



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN  
CAMPING TURÍSTICO ECOLÓGICO, EN LA COMUNA LA ENTRADA:  
ANÁLISIS FINANCIERO”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO (A)  
EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**Autor:**

**FRANCO MIRABÁ EDISON ANDERSON**

**PROFESOR GUÍA:**

**ING. JOSÉ ADRIAN VALENCIA MEDRANDA**

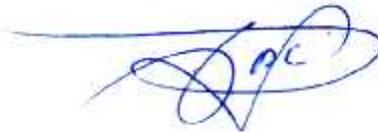
**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**JULIO 2021**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPING TURÍSTICO ECOLÓGICO, EN LA COMUNA LA ENTRADA: ANALISIS FINANCIERO", elaborado por la Sr. FRANCO MIRABÁ EDISON FRANCO, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



---

**ING. JOSÉ ADRIAN VALENCIA MEDRANDA**

**PROFESOR GUÍA**

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPING TURÍSTICO ECOLÓGICO, EN LA COMUNA LA ENTRADA: ANALISIS FINANCIERO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por la Sr. FRANCO MIRABÁ EDISON FRANCO, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



---

Franco Mirabá Edison

Anderson

C.I. 2400292112

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme abierto sus puertas y darme la bienvenida a la carrera que deseaba, por tenerme en sus aulas y formarme hacia el camino del profesional que tanto he querido ser.*

*A mis maestros de cátedra quienes con sus conocimientos me guiaron y compartieron todos sus saberes con la gran capacidad que poseen, más que unos docentes, fueron unos amigos y compañeros, agradezco por haberme tenido paciencia y guiarme en toda la carrera universitaria.*

*A mi profesor guía Ing. Adrián Valencia quien me dio y brindó la oportunidad de recurrir a sus capacidades y conocimientos para guiarme y culminar mi proyecto de plan de negocio.*

*A mis padres quienes fueron mis mayores promotores en este camino y durante todo el proceso académico me aconsejaron, me inspiraron y me ayudaron para continuar y culminar la carrera.*

*Edison Anderson Franco Mirabá*

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo de titulación principalmente a Dios quien me presta vida y salud para continuar con mi formación y a la vez guiarme por el buen camino y así mismo por darme la sabiduría y las fuerzas para no rendirme y continuar con la carrera y finalizarla.*

*También dedico este trabajo a mis padres quienes siempre estuvieron allí apoyándome en lo que más pueden, siendo mis fuerzas y mis ganas de seguir formándome profesionalmente.*

*Dedico este trabajo a mis seres querido que por cosas del destino ahora se encuentran en los brazos de Dios.*

*Así mismo se lo dedico a mis hermanos quienes son un ejemplo para mí, igualmente a mis tíos que estuvieron ayudándome en lo que podían, a mis primas queridas que fueron un gran apoyo emocional, así mismo a mi pareja quien fue un impulso más para continuar mi carrera estando junto a mi desde el inicio.*

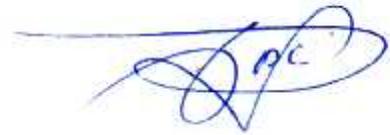
*Edison Anderson Franco Mirabá*

**TRIBUNAL DE GRADO**



.....  
Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

**DIRECTORA CARRERA DE  
GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**



.....  
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.

**DOCENTE GUÍA**



.....  
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.

**DOCENTE TUTOR**



.....  
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc

**DOCENTE ESPECIALISTA**

## INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
1PROBLEMA A RESOLVER.....	2
2OBJETIVO.....	2
3RESUMEN EJECUTIVO .....	3
4MISIÓN Y VISIÓN .....	4
5METAS .....	4
6ANÁLISIS FINANCIERO. ....	5
6.3Estados de resultados proyectados a 5 años .....	5
6.4Flujo de efectivo a 5 años.....	7
6.5Análisis del punto de equilibrio .....	10
6.6Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión. ....	18
8.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	22
9.VIABILIDAD DEL PROYECTO .....	23
BIBLIOGRAFÍA.....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Estados de resultados proyectados a 5 años.....	5
Tabla 2	Flujo de efectivo a 5 años.....	7
Tabla 3	Producto 1.....	10
Tabla 4	Producto 2.....	11
Tabla 5	Producto 3.....	11
Tabla 6	Producto 4.....	12
Tabla 7	Producto 5.....	12
Tabla 8	Producto 6.....	13
Tabla 9	Producto 7.....	13
Tabla 10	Producto 8.....	14
Tabla 11	Producto 9.....	15
Tabla 12	Producto 10.....	15
Tabla 13	Producto 11.....	16
Tabla 14	Beneficios.....	17
Tabla 15	Tasa interna de retorno.....	18
Tabla 16	Índice de rentabilidad.....	19
Tabla 17	Valor actual neto.....	20
Tabla 18	Retorno de la inversión.....	21

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Estado de pérdidas y ganancias.....	6
Figura 2	Total de ingresos.....	8
Figura 3	Total de egresos.....	8
Figura 4	Saldo final.....	8

# **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPING TURÍSTICO ECOLÓGICO, EN LA COMUNA LA ENTRADA: ANALISIS FINANCIERO”**

## **RESUMEN**

El presente plan de negocio muestra la propuesta de implementar un camping ecológico turístico en la comuna la entrada del cantón Santa Elena en la provincia de Santa Elena. La cual contara con cuatro empleados los cuales serán el gerente general, el recepcionista, personal de limpieza y guardia de seguridad, los cuales estarán a cargo de atender todo lo que el cliente necesite dentro del establecimiento. El nombre surge para dar a conocer al usuario que estará en un gran contacto con la naturaleza “EcoCamp” camping ecológico. Este contara con diversas actividades tales como senderismo, pesca deportiva, paseo a caballo, parapente, escala y avistamiento de ballenas. Para la implementación del plan de negocio se hará uso de la metodología la cual aportada al desarrollo de estrategias para la formulación y evaluación del presente plan. Consta de una fase organizacional la cual está compuesta por la visión, la misión y objetivos generales.

El servicio ofrecido por la empresa “ECOCAMP”, consiste en procurar un alojamiento de calidad, con un entorno tranquilo y agradable en el Bosque “Sendero La Entrada”. Además, debido a las propias características que acogerán el futuro camping este ofrecerá además del hospedaje, la posibilidad de realizar actividades complementarias para que su estancia sea más placentera, es importante mencionar que el servicio se caracterizará por la calidad y el trato personalizado, brindando así, una experiencia gratificante, durante su estadía, disfrutando de un turismo alternativo.

Dentro del plan de negocio se evidencia el plan financiero el cual determina la viabilidad económica para el plan de negocio.

**Palabras clave:** Ecológico, naturaleza, camping, servicio, calidad, hospedaje.

## **ABSTRACT**

This business plan shows the proposal to implement an ecological tourist campsite in the commune at the entrance of the Santa Elena canton in the province of Santa Elena. Which will have four employees who will be the general manager, receptionist, cleaning staff and security guard, who will be in charge of attending to everything the client needs within the establishment. The name comes up to let the user know that he will be in great contact with nature "EcoCamp" ecological camping. This will have various activities such as hiking, sport fishing, horseback riding, paragliding, scale and whale watching. For the implementation of the business plan, the methodology will be used, which will contribute to the development of strategies for the formulation and evaluation of this plan. It has an organizational phase which is composed of the vision, mission and general objectives.

The service offered by the company "ECOCAMP" consists of providing quality accommodation, with a quiet and pleasant environment in the Forest "Sendero La Entrada". In addition, due to the very characteristics that will host the future campsite, it will offer, in addition to accommodation, the possibility of carrying out complementary activities to make your stay more pleasant, it is important to mention that the service will be characterized by quality and personalized treatment, thus providing, a rewarding experience, during your stay, enjoying alternative tourism.

Within the business plan, the financial plan is evidenced, which determines the economic viability of the business plan.

Keywords: Ecological, nature, camping, service, quality, lodging.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país mega diverso, tanto en los aspectos culturales como naturales, convirtiendo al turismo, en la tercera fuente generadora de ingresos no petroleros, después del banano y camarón, esta actividad ha ganado un espacio importante en el incremento de la economía nacional, debido a su efecto multiplicador, dicho crecimiento se encuentra relacionado con el aumento de la diversificación y la competencia entre destinos.

El comportamiento de compra del consumidor ha cambiado acorde a las tendencias que rigen en el mercado actualmente como lo ecológico y sostenible; por ende, las empresas, que están inmersas en la actividad turística, buscan innovar e implementar aquellos servicios enfocados a la oportunidad de conectarse con la naturaleza, sin dejar de lado la diversión. Acampar se ha vuelto una de las principales opciones de los viajeros, ésta responde a una motivación en especial, que consiste en alojarse en espacios amigables con el medio ambiente, sin contaminar, ni dañar el entorno natural que lo rodea.

La provincia de Santa Elena a pesar de ser un destino con gran demanda turística no oferta un servicio de este tipo, sin embargo, dentro de esta encontramos a la comuna La Entrada que, con sus atractivos naturales y culturales con un alto potencial, su belleza paisajística, y el que posea una ubicación estratégica dentro de la Ruta del Spondylus, la convierte en un lugar idóneo para la creación del camping turístico.

Este proyecto tiene como finalidad lograr que esta propuesta sea una alternativa de solución ante el déficit de diversificación de la oferta de alojamiento en la provincia y que los turistas tengan una opción más para poder alojarse. “ECOCAMP” además de ser un servicio innovador que se realizará a mediano plazo y de manera participativa con los habitantes de la localidad, también contribuirá al desarrollo económico, social y turístico de la zona, además de incentivar a cuidar y proteger el medio ambiente brindando así servicios turísticos de calidad.

## **1 PROBLEMA A RESOLVER**

Actualmente en la provincia y en específico la Comuna La entrada no existe un servicio turístico de alojamiento que permita a las personas hospedarse al aire libre en contacto con la naturaleza, ofreciéndoles una experiencia que rompa paradigmas, utilizando los recursos de manera sostenible, es por ello, que ante esta necesidad el camping, es una alternativa viable, en cuanto al desarrollo económico, social y turístico para diversificar la oferta en la localidad.

Sin duda alguna, a través de este emprendimiento, se establecerá beneficios económicos para la localidad, generando nuevas fuentes de trabajo para los habitantes del sector, a su vez, se dará a conocer el lugar como un sitio privilegiado, rodeado de naturaleza para desarrollar un área de camping sin alterar el equilibrio ecológico.

## **2 OBJETIVO**

### **Objetivo General**

- ✓ Conocer la viabilidad y factibilidad del plan de negocio para la creación del camping turístico ecológico.

### **3 RESUMEN EJECUTIVO**

La idea del presente Plan de Negocios surge ante la necesidad de un establecimiento de Camping Turístico en la Provincia de Santa Elena, específicamente en la Comuna La Entrada, en el que se brindará la oportunidad a los jóvenes, parejas y grupos familiares de alojarse al aire libre. El objetivo principal de “ECOCAMP”, es marcar la diferencia en el mercado, ofreciendo a los turistas experiencias inolvidables llenas de aventura, además de aprovechar de manera sostenible la riqueza natural y la biodiversidad que posee la Comuna La Entrada.

La demanda turística de la empresa se centrará, en visitantes con un rango de edad comprendido entre 23 a 35 años mismos que poseen un nivel socioeconómico medio - alto, que se ven motivados por el descanso y relajación en la naturaleza, respetando los parámetros de conservación de las especies tanto de flora y fauna.

Seguido se elaboró un análisis interno y externo para identificar las dificultades que se podrían presentar y a su vez los beneficios a obtener que permitieron identificar que el emprendimiento a realizar es factible. Con ello también se estableció un plan de marketing que implica el otorgarle una identidad a la empresa a través de las 4P en el que se detalla como llegará este servicio al cliente, utilizando herramientas como las redes sociales.

Como es de conocimiento general, en todo negocio sea de cualquier índole, el recurso humano, es aquel punto clave, para alcanzar el éxito o el fracaso, de la empresa, por lo tanto, el personal se diferenciará de la competencia, por estar altamente capacitado para brindar un buen servicio, dando un buen trato al usuario.

## **4 MISIÓN Y VISIÓN**

### **Misión**

Ofrecer a los turistas la mejor calidad en servicios de hospedaje, combinando la experiencia de acampar al aire libre en contacto con la naturaleza, además de contribuir al desarrollo sostenible y difundir los encantos propios de la comuna La Entrada.

### **Visión**

Ser una empresa de reconocimiento nacional e internacional por fomentar el ecoturismo y por acrecentar las expectativas de los huéspedes que disfrutan la aventura de hospedarse en un establecimiento no convencional y a la vez servir de modelo para otros proyectos turísticos de la zona.

### **Valores**

- ✓ Respeto.
- ✓ Hospitalidad.
- ✓ Compromiso social y ambiental.

## **5 METAS**

- ✓ Ser reconocidos, como una de las empresas pioneras, dedicadas al servicio de camping turístico dentro de la Provincia de Santa Elena.
- ✓ Mejorar la calidad de vida de los habitantes gracias a la implementación de plazas de trabajo.
- ✓ Desarrollar un plan de manejo para el cuidado de la zona.
- ✓ Ser reconocido por implementar buenas prácticas ambientales.
- ✓ Superar expectativas de rentabilidad económica logrando la sustentabilidad de “Ecocamp”.

- ✓ Obtener el distintivo “Q”, de calidad turística.

## 6 ANÁLISIS FINANCIERO.

### 6.3 Estados de resultados proyectados a 5 años

ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES						
	Año 1	Año 2	Año 3		Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	<b>68.400,00</b>	<b>73.665,90</b>	<b>79.374,24</b>		<b>85.564,91</b>	<b>92.281,55</b>
Ingresos	68.400,00	73.665,90	79.374,24		85.564,91	92.281,55
Costos Fijos y Variables	4.745,08	5.131,81	5.550,05		6.002,38	6.491,57
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>63.654,92</b>	<b>68.534,09</b>	<b>73.824,20</b>		<b>79.562,54</b>	<b>85.789,98</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>59.201,60</b>	<b>59.391,64</b>	<b>59.985,55</b>		<b>60.585,41</b>	<b>61.191,26</b>
Gastos Administrativos	51.935,40	52.454,75	52.979,30		53.509,09	54.044,19
Gastos de Ventas	6.868,20	6.936,88	7.006,25		7.076,31	7.147,08
Gastos de Constitución	398,00					
<b>UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS</b>	<b>4.453,32</b>	<b>9.142,46</b>	<b>13.838,65</b>		<b>18.977,13</b>	<b>24.598,72</b>
Gastos Financieros	1.449,32	926,23	341,74		0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJO</b>	<b>3.004,00</b>	<b>8.216,23</b>	<b>13.496,90</b>		<b>18.977,13</b>	<b>24.598,72</b>
Utilidad Participación Trabajo	450,60	1.232,43	2.024,54		2.846,57	3.689,81
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>2.553,40</b>	<b>6.983,79</b>	<b>11.472,37</b>		<b>16.130,56</b>	<b>20.908,91</b>
Impuesto a la Renta	561,75	1.536,43	2.523,92		3.548,72	4.599,96
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.991,65</b>	<b>5.447,36</b>	<b>8.948,45</b>		<b>12.581,84</b>	<b>16.308,95</b>
Utilidad Bruta	93,06%	93,03%	93,01%		92,99%	92,97%
Utilidad Operativa	6,51%	12,41%	17,43%		22,18%	26,66%
Utilidad Neta	2,91%	7,39%	11,27%		14,70%	17,67%
	165,97	453,95	745,70	1.048,49	1.359,08	

Tabla 1

Estados de resultados proyectados a 5 años



*Figura 1 Estado de pérdidas y ganancias*

### **Análisis e interpretación**

El estado de resultados proyectado a cinco años muestra las ganancias que se darán en cuanto al alquiler de parcelas para el camping ecológicos, donde las ventas en el primer año exponen una cantidad de \$68,400,00 dólares, mientras que en los demás años proyectados hay un crecimiento de más de cinco mil dólares, de tal forma los gastos operativos estarán por los 59 a 61 mil dólares reflejando que no existirá un incremento mayor en gastos, así mismo en ese lapso de tiempo la utilidad bruta estará por el 93%, la utilidad operativa entre el 6% a 26,66% y la utilidad neta de 2,91% a 17,67%

#### 6.4 Flujo de efectivo a 5 años.

Tabla 2

Flujo de efectivo a 5 años

<b>PLAN DE NEGOCIO "ECOCAMP"</b>					
<b>FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>INGRESOS</b>	68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
<b>TOTAL INGRESOS</b>	68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
<b>EGRESOS</b>					
Pago de Costos Fijos y Variables	4.362,58	4.749,31	5.167,55	5.619,88	6.109,07
Pago de Gastos Administrativos	51.478,80	51.998,15	52.522,70	53.052,49	53.587,59
Pago de Gastos de Ventas	6.868,20	6.936,88	7.006,25	7.076,31	7.147,08
Pago de Gastos Financieros	1.449,32	926,23	341,74	-	-
Pago de Gastos de Constitución	398,00				
Pago de Préstamo bancario	4.456,44	4.979,53	5.564,02	-	-
Pago de Impuesto a la renta		561,75	1.536,43	2.523,92	3.548,72
Pago de Participación Trabajadores		450,60	1.232,43	2.024,54	2.846,57
Compra de Equipos de computación					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	69.013,34	70.602,45	73.371,13	70.297,14	73.239,02
<b>SOBRANTE O FALTANTE</b>	-613,34	3.063,45	6.003,11	15.267,77	19.042,53
<b>SALDO INICIAL</b>	9.768,72	9.155,37	12.218,82	18.221,93	33.489,70
<b>SALDO FINAL</b>	9.155,37	12.218,82	18.221,93	33.489,70	52.532,23

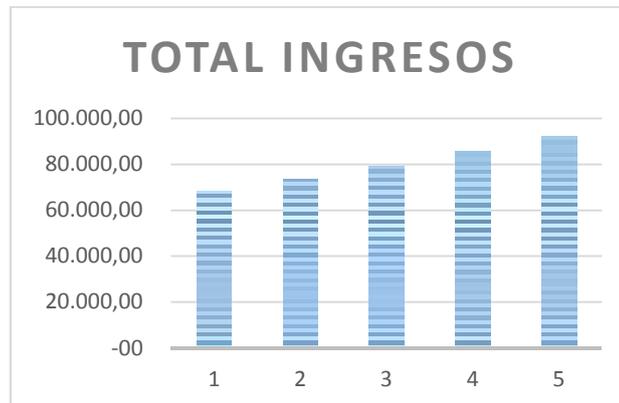


Figura 2 total de ingresos

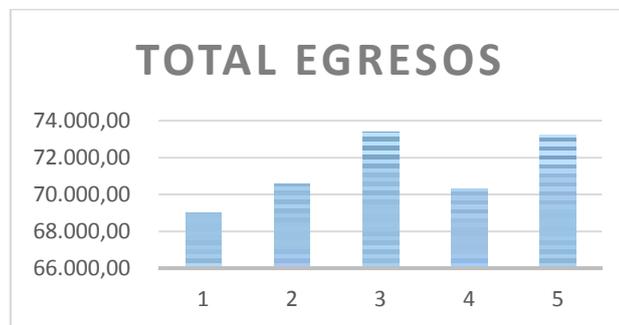


Figura 3 total de egresos

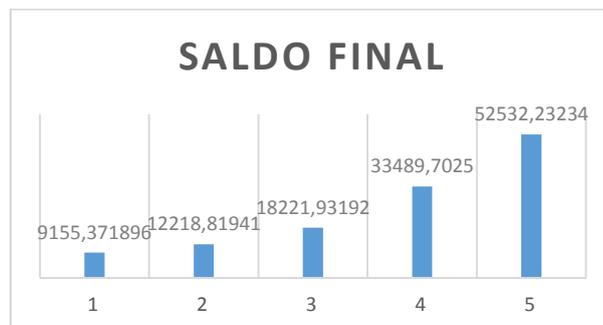


Figura 4 Saldo final

### Análisis

En el flujo de efectivo el cual está proyectado para cinco años refleja los ingresos totales, los cuales son los valores que van teniendo un incremento de más de cinco mil dólares cada año, mientras que los egresos son los pagos que se realizarán como desembolsos a los costos fijos y variables, los gastos administrativos, financieros,

de venta, construcción, préstamos bancarios e impuesto a la renta y la compra de equipos de computación. De esta forma se pudo evidenciar que los totales de egresos en cada año van variando siendo así el primer año de 69.013,34 e incrementando en el segundo, tercer, cuarto y quinto año. En el saldo final se observa un gran incremento durante los 5 años que va de los \$9.155,37 a los \$52.532,23 dólares.

## 6.5 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 3

Producto 1

PRODUCTO 1		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5					
Consumidores o demanda mensual	380	399	419	440	462	485					
Costos Fijos Unitarios	5,00	5,15	5,3045	5,463635	5,62754405	5,796370372	<b>PE</b>	PE =	CF		955
Costos Variables Unitarios	0	0	0	0	0	0			(PVU - CVU)		(2,5-0,5)
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>5,00</b>	<b>5,15</b>	<b>5,30</b>	<b>5,46</b>	<b>5,63</b>	<b>5,80</b>					
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>1.900,00</b>	<b>2.054,85</b>	<b>2.222,32</b>	<b>2.403,44</b>	<b>2.599,32</b>	<b>2.811,16</b>	<b>1291</b>		Ingresos	6.457,27	
									Costos Fijos	6.457,27	
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%			Cost. Variab.	0,00	
Precio Unitario	5	5,05	5,1005	5,151505	5,20302005	5,255050251			<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>	
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>1.900,00</b>	<b>2.014,95</b>	<b>2.136,85</b>	<b>2.266,13</b>	<b>2.403,24</b>	<b>2.548,63</b>					

Tabla 4  
Producto 2

<b>PRODUCTO 2</b>									
Consumidores o demanda mensual	95	99,75	105	110	115	121			
Costos Fijos Unitarios	5,00	5,15	5,3045	5,463635	5,62754405	5,796370372			
Costos Variables Unitarios	0	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>5,00</b>	<b>5,15</b>	<b>5,30</b>	<b>5,46</b>	<b>5,63</b>	<b>5,80</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>475,00</b>	<b>513,71</b>	<b>555,58</b>	<b>600,86</b>	<b>649,83</b>	<b>702,79</b>	<b>1291</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	5,00	5,25	5,5125	5,788125	6,07753125	6,381407813		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>475,00</b>	<b>498,75</b>	<b>523,69</b>	<b>549,87</b>	<b>577,37</b>	<b>606,23</b>			

<b>PRODUCTO 3</b>									
Consumidores o demanda mensual	150	157,5	165	174	182	191			
Costos Fijos Unitarios	1,00	1,03	1,0609	1,092727	1,12550881	1,159274074			
Costos Variables Unitarios	0	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>2,00</b>	<b>2,00</b>	<b>1,06</b>	<b>1,09</b>	<b>1,13</b>	<b>1,16</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>300,00</b>	<b>162,23</b>	<b>175,45</b>	<b>189,75</b>	<b>205,21</b>	<b>221,93</b>	<b>6457</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	1,00	1,05	1,1025	1,157625	1,21550625	1,276281563		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>150,00</b>	<b>157,50</b>	<b>165,38</b>	<b>173,64</b>	<b>182,33</b>	<b>191,44</b>			

Tabla 5  
Producto 3

Tabla 6  
Producto 4

<b>PRODUCTO 4</b>									
Consumidores o demanda mensual	150	157,5	165	174	182	191			
Costos Fijos Unitarios	0,50	0,515	0,53045	0,5463635	0,562754405	0,579637037			
Costos Variables Unitarios	0	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0,50</b>	<b>0,52</b>	<b>0,53</b>	<b>0,55</b>	<b>0,56</b>	<b>0,58</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>75,00</b>	<b>81,11</b>	<b>87,72</b>	<b>94,87</b>	<b>102,60</b>	<b>110,97</b>	<b>6457</b>	Ingresos	
								Costos Fijos	
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	
Precio Unitario	1,00	1,05	1,1025	1,157625	1,21550625	1,276281563		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>150,00</b>	<b>157,50</b>	<b>165,38</b>	<b>173,64</b>	<b>182,33</b>	<b>191,44</b>			

Tabla 7  
Producto 5

<b>PRODUCTO 5</b>									
Consumidores o demanda mensual	125	131,25	138	145	152	160			
Costos Fijos Unitarios	0,50	0,515	0,53045	0,5463635	0,562754405	0,579637037			
Costos Variables Unitarios	0	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0,50</b>	<b>0,52</b>	<b>0,53</b>	<b>0,55</b>	<b>0,56</b>	<b>0,58</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>62,50</b>	<b>67,59</b>	<b>73,10</b>	<b>79,06</b>	<b>85,50</b>	<b>92,47</b>	<b>6457</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	1,00	1,05	1,1025	1,157625	1,21550625	1,276281563		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>125,00</b>	<b>131,25</b>	<b>137,81</b>	<b>144,70</b>	<b>151,94</b>	<b>159,54</b>			

<b>PRODUCTO 6</b>									
Consumidores o demanda mensual	100	105	110	116	122	128			
Costos Fijos Unitarios	0	0	0	0	0	0			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1845</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	3,50	3,675	3,85875	4,0516875	4,254271875	4,466985469		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>350,00</b>	<b>367,50</b>	<b>385,88</b>	<b>405,17</b>	<b>425,43</b>	<b>446,70</b>			

*Tabla 8*

*Producto 6*

*Tabla 9*

*Producto 7*

<b>PRODUCTO 7</b>									
Consumidores o demanda mensual	55	57,75	61	64	67	70			
Costos Fijos Unitarios	30,00	30,9	31,827	32,78181	33,7652643	34,77822223			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>30,00</b>	<b>30,90</b>	<b>31,83</b>	<b>32,78</b>	<b>33,77</b>	<b>34,78</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>1.650,00</b>	<b>1.784,48</b>	<b>1.929,91</b>	<b>2.087,20</b>	<b>2.257,30</b>	<b>2.441,27</b>	<b>215</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27

Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	30	31,5	33,075	34,72875	36,4651875	38,28844688		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>1.650,00</b>	<b>1.819,13</b>	<b>2.005,59</b>	<b>2.211,16</b>	<b>2.437,80</b>	<b>2.687,68</b>			

*Tabla 10*  
*Producto 8*

<b>PRODUCTO 8</b>									
Consumidores o demanda mensual	150	157,5	165	174	182	191			
Costos Fijos Unitarios	0,50	0,515	0,53045	0,5463635	0,562754405	0,579637037			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0,50</b>	<b>0,52</b>	<b>0,53</b>	<b>0,55</b>	<b>0,56</b>	<b>0,58</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>75,00</b>	<b>81,11</b>	<b>87,72</b>	<b>94,87</b>	<b>102,60</b>	<b>110,97</b>	<b>6457</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	1	1,05	1,1025	1,157625	1,21550625	1,276281563		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>150,00</b>	<b>165,38</b>	<b>182,33</b>	<b>201,01</b>	<b>221,62</b>	<b>244,33</b>			

*Tabla 11*  
*Producto 9*

<b>PRODUCTO 9</b>									
Consumidores o demanda mensual	100	105	110	116	122	128			
Costos Fijos Unitarios	0	0	0	0	0	0			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2152</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	3	3,15	3,3075	3,472875	3,64651875	3,828844688		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>300,00</b>	<b>330,75</b>	<b>364,65</b>	<b>402,03</b>	<b>443,24</b>	<b>488,67</b>			

*Tabla 12*  
*Producto 10*

<b>PRODUCTO 10</b>									
Consumidores o demanda mensual	100	105	110	116	122	128			
Costos Fijos Unitarios	0	0	0	0	0	0			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2152</b>	Ingresos	6.457,27

								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	3	3,15	3,3075	3,472875	3,64651875	3,828844688		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>300,00</b>	<b>330,75</b>	<b>364,65</b>	<b>402,03</b>	<b>443,24</b>	<b>488,67</b>			

*Tabla 13*

*Producto 11*

<b>PRODUCTO 11</b>									
Consumidores o demanda mensual	100	105	110	116	122	128			
Costos Fijos Unitarios	0	0	0	0	0	0			
Costos Variables Unitarios	0,00	0	0	0	0	0			
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4305</b>	Ingresos	6.457,27
								Costos Fijos	6.457,27
Margen Utilidad	15%	15%	15%	15%	15%	15%		Cost. Variab.	0,00
Precio Unitario	1,5	1,575	1,65375	1,7364375	1,823259375	1,914422344		<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>150,00</b>	<b>165,38</b>	<b>182,33</b>	<b>201,01</b>	<b>221,62</b>	<b>244,33</b>			

*Tabla 14*  
*Beneficios*

	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>	
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	5.700,00	6.138,83	6.614,52	7.130,41	7.690,13	8.297,66
<b>Costos Totales Mensuales</b>	4.537,50	4.745,08	5.131,81	5.550,05	6.002,38	6.491,57
<b>RESUMEN</b>	<i>Mensual</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>5.700,00</b>	68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>4.537,50</b>	<b>4.745,08</b>	<b>5.131,81</b>	<b>5.550,05</b>	<b>6.002,38</b>	<b>6.491,57</b>
<b>BENEFICIOS</b>	<b>1.162,50</b>	<b>63.654,92</b>	<b>68.534,09</b>	<b>73.824,20</b>	<b>79.562,54</b>	<b>85.789,98</b>

### **Análisis e interpretación**

El análisis de punto de equilibrio indica el valor que se va a ganar durante los primeros cinco años, así mismo la cantidad de personas que visitarán el campamento cada mes, siendo de total de 380 personas. Además de mostrar el valor que tendrá cada tienda de campaña, las actividades a realizar y las pequeñas ganancias que se obtendrán, donde sus ingresos totales por año tendrán un incremento de casi tres mil dólares, sus costos cada año también tendrán un incremento, donde de igual forma los beneficios será de 1.152,50 dólares mensual.

## 6.6 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

Tabla 15

Tasa interna de retorno

CASH FLOW	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS BRUTAS		68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
COSTO DE PRODUCCIÓN		3.905,98	4.292,71	4.710,95	5.163,28	5.652,47
GASTOS OPERATIVOS		58.745,00	58.935,04	59.528,95	60.128,81	60.734,66
IMPUESTO TOTAL		561,75	1.536,43	2.523,92	3.548,72	4.599,96
INTERESES		1.449,32	926,23	341,74		
PRESTAMO BANCARIO		4.482	4.981	5.537		
PARTICIPACION TRABAJADORES		450,60	1.232,43	2.024,54	2.846,57	3.689,81
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	-19.041,38	-1.194,36	1.761,63	4.707,29	13.877,54	17.604,65

Detalle	Valor
<b>TIR</b>	<b>16,42%</b>

### Análisis e interpretación

La tasa interna de retorno refleja el porcentaje que indicará si el proyecto es beneficioso o simplemente no lo será, para esto se analizan todos los costos y gastos como los impuestos, intereses, valores a pagar del préstamo bancario, los gastos operativos los cuales se reflejan en los cinco años, aquí también se conocerá el porcentaje del TIR (tasa de interna de retorno) mostrando que si este es menor al 10% el plan de negocio o proyecto no será beneficioso, mientras que si esta por el

14% 0 17% significa que los resultados serán positivos y beneficiosos para los propietarios debido a que se tendrá un incremento económico cada año.

*Tabla 16*

*Índice de rentabilidad*

<b>CASH FLOW</b>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
VENTAS BRUTAS		68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
COSTO DE PRODUCCIÓN		3.905,98	4.292,71	4.710,95	5.163,28	5.652,47
GASTOS OPERATIVOS		58.745,00	58.935,04	59.528,95	60.128,81	60.734,66
IMPUESTO TOTAL		561,75	1.536,43	2.523,92	3.548,72	4.599,96
INTERESES		1.449,32	926,23	341,74		
PRESTAMO BANCARIO		4.482	4.981	5.537		
PARTICIPACION TRABAJADORES		450,60	1.232,43	2.024,54	2.846,57	3.689,81
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	19.041,38	-1.194,36	1.761,63	4.707,29	13.877,54	17.604,65

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
<b>IR</b>	<b>8,74</b>

**Análisis e interpretación**

El índice de la rentabilidad señala todos aquellos costos y gastos implícitos para poder convertir las ventas en utilidades por medio de los propios fondos monetarios o del total de activos con los que cuenta la empresa. Siendo así que el IR (índice de rentabilidad) da un valor de **8,74** lo cual representa que la empresa es rentable para los cinco años proyectados.

Tabla 17

Valor actual neto

<b>CASH FLOW</b>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
VENTAS BRUTAS		68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
COSTO DE PRODUCCIÓN		3.905,98	4.292,71	4.710,95	5.163,28	5.652,47
GASTOS OPERATIVOS		58.745,00	58.935,04	59.528,95	60.128,81	60.734,66
IMPUESTO TOTAL		561,75	1.536,43	2.523,92	3.548,72	4.599,96
INTERESES		1.449,32	926,23	341,74		
PRESTAMO BANCARIO		4.482	4.981	5.537		
PARTICIPACION TRABAJADORES		450,60	1.232,43	2.024,54	2.846,57	3.689,81
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	19.041,38	-1.194,36	1.761,63	4.707,29	13.877,54	17.604,65

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
<b>VAN</b>	<b>\$4.207,52</b>

### **Análisis e interpretación**

El valor actual neto (VAN) consiste en dar a conocer cuánto se va a ganar o por defecto cuanto se va a perder en cuanto a la inversión del proyecto. Los cinco años proyectados en el plan de negocio para ECOCAMP evidencia que hay una ganancia de **\$4.207,52** dólares.

Tabla 18

Retorno de la inversión

<b>CASH FLOW</b>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
VENTAS BRUTAS		68.400,00	73.665,90	79.374,24	85.564,91	92.281,55
COSTO DE PRODUCCIÓN		3.905,98	4.292,71	4.710,95	5.163,28	5.652,47
GASTOS OPERATIVOS		58.745,00	58.935,04	59.528,95	60.128,81	60.734,66
IMPUESTO TOTAL		561,75	1.536,43	2.523,92	3.548,72	4.599,96
INTERESES		1.449,32	926,23	341,74		
PRESTAMO BANCARIO		4.482	4.981	5.537		
PARTICIPACION TRABAJADORES		450,60	1.232,43	2.024,54	2.846,57	3.689,81
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	-19.041,38	-1.194,36	1.761,63	4.707,29	13.877,54	17.604,65

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
<b>Años</b>	<b>2</b>
<b>Meses</b>	<b>2</b>
<b>Días</b>	<b>0</b>

**Análisis e interpretación**

El retorno de la inversión indica o da a conocer lo que el inversionista va a ganar por haber abonado su capital en el negocio, es por tal motivo que se refleja que en dos años con dos meses el inversor que capitalizo en el alojamiento de camping ecológico “ECOCAMP” podrá recuperar su dinero y a la vez obtener ganancias.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

Es importante realizar un análisis financiero debido a que permite conocer la viabilidad y perspectiva de una empresa, además de proporcionar información útil para la creación a través del inventario previamente establecido por cotizaciones confiables.

Tras realizar el estudio se determinó que es recomendable llevarlo a cabo aportando con ingresos de \$68.400,00 desde el primer año proyectándose un crecimiento continuo de más \$5000,00. Aquella persona inversionista que abone con capital para la construcción del establecimiento recuperaran su monto en dos años y dos meses.

El costo variable y fijo en las proyecciones realizadas no es mayor al monto de los ingresos determinándose una utilidad bruta de 93,06% y variando en sus decimales, utilidad operativa de 6,51% a 26,66% y por último una utilidad neta que iniciara del 2,91% hasta el 17,67% generando mayor rentabilidad.

### **Recomendaciones**

El costo fijo y variable no debe tener un crecimiento mayor al establecido debido a que no generara los ingresos esperados cambiando la dirección del punto de equilibrio. Si los costos fijos aumentan se necesitará vender más unidades ya que es obligatorio cubrir con los gastos. Cuando el precio del producto sube es importante conocer que la demanda se debe mantener constante para no afectar el volumen de venta.

El sueldo o remuneración del trabajador establecido en la ley del estado estará sujeta a nuevas disposiciones si así lo determine el código del trabajador. ECOCAMP contara con 9 empleados que serán remunerados con un sueldo adecuado a su puesto de trabajo.

## **8. Viabilidad del proyecto**

La empresa de camping turístico “ECOCAMP” proporcionará un aporte al desarrollo turístico de la comuna La entrada, debido a que existe la necesidad de un establecimiento que ofrezca a los turistas un lugar donde acampar el mismo que tenga contacto directo con la naturaleza, siendo uno de los principales factores para su elección. Este a su vez a parte de ofrecer un lugar donde acampar siendo las parcelas, se ofrece servicios complementarios si así el turista lo desea con la finalidad de hacer de su estadía una experiencia enriquecedora.

Al analizar los cuadros con las diferentes proyecciones, los cuales contienen el estado financiero en cada uno de los escenarios se puede concluir que en el escenario factible el flujo de efectivo es razonable o está acorde a la inversión, en el estado de ganancias y pérdidas se muestra una utilidad neta de 2,91% es decir de \$1.991,65 dólares, con una tasa interna de retorno (TIR) del 16,42%, cuyo retorno de inversión se dará en 2 años y 2 meses.

Finalmente se puede deducir que el plan de negocio es de gran viabilidad y rentabilidad. Debido a que la estructura organizacional del mismo está definida de forma que garantizará la puesta en marcha del proyecto y su continuidad. Aportando consigo al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores y aprovechando los recursos naturales que posee y las características climáticas del lugar que lo favorecen.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- GAD Manglaralto. (2014). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RURAL MANGLARALTO 2014 - 2019*. Obtenido de Sistema Nacional de Información: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/0968538230001\\_Actualizaci%C3%B3n%20PDYOT%202014-2019%20Parroquia%20Manglaralto\\_26-10-2015\\_06-41-43.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0968538230001_Actualizaci%C3%B3n%20PDYOT%202014-2019%20Parroquia%20Manglaralto_26-10-2015_06-41-43.pdf)
- GAD Manglaralto. (s.f.). *Gobierno Autónomo descentralizado parroquia Manglaralto*. Obtenido de <http://manglaralto.gob.ec/index.php/ct-menu-item-59/ct-menu-item-61>
- Holguín, W. (2014). *INVENTARIO Y ANALISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA COMUNA "LA ENTRADA", PROVINCIA DE SANTA ELENA, COMO HERRAMIENTA PARA EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA MISMA*. Obtenido de ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/88845/D-64775.pdf>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantoniales/Guayas/Fasciculo\\_Santa\\_Elena.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Guayas/Fasciculo_Santa_Elena.pdf)
- MINTUR. (2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Mintur. (2014). *Ministerio de turismo*. Obtenido de [http://siete.turismo.gob.ec/manuales/MANUAL\\_SIETE\\_CLIENTE\\_EXTERNO\\_V3.pdf](http://siete.turismo.gob.ec/manuales/MANUAL_SIETE_CLIENTE_EXTERNO_V3.pdf)
- Mintur. (28 de 02 de 2015). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/alojamiento-en-ecuador-cuenta-con-nuevo-reglamento/>

- Mintur. (06 de 2016). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2019). *Informe de Tendencias*. Obtenido de Ministerio de turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf>
- O\*NET. (2019). Obtenido de <https://www.onetonline.org/>
- PLANDETUR 2020. (26 de septiembre de 2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- SENPLADES. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-del-buen-vivir-2013-2017-de-ecuador>
- SENPLADES. (2017-2021). Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Plan%20Nacional%20de%20Desarrollo%20Toda%20Una%20Vida%202017%20-%202021.pdf>
- SICE. (2015). *sistema de información sobre comercio exterior*. Obtenido de [http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/Ecuador/L320h.asp](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320h.asp)