction. Considering the most relevant factors of the business, a financial model with a 5-year structure is initially proposed where finance and administration tools were applied, such as projected financial statements, financial indicators, NPV, IRR, to see its feasibility.

Keywords: Trout; Sport Fishing; Glamping; Tourism; Nature.



Escrito a la computadora por:
**DIANA ANDREA
GOMEZ SIGSIG**

Índice

INTRODUCCIÓN	1
Descripción de la empresa	1
Problemática y análisis de contexto	2
Objetivos	3
Capítulo 1 Identificación del Modelo de Negocio	4
Capítulo 2- Plan comercial.....	5
Capítulo 3 – Plan estratégico	6
Capítulo 4 – Plan Económico- Financiero	7
Conclusiones	9
Recomendaciones	12
Bibliografía	15

INTRODUCCIÓN

Descripción de la empresa

La trucha Fresca empezó a brindar sus productos bajo pedido hace 5 años atrás, ofreciendo la venta de trucha en la ciudad de Azogues. Actualmente ofrece servicios como pesca deportiva.

La presente propuesta consiste en mejorar la producción y comercialización de truchas, permitiendo así entregar un producto de calidad. También se pretende elevar los indicadores de productividad siendo amigables con el medio ambiente a través de componentes involucrados en el proceso de producción: control de la temperatura y oxigenación del agua y generación eléctrica a través de paneles solares.

La presente idea de negocio implicó elaborar un análisis del sector en donde se desarrollará la idea de negocios. Seguidamente se procedió a un estudio de mercado con el fin de determinar el grado de aceptación del producto en el cantón de Azogues, las preferencias del mercado objetivo, la demanda, la oferta y las características de la competencia. Una vez realizado el estudio de mercado se procedió a elaborar el plan de marketing con miras a la puesta en marcha de la empresa.

Este proyecto se realizará en la ciudad de Azogues comunidad de Aguilan, el mismo es un emprendimiento familiar que surge de la necesidad del aprovechamiento de un terreno para la implementación de Glamping.

A continuación, se realizará una breve descripción del proyecto:

El proyecto constara de 5 Glamping con capacidad para 4 personas cada uno, equipados con las comodidades necesarias para una estadía placentera, también se ofrece diferentes actividades enfocadas al entorno familiar, deportivo y ecológico.

El propósito de este proyecto busca satisfacer la demanda de la ciudad de Azogues, enfocándose en el portafolio de servicios a los siguientes grupos sociales: familias en general, parejas y deportistas.

Al realizar alianzas estratégicas con proveedores de la región y medios de difusión del sector turístico para dar a conocer el proyecto, en los cuatro primeros años se buscará llegar al punto de equilibrio.

El proyecto será financiado en un 30% por capital propio y se modelo una financiación externa del 70% en su fase inicial de construcción.

Problemática y análisis de contexto

Se identificaron los posibles problemas principales para el desarrollo del negocio y que atacarían al emprendimiento.

Emergencias sanitarias: Ha disminuido el turismo y gracias al plan de vacunación contra COVID-19 propuesto por el gobierno ha sido todo un éxito en el país, donde la mayoría de la población ha completado su esquema de vacunas, además esto promueve a reactivar la economía del país por medio del plan creando oportunidades. De esta manera se incentiva más al turismo. Al pertenecer en el sector turístico del país, las medidas que el gobierno tome para el bienestar de las personas debido a situaciones que se presentan, afecta directamente al negocio de La Trucha Fresca, ya que tanto personas como empresas se deben regir por las medidas de restricción como se ha evidenciado en la situación actual frente al COVID-19. (Ministerio de Turismo del Ecuador , 2023)

Reformas tributarias: Afectaran directamente a La Trucha Fresca ya que estos pueden incrementar los gastos y desestabilizar el negocio, teniendo en cuenta que son decisiones que afectan a todos los sectores y que el turístico no queda exento. Ahora bien, si estos llegaran a incrementarse de manera desproporcionada con la renta del mercado, la creación de negocios disminuiría debido a altas tasas de interés y poca rentabilidad con la cual se puedan suplir las obligaciones financieras.

De igual manera, el IVA está relacionado con La Trucha Fresca, puesto que al comprar los alimentos y elementos necesarios para el funcionamiento de este los proveedores cobrarán un impuesto. Sin embargo, según las disposiciones del SRI sobre Impuesto sobre las Ventas (IVA) para servicios de hotelería y turismo. Se encuentran exentos del Impuesto sobre las Ventas (IVA) desde la vigencia de la presente ley lo cual es positivo para la utilidad neta y la reducción de gastos del negocio teniendo en cuenta no se tendrá que declarar ante el gobierno este impuesto. (Servicio de Rentas Internas, 2022)

Riesgos naturales: La contaminación sería una amenaza para la empresa ya que algunos clientes no son muy consientes con el cuidado del medio ambiente. Pero con políticas que establezca la empresa se irá reduciendo la amenaza.

La tendencia de cuidar el medio ambiente es a nivel mundial por lo que, en el Ecuador,

al ser un país con mucha biodiversidad, existen normativas para la conservación, protección y cuidado del medio ambiente, por lo que el Glamping se encuentra en una zona rural debe ser sostenible y sustentable para que el entorno ecológico no se vea afectado. (Castellanos , 2017)

Cambio climático: Este factor afectaría directamente a la empresa ya el clima es impredecible, pero por otro lado según encuestas varios clientes han mencionado que les gustaría estar en un lugar que esté lleno de paz y con el sonido de la naturaleza. (Castellanos, 2017)

La migración: Es un problema una amenaza a corto plazo, en mediano y largo plazo puede que haya mayores ingresos para el hogar, pero el hogar siempre va a estar incompleto quizás sin sus parejas sentimentales ni familiares.

Según estudios de la Organización Mundial de Turismo, dentro de las principales motivaciones de viajes para 2020 estarán las visitas a lugares donde las áreas naturales estén muy bien protegidas y conservadas que permitan mayor contacto con la naturaleza y esto aún sigue vigente. (Organización Mundial de Turismo, 2022)

Desempleo: Sería un problema en el cual afecta a los clientes puesto que, al no tener un ingreso fijo o mensual, no podrán adquirir bienes o servicios de los cuales son ofertados en el mercado. Cuando las personas se encuentran en dicha situación, estas tienden a invertir/gastar su dinero en la canasta familiar o productos o servicios que suplan sus necesidades básicas. Observatorio regional de planificación para el desarrollo de América Latina y el Caribe. (Corporación Financiera Nacional, 2020)

Financiación: El emprendimiento no cuenta con un historial crediticio ya que es nueva en el mercado y esto podría llevar a que no califique a un crédito.

Teniendo la problemática más relevante y sensible se pasa a desarrollar la idea de negocio por medio del modelo CANVAS.

Objetivos

Objetivo General

Estructurar un plan de negocios de hospedaje tipo Glamping en la ciudad de Azogues comunidad de Aguilán.

Objetivos Específicos

- Aprovechar la situación geográfica e implementar un servicio cómodo, exclusivo, con ambientes rústicos como es Glamping.
- Tener un control adecuado de materia prima, suministros y entregas de producto para tener datos reales de ganancia o pérdida.
- Presentar una propuesta de negocio de hospedaje para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

Capítulo 1 Identificación del Modelo de Negocio

En este capítulo se define la idea del negocio que como valor agregado sería estructurar un plan de negocios de hospedaje tipo Glamping; teniendo clara la idea de negocio se realiza un análisis externo e interno de la empresa y de esta manera buscar estrategias y ejecutarlas mediante el Modelo CANVAS, después de estos análisis se ejecutara las estrategias.

Plan DAFO

PLAN DAFO LA TRUCHA FRESCA	
DEBILIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1.No tener claridad en el proceso de producción. 2.Inversión alta en activos fijos. 3.Desconociendo de las preferencias y expectativas del consumidor. 4.Dependencia de suministros de alevinos. 5.Dependencia de una sola marca de comida. 6.Desconocimiento en temas de inventario. 7.Poca supervisión. 8.No cuenta con un organigrama estructural. 9.Falta de transporte para la distribución del producto. 	AMENAZAS <ol style="list-style-type: none"> 1.Existencia de productos sustitutos 2.Ingreso de nuevos competidores 3.Clima incierto o desastres naturales 4.Enfermedades de truchas 5.Cancelación de pedidos 6.La subida de precios en insumos
FORTALEZAS <ol style="list-style-type: none"> 1.Atención al cliente de forma inmediata 2.Ubicación geográfica ideal para la producción y comercialización de trucha 3.Venta de trucha a través de pesca deportiva 4.Venta al por mayor y menor 5.Cercanía con el consumidor 6.Precio accesible 7.Correcta distribución de los alevinos para cada una de las piscinas 	OPORTUNIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1.Los negocios por el sector no son productoras de truchas 2.Asistencia técnica por parte del ministerio del ambiente 3.Demanda de producto por los sectores cercanos 4.Interés por pesca deportiva 5.Vía óptima para el negocio 6.Valor nutritivo a comparación de otro tipo de carnes

Ilustración 1 Plan DAFO

Fuente: Autoría propia

Modelo CANVAS

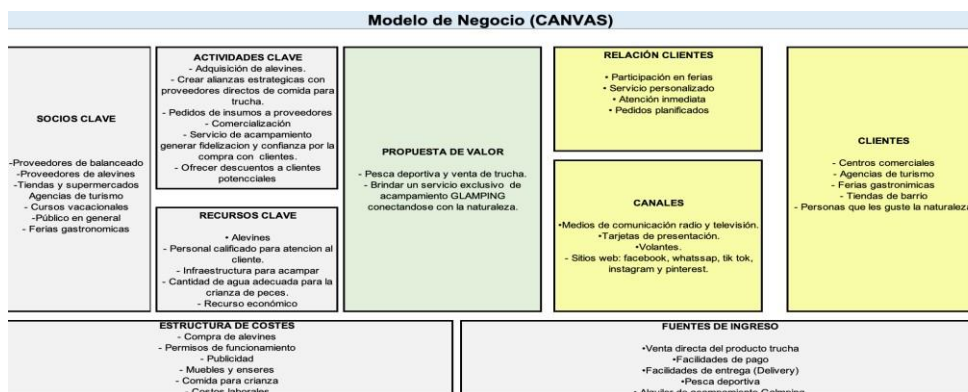


Ilustración 2 Modelo CANVAS

Fuente: Autoría propia

Del modelo CANVAS se extraen las partes esenciales para desarrollar nuestro proyecto y empezamos a ejecutar los diferentes objetivos para llevar a cabo los desarrollos específicos de la estructura de negocio (Carazo, 2022).

Capítulo 2- Plan comercial

El plan de marketing es el elemento clave para la planificación, ya que el mismo identifica las mejores oportunidades comerciales para la empresa para el producto o servicio que se va a ofertar.

Etapas de elaboración de un plan de marketing

Matriz atractivo- competitividad: Sirvió como estratégica para evaluar el posicionamiento de un producto en el mercado y determinar si, dadas las condiciones competitivas y otras variables relevantes, es conveniente mantenerse en el mercado, invertir para crecer o bien abandonar.

La matriz nos arrojó como resultado **Invertir para crecer**, esto nos indica que se debería invertir y mantener la posición, es decir buscar segmentos y dedicar recursos para el desarrollo y no perder la posición competitiva lograda. Por ende, se vio la necesidad invertir en implementar servicios agregados.

Mapa porcentual: En este punto se analizaron 5 marcas de competidores incluida la **Trucha Fresca** mismo ayudo a describir el panorama de una marca o producto con respecto de la competencia desde el punto de vista del cliente, teniendo como resultado, se podría decir que se encuentra en el lugar correcto ya que es un producto de buena calidad y con un precio accesible.

Customer Journey Map: Se realizó un recorrido del cliente de cómo es la experiencia del mismo antes, durante y después de la compra, analizado según criterios específicos. La matriz ayudo a representar las fases por las que pasa el cliente, también sobre la experiencia individual del mismo. De esta manera se podrá saber el éxito de la marca, cuando el cliente esté satisfecho con lo que ha adquirido y vuelva a usar nuestros productos, además de que nos recomiende.

Estrategias del plan de marketing

Al haber realizado todo el análisis respectivo, se plantean 4 estrategias y se presentan las siguientes propuestas para el diseño de la zona glamping y venta de trucha. Se pretende posicionar el producto y servicio en el mercado; realizando propaganda a través de las estrategias de marketing 4 P.

Capítulo 3 – Plan estratégico

Análisis PESTEL

La herramienta de análisis PESTEL es un método estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos.

Para comprender el mercado, su potencial y su situación actual, teniendo en cuenta los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos o medioambientales. Se plantea el análisis PESTEL que a su vez permite entender las limitaciones y oportunidades que existen para llevar a cabo el proyecto.

A continuación, se presenta cuadros comparativos de los 5 factores PESTEL.

1. Factor político:

FACTOR POLITICO		
FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA
EMERGENCIAS SANITARIAS		X
POLITICAS DE CREACION DE OPORTUNIDADES	X	
POLITICAS DE TURISMO	X	
REFORMAS TRIBUTARIAS		X

2. Factor económico

FACTOR ECONÓMICO		
FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA
IMPUESTOS	X	X
TASA DE DESEMLEO		X
FINANCIACIÓN	X	
SALARIO BASICO	X	

3. Factor sociocultural

FACTOR SOCICULTURAL		
FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA
ESTILO DE VIDA	X	
NIVEL DE INGRESOS	X	
HABITOS	X	
MIGRACION		X

4. Factor tecnológico

FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA
INTERNET	X	
USO DE LA ENERGÍA	X	
REEMPLAZO DE TECNOLOGÍA	X	
PROGRAMAS ENTRETENIMIENTO		X

5. Factor legal

FACTOR LEGAL		
FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	X	
PATENTES	X	
PERMISOS MUNICIPALES	X	

Capítulo 4 – Plan Económico- Financiero

Propuesta de negocio para evaluar la viabilidad financiera del proyecto denominado Glamping.

El análisis financiero del proyecto, por el cual, se determinará la viabilidad y rentabilidad del mismo, detallando inversiones iniciales, al igual que presupuestos de

ingresos y egresos de los primeros años de funcionamientos del proyecto Glamping La Trucha Fresca.

Se quiere encontrar un análisis preciso de las cifras financieras del proyecto, para entender los indicadores financieros y dar acompañamiento y asesoría en la financiación y estructura, se quiere lograr que partir de las cifras se tomen las decisiones adecuadas de inversión y ejecución del presupuesto de construcción, adecuación y puesta en marcha del negocio.

EVALUACIÓN FINANCIERA DESARROLLO

Para el desarrollo del modelo financiero se tienen en cuenta los siguientes supuestos económicos:

DATOS PARA PROYECTO	
Inflación estimada	
Capital de trabajo %	
Impuesto de renta	
Tasa de oportunidad	
Deuda gastos a fin de año	
Gastos de administración	
Pago impuesto	
Tasa	

Fuente: autoría del investigador

Con base en estos datos se desarrolla el modelo financiero y se calculan cifras de los estados financieros proyectados.

Como estos datos es importante para el desarrollo del emprendimiento se consideran los siguientes días en rotación de cartera, inventarios y proveedores:

Fuente: autoría del investigador

El VPN presenta de \$ 48.266 dólares generando valor en el intervalo de tiempo. Por lo tanto, se considera que el proyecto es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de interés mayor que el negociante puede hacer uso para el pago sin perder dinero, igualando a la tasa de descuento con la que trabaja el VAN. TIR 21.21% con un escenario real de manera positiva obteniendo la viabilidad, evidenciando que se obtendrá una tasa positiva de reinversión de los flujos externos en los dos últimos años.

Conclusiones

En el turismo, el Glamping se da como nueva idea de negocio, ofreciendo servicios de alojamiento diferente al tradicional y cotidiano, en espacios abiertos y de contacto directo con la naturaleza.

Por ello se concluye lo siguiente:

- Este trabajo fue orientado a la innovación de un modelo Glamping, donde hay inclusión, familias y servicios que permiten una aceptación frente a la viabilidad observada.
- Un valor agregado que fue muy importante en el momento de buscar un mecanismo diferente para resaltar, fue la posibilidad y un acercamiento con los animales y la naturaleza a través un espacio diferente.
- Se vio la necesidad de crear un plan de marketing ya que este es indispensable para el cumplimiento de los objetivos planteados por las empresa, por medio de la unificación de esfuerzos internos y externos realizados por el personal de la empresa.
- En este análisis se logró identificar las debilidades y amenazas de la empresa así mismo las fortalezas y oportunidades que presentan, haciendo transformaciones necesarias en algunos procesos y aspectos determinantes de la empresa. Se proyecta el cumplimiento de los objetivos si se tienen en cuenta las recomendaciones dadas, logrando así que el negocio de “LA TRUCHA FRESCA” se posicione de una manera exitosa en el mercado, generando con esto una mayor recordación de marca y por ende se vea reflejado en el aumento de sus ventas.

- Adicional al servicio de alojamiento, el mismo que será como un glamping, se ofrecerá otros servicios complementarios tales como, servicio de pesca deportiva y venta de trucha. De esta manera las personas podrán disfrutar de los paisajes y atractivos turísticos naturales presentes en la zona.
- En la actualidad las personas se preocupan mucho por una alimentación sana con productos de alto contenido nutricional, la trucha además de ser un producto exquisito al paladar que posee cualidades nutricionales óptimas que exige el mercado. Por ende se pretende posicionar el producto en el mercado motivando el consumo de la trucha; realizando propaganda mediante estrategias de marketing 4 P, esto nos ayudara a masificar la existencia del producto nutricional hecho a través de un proceso productivo amigable con el medio ambiente y otras estrategias que sin duda contribuirán en el propósito de posicionar el producto.
- Desde esta perspectiva, se crearon 4 estrategias enfocadas en las 4 p's de marketing, las cuales permitirán que este plan tenga un buen funcionamiento en la zona glamping y la comercialización de trucha, debido a que se aprovechan al máximo los elementos analizados en el lugar, todo el ambiente que rodea a la zona. Se ha enfatizado que las estrategias están enfocadas en la manera en la que la zona glamping será promocionada, así como también entablar alianzas estratégicas con agencias de viaje con la finalidad de que el negocio sea reconocido. Conjuntamente, se crearon estrategias para que la zona glamping gestione promociones que atraigan a las personas que les guste interactuar con la naturaleza, por el contrario, los visitantes no solo podrán ir hospedarse también podrán realizar más actividades.
- De igual manera con las transformaciones que se han generado en los últimos años en el medio ambiente con la riqueza natural y las nuevas tendencias de alojamiento, se generan nuevos requerimientos en un mercado que está tomando fuerza para buscar mayor contacto con la naturaleza, siendo esta una oportunidad para brindar un servicio de hospedaje.

- Se estructuró un modelo financiero que permite la visualización de cada escenario por ocupación, permitiendo observar las cifras en las diferentes temporadas del año, y frente a unos escenarios llamados Pesimista, Realista y Optimista.
- Acorde a la sostenibilidad en el tiempo que se planteó al inicio de este emprendimiento como una problemática y basado en un modelo financiero se puede mostrar al inversionista como es su comportamiento anual, basado en los diferentes escenarios a fin de analizar su viabilidad de inversión inicial.
- Uno de los principales factores para el desarrollo del proyecto es el aporte social del Terreno, después de la investigación y la construcción todas las herramientas incluidas en este trabajo, podría ser el inicio de un gran proyecto familiar.
- Una de las opciones más importantes de los inversionistas es lograr una efectiva gestión respecto a la solicitud del crédito, opción que permitira ampliar el número de años para su pago y adicionalmente solicitar un periodo de gracia, que permita un flujo de caja más efectivo.
- Observar la investigación y validar las diferentes temporadas del año, a fin de incluir promociones de marketing que permitan la ocupación de Glamping a través de redes sociales e influenciadores para la proyección económica del proyecto.
- Los Indicadores Financieros, concluyen que el proyecto genera liquidez, esto basado en tres escenarios y obteniendo como resultado un valor positivo.
- Un valor muy importante y es el tipo de negocio frente a los clientes es pago contado o anticipado, sin embargo, el planteamiento es negociar plazo de 45 y 60 días con los Proveedores, logrando así mecanismos para una buena gestión del efectivo.
- Respecto al EBITDA se puede concluir que el proyecto es viable ya que es capaz de generar Flujos de Efectivo del ejercicio operacional esto basado en los tres escenarios.
- De acuerdo al análisis del mercado, existe una gran demanda insatisfecha en la ciudad Azogues para ser atendido mediante el Plan de Negocio.

- El producto y servicio identificado que satisface las necesidades y resuelve parte del problema de los clientes objetivo, son el hospedaje que les conecte con la naturaleza y la venta de trucha.
- Con la ejecución del plan de negocio, podemos atender la demanda insatisfecha y lograr una mejor rentabilidad del negocio. Contribuyendo así de manera efectiva al desarrollo sostenible, mediante una nueva propuesta de valor que generará mayor rentabilidad.
- La propuesta es un modelo de negocio como alternativa para generar ingresos económicos y empleo.

Recomendaciones

- El Glamping es una nueva tendencia que se está dando a nivel mundial incluyendo en Ecuador, es por ello que se recomienda realizar un plan de marketing que sea de ayuda como guía para promocionar y dar a conocer el lugar, usando los medios de comunicación que hoy en día son muy demandantes por la sociedad, como por ejemplo redes sociales, o estrategias que permitan crear alianzas sea con agencias de viaje u operadoras turísticas, para que de esta forma se pueda ofrecer y dar a conocer a más personas.
- Implementar cabañas o infraestructuras para el servicio de alojamiento, de esta manera se podrá tener más ingresos, los mismos que ayudarán positivamente en la evaluación financiera del proyecto obteniendo mejores resultados.
- Al Gad Municipal de Azogues se recomienda el apoyo e incentivación en la realización de este tipo de emprendimientos debido a que aportaran al desarrollo turístico del país, sin impactar de manera negativa el entorno en donde se está efectuando.
- Este proyecto está diseñado en la construcción de en un terreno natural, por lo que se recomienda el uso adecuado de los recursos naturales y el buen uso de los agentes

contaminantes a fin de evitar contaminación en el lugar, al igual que el cuidado de los animales.

- Se recomienda las negociaciones comerciales, partiendo de su cercanía con el Municipio para dar a conocer el proyecto y la innovación en cuanto al tipo de hospedaje y servicios complementarios.
- Analizar la inclusión de turistas extranjeros, a fin de tener otro segmento de mercado. Basado en esto capacitar al personal para el desarrollo de este nicho de mercado.
- Es viable la creación del Glamping, en los diferentes aspectos mencionados durante el desarrollo de nuestro proyecto, se recomienda el inicio del Emprendimiento y la puesta en marcha de mismo.
- El plan de negocio será una alternativa viable para generar modelos de negocio para la actividad de la acuicultura de manera sostenible y con alto grado de crecimiento.
- Existen muchas formas de realizar un Plan de negocio, la herramienta aplicada como parte de la elaboración del presente plan es del Modelo Canvas.
- Todo plan de negocio se recomienda como primer paso realizar el análisis del mercado, identificar el segmento de clientes, las necesidades que se va atender, la presentación de la producción, volumen de ventas y precio de venta.
- Además, mantener reuniones con las posibles agencias de viaje para que faciliten la distribución de este servicio turístico y crear acuerdos que beneficien a ambas partes, sin alterar el funcionamiento del proyecto.
- Dar bonificaciones o incentivos para motivar a los empleados por el cumplimiento de las metas propuestas ya que esto mejoraría el rendimiento e indirectamente mejoraría el ambiente laboral, así mismo dar bonificaciones de compra a los clientes, puesto que esto haría más atractivo el lugar, logrando establecer un vínculo y posteriormente lograr la fidelización de estos.

- Potencializar la página Web y aumentar la presencia en las redes sociales con el fin de captar una mayor atención del mercado ya que estas plataformas son una oportunidad de crecimiento, reconocimiento y aumento de ventas para la empresa.
- Finalmente para lograr la viabilidad de un plan de negocio, es necesario contar con un plan de negocio y financiero, inversión inicial, capital de trabajo, depreciación de los activos fijos, sometido a un estado de ganancias y pérdidas, flujo de caja, y finalmente se obtiene los indicadores del VAN y el TIR.

Bibliografía

- Servicio de Rentas Internas*. (1 de Febrero de 2022). Obtenido de REGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES:
<https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Ministerio de Turismo del Ecuador* . (3 de Febrero de 2023). Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/MINTUR-Protocolo-para-operadores-turísticos-para-posibles-casos-sospechosos-de-COVID-19.pdf>
- Organización Mundial de Turismo*. (12 de Noviembre de 2022). Obtenido de LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO GANA IMPULSO TRAS LA DISMINUCIÓN DE LAS RESTRICCIONES Y EL AUMENTO DE LA CONFIANZA:
<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Moyano Castillejo, L. E. (2015). Obtenido de Plan de Negocios:
https://books.google.com.ec/books?id=j7wtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source%20=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Gonzalez, N. (2011). Obtenido de La Importancia de realizar un Plan de Negocios:
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf>
- Corporación Financiera Nacional*. (2020). Obtenido de Matriz de tasas de interés del 2020 tasas referenciales.
- Exclusive Brands*. (2021). Obtenido de ¿Qué es Glamping?:
<https://exclusivebrandsec.com/2021/03/09/que-es-glamping/>
- Guio, & Rosas. (2019). *Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico*. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>
- Baez, O. (2019). La biodiversidad: clave del desarrollo sustentable del Ecuador. *Revista Rupturas*.
- Velastegui Lopez, Parra Cardenas, & Cisneros Musteriel. (2019). *Explorador Digital*. Obtenido de El turismo rural y aportaciones al desarrollo de comunidades locales.: <https://www.mendeley.com/catalogue/0d0f22a9-0b1a-3180-b7b3-4d3b46b77d2f/>
- Castellanos , D. (2017). Sociedad de las CATÁSTROFES. *ENFOQUE*, 2.