



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

**“JARDÍN ETNOBOTÁNICO Y RECREACIONAL
EN LA PARROQUIA DETUMBABIRO, URCUQUÍ-
ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

AUTORES:

Aldo Gonzalo Figueroa Gualán

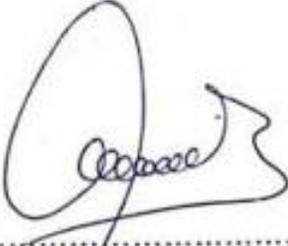
Lizbeth Macarena Gordillo Juma

DIRECTOR: MsC. Galo Oswaldo Echeverria Cachipundo

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de “**JARDÍN ETNOBOTÁNICO Y RECREACIONAL EN LA PARROQUIA DETUMBABIRO, URCUQUÍ - ECUADOR**”, de autoría de la señorita: Gordillo Juma Lizbeth Macarena, con cédula de ciudadanía número 100418622-5, y el señor: Figueroa Gualán Aldo Gonzalo, con cédula de ciudadanía número 100374005-5, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



.....
DOCENTE

MsC. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo

C.I.1713642666



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100418622-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gordillo Juma Lizbeth Macarena		
DIRECCIÓN:	Natabuela		
EMAIL:	imgordilloj@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2934-139	TELÉFONO MÓVIL:	0989620299

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Jardín Etnobotánico y Recreacional en la parroquiade Tumbabiro, Urcuquí - Ecuador”
AUTOR (ES):	Aldo Gonzalo Figueroa Gualán Lizbeth Macarena Gordillo Juma
FECHA: DD/MM/AAAA	08/05/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MsC. Galo Oswaldo Echeverria Cachipueno

2. CONSTANCIAS

Los Autores: Gordillo Juma Lizbeth Macarena y Figueroa Gualán Aldo Gonzalo, manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes de mayo de 2023

Firma

Figueroa Gualán Aldo Gonzalo

Firma

Gordillo Juma Lizbeth Macarena



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100374005-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Figuroa Gualán Aldo Gonzalo		
DIRECCIÓN:	Ibarra		
EMAIL:	agfiguroag@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 269-2788	TELÉFONO MÓVIL:	09844315006

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Jardín Etnobotánico y Recreacional en la parroquiade Tumbabiro, Urcuquí - Ecuador"
AUTOR (ES):	Aldo Gonzalo Figuroa Gualán Lizbeth Macarena Gordillo Juma
FECHA: DD/MM/AAAA	08/05/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MsC. Galo Oswaldo Echeverria Cachipueno

2. CONSTANCIAS

Los Autores: Gordillo Juma Lizbeth Macarena y Figuroa Gualán Aldo Gonzalo, manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 08 días del mes de mayo de 2023

Firma

Figuroa Gualán Aldo Gonzalo

Firma

Gordillo Juma Lizbeth Macarena

DEDICATORIA

El trabajo de grado se basa en todo el esfuerzo y dedicación que se lo ha puesto, con la finalidad de dedicárselos a todas las futuras generaciones de la carrera de Turismo, así como también a las comunidades que conforman la parroquia de Tumbabiro como un instrumento académico e investigativo, por lo cual serán beneficiarios para poder fomentar la gestión de nuevos emprendimientos en el lugar.

Figuroa Gualán Aldo Gonzalo

Gordillo Juma Lizbeth Macarena

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme otorgado una hermosa familia que siempre me han apoyado en todo momento y sobre todo quiero extender mi más profundo agradecimiento a mis padres de manera especial ya que han sido mi soporte permanente durante toda mi carrera universitaria y el motor en este proceso de la elaboración de trabajo de grado. A mi director metodólogo y mi docente técnico que me han sabido orientar a lo largo de la investigación y redacción de este documento; así también agradezco a todas las personas que me ayudaron con la información que contribuyó de manera importante en este documento para poder culminarlo y así cumplir el sueño de poder graduarme como licenciada en turismo

Gordillo Juma Lizbeth Macarena

INDÍCE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
INDÍCE DE CONTENIDOS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN EJECUTIVO	13
ABSTRACT.....	14
Unidad 1. Idea de Negocio.....	15
1.1 Justificación de la idea de negocios	15
1.1.1 El problema.....	15
1.1.2 Desarrollo de la idea.	16
1.1.3 Objetivos.....	17
1.2 Producto o servicio para ofrecer.....	18
1.3 Análisis PESTA	18
1.4 Las 5 fuerzas de PORTER	22
2. Compradores	23
3. Productos sustitutos.....	23
5. Competidores en el sector.....	23
1.5 Matriz AOOD.....	24
Unidad 2. Modelo de Negocio	25
2.1 Lienzo Canvas.....	25
2.2 Definición del modelo para su idea de negocio.....	26
Unidad 3. Estudio de Mercado	27
3.1 Diseño de la investigación	27
3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	28
3.3 Diseño del plan muestral	29
3.4 Segmentación de mercados	31

3.4	Análisis del producto.	39
3.5	Análisis de la demanda.....	42
3.5	Análisis de la oferta.....	43
3.6	Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto.....	46
3.7	Propuesta mercadológica.....	47
3.7.1	Identidad corporativa.....	47
3.7.1.2	Aplicación de la identidad.....	50
3.7.1.3	Materiales publicitarios.....	52
	Unidad 4: Estudio de técnico y organizacional.....	55
4.1	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	55
4.2	Análisis y determinación de localización óptima del proyecto.	59
4.2.1	Macro localización:.....	59
4.2.2	Micro localización:.....	60
4.3	Identificación y descripción de los procesos.....	62
4.4	Ingeniería del proyecto.....	80
4.4.1	Distribución de la planta.....	80
4.4.2	Requerimientos por áreas.....	82
4.5	Inversiones y capital de trabajoTabla. Inversión.....	94
4.6.	Estructura organizativa y administrativa.....	94
4.6.1.	Misión.....	94
4.6.2.	Visión.....	94
4.6.3.	Políticas.....	95
4.6.4.	Valores.....	95
4.7.	Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual.....	97
4.8.	Propuesta comercial Plataforma digital a utilizar:.....	101
	Unidad 5. Estudio Ambiental.....	108
5.1.	Descripción de las etapas y sus respectivas actividades de emprendimiento.	108
5.2.	Determinación de la metodología.....	109
5.3.	Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.	113
5.4.	Matriz de plan de manejo ambiental.....	117
6.1.	Inversiones y capital de trabajo.....	119

6.2. Estados Financieros Proyectados:	120
6.2.1 Balance de situación inicial	120
6.2.3 Costo de capital	121
6.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 10 años.....	123
6.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR)	125
6.2.6 Punto de equilibrio	126
CONCLUSIONES	128
RECOMENDACIONES	131
BILIOGRAFÍA	132
ANEXOS.....	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Desarrollo de idea de negocio.....	19
Tabla 2 Categorías de ocupación	23
Tabla 3 Matriz AOOR.....	27
Tabla 4 Lienzo canvas	28
Tabla 5 Muestra de población para realizar las respectivas encuestas	34
Tabla 6 Demanda potencial de la población económicamente activa.....	45
Tabla 7 Tabla de competencia.....	46
Tabla 8 Proyección de la demanda insatisfecha	49
Tabla 9 Proyección de la demanda objetiva.....	49
Tabla 10 Descripción del logotipo	52
Tabla 11 Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 1	66
Tabla 12 Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 2.....	67
Tabla 13 Paquete estudiantil de Jardín etnobotánico y recreacional N° 3	67
Tabla 14 Paquete temático N° 1 Spa en pareja (Pax 2) – Tiempo de duración 60min	69
Tabla 15 Paquete temático N° 2	70
Tabla 16 Paquete temático N° 3	70
Tabla 17 Paquete tratamiento estético N° 1	71
Tabla 18 <i>Paquete de masajes N° 1</i>	73
Tabla 19 Paquete de masajes N° 3.....	73
Tabla 20 Paquete de masajes N° 4.....	74
Tabla 21 Servicio de Baños de Cajón N°1	75
Tabla 22 Servicio de Baños de Cajón N°2	75
Tabla 23 Productos de la tienda de cosméticos	76
Tabla 24 Productos de la tienda de artesanías	77
Tabla 25 Infraestructura de lo que se va construir	85
Tabla 26 Maquinaria y equipo.....	86
Tabla 27 Insumos	87
Tabla 28 Capital de trabajo.....	92

Tabla 29	Inversión para el proyecto.....	93
Tabla 30	Actividades del emprendimiento	107
Tabla 31	Simbología del método de Cri.....	108
Tabla 32	Extensiones y su valoración.....	109
Tabla 33	Duración	109
Tabla 34	Extensión y duración.....	110
Tabla 35	Categoría con su valoración	110
Tabla 36	Probabilidad de riesgo	111
Tabla 37	Riesgo y magnitud del impacto	111
Tabla 38	Balance de situación inicial	119
Tabla 39	Tabla de amortización.....	120
Tabla 40	Flujo de un año	122
Tabla 41	Flujo de 5 años	123
Tabla 42	Cuadro de análisis	124
Tabla 43	Punto de equilibrio	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cruce de variables con el ingreso económico de la población con el tipo de servicio que desearían tener en el emprendimiento.....	38
Figura 2 Cruce de variables respecto a la pregunta del tiempo determinado con el precio de servicio en baños de cajón	39
Figura 3 Cruce de variables respecto a la pregunta principal destino visitado y residencia	40
Figura 4 Logotipo del jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro.....	51
Figura 5 Modelo para camisetas del uniforme	53
Figura 6 Tarjetas de presentación para el Jardín etnobotánico y recreacional.....	54
Figura 7 Diseño de facturas	54
Figura 8 Diseño de carpetas para documentos del establecimiento	55
Figura 9 Bolso estampado.....	56
Figura 10 Cepillo para cabello en madera.	56
Figura 11 Espejo de mano en madera.....	56
Figura 12 Jorras de sol en 5 tonos de color diferentes.....	56
Figura 13 Tomatodo	56
Figura 14 Llaveros	56
Figura 15 Cuadernos.....	57
Figura 16 Jarros MUG.....	57
Figura 17 Imagen de la macro localidad.....	63
Figura 18 Imagen del mapa de la parroquia de Tumbabiro.....	65
Figura 19 Planos de la instalación/infraestructura	84
Figura 20 Gráfico del punto del equilibrio	126

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de tesis responde a la necesidad de mostrar el proceso de diseño de un espacio que tiene como fin informar a la comunidad acerca de los recursos naturales de que dispone y la aplicación que a éstos se les puede dar.

Este trabajo está constituido de seis capítulos:

El Primer capítulo comprende la idea de negocio, aquí se presenta la justificación del tema, donde se expone el por qué es necesario un proyecto con estas características y cuáles son los beneficios que se derivan de él, se presentan los problemas que se desean solucionar con planteamiento de objetivos que guiarán el desarrollo de la investigación.

El Segundo capítulo comprende el modelo de negocio y generalidades de los Jardines Etnobotánicos y un análisis espacial en el que nos facilita información que es utilizada para obtener un modelo espacial.

En el Tercer capítulo el estudio técnico y organizacional, es donde se integran las requerimientos formales y funcionales en la generación del proyecto Arquitectónico, para plasmarlos en un concepto de diseño.

En el Cuarto capítulo se presentan el estudio ambiental en donde en el diseño del espacio tomando como base la generación del concepto de diseño planteado en el capítulo anterior y se desarrolla el proyecto arquitectónico que cumple con los requerimientos.

El Quinto capítulo muestra el estudio financiero, y a la vez muestra un listado de la vegetación localizada en la parroquia de Tumbabiro, el cual integra sobre sus los estudios florísticos. Ecuador cuenta con una gran diversidad de especies vegetales, lo que constituye una enorme riqueza para los ecuatorianos en el especial para la zona Norte del país.

Palabras clave: Jardín etnobotánica – Cosméticos naturales – yoga – baños de cajón – Spa.

ABSTRACT

This thesis work responds to the necessity of showing the process of design of a space that aims to inform the community about the natural resources available and the application that can be given to them. This work consists of six chapters: The first chapter includes the business idea, here is the justification of the topic,

Where it is explained why a project with these characteristics and what are the benefits derived from it, are presented the problems to be solved with an approach of objectives that will guide the development of research. The second chapter includes the business model and generalities of the Ethnobotanical Gardens and a spatial analysis in which it provides us with information that is used to obtain a spatial model.

In the third chapter, the technical and organizational study is where the formal and functional requirements in the generation of the Project Architectural, to translate them into a design concept. In the fourth chapter the environmental study is presented in done in the design slowly based on the generation of the design concept proposed in the previous chapter and develops the architectural project that complies with the requirements.

The fifth chapter shows the financial study, and at the same time shows a list of the vegetation located in the parish of Tumbabiro, the lime integrates on its floristic studios. Ecuador has a great diversity of species vegetables, which constitutes an enormous wealth for Ecuadorians in the especially for the northern part of the country.

Keywords: Ethnobotanical garden - Natural cosmetics - yoga - bathsdrawer - Spa.

Unidad 1. Idea de Negocio

Promulgar un jardín etnobotánico y recreacional e innovador en la parroquia de Tumbabiro, lo cual sería una gran oportunidad para generar un nuevo ingreso, y también para generar fuentes de trabajo en los pobladores de la zona.

1.1 Justificación de la idea de negocios

1.1.1 El problema.

El presente emprendimiento tiene como problema central la limitada variedad de oferta recreacional en el territorio aledaño a las termas Chachimbiro para que los visitantes nacionales y extranjeros puedan disfrutar de diversas actividades, por lo que se ha determinado el estudio de factibilidad en diseñar un jardín etnobotánico y recreacional.

Como efecto, la población no tiene la iniciativa de innovar con nuevos emprendimientos para fomentar el turismo, ni efectuar la tarea de que los turistas se detengan visitando la parroquia, este efecto surge con la falta de financiamiento que existe para el apoyo a nuevos proyectos, como de igual manera la carencia de infraestructura para complejos turísticos y ferias comerciales. No obstante, su ubicación es un punto estratégico de trayecto para quienes visitan el balneario y las comunidades aledañas.

De acuerdo con lo mencionado, se realiza la propuesta de un jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, de tal modo que la zona logre dejar de ser solo un lugar de trayecto hacia el complejo monótono principal llamado Chachimbiro, sino que también los turistas y visitantes tengan la oportunidad de conocer sus alrededores donde existe gente tranquila, amable y sobre todo compartir momentos en una zona ambientada a la naturaleza.

1.1.2 Desarrollo de la idea.

Para la toma de decisión del tema de emprendimiento se realizó una lluvia de ideas en las que se plasmó toda la rentabilidad a las ideas de negocio a desarrollar, y se desempeñó un previo análisis, quedando como la más opcional el jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, Urcuquí -Ecuador. Por ser una idea nueva e invocadora en el sector donde se lo llevará a cabo.

Tabla 1 Desarrollo de idea de negocio.

IDEA	CRITERIO ECONÓMICO (rango 1 - 5)	CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO (rango 1 - 5)	PROXIMIDAD AL MERCADO(rango 1 - 5)	TOTAL
Jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, Urcuquí - Ecuador	4	5	3	12
Alquiler de autos eléctricos.	2	1	3	6
Museoselfie	4	2	4	10
Cine al aire libre	3	2	3	8

Nota: En esta tabla se realizó mediante la lluvia de ideas de los diferentes posibles emprendimientos de la cual la más rentable fue la numero 1 con el nombre Jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, Urcuquí -Ecuador.

1.1.3 Objetivos

Proponer la estructura de un jardín etnobotánico y recreacional, mediante la aplicación de métodos de adaptación para las diferentes especies de plantas del país, con la finalidad de que los visitantes conozcan y conserven la flora que posee la parroquia de Tumbabiro y las regiones del Ecuador.

En los objetivos específicos se deben considerar los siguientes:

1. Establecer el modelo de negocio y desarrollo de emprendimiento de un jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro.
2. Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado que demuestre la posible existencia de factibilidad en el futuro emprendimiento.
3. Realizar un estudio técnico con el propósito de que se obtenga conocimiento maduro sobre los aspectos de la matriz operativa en el uso eficiente de los recursos disponibles para el producto ofrecido.
4. Diseñar un estudio administrativo con la finalidad de que se realice un análisis que permita la obtención de información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales del presente emprendimiento.
5. Identificar los posibles efectos del proyecto a través un estudio de impacto ambiental.
6. Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero.

1.2 Producto o servicio para ofrecer.

Las funcionalidades del servicio y producto a ofrecer en el presente emprendimiento tienen un plus respecto a jardines etnobotánicos tradicionales, debido a que en su mayoría tienen el mismo servicio y no existe ningún distintivo en sus infraestructuras, algo que es totalmente diferente con este proyecto porque contará con un diseño y adaptación a cada especie con el clima del lugar, y también contará con el servicio de Spa, baños de cajón, venta de artesanías y cosméticos naturales, yoga al aire libre, caminatas guiadas.

La estructura del jardín etnobotánica está específicamente dividida por terrazas con secciones adecuadas y especiales en las que se cuenta con riego a goteo, aspersión y nebulización según requieran las plantas dependiendo su origen, también está diseñado con espacios de pasto, un acogedor deck lleno de plantas, y áreas con suelo de piedras en las que existen maceteros, adicional esta la estructura para la venta de artesanías y cosméticos naturales, sala de spa y baños de cajón diseñada a base de bambú para no producir mayor impacto ambiental y así también contribuir con la huella ecológica.

1.3 Análisis PESTA

En el siguiente análisis PESTA se aplica una técnica de emprendimientos mediante el cual se pueden identificar los factores externos del negocio y que a su vez estos influyen en su desarrollo; estos se caracterizan por factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que pueden afectar positiva o negativamente al funcionamiento de una empresa.

Situación del macroentorno:

- **Político legal.**

El presente emprendimiento se registrará a través de las políticas del ministerio de turismo en categorización de atractivos naturales, junto con el ministerio del ambiente en donde estas dos entidades son las encargados de establecer requisitos y realizar el respectivo estudio y análisis para poder acceder a la

iniciativa del emprendimiento del jardín etnobotánico para su operación, este proyecto se basará en dos artículos importantes obtenidos de la constitución 2008 y la ley de turismo modificada el 29 de Diciembre del año 2014 vigente en la actualidad, en la cual el primer artículo a utilizar, establece que el Art. 3 de la ley de Turismo que son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.

En el Artículo 5.- La Ley para la Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad se regirá por los siguientes principios básicos, Acceso social La formulación, aplicación y seguimiento de políticas, programas y proyectos de conservación y uso sustentable de la biodiversidad deben contribuir a incrementar el acceso social a bienes y servicios ambientales de una manera sustentable y equitativa, promoviendo estrategias que reduzcan desigualdades e inseguridad social y prevengan conflictos. (Constitución, 2008).

Estos dos Artículos son muy fundamentales para el nuevo emprendimiento a realizar lo cual intervienen a la idea de Negocio que se tiene pensado influir porque establece la sustentabilidad y sostenibilidad ambiental de la zona y su conservación natural y cultural de la zona.

- **Económico**

El siguiente aspecto se debe recalcar que el proyecto busca mejorar los ingresos económicos en los habitantes de la parroquia a través de este atractivo turístico y los servicios que ofrecerá a los visitantes, lo cual generará más empleos y a la vez evitará una migración en los jóvenes y adultos nativos y esto se debe a que existe una escases de infraestructura y baja tasa de empleo en Tumbabiro, a continuación se va a presentar una tabla que se permite conocer el mercado laboral en la zona la cual ayudará a conocer con más claridad la escases de empleo del sector, también se podrá visualizar todas las actividades productivas que la población realiza y sus porcentajes a través del censo realizado en el año 2010.

Tabla 2 *Categorías de ocupación*

Categoría de ocupación	Casos	%
Jornalero/a o peón	223	36,14
Cuenta propia	145	23,50
Empleado/a u obrero/a privado	133	21,56
Empleado/a u obrero/a del estado, gobierno, municipio, consejo provincial, juntas parroquiales.	31	5,02
Empleado/a domestico/a	28	4,54
No declarado	25	4,05
Patrono /a	12	1,94
Trabajador nuevo	10	1,62
Trabajador/a no remunerado	6	0,97
Socio/a	4	0,65
TOTAL	617	100,00%

Nota: Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2010. En esta tabla muestra la categoría de ocupación según del censo realizado en el 2010 en la parroquia de Tumbabiro.

En el caso de empleo, se ha suscitado la situación que la gente local emigra hacia las ciudades urbanas como el caso de Ibarra o Quito para encontrar una fuente de empleo lo cual, en lugar de quedarse, se ve en la obligación de salir a buscar empleo en otros destinos, solo permaneciendo los habitantes de la tercera edad y esto genera que haya un proceso muy lento de desarrollo económico en la parroquia por la falta de ingresos económicos, este emprendimiento ayudará a que se evite una ola migratoria de las personas, en especial los jóvenes de la localidad y así no se vean en la necesidad de dejar su nido de residencia, por lo cual se logrará contratar gente de la zona y comprar los productos de la localidad para cumplir la oferta del servicio en el atractivo del jardín etnobotánico.

- **Socio cultural**

El siguiente aspecto ayudará al apoyo de relacionarse entre las instalaciones del lugar con los habitantes de la parroquia y sus alrededores en lo cual se representaría como una nueva fuente de empleo e ingresos a esta localidad donde se beneficiarían los pobladores del lugar y también ayudaría a potenciar el turismo local en la zona, igualmente los futuros turistas disfrutarán de la paz y armonía que existe en el sitio y a la vez conocerán más de cerca las costumbres y tradiciones de su gente, porque en la parroquia se autoidentifican como indígenas, negros e inclusive montubios.

En el último censo de población y vivienda del INEC 2010 indican que, en la población de la parroquia, aproximadamente un 87,46% se identifica como mestizo/a, 6,88% de la población como afroecuatoriano/afrodescendiente, el 3,20% blanco, el 2,03% indígena, el 0.12% otros.

Estos datos ayudarán mucho para que los visitantes conozcan y socialicen un poco más sobre las tradiciones de la gente local y a la vez se logre admirar los bellos paisajes que ofrece, porque son perfectos para el turista y así logre relajarse, distraerse e inclusive olvidar de la contaminación en las zonas

urbanistas.

Se debe recalcar que la seguridad en la zona en respecto a la gente del lugar es muy pacífica, y, a la vez se ha tenido un conversatorio con la policía Nacional que patrulla en el lugar y menciona que no existe un alto índice de delincuencia ni mortalidad, para ellos lo más destacado son las peleas por exceso de alcohol entre los pobladores, pero son situaciones controlables, este dato es muy beneficioso debido a que los visitantes se van a sentir mucho más seguros y confiados en visitar el lugar porque no van a correr el riesgo de ser secuestrados asaltados, y esta ventaja ayudará a crecer y fortalecer de manera acelerada el turismo en la parroquia.

- **Tecnológico**

En el siguiente aspecto se va a realizar el uso de la plataforma *Microsoft Office* y el uso de las redes sociales para el sistema administrativo y también ayudará a que el atractivo sea más conocido internacionalmente por medio de propaganda publicitaria.

En la parroquia Tumbabiro existen equipos tecnológicos que ayudarán como herramientas para poder ejecutar el lanzamiento del proyecto, existen redes wifi en el parque central y un centro de cómputo Financiado por el Gad Parroquial de la localidad.

1.4 Las 5 fuerzas de PORTER

1. Competidores potenciales

Con el siguiente emprendimiento ubicado en la parroquia de Tumbabiro se puede mencionar que se encontraron competidores potenciales dentro del sector, por lo que el jardín etnobotánico y recreacional no se hace acreedor a ser el único atractivo del lugar, lo cual en la lista se mencionan los siguientes; Camila Victoria spa, jardín botánico "Yachay", orquideario San Sebastián, baños de cajón "la primavera".

2. Compradores

La dependencia de los compradores es muy factible para este emprendimiento, pero a la vez no se dependerá en su totalidad de los clientes, debido a que se va a buscar otras fuentes de rentabilidad como; por ejemplo, la venta de los productos a otros sitios estratégicos fuera del sector, y también se aplicará las promociones agregadas al valor del producto para evitar el efecto de las rebajas en los productos y servicios.

3. Productos sustitutos.

En los productos sustitutos se corre el riesgo de que sean remplazados por artículos de las tiendas locales que son mucho más económicos porque son a base de químicos, y el producto a ofrecer en el siguiente emprendimiento es natural y amigable con ambiente, lo cual se ofrecerá los cosméticos naturales, y por lo que su valor es un poco más elevado, y puede causar un remplazo.

4. Proveedores La facilidad de adquirir la materia prima por parte de los proveedores es factible debido a que “cosméticos aromas Cahuasquí” en la elaboración de estos productos, pero a la vez no existe una gran dependencia hacia a ellos debido a que la materia prima se puede conseguir muy fácil en el sector, dando hacia la facilidad que también se elaboren cosméticos naturales en el jardín etnobotánico.

5. Competidores en el sector.

Los competidores en el sector están relacionados al servicio que se ofrece es la empresa pública de Chachimbiro, debido a que esta ofrece servicios de sauna, turco e hidromasajes con barro.

1.5 Matriz AOOR

Tabla 3 Matriz AOOR

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none">• Empresa pública Chachimbiro.• Hostería Pantaví.• Hostería Mama Rebeca.• Residencia Tío Lauro.• GAD parroquial de Tumbabiro.• Familia.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de apoyo y motivación por parte de los pobladores.• Falta de apoyo financiero por parte de las cooperativas.• Cambio climático
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none">• Impacto al medio ambiente• La ubicación geográfica.• Generar nuevas fuentes de empleo.• Nuevos ingresos en el sector.	<ul style="list-style-type: none">• Posible no adaptación de algunas especies de platas• Problemas legales al traer plantas endémicas de otros sectores del país.• Inexperiencia en el servicio etnobotánico

Nota. La matriz AOOR se utiliza para realizar nuevos emprendimientos

Unidad 2. Modelo de Negocio

2.1 Lienzo Canvas

Tabla 4 Lienzo canvas

Plantilla para el lienzo Canvas (Modelo de negocio)				
Asociaciones claves	Actividades claves	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmento de mercados
<ul style="list-style-type: none"> • La casa de los abonos. • Agripac Ibarra. • Viveiros • Aserradero. • GAD municipal y parroquial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de artesanías. • Baños de cajón. • Distribución y venta de cosméticos naturales. • Sistema de riego. • Atención y guía personalizada 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo que contribuye al cuidado del medio ambiente (disminución de CO2 y uso de fertilizantes) haciendo partícipe a los miembros de la sociedad. • Socializar la integración del turista con la naturaleza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relación personal (interacción humana), personal exclusivo (profunda) y automatizada (fase inicial), dependiendo de las necesidades del cliente. • Relación basada en la fidelización de clientes y en la estimulación de las ventas (difusión). 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones educativas públicas y privadas. • Visitantes extranjeros y nacionales amantes al turismo verde y ecológico. • Profesionales en área de investigación científica ambiental.
	<p>Recursos</p> <p>Recursos físicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bambú • Humus. • Macetas. • Malla • Semillas. • Cajones de madera 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Redes sociales • Carteles informativos • Tienda física y virtual. 	
	<p>Recursos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socios y proveedores • Empleados • Área social 			
	<p>Recursos económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversiones • Aportes • Ganancias • Prestamos 			
Estructura de costes		Fuentes de ingreso		
<ul style="list-style-type: none"> Alianzas con empresas. Realizar actividades con instituciones de estado. 		<ul style="list-style-type: none"> Distribución productos Actividades de servicio Conocimiento intangible 		

Nota. El lienzo canvas es la herramienta que se utiliza para analizar y crear modelos de forma simplificada. Autores. Figueroa & Gordillo.

2.2 Definición del modelo para su idea de negocio.

Los modelos de negocio utilizar Modelos de negocio de cola larga

El modelo de negocio Long Tail se basa en una idea muy sencilla: en vez de centrar el potencial de venta en productos muy demandados (y muy competidos), se enfoca más bien en productos con menos demanda y menos competencia, si el negocio es local, se debe examinar que existe la demanda suficiente para que sea rentable (Gestion.org, s.f.)

Este modelo de negocio concuerda mucho con el emprendimiento a realizar del jardín etnobotánico y recreacional, debido a que se cuenta con servicios exclusivos como son, los baños de cajón, artesanías, cosméticos naturales y adicional se cuenta también con flora poca reconocida por algunos turistas, por lo cual se tendría una rentabilidad suficiente debido a que se oferta servicios que no existen en otros jardines, lo cual esto servirá como una estrategia para poder obtener mayor rentabilidad con los productos menos demandados en el atractivo

Unidad 3. Estudio de Mercado

3.1 Diseño de la investigación

En base al proyecto turístico que se está formulando sobre el jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, se aplicaron dos tipos de investigaciones: Exploratoria y Descriptiva.

Investigación Exploratoria:

La investigación exploratoria, por tanto, lo que hace es interesarse por un tema que no ha sido estudiado antes, o bien permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes. Así, cuando no sabemos a qué nos enfrentamos, lo mejor es explorar primero, antes de llevar a cabo otros análisis más costosos (Arias, 2020).

La investigación exploratoria se interpreta como aquellas que se utilizan para poder conocer los datos sobre algún asunto desconocido, debido a que este emprendimiento sobre el jardín etnobotánico no se cuenta con ningún tipo de información base, por lo cual se debe realizar técnicas de estudio y conocer sus resultados que ayudarán a determinar una perspectiva que se pretende alcanzar sobre el proyecto antedicho a través de la realización de encuestas a un grupo determinado que se ha seleccionado, se pretende conseguir obtener una investigación.

La producción de encuestas se consideró como un método muy sutil para este tipo de investigación, debido a que podrá resolver con mayor facilidad las preferencias de la población al momento de realizar turismo en este tipo de emprendimiento.

Investigación Descriptiva:

Según (Rojas 2015) Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir

modificaciones: tal cual. Las preguntas de rigor son: ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Cuándo ocurre?, ¿Cuántos individuos o casos se observan?, ¿Cuáles se observan?

En este caso también se ha considerado realizar el uso de esta investigación, debido que colabora con la precisión sobre los datos específicos obtenidos, superando a las expectativas de las personas encuestadas con la aprobación de que se realicen los servicios que se ofrecerá como en el nuevo emprendimiento y lo cual estos productos serán amigables con el ambiente, naturales y ayudará a determinar el precio accesible de pago y compararlo con otras competencias y poder conseguir estrategias técnicas para resolver estas situaciones.

3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

En las técnicas e instrumentos de recolección, se utilizaron tablas de validación en conjunto con encuestas, en la que se realizaron preguntas donde se lograron obtener datos reales y concisos de las personas encuestadas en base a sus respuestas al banco de interrogantes que se les había proporcionado, llegando a otorgar información precisa y detallada sobre el estar de acuerdo con respecto a la existencia de un jardín etnobotánico en la parroquia de Tumbabiro, en su mayoría optaron de forma positiva en que se realice el emprendimiento antedicho, también en la encuesta se analizaron otras preguntas de opción múltiple muy fundamentales que ayudaron a conocer más detalladamente sobre los gustos y costos que están dispuestos a pagar al momento de realizar un viaje turístico y el tiempo determinado que gustan contar por este servicio que se ofrecerá y adicional, se logró obtener información sobre el tipo de transporte que utilizan al momento de realizar sus rutas turísticas y a la vez conocer si en este medio de movilización lo efectúan con familiares o amigos, para poder lograr conocer demasiado profundo el perfil de los futuros clientes y poder sobrellevar sus peticiones y consumos que estén dispuestos a pagar y por el tiempo determinado en utilizar el servicio y saber el medio publicitario por el cual ellos prefieren conocer más del emprendimiento.

Se debe mencionar que existen diferentes tipos de encuestas, como las encuestas personales, encuestas vía teléfono, pero en este caso se realizó el tipo de encuestas vía *online* con respecto a una gran cantidad de preguntas con opción múltiple a seleccionar.

3.3 Diseño del plan muestral

Para el diseño del plan muestral, el método de muestreo a utilizar para este emprendimiento es el muestreo no probabilístico, debido a que este método se basa mayormente en el análisis de proyectos turísticos, este tipo de muestreo se asienta en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar, es decir que se toma una pequeña porción de la población como muestra para formar parte de este proceso, este tipo de muestreo es más útil para las investigaciones exploratorias y más estricto al momento de llevar a cabo en métodos de observación.

En el muestreo no probabilístico se ha escogido la técnica por conveniencia, debido a que esta permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten formar parte de esta segmentación de mercado, es decir que tienen disponibilidad en el tiempo de investigación a realizar, en este caso se ha seleccionado 4 provincias del Ecuador que son: Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Pichincha, por que son los posibles sectores para tener mayor influencia de visitantes y turistas en el emprendimiento a realizar.

En este caso de plan muestral se ha decidido tomar a la población económicamente activa (PEA), se ha seleccionado a este perfil debido a que estos son los posibles visitantes y turistas que tienen la posibilidad y disponibilidad de pago, lo cual son los que toman decisiones para realizar compras y pagos, debido a que obtienen ingresos económicos ya sea por un salario o por las ganancias de capitales invertidos.

Cálculo de la muestra

Según López-Roldan (2019) es la estimación o cálculo de la cantidad de participantes que deben incluirse en un estudio. La primera reflexión que surge es: ¿para qué sirve el cálculo del tamaño de la muestra? Permite a los investigadores saber cuántos individuos son necesarios estudiar, para estimar un parámetro determinado con el grado de confianza deseado o el número necesario para detectar una determinada diferencia entre los grupos de estudio, suponiendo que existiese realmente.

En el caso del emprendimiento del jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro ubicada en la provincia de Imbabura cantón Urcuquí, los territorios mayormente probables que visiten y consuman los servicios a ofrecer serán de las poblaciones próximas y que únicamente pertenezcan a la población económicamente activa, entre ellas está la provincia de Pichincha que cuenta con 3.228.233 habitantes, la provincia del Carchi con 186.869 habitantes, la provincia de Imbabura con 476.257 habitantes, y como última provincia tenemos a Esmeraldas con 643.654 habitantes, dando así un total de 4.535.013 de la población general en estas provincias escogidas según datos del INEC 2020.

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$\frac{2.675.658 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (2.675.658 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50} = 385$$

Simbología:

N = población n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra z = nivel de confianza = margen de error Donde:

N = 4.535.013

p = 0,5

q = 0,5

z = 95% = 1.96

e = 5%

Total = 385 encuestas

Población económicamente activa

Tabla 5 Muestra de población para realizar las respectivas encuestas.

Provincias	Porcentaje %	N° de encuestas
Imbabura: 476.257	11%	40
Carchi: 186.869	4%	16
Pichincha: 3.228.233	71%	274
Esmeraldas: 643.654	14%	55
TOTAL: 2.675.658 (PEA)	100%	385

3.4 Segmentación de mercados (Perfil del turista)

Segmentación de mercados y demográficos

1er Resultado: 4.535.013 personas de Pichincha, Carchi, Imbabura, Esmeraldas

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Producto turístico: Jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro

Segmentación Geográfica

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>País:</i>	Ecuador	17,510.643	100%
<i>Región:</i>	Sierra, Costa	16.937.575	96,73%
<i>Provincia/s:</i>	Pichincha, Carchi, Imbabura, Esmeraldas	4.535.013.	25,9%

Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC [Proyecciones Poblacionales | \(ecuadorencifras.gob.ec\)](http://Proyecciones Poblacionales | ecuadorencifras.gob.ec))

	Variable	Número	Porcentaje
Género:	Masculino, femenino y LGBTI	4.535.013	100%
Edad:	18-65	2.668.735	59%
Estado civil:	Solteros, casados, unión libre, divorciados, viudos	2.668.735	100%
Ocupación:	Estudiante, empleado público, empleado privado, negocio propio, que haceres domésticos	2.668.735	100%
Ingresos:	< 400usd. Hasta >1500usd	2.668.735	100%

2do Resultado: 2.668.735 hombres y mujeres en edades de 18 a 65 años de estado civil solteros, casados, unión libre, divorciados y viudos que trabajan y ganan desde menos de \$400 hasta mayor \$1500.

Segmentación Conductual

	Variable	Número	Porcentaje
Preferencia del turismo	Jardín etnobotánico.	266.873	10%
Preferencia de visita.	Imbabura.	106.749	40%

3ro resultado: 106.749 viajeros que prefieren visitar un jardín etnobotánico y visitar la provincia de Imbabura.

En el presente análisis se puede observar los resultados obtenidos de la encuesta realizada a una pequeña muestra de la población ecuatoriana en las 4 provincias escogidas y aplicados en el cuadro sobre la segmentación de mercados donde indica que existe una población de 17.510.643 millones de habitantes

dentro del Ecuador según el INEC 2020, que representa el 100%, en lo cual para realizar su desarrollo se ha tomado en cuenta la población de la región Costa y Sierra, por el motivo que se incluye a la provincia de Esmeraldas, para realizar el proceso de segmentación, multiplicamos 16.937.643 (Costa y Sierra) x el valor porcentual que representa el 100% y dividido por la cantidad total de la población que tiene el Ecuador donde nos entrega el resultado de 96,73%.

Para poder continuar con el proceso, se debe encontrar el valor porcentual de las 4 provincias escogidas y para poder conseguirlo se debe realizar el siguiente paso, multiplicar 4.535.013 (Suma total de provincias escogidas) x 96,73% y dividir 16.937.643, lo cual entrega un resultado de 25,9%, esta respuesta obtenida es el valor porcentual de las provincias seleccionadas que están dentro de esta segmentación de mercados.

En la siguiente tabla llamada segmentación demográfica, en cambio se debe tomar como respuesta base los 4.535.013 millones de habitantes como representación del género y su valor porcentual es del 100 %, debido a que es el total porcentual, para sacarlos resultados de muestreo con estos datos obtenidos, el siguiente paso se debe sacar el porcentaje y el número de personas del rango edad, se tiene que tomar en cuenta que el valor porcentual en este caso es de 59% por el motivo que en el resultado de encuestas en base a la pregunta de sus ingresos económicos, el rango de edad a tomar en cuenta es de 18 a 65 años porque son los que mayor porcentaje predominan con el resultado de dicha información, entonces una vez obtenido esta información, se aplicará el desarrollo del resultado para determinar el número de en este rango, el proceso a realizar es $4.535.013 \times 59\%$ y dividido para el 100%, lo cual entrega un resultado de 2.668.735 personas que tiene el rango de edad de 18- 65 años en las provincias seleccionadas de muestreo.

Para determinar el estado civil y su porcentaje, se toma en cuenta el mismo paso mencionado anteriormente, a través de las respuestas en base a la pregunta realizada sobre su estado civil, existía un porcentaje considerable en cada selección

múltiple que no podía ser excluido del proceso, por lo que se determinó junto con el análisis de respuestas en las encuestas, colocar el 100% de su capacidad para así determinar el número de personas, por lo cual, para realizar esta operación, en este caso como conociendo que su valor porcentual es de 100%, se determina que es el mismo valor con respecto al número de rango de personas por edades que es de 2.668.735 personas casadas, solteras, unión libre divorciadas y viudas.

Con respecto a la ocupación, se ha determinado de igual manera determinar la capacidad del 100%, debido a que no se podía excluir a un número considerable de valores porcentuales en este resultado a través de las encuestas, por lo que así mismo en su valor es de 2.668.735 personas.

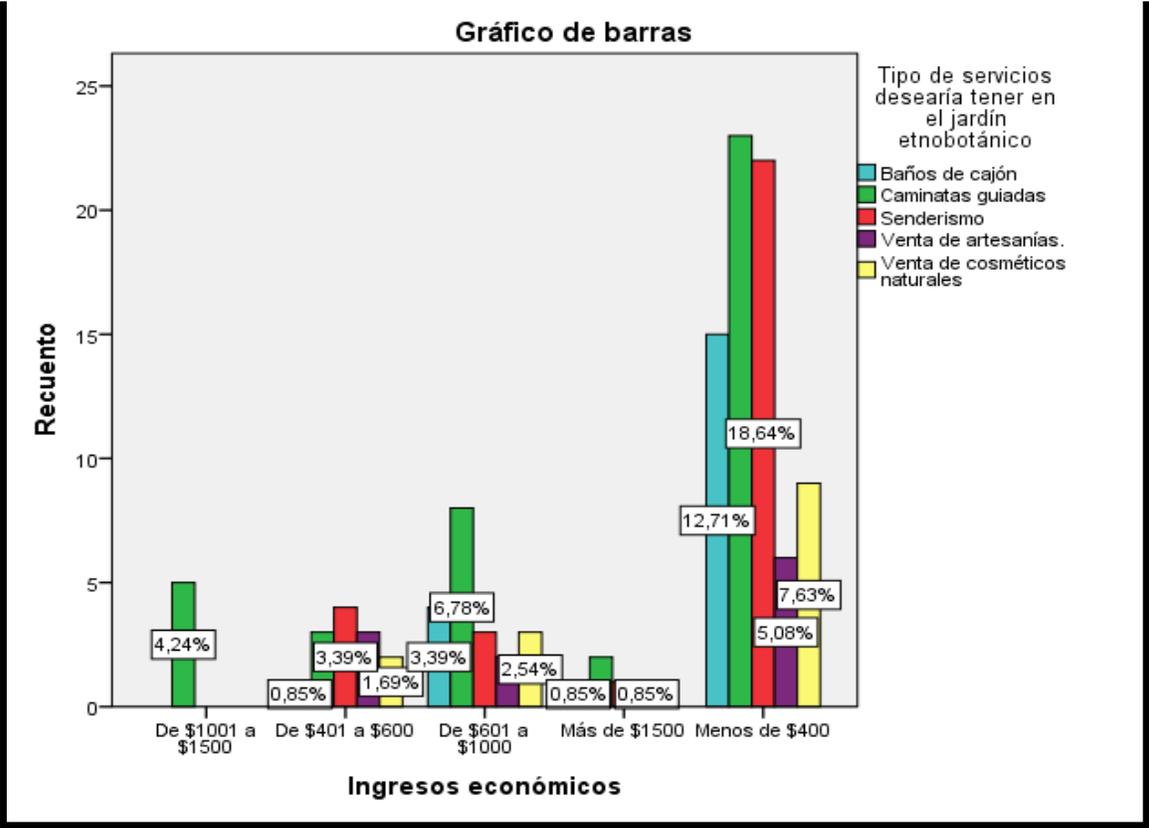
En los ingresos económicos, se determina que el valor porcentual es del 100%, porque siguiendo el reglamento de segmentación, se debe considerar desde el valor que mayor sobre pase al resto de opciones múltiples y seguir en secuencia hasta el valor más bajo, es decir que el valor más alto en base a respuestas de las encuestas, la cual en este caso es de la primera opción múltiple con el valor mínimo o menor a 400 USD.

Para poder conseguir las variables y porcentajes de la segmentación conductual, se debe considerar el valor porcentual, en este caso de las personas que realizaron su último viaje a un jardín etnobotánico, en el que el resultado arroja el 10%, con este dato obtenido se va a sacar el resultado de preferencia de Turismo, tomando el valor de $2.668.735 \times 0,10\%$, lo cual su resultado es de 266.873 y para lograr saber la preferencia de visita en Imbabura, se multiplica el valor de $266.873 \times 0,40\%$, su resultado es de 106.748.

Analizando los resultados de las encuestas por preguntas individuales a través del programa IBM SPSS con figuras llamadas pasteles, en los rangos de edades, existe un promedio de 52.59% de jóvenes entre 18 a 25 y un 26.08% entre las edades de 26 a 40 años, y un 17.24% entre 41 a 65 años y con más de 65 años un porcentaje del 4.09%.

Por lo cual se identifica el 49.57% de género femenino, y el 40.52% masculino y finalmente el 9.91% de la comunidad LGBTI, lo cual su lugar de residencia que predomina es Pichincha con el 59,11% y el nivel de instrucción que predomina en educación superior es del 56,47%, en donde el estado civil con mayor resultado es soltero con el 54.74% y la ocupación con mayor resultado es de estudiantes con 40,95%, el nivel de ingreso personales que mayor resultado ha tenido es menor de \$400 con un porcentaje de 50,43%, y el 46,74% a utilizado trasporte público y a su vez han realizado viajes con su familia que otorga un 51,94% de resultado.

Figura 1 Cruce de variables con el ingreso económico de la población con el tipo de servicio que desearían tener en el emprendimiento

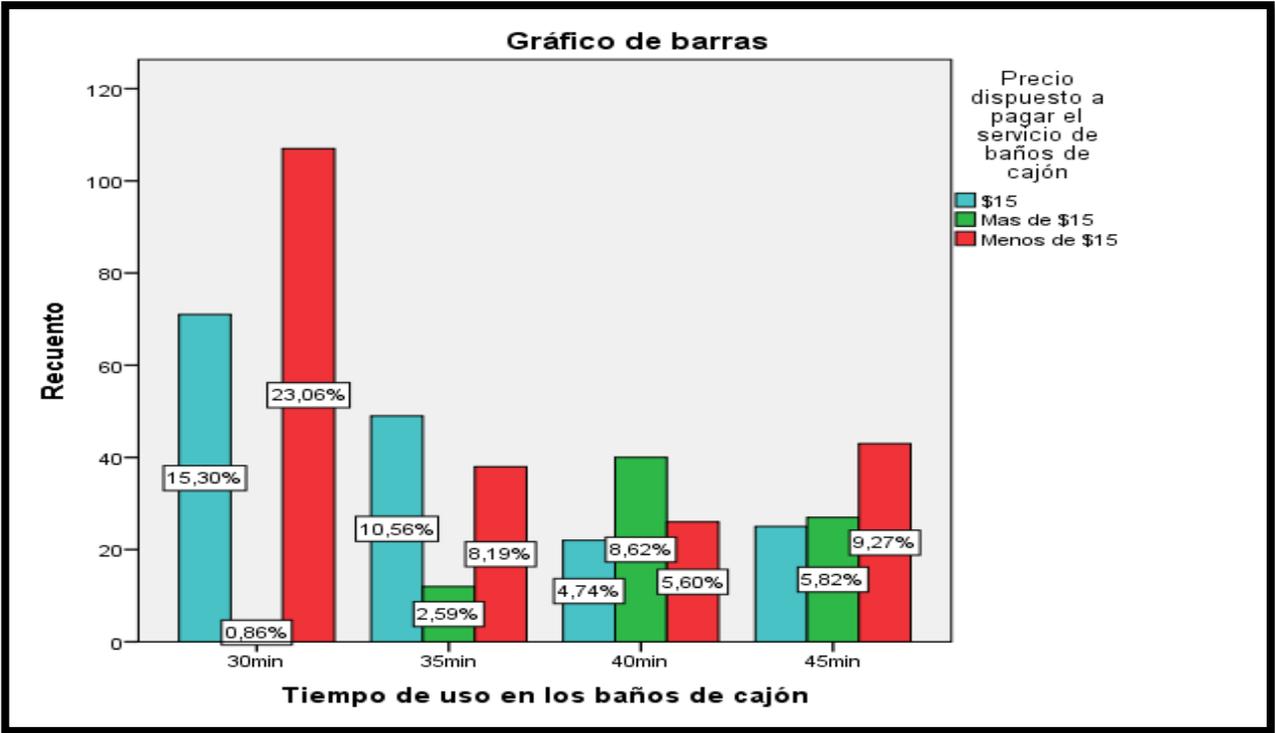


Estos datos reales obtenidos, ayudarán a tener una proyección más precisa para ver la factibilidad del proyecto y los servicios que se van a ofrecer y que el

turista está dispuesto a consumirlos por lo que la mayoría aprueba estos servicios que se ofrecerá en el atractivo.

En el cruce de variables de este gráfico, se tomó la decisión de realizarlo por el motivo de conocer los ingresos económicos en base a la muestra de la población económicamente activa y saber con profundidad que tipo de servicio estos desearían obtener en el jardín etnobotánico con respecto al dinero que reciben y así poder determinarlos precios junto con el tipo de servicio de preferencia, por lo cual la muestra que desea caminatas guiadas es con el 18,64% en me nos de 400 USD y en el resto de barras, sigue predominando la barra de color verde en comparación con el resto de barras en la gráfica.

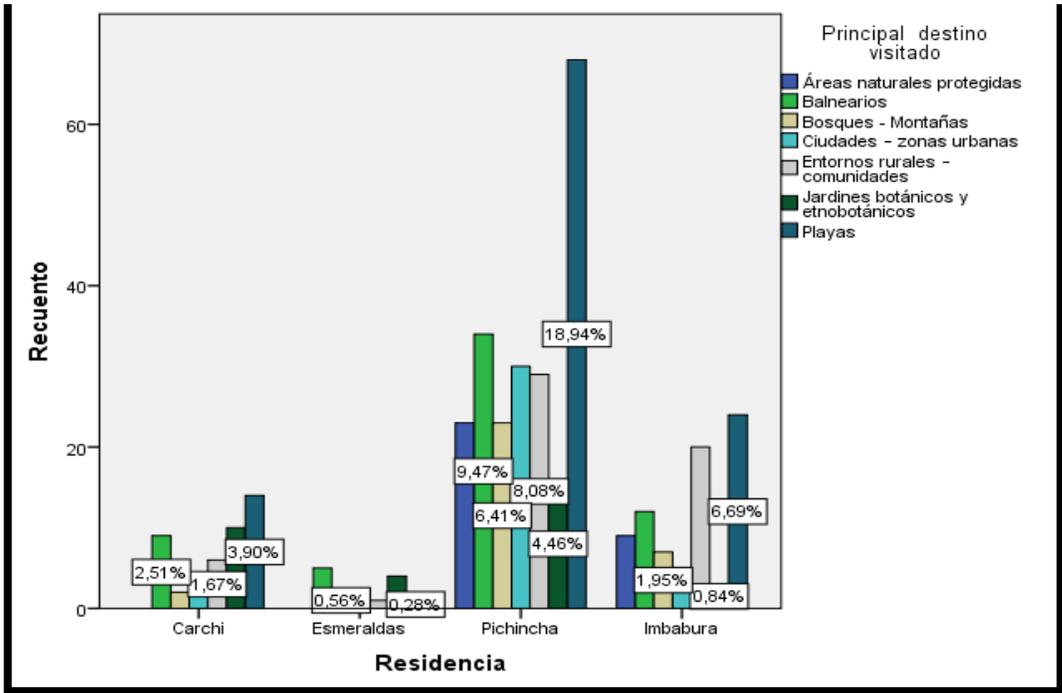
Figura 2 Cruce de variables respecto a la pregunta del tiempo determinado con el precio de servicio en baños de cajón



En el cruce de variables de la figura número 2, se observa el precio del servicio de baños de cajón en que las personas que han sido encuestadas y estarían

dispuestas a pagar por un tiempo determinado, por lo cual indica que el 23,06% prefiere usar el servicio por el tiempo de 30 minutos a un precio menor de 15 USD, seguido del 15,30% que se arriesgarían a pagar el valor de 15 USD, en las siguientes barras del tiempo de 35 minutos se obtiene un 10,56% que prefieren pagar la cantidad de 15 USD, el 8,19% pagarían un valor menor a 15 USD, y solo el 2,59% pagaría más de 15 USD, en el tiempo de 40 minutos se puede apreciar que el porcentaje predominante es el valor mayor de 15 USD con 8,62%, sin embargo, en la selección de 45 minutos se ha determinado que el predominante porcentual del valor es menor a 15 USD con el 9,27%, proporcionando a este análisis de gráfico de barras, una conclusión muy relevante que se puede visualizar, cada vez que se aumenta más tiempo en la duración del servicio, las personas estarían dispuestas a pagar el precio base determinado que es de 15 USD y hasta un poco más, a excepción de las barras de 45 minutos en donde gana el valor menor a 15 USD, haciendo caer en cuenta que en esa opción es un tiempo muy exagerado para poder aplicarlo, debido a que se corre el riesgo de generar más pérdidas que ganancias.

Figura 3 Cruce de variables respecto a la pregunta principal destino visitado y residencia



En el presente gráfico se puede observar que el principal destino visitado con respecto al número de personas encuestadas en las 4 provincias donde se cumplirá la demanda del futuro emprendimiento, por lo cual el mayor destino que predomina es el de áreas naturales protegidas en 3 de 4 provincias, sin embargo, en el resto de los destinos, tienen un nivel no muy diferenciado de demanda para las demás actividades, en la provincia de Carchi existe un 3,90% de personas encuestadas que visitaron un área protegida con un 2,57% que visitaron un balneario y 1,67% que visitaron entornos rurales, en la provincia de Esmeraldas según el número de personas encuestadas, se obtiene como resultado que 0,56% visitaron un balneario y 0,28% estuvieron en un jardín etnobotánico, como dato interesante se obtiene la información de una gran demanda de sitios visitados en la provincia de Pichincha, pero esto es debido a que es una provincia que cuenta con una población mucho mayor que las otras zonas encuestadas en respecto con el número de habitantes por lo cual, se tuvo que realizar las encuestas a la mayoría de la muestra de esta provincia, entregando un resultado del 18,94%, que visitaron un área natural protegida en territorio nacional, y el 9,46% visitó un balneario en su última visita por lo cual esta información ayudará demasiado para el complemento del futuro emprendimiento, 8,08%, es el número de porcentaje por lo cual visitó entornos rurales y zonas urbanas, 6,41%, ha estado en Bosques, montañas junto con las playas y solo un 4,46%, ha podido visitar lo que es un jardín botánico y etnobotánico dentro del territorio Nacional en su último año de visita, en la provincia de Imbabura la que mayor predomina con un 6,69% que de igual manera que en la anterior provincia, ha visitado un área natural protegida, por lo cual es seguida con la barra de color plomo que ha visitado una zona urbana o entorno rural, y después se obtiene la barra verde que es el sucesivo por lo cual significa que las personas encuestadas de esta provincia ha visitado un balneario, 1,95% ha visitado el área de bosques y montañas y solo el 0,84% ha visitado un jardín botánico y etnobotánico en su último año de visita, se concluye que las personas encuestadas de cada provincia tienen como preferencia visitar un área protegida, pero a la vez los otros destinos visitados, de igual manera son preferidos por estas provincias sin mayor diferencia que la que lidera la lista, en este caso las áreas protegidas.

3.4 Análisis del producto.

Análisis del comportamiento del consumidor.

En el presente análisis se puede observar los resultados obtenidos de la encuesta realizada a una pequeña muestra de la población ecuatoriana en las 4 provincias escogidas y aplicados en el cuadro sobre la segmentación de mercados donde indica que existe una población de 17.510.643 millones de habitantes dentro del Ecuador según el INEC 2020, que representa el 100%, en lo cual para realizar su desarrollo se ha tomado en cuenta la población de la región Costa y Sierra, por el motivo que se incluye a la provincia de Esmeraldas, para realizar el proceso de segmentación, multiplicamos 16.937.643 (Costa y Sierra) por el valor porcentual que representa el 100% y dividido por la cantidad total de la población que tiene el Ecuador donde nos entrega el resultado de 96,73%.

Para poder continuar con el proceso, se debe encontrar el valor porcentual de las 4 provincias escogidas y para poder conseguirlo se debe realizar el siguiente paso, multiplicar 4.535.013 (Suma total de provincias escogidas) x 96,73% y dividir 16.937.643, lo cual entrega un resultado de 25,9%, esta respuesta obtenida es el valor porcentual de las provincias seleccionadas que están dentro de nuestra segmentación de mercados.

En la siguiente tabla llamada segmentación demográfica, en cambio se debe tomar como respuesta base los 4.535.013 millones de habitantes como representación del género y su valor porcentual es del 100 %, debido a que es el total porcentual, para sacar los resultados de muestreo con estos datos obtenidos, el siguiente paso se debe sacar el porcentaje y el número de personas del rango edad, se tiene que tomar en cuenta que el valor porcentual en este caso es de 59% por el motivo que en el resultado de encuestas en base a la pregunta de sus ingresos económicos, el rango de edad a tomar en cuenta es de 18 a 65 años porque son los que mayor porcentaje predominan con el resultado de dicha información, entonces una vez obtenido esta información, se aplicará el desarrollo del resultado para determinar el número de en este rango, el proceso a realizar es $4.535.013 \times 59\%$ y

dividido para el 100%, lo cual entrega un resultado de 2.668.735 personas que tiene el rango de edad de 18- 65 años en las provincias seleccionadas de muestreo.

Para determinar el estado civil y su porcentaje, se toma en cuenta el mismo paso mencionado anteriormente, a través de las respuestas en base a la pregunta realizada sobre su estado civil, existía un porcentaje considerable en cada selección múltiple que no podía ser excluido del proceso, por lo que se determinó junto con el análisis de respuestas en las encuestas, colocar el 100% de su capacidad para así determinar el número de personas, por lo cual para realizar esta operación, en este caso como conociendo que su valor porcentual es de 100%, se determina que es el mismo valor con respecto al número de rango de personas por edades que es de 2.668.735 personas casadas, solteras, unión libre, divorciadas y viudas.

Con respecto a la ocupación, se ha determinado de igual manera determinar la capacidad del 100%, debido a que no se podía excluir a un número considerable de valores porcentuales en este resultado a través de las encuestas, por lo que así mismo en su valor es de 2.668.735 personas.

En los ingresos económicos, se determina que el valor porcentual es del 100%, porque siguiendo el reglamento de segmentación, se debe considerar desde el valor que mayor sobre pase al resto de opciones múltiples y seguir en secuencia hasta el valor más bajo, es decir que el valor más alto en base a respuestas de las encuestas, la cual en este caso es de la primera opción múltiple con el valor mínimo o menor a 400 USD.

Para poder conseguir las variables y porcentajes de la segmentación conductual, se debe considerar el valor porcentual, en este caso de las personas que realizaron su último viaje a un jardín etnobotánico, en el que el resultado arroja el 10%, con este dato obtenido se va a sacar el resultado de preferencia de Turismo, tomando el valor de $2.668.735 \times 0,10\%$, lo cual su resultado de 266.873y para lograr saber la preferencia de visita en Imbabura, se multiplica el valor de $266.873 \times 0,40\%$, su resultado es de 106.748.

Analizando los resultados de las encuestas por preguntas individuales a través del programa IBM SPSS con figuras llamadas pasteles, en los rangos de edades, existe un promedio de 52.59% de jóvenes entre 18 a 25 y un 26.08% entre las edades de 26 a 40 años, y un 17.24% entre 41 a 65 años y con más de 65 años un porcentaje del 4.09%.

Por lo cual se identifica el 49.57% de género femenino, y el 40.52% masculino y finalmente el 9.91% de la comunidad LGBTI, lo cual su lugar de residencia que predomina es Pichincha con el 59,11% y el nivel de instrucción que predomina en educación superior es del 56,47%, en donde el estado civil con mayor resultado es soltero con el 54.74% y la ocupación con mayor resultado es de estudiantes con 40,95%, el nivel de ingreso personales que mayor resultado ha tenido es menor de \$400 con un porcentaje de 50,43%, y el 46,74% a utilizado transporte público y a su vez han realizado viajes con su familia que otorga un 51,94% de resultado.

Estos datos reales obtenidos, ayudarán a tener una proyección más precisa para ver la factibilidad del proyecto y los servicios que se van a ofrecer y que el turista está dispuesto a consumirlos por lo que la mayoría aprueba estos servicios que se ofrecerá en el atractivo.

Diseño del producto o servicio.

El diseño que se planteará encuestas sobre los servicios que estarían dispuestos a recibir por parte del emprendimiento y el valor que ellos consideran justo pagar por el servicio y producto ofrecido, lo cual se determinó en los siguientes valores. El 17,80% de los encuestadores decidieron recibir el servicio de baños de cajón por el tiempo de 30 minutos, por un valor a pagar menor a \$15USD, y un 25,42% decidieron entre los servicios de senderismo, caminatas guiadas y venta de cosméticos naturales y artesanías.

Adicional a los servicios de caminatas guiadas, el turista prefiere obtener información sobre las plantas medicinales con un 40,16%, seguido por plantas ecológicas con un porcentaje 22,13%, y el 14,75% prefiere que se les informe de plantas étnico-culturales, valores de mucha importancia para poder adecuar

espacios y así poder brindar un entendimiento de mayor profundidad sobre la importancia de este tipo de plantas a los visitantes, dentro del jardín etnobotánico y recreacional.

Por otra parte, en cuanto al servicio de venta de cosméticos naturales se ha obtenido una muy buena acogida con 84,91% de aceptabilidad de usar estos productos, debido a que un 31,25% consideran que no contienen componentes químicos y son muy buenos para el cuidado de la piel, y que para poder difundir los servicios el público ha establecido con un porcentaje de 56,47% de que la mejor plataforma de difusión es Facebook, mientras que un 14,12% prefieren que sea en aplicación de reserva como Booking, Expedia etc.

Finalmente se puede sacar la conclusión que el emprendimiento si es aceptado por el público y que estarían dispuestos a consumir los servicios que se prestará dentro de las instalaciones, y algo que también se ha determinado es para el ingreso se deberá pagar un pequeño valor de la entrada al emprendimiento que será de 0,50ctv para personas adultas y 0,25ctv para niños, personas con discapacidad y tercera edad, dinero que será recaudado para el mantenimiento del jardín.

3.5 Análisis de la demanda

Tabla 6 Demanda potencial de la población económicamente activa.

Demanda potencial	
Población de las provincias de Imbabura, Carchi, Pichincha y Esmeraldas	4.535.013
DEMANDA POTENCIAL	106.749

Se pudo determinar la demanda potencial siguiendo los parámetros que están descritos en la tabla ubicada en la parte superior, se logró obtener los siguientes resultados: como población de mercado objetivo de la parroquia de

Tumbabiro con número de 106.749 de las sumas de las 4 provincias, obtenidas de la población económicamente activa del último viaje que realizaron y el destino que visitaron un jardín botánico o etnobotánico.

Para poder sacar el resultado de 106. 749 se realizó el siguiente proceso, lo cual es tomar el valor de la población de las 4 provincias seleccionadas (Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Pichincha) que es 4.535.013 personas, colocarlo en la demanda potencial, posterior a realizarlo, se debe tomar el valor del resultado obtenido de la segmentación conductual en preferencia de visita en la provincia Imbabura y colocarlo como resultado de la demanda potencial por el motivo que esta cifra es el número de los posibles consumidores en el futuro establecimiento del primer año.

3.5 Análisis de la oferta

Tabla 7 *Tabla de competencia*

Nombre	Tipo	Ubicación	Temática	Horarios de atención
Camila Victoria	Spa	Tumbabiro	Baños de cajón y cultivo de tunas para elaboración de Tunas	miércoles 10:00–18:00 jueves 10:00–18:00 viernes 10:00–18:00 sábado 10:00–18:00
Jardín botánico Yachay	Jardín botánico	Hacienda San Eloy-Urcuquí	Conservación y educación, que alberga varios tipos de plantas nativas del país.	Lunes a viernes de 8:00a 17:00
Orquideario San Sebastián	Orquideario	Montaña de Luz-Pablo Arenas	Conservación y educación, que alberga varias orquídeas de diferentes partes del país.	Lunes a domingo de 8:00a 17:00

Baños de cajón la Primavera	Baños de cajón	Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> • Baños de cajón • Purificación de sangre. • Masajes relajantes y terapéuticos. • Masajes prenatales. • Terapias para columna. • Reflexología 	Lunes a viernes de 8:00a 19:00 y los días sábados con previa cita.
-----------------------------	----------------	--------	--	--

Se encontraron 5 emprendimientos dentro de la provincia de Imbabura como posibles competencias, entre ellas tenemos como primero a Camila Victoria que está ubicada en la parroquia de Tumbabiro y cuenta con 3 servicios, el primero es una ducha purificante a vapor con plantas medicinales que está acompañado con una hidratación de aloe vera y cristales de hoja de tuna, posteriormente se procese al baño de cajón como una forma de terapia a altas temperaturas de calor, y como último servicio tienen un jacuzzi para el equilibrio energético, y el costo que tiene cada uno de estos es de 20 USD por persona, pero también hay que resaltar que al no contar con la suficiente publicidad no cuentan con mucha demanda de visitantes.

Luego se encuentra al Jardín botánico Yachay que está ubicado en el cantón Urcuquí en la hacienda San Eloy y este fue inaugurado en el año 2014, este cuenta con 160 hectáreas de extensión en el cual se ha construido varios senderos de cabuya, espinos, bromelias que vienen siendo parte de la conservación y exhibición de la flora nativa ecuatoriana.

También han realizado una hilera de bonsáis que son el marco para descubrir y aprender de la horticultura que vendría siendo la técnica del cultivo de plantas que se desarrollan en huertos, originada en el imperio chino y que hoy en día ellos la han aplicado con plantas ecuatorianas. Y su finalidad está basada principalmente para la ciencia y educación, por lo que está al forma parte de una empresa pública no tiene costo alguno para su ingreso.

Posterior mente se encuentra el orquideario San Sebastián ubicado actualmente en la parroquia de Pablo Arenas, pero que originalmente este orquideario nació en San Blas hace 19 años y fue creado por Alfredo Pantoja, un aficionado a este tipo de plantas, pero en el año 2020 después de atravesar una situación muy crítica de salud falleció.

Y luego tomo posesión Montaña de Luz de todo el orquideario y lo trasladaron a la vecina parroquia de Pablo Arenas en la que hoy en día cuenta con varios senderos en los que se encontrara variedad de plantas y árboles, también cuenta con huertos orgánicos y elaboración de conservas de los productos que ellos mismo lo cultivan, también se centran en la eco- espiritualidad es decir en el respeto y valoración a todas las expresiones de vida, al igual que cuenta con el servicios de espacios para yoga, restaurante, y alojamiento de 3 habitación una matrimonial y dos dobles, los precios oscilan entre los 20 USD a 35 USD por persona dependiendo las actividades que desee el cliente y solo para el ingreso únicamente al orquideario con un costo de es de 3 USD por persona.

También existe los baños de cajón la primavera ubicados en la ciudad de Ibarra en el que ofrecen tratamiento de purificación de sangre por el valor apagar de 10USD por persona con una duración de 30 min, al igual que también cuenta con el servicio de masajes terapéuticos en el que incluye una limpieza facial por costo de 20USD y baños de cajón en el incluye masajes relajantes por una duración de 40 min por el precio a pagar de 35 USD por persona.

3.6 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto.

Tabla 8 Proyección de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda potencial*	Competencia**	Demanda insatisfecha
Año1	106.749	2.388	104.361

En base a los datos obtenidos se tiene como resultado que Camila Victoria recibe un aproximado de 100 personas al año por el motivo que no realizan publicidad para que su establecimiento sea más conocido y ende visitado.

El orquideario San Sebastián ubicado en montaña de Luz en la parroquia de Pablo Arenas, reciben un aproximado de 1.000 personas al año. El jardín botánico Yachay recibe un aproximado de 288 personas al año y finalmente los baños de cajón La Primavera recibe un aproximado de 1.000 al año por motivos que ellos brindan el servicio de tratamientos terapéuticos, dando un total de la suma de todo 2.388 como competencia, y una demanda insatisfecha de 104,361 al realizar la operación de resta con los valores de demanda potencial y competencia.

Tabla 9 Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha*	Demanda objetiva**
Año 1	104.361	28.440

Para determinar la proyección de la demanda objetiva lo primero que hay que saber es cuanto es la capacidad que alberga el establecimiento.

Por lo que para determinar el valor de 28.440 establecido en la tabla 10, se procede a realizar los siguientes cálculos, en Camila Victoria pueden recibir 4 personal máximo por que únicamente cuentan con ese número de baños de cajón, ese valor se lo multiplica por los 30 días que tiene un mes y luego se los multiplica por los 12 meses del año dando así un resultado de 1.440.

Procediendo con el orquideario de San Sebastián, este tiene la capacidad de recibir hasta 50 personas en un día por la variedad de servicios que ofrecen y por su espacio con el que cuentan, dando así un total al año de 18.000.

En el jardín botánico Yachay están en la capacidad de recibir hasta 15 personas para facilidad de guía al momento de realizar los recorridos con su respectiva explicación dando así un total de capacidad de 5.400, finalmente, en los baños de cajón La Primavera pueden recibir hasta 10 personas el día porque sus instalaciones no les permiten para más, siendo así da un total de 3.600 al año, y la sumatoria de todos estos datos obtenido al año nos da un total de 28,440 que vendría a ser demanda objetiva.

3.7 Propuesta mercadológica

3.7.1 Identidad corporativa

3.7.1.1 Marca

El nombre que se ha escogido para el establecimiento es " Jardín etnobotánico *Cholán Sisa*" el mismo que corresponde por los siguientes motivos:

El cholán o tecoma stans, es un arbusto que cuenta con llamativas y abundantes flores de color amarillo, que se las puede admirar únicamente por un mes cada año en toda la vía Urcuquí - Cahuasquí, y que además de ser una de las que más resalta en el cantón como planta ornamental, esta también es utilizada para uso medicinal debido a que previene la diabetes, así como también problemas respiratorios y sobre todo enfermedades de la piel.

Y sisa proviene del vocablo *kichwa* que en español significa flor, y esta palabra se lo ha implementado en el nombre del establecimiento precisamente por la gran variedad de flora que se encontrara dentro del lugar.

Logotipo

Figura 4 Logotipo del jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro



Los elementos del logotipo se describen a continuación:

Color

-  El color verde al estar representa a la naturaleza, y significa paz, tranquilidad, prosperidad y fertilidad.
-  El color amarillo en las flores y en la vestimenta es un símbolo indiscutible de la armonía, optimismo y alegría.
-  El color negro es un símbolo de elegancia y sofisticado, este a su vez transmite seguridad en uno mismo.
-  El rojo al ser un color más llamativo es directo y provocador y a su vez dominante que atrae todas las miradas.

Tabla 10 Descripción del logotipo

Elementos	Significado
<p>Cesto de flores y plantas:</p> 	<p>Las flores amarillas hacen referencia al cholán o <i>tecoma stans</i>, y hojas de color verde con diferentes formas y tamaños hacen alusión a las plantas medicinales que se encuentran en el sector y son quienes serán las principales protagonistas para los baños de cajón,</p>
<p>Personaje:</p> 	<p>Esta persona es quien le dará vida al jardín, el que estará encargado de los diseños dependiendo de la necesidad, espacio y sobre todo quien con dedicación y amor buscará las plantas que se puedan adaptar al clima de la zona.</p>
<p>Bicicleta:</p> 	<p>La bicicleta hace referencia a esa unión y respeto con el medio ambiente porque no contamina, no emite gases de efecto invernadero, y solo consume energía humana, poco espacio y no genera ruido, y al ser el pueblo pequeño es muy fácil de ir en busca de las plantas medicinales para los baños de cajón.</p>
<p>Caligrafía:</p> 	<p>En el nombre de la marca para el jardín se utilizó el tipo de letra <i>cinzel kegal</i> y <i>poiret one</i>. Estos dos son un tipo de caligrafía elegante y muy visible.</p>

3.7.1.2 Aplicación de la identidad en papelería corporativa

Uniformes:

Para el establecimiento el usar uniformes es una gran ventaja para la imagen del lugar, debido a que no solo genera unidad en el equipo sí no que también brinda la oportunidad de mantener la imagen, la marca, colores corporativos o lo que los identifica. Y el modelo que se ha escogido para la camiseta, es polo en color blanco por el motivo que demuestra limpieza, pureza y pulcritud.

Figura 5 Modelo para camisetas del uniforme



Tarjetas de presentación:

La tarjeta de presentación es para generar oportunidades en el futuro negocios, porque así es una manera de reforzar el contacto entre el emprendimiento y personas que están interesadas por el lugar con la idea de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los servicios que están ofertado, es por ese motivo que en la tarjeta de presentación cuenta con un número de teléfono, correo, ubicación y la página web con la que el establecimiento podrá promocionarse.

Carpetas

Al contar con la venta de cosméticos es necesario tener un catálogo en el que se detalle el producto y sus respectivos benéficos, como de igual manera especificarlos beneficios de las plantas medicinales que se utilizará para los baños de cajón, y para tener muy ordenada y organizada la información se hará uso de carpetas modelo folder.

Figura 8 Diseño de carpetas para documentos del establecimiento.



3.7.1.3 Materiales publicitarios

El material promocional es uno de los elementos más importantes en las estrategias promocionales, pues son los encargados de comunicar lo que tu marca desea, como de ser el medio en el que la plasmas para que los consumidores la lleven con ellos (Promot lit, 2017).

Es por ese motivo que se ha visto como una buena estrategia tener bolsos biodegradables, cepillos para el cabello de madera, espejos de mano y jorras de sol en 5 colores diferentes, que son de materiales amigables con el medio ambiente, y el motivo por que se escogió estos artículos es porque están muy relacionados con cosméticos naturales.

Figura 9 Bolso estampado



Figura 10 Cepillo para cabello en madera.



Figura 11 Espejo de mano en madera



Figura 12 Jorras de sol en 5 tonos de color diferentes.



Figura 13 Tomatodo



Figura 14 Llaveros



Figura 15 Cuadernos

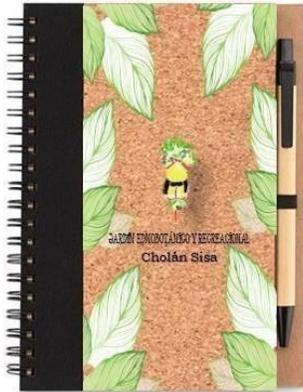


Figura 16 Jarros MUG



Unidad 4: Estudio de técnico y organizacional

4.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

En el siguiente análisis se detalla que el tamaño óptimo de la empresa se cuenta con la existencia del terreno propio, estratégicamente ubicado en la vía de salinas que conecta con las termas de Chachimbiro, dentro de la provincia de Imbabura, en particular en el cantón Urcuquí.

Para la instalación del jardín etnobotánico y recreacional dispone de un terreno con un tamaño 9.600m^2 , en la parroquia de Tumbabiro exactamente localizado a 100m del parque central, establecido en la calle Sucre y Panamericana vía Salinas, por lo cual se realizará el funcionamiento de un jardín etnobotánico dentro de la zona, que se encuentra dividido en distintas áreas, como son:

- Selva 1, que tiene una dimensión de 60m^2 en la sé que puede apreciar 7 variedades de orquídeas, que han sido introducidas del oriente específicamente del río negro y también de la zona de Intag, como de igual manera existen 3 variedades de heliconias de la selva ecuatoriana, 4 variedades de palmeras traídas del cantón Nayón, para la adaptación de estas plantas, se ha implementado el sistema de riego por aspersión, en el cual se encuentran también varias plantas de chirimoya para retener sombra, humedad, y con el clima tropical de la zona, no exista ningún tipo de problema en su adaptación.
- Selva 2, su dimensión es de 100m^2 , en esa área existe 8 variedades de helechos, que se han obtenido de la zona de Lita y Buenos Aires, se le incluye a la vez 5 variedades de orquídeas de la parte de Lita e Imbiola, se tiene también 4 variedades de anturios nativas de Gualchan para la adaptación de estas plantas en la selva 2, se logró a climatizarlas con riego a goteo y gran variedad de árboles y arbustos

- Selva 3: tiene 300m² donde se cuenta con 6 variedades de palmas sustraídas del cantón Nayón, a la vez también se obtiene 5 variedades de helechos de la parroquia “ La bonita, ubicada en la provincia de Sucumbíos, y 7 variedades de orquídeas de la parroquia de Lita y Buenos Aires y han sido adaptadas por un sistema de riego a goteo.
- En el área de Cactus se cuenta con 7 variedades pertenecientes al cantón de Nayón.
- Dentro del área de plátanos se cuenta con 6 variedades de la región Costa y Sierra.
- Área de Cítricos existen 4 variedades de mandarina, 3 de limón, 4 de naranja, 1 variedad de Toronja, en la cual está mixto con café, mango y jabuticaba.
- En el área de Bromelias, se cuenta con 10 variedades las cuales son nativas de Buenos Aires, Intag y Río Negro
- En el círculo se obtiene variedades de arupos, palmas, formión y yucas ornamentales sustraídas del Cantón de Nayón.

Se cuenta a su vez con plantas de clima frío de la provincia del Carchi, del cantón Montufar como los arrayanes, podo carpus, pandala, astragalus agnicidus, lo cual se lograron adaptar por sistema de goteo, nebulización y aspersion. Dentro del jardín etnobotánico y recreacional se adaptarán instalaciones para el servicio de baños de cajón, venta de cosméticos naturales y artesanías.

En las posibilidades económicas para poder llevarse a cabo el presente emprendimiento se contará con el recurso en financiamiento de 2 patrocinadores que han estado interesados en formar parte del proyecto, lo cual invertirán con el 50%, mientras que el otro 50% por ciento se pedirá un préstamo para lo fomentación de nuevos emprendimientos en la entidad bancaria de “BanEcuador”, y se establece que dentro del cronograma de inversión tendrá una duración de 6 meses en base al factor tiempo, el financiamiento para la obtención del terreno, se debe

tomar en cuenta que no se tendría que recaudar financiamiento alguno, debido a que el espacio donde se implementará el emprendimiento es propio.

En el análisis de la competencia se lograron encontrar dentro de la provincia de Imbabura en donde se establecerá el funcionamiento del jardín etnobotánico y recreacional, estos emprendimientos de competencia son llamados:

- Camila Victoria
- Jardín etnobotánico Yachay
- Orquideario San Sebastián
- Baños de cajón “La primavera”

Ofrecen similitud de servicios que se aplicarán dentro del jardín etnobotánico en la parroquia de Tumbabiro como las duchas de purificantes de vapor con plantas medicinales y servicio de baños de cajón, también ofrecen un servicio de técnicas de cultivo como la horticultura, se debe tomar en cuenta que el servicio del establecimiento es de manera gratuita debido a que es de servicio público, también en otra de estas competencias encontradas, cuenta con variedad de senderos para observación de la flora.

En el análisis se puede concretar que la mayoría no cuenta con estrategias para realizar publicidad, por lo cual es un punto muy importante y favor para poder atraer clientes a través de ideas de publicidad innovadoras como el uso de las redes sociales, y aplicaciones que están siendo tendencia en estos tiempos, como tik toks, entre otros

Otro factor importante que se debe tomar en cuenta es el coste de los precios en algunos de estos competidores, debido a que solo ofrecen un servicio único en sus instalaciones, esto les obliga a poner un coste alto y a la vez les impide poder realizar promociones para llamar la atención y atraer más clientela en sus establecimientos.

En comparativa con algunos competidores que ofrecen un servicio público y sin costo alguno, se pudo determinar que la falta de ingresos y presupuesto es sus instalaciones, no se les permite poder realizar el mantenimiento respectivo de las instalaciones y también les impide realizar la implementación de nuevos servicios y atracciones, eso es una ventaja muy beneficiosa para este proyecto debido a que dentro de las instalaciones que se va a ofrecer variedades de servicios y atracciones, a la vez se tendrá como prioridad el ofrecer productos 100% amigables con el ambiente y a costos que sean beneficios para la empresa y a su vez posibles de pagar para los clientes.

Como respuesta de mercado se logró determinar las necesidades y preferencias por parte de estos futuros clientes obtenidos a través de una muestra poblacional y posteriormente con la realización de encuestas que logré determinar estos factores mencionados anteriormente, por lo cual se estableció el uso de servicio de baños de cajón en la zona, junto con la venta de cosméticos naturales de la zona y la venta de artesanía, complementado con la observación de la flora y fauna de la zona dentro del establecimiento y a su vez que se implementarán nuevas especies de plantas acopladas al clima de la parroquia de Tumbabiro, para que así puedan conocer mucho más detalladamente sobre la vida silvestre del lugar y a su vez de otros lugares, su historia, proceso de formación entre otros campos, en su mayoría de los futuros clientes, estuvieron de acuerdo con la idea de establecer un jardín etnobotánico dentro de Tumbabiro para así reforzar el turismo en la zona.

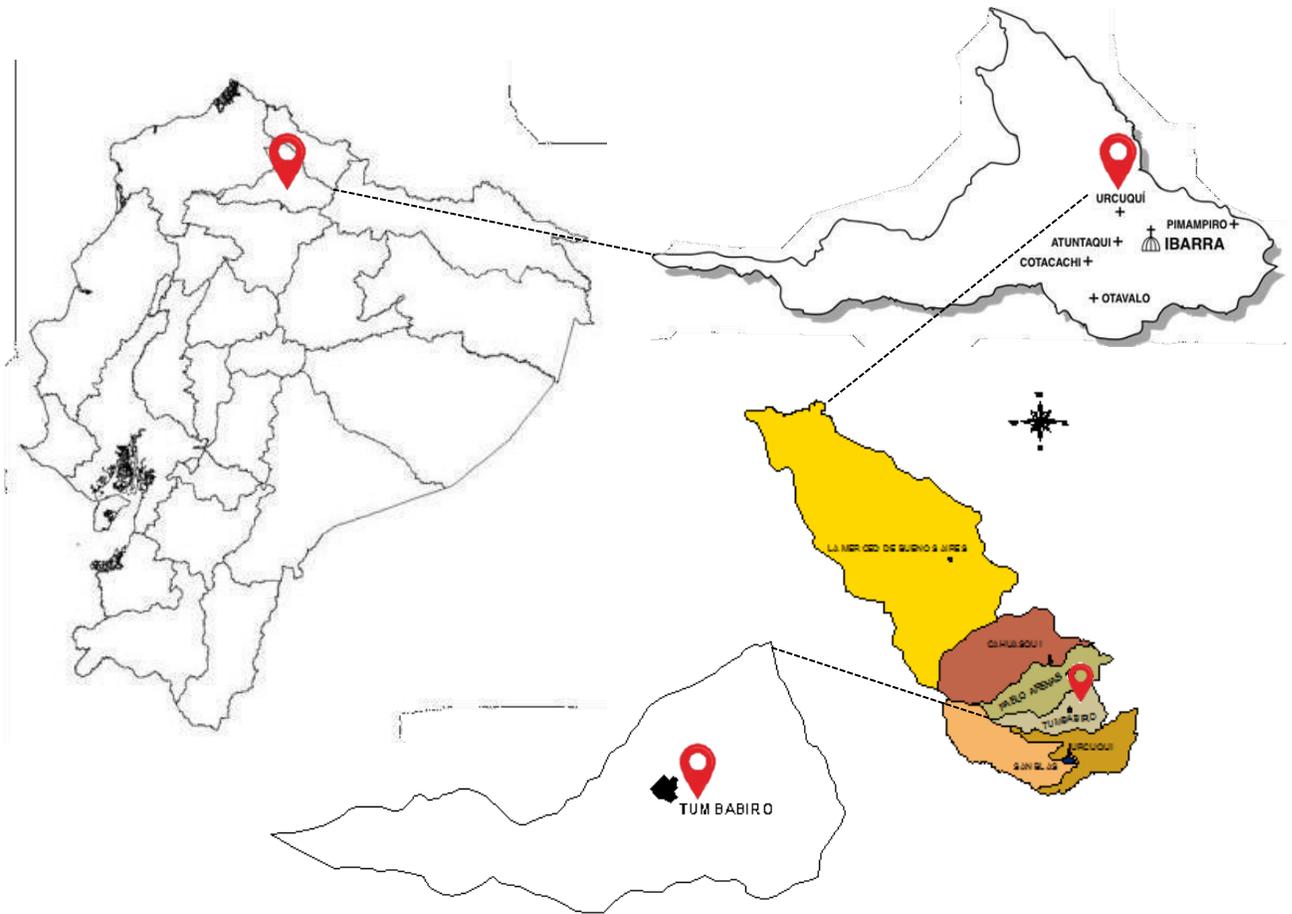
Otro factor importante que se logró determinar en la preferencia de atractivos que desearía visitar nuestros futuros clientes, y muchos de ellos les fascina estar en un ambiente muy pacífico y natural fuera de las zonas de urbanización y aventurarse a conocer más detalladamente sobre la historia de las plantas, como el funcionamiento de las plantas medicinales, plantas alimenticias y entre otras.

4.2 Análisis y determinación de localización óptima del proyecto.

4.2.1 Macro localización:

En la parte de la macro localización conforme a este proyecto emprendimiento a realizar, se aplicará en una ubicación geográfica dentro de territorio ecuatoriano, en la provincia de Imbabura, en el GAD de Urcuquí, lo cual se ha escogido en esta ubicación macro, debido a ser un punto muy estratégico para el volumen en oferta de mercado dentro la zona norte, porque Imbabura es la provincia de conexión entre la ciudad capital de Quito y los territorios del norte que cruzan la frontera a Colombia, a su vez es muy conveniente esta ubicación debido a que en la localidad es una zona rústica y natural la cual se realiza la producción de los materiales para la creación de cosméticos naturales y de plantas medicinales para el servicio de baños de cajón junto con otras materias primas para el área de salud de la medicina alternativa e implementos de Spa, y sin duda alguna sus vías de acceso al lugar por el momento se encuentra pavimentadas y en perfecto estado, siendo así accesible para los vehículos que transitan el lugar y que puedan llegar en menor tiempo y con la tranquilidad de que sus autos no sufran ningún tipo de daño mecánico, adicional que cuenta con una accesibilidad de transporte público muy frecuente de conexión vial de esta localidad junto al cantón capital de esta provincia que es la ciudad de Ibarra, en cuanto a la infraestructura de servicios públicos, la localidad cuenta con estos servicios básicos y principales para poder llevar a cabo el emprendimiento como, servicio de alcantarillado, servicio de agua potable, y servicio de iluminación de las vías o también llamados instalación de postes de luz, en cuanto a sus condiciones climáticas, se cuenta con un clima de ambiente muy amigable con las personas y sobre todo con las plantas del lugar, siendo así que se evite inundaciones, debido a que no es un suelo árido y contado con un clima cálido húmedo, perfecto para la adaptación de plantas de otros lugares y que no incomoden con la visita de los transeúntes que recorren la localidad.

Figura 17 Imagen de la macro localidad



4.2.2 Micro localización:

En la parte de la micro localización, el presente emprendimiento se ubicará a 100 m del parque central de la parroquia de Tumbabiro, que es perteneciente a territorio Urcuquireño, para la instalación del jardín etnobotánico y recreacional que se dispone de un terreno con un tamaño de 9.600m², precisamente establecido en la calle Sucre y Panamericana vía Salinas, Troncal E10, por lo cual se realizará el funcionamiento del jardín junto con áreas de servicios recreacionales terapéuticos dentro de la zona, por lo cual se determinó realizarlo en esta área específica de territorio por varias razones estratégicas, como una excelente ubicación de visibilidad para los visitantes que trascurren a Chachimbiro, a la vez se debe tomar en cuenta que nos reducen el costo de mano de obra, debido a que los obreros para

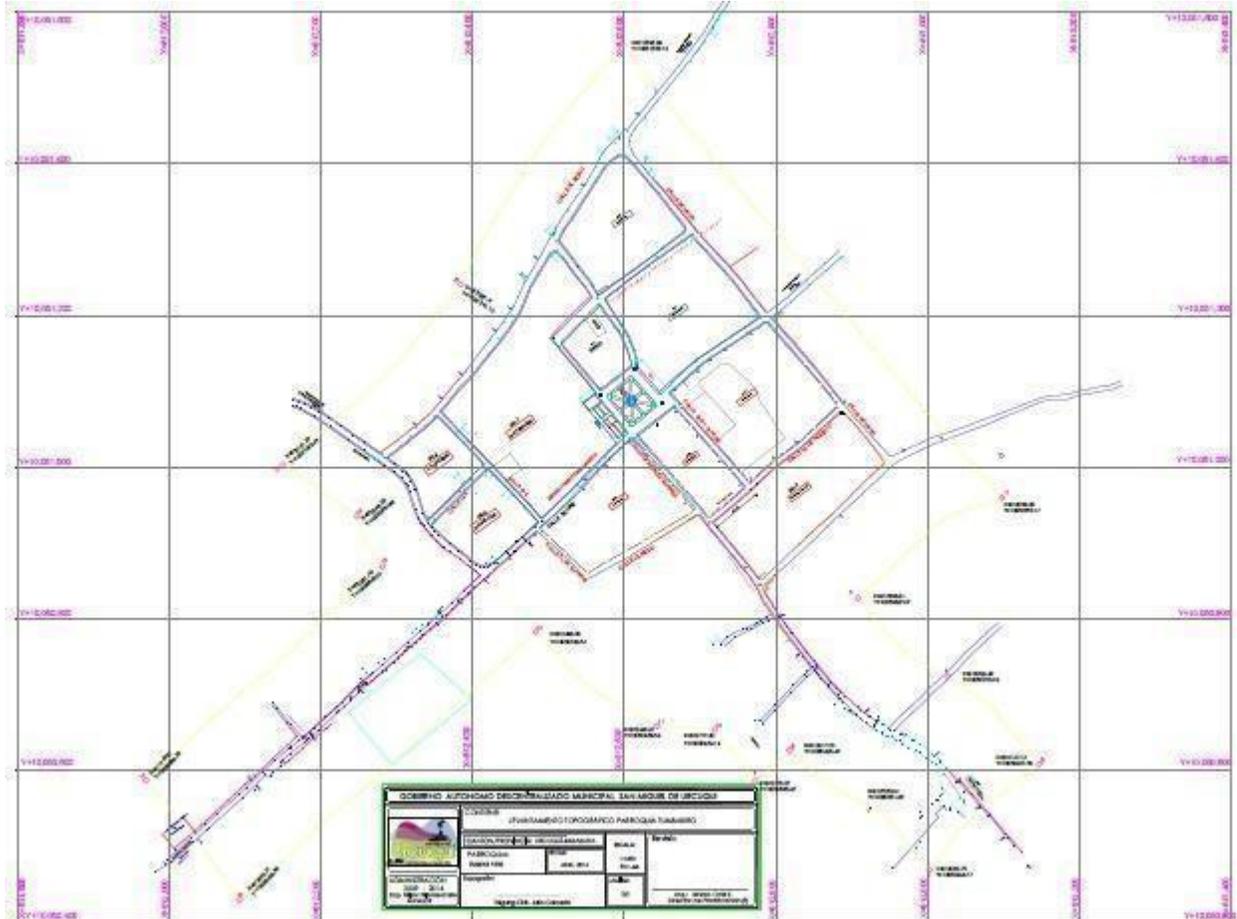
las instalaciones e infraestructura serán traídos de la ciudad de Ibarra y de la localidad de Tumbabiro, que cuentan con personal calificado para este tipo de construcciones, con respecto a; materias primas, también se puede decir que es costo muy reducible porque los implementos y producción se encuentran en la localidad, así evitando transportación de estos materiales, debido a que están ubicados cerca de la zona en donde se realizará este proyecto de emprendimiento.

Dentro de la ubicación de estos competidores, con el análisis realizado anteriormente en sus instalaciones, se debe considerar que dentro de la localidad existen competencia que ya tiene años en servicio de funcionamiento, pero con la evolución tecnológica, no se ha actualizado en esta área por lo cual desconocen de las nuevas plataformas digitales que los clientes utilizan en la actualidad para poder realizar sus reservaciones, considerándose como un punto a favor para este proyecto, debido a que este va a ser nuestro plus, en ofrecer un servicio de reservaciones de manera virtual con los motores de reservas que se implementará como un ejemplo, la plataforma de reservas llamada booking

Se debe considerar que el proyecto que se llevará a cabo será con infraestructura 100% natural, amigable con el ambiente de manera ecológica ya la vez los productos a ofrecer no se les pondrá ningún tipo de químicos que alteren nuestros productos. Una pequeña parte de la población cuenta con un poco de conocimiento del emprendimiento a desarrollarse dentro de la parroquia. Y algo que hay que resaltar es que en esta zona rural si se cuenta con servicio de líneas telefónicas, señal para teléfonos móviles, internet con fibra óptica que ayudará a tener una mejor comunicación y conexión con futuros consumidores de los servicios a prestar dentro del jardín etnobotánico y recreacional, el cual nos ayudará al desarrollo de la creación de una página web, al igual que contenido para redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, para dar a conocer el lugar, y a la vez como se dispone de una buena señal de conexión a internet, se facilitará para que los futuros clientes puedan realizar sus pagos de servicio por medio de transferencias, tarjetas y débito, si es que estos no cuentan con

efectivo y así poder realizarles su respectiva facturación con respecto a sus gastos con mayor facilidad.

Figura 18 Imagen del mapa de la parroquia de Tumbabiro



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Urucuí

4.3 Identificación y descripción de los procesos

4.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

El servicio de un jardín etnobotánico es muy importante para fortalecer el conocimiento sobre la flora y fauna que ofrece una localidad, a la vez hace desestresar a las personas que quieren despejar su mente en medio de la naturaleza, olvidándose de la contaminación de las ciudades por un instante y así lograr conocer sobre la tranquilidad que ofrece la naturaleza por medio de actividades recreacionales, mediante a estas expectativas, el emprendimiento

se ofrecerá caminatas guiadas interpretativas , con un valor de entrada de 0,50 ctvs de dólar por persona al establecimiento, a la vez se realizará la venta de plantas nativas del lugar y otros lugares que serán adaptadas al jardín etnobotánico para fines investigativos, medicinales y ornamentales por lo cual contará con un precio general de 10 USD en adelante y junto con venta de cosméticos naturales que son originarios de la localidad sin la utilización de químicos de por medio, estos paquetes, servicios y productos se detallarán específicamente de la siguiente manera:

Tabla 11 Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 1

Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 1

- Fruta de bienvenida
 - Caminata interpretativa por las diferentes áreas del jardín
 - Cactus de cortesía
-

El paquete del jardín etnobotánico y recreacional N1, se le puso este nombre con la finalidad de poder establecer servicio acorde a la necesidad del cliente que quiere satisfacer en su visita en el establecimiento, el tiempo de duración es de 45 minutos esta realizado debido a que pasado de ese tiempo se corre el riesgo de que algunos clientes pueden empezar a sufrir problemas de fatiga y cansancio excesivo, el valor es de 5 USD por el motivo del nicho de mercado a ofrecer y su demanda por lo cual y los productos que se ofrecen en este paquete esta cotizado dentro del valor de mercado competitivo, dentro de este paquete incluye una planta cactus pequeña como cortesía y se recomienda llevar una botella de agua pequeña, repelente para mosquitos y ropa de verano , la cual consiste en short, camiseta , sombrero o gorra, protector solar y zapatos de caminata y su diseño de ruta esta establecido, realizar una caminata por el sendero selva 1, 2 y 3.

Tabla 12 Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 2

Paquete Jardín etnobotánico y recreacional N° 2

- Buff o una libreta ecológica de bienvenida
 - Caminata interpretativa
 - Uso de las áreas verdes y zona de hamacas

 - Masaje antiestrés.
 - Limpieza facial
 - Mascarilla acode al tipo de piel
-

En el paquete jardín etnobotánico y recreacional N 2, se le implemento este nombre con la finalidad de que el cliente experimente servicios más exclusivos de relajación que el establecimiento cuenta, conforme a lo que su expectativas requieran para poder disfrutar de manera placentera, y así poder reducir sus problemas de salud mental como el estrés, el tiempo de duración es de 90 minutos debido a que es el tiempo de proceso requerido para que el cliente pueda mejorar sus problemas de salud mentales con un valor de 25 USD por el motivo de que es un servicio que demanda de algunos productos por lo cual establece este valor a pagar para poder cumplir con las expectativas de nuestros clientes por el servicio, se recomienda al cliente llevar ropa de verano, sombrero, protector solar y una botella de agua pequeña, debido a que estos productos no incluye dentro del paquete ofrecido y sobre todo una pantaloneta adicional, chancletas, repelente para mosquitos.

Tabla 13 Paquete estudiantil de Jardín etnobotánico y recreacional N° 3

Paquete estudiantil de Jardín etnobotánico y recreacional N° 3

- Libreta ecológica de bienvenida
 - Caminata interpretativa
 - Spa interpretativo
 - Uso de áreas verdes y zona de hamacas
-

En el paquete estudiantil se le implementa este nombre debido al nicho de mercado que requiere la demanda estudiantil, exclusivamente para estudiantes que necesitan conocer detalladamente los productos naturales que ofrece el medio natural para sus exposiciones estudiantiles y entre otras actividades, el tiempo de duración es de 1 hora con 30 minutos debido a que se lo realiza con fines académicos y lo cual se estipula este tiempo determinado para el fortalecimiento de su conocimiento con respecto a la flora y medio natural que ofrece el establecimiento, el precio es de un valor de 20 USD por el motivo de que se trata para fines académicos e investigativos, se recomienda llevar el carnet estudiantil para su veracidad, protector solar, vinoculares (opcional) para la visualización de aves en el sector), gorra o sombrero, chancletas y una pantaloneta adicional, zapatos cómodos de caminata, repelente de mosquitos.

SERVICIO DE SPA

Jardín Spa ofrece un sin número de servicios relacionados con el área de salud debido a que tiene muchos beneficios para el bienestar de las personas que sufren de estrés, o algún problema relacionado con los nervios y músculos.

Es por ese motivo que en el establecimiento se contará con servicios que tengan beneficios físicos, emocionales o psíquicos y estéticos, los cuales se ofrece en diferentes paquetes como, por ejemplo:

Paquetes temáticos: que hace referencia a los llamados “spa en pareja”, “spa para amigas” o “spa mamá e hija” que simplemente es un paquete de servicio especial por alguna fecha importante o celebraciones en ocasiones especiales, el cual tendrá un costo de \$45 por las 2 personas, precio que únicamente se manejará para ocasiones especiales

Tabla 14 Paquete temático N° 1 Spa en pareja (Pax 2) – Tiempo de duración 60min

Paquete temático N° 1
Spa en pareja (Pax 2) – Tiempo de duración 60min
<ul style="list-style-type: none">• Copa de vino• Decoración especial con velas y pétalos de rosa• Masaje de relajación con piedras calientes • Aroma terapia y musicoterapia.• Exfoliación• Revitalización facial• Baños de cajón

Al paquete temático N° 1 se lo ha denominado como "Spa en parejas", porque este servicio se lo ofrecerá únicamente en San Valentín, en el que se ha determinado para este servicio un tiempo de 60 min, debido que en el baño de cajón no se pueden los de 15 min salir e ingresar a la ducha, de 1 a 2 minutos, en agua tibia o fría porque si se sobrepasan del tiempo el cuerpo tiende a deshidratarse mucho y no es conveniente, en cuanto al masaje con piedras calienta tendrá una duración de 30 min en el cual hay que hidratar mucho al cliente porque luego del baño de cajón y con el masaje de piedras calientes pierden muchas sales minerales con el sudor, y en trascurso del tiempo que se está realizando estas actividades también se estará realizando la aroma terapia conjuntamente con la musicoterapia, y para finalizar se realizara una exfoliación y rehabilitación fácil con una duración de 15 min, dando así un total de 60 min todo el paquete, y por cortesía de les brindara una copa de vino a la pareja, por un costo de \$45, por lo cual se le recomienda llevar traje de baño, chancletas.

Tabla 15 Paquete temático N° 2

Paquete temático N° 2 Spa mamá e hija (Pax 2) – Tiempo de duración 60min

- Coctel de bienvenida.
 - Hidratación facial
 - Masaje relajante con piedras calientes
 - Baños de cajón

 - Peinado
 - Uso de las áreas verdes y zona de hamacas
-

Al paquete temático N° 2 se lo ha denominado como " Spa mamá e hija ", porque este servicio se lo ofrecerá únicamente en el día de la madre , con un tiempo de 60 min que se lo ha distribuido de la siguiente manera, 15 min en los baños de cajón y de 1 a 2 min el ingreso a las duchas de agua fría o tibia para que no se deshidraten mucho por el calor, luego se procederá a un masaje de 30 min con piedras calientes, y 5 min de hidratación facial, y para finalizar 10 min en un peinado madre e hija, dando así un total de 60 min por el paquete, en el que incluirá un coctel de bienvenida y uso de las áreas verdes y zona de hamacas por un costo de \$45.

Tabla 16 Paquete temático N° 3

Paquete temático N° 3 Spa amigas (Pax 2) – Tiempo de duración 60min

- Té Best Friends o Shot BBF
 - Limpieza facial
 - Fototerapia
 - Masaje de cuello y espalda con aceites naturales
 - Baños de cajón
-

Al paquete temático N° 3 se lo ha denominado como "Spa amigas", porque este servicio se lo ofrecerá únicamente del amor y la amistad, con un tiempo de 60 min que se lo ha distribuido de la siguiente manera ,15 min en los baños de cajón y de 1 a 2 min el ingreso a las duchas de agua fría o tibia para que no se deshidraten mucho por el calor, luego se procederá a un masaje de cuello y espalda con un tiempo de 30 min, y 5 min en la limpieza fácil, u por ultimo 10 min en foto terapia que consiste en un tratamiento de medicina estética que estimula el colágeno y la elastina y consigue prolongar los efectos de otras técnicas con las que es posible complementarlo. Es adecuada para tratamientos ansiedad, para paliar problemas de acné o manchas, entre otros, y por cortesía del jardín etnobotánico y creacional se les ofrecerá un shot BBF o un Té Best friends nombres que los ha puesto por que tienen relación con la amistad, y este paquete tendrá el costo de \$45, precio que se manejará únicamente en esa fecha.

Tratamientos estéticos: en este paquete se ofrece únicamente servicios de relajación en el que se incluirá algunos servicios estéticos para que de este modo tener más recurrencia de clientes a nuestras instalaciones, porque al ofrecer tratamientos de rejuvenecimiento, limpiezas e hidrataciones faciales, masajes reductores, entre otros. será más llamativo para el público.

Tabla 17 Paquete tratamiento estético N° 1

Paquete tratamiento estético N° 1 (Pax 1) – Tiempo de duración 60min
<ul style="list-style-type: none"> • Hidratación facial • Limpieza facial profunda • Tratamiento facial con vitaminas • Carboxiterapia • Masajes reductores • Uso de las áreas verdes y zona de hamacas

En el paquete de tratamiento estético se ha incluido algunas cosas acordes a las necesidades del cliente para un buen tratamiento de su piel, en este caso el paquete se existirá en el jardín etnobotánico y recreacional en el área de spa esta lo que es la hidratación facial con una duración de 5 min, luego una limpieza facial profunda de 5 min, y el tratamiento facial con vitamina durara 5 min, mientras el masaje reductor está estimado con tiempo de 40 min ,dado que el masaje reductivo elimina la a acumulación de grasa localizada y estiliza el contorno de la figura, es decir, crea una silueta más estética. Éste se realiza con una presión fuerte y una velocidad más rápida que la forma tradicional, y no es remedado hacerlo menos del tiempo ya estipulado, por último 5 min en el tratamiento de carboxiterapia para ya dar por finalizado el tratamiento. Y el costo de este paquete de lo ha puesto de \$50 por persona, por todos los cosméticos naturales que se utilizara y por el servicio prestado en el paquete.

Como de igual manera se contará con algunos tipos de masajes como es el masaje sueco, masaje de aromaterapia, masaje antiestrés en el que utiliza aceites esenciales para lograr diferentes propósitos, más comúnmente de relajación. El masaje con piedras calientes, en el que el procedimiento es sencillamente calentarlas en agua ya que retiene bien su calor. El calor ayuda a calentar los músculos y es muy relajante.

Tabla 18 Paquete de masajes N° 1

Paquete de masajes N° 1

Masaje sueco + facial básico (Pax 1) – Tiempo de duración 80min

- Hidratación de pies con sales naturales
 - Masaje relajante con la técnica sueca
 - Facial con masaje relajante
 - Limpieza
 - Exfoliación
 - Mascarilla de acuerdo al tipo de piel
 - Crema hidratante

 - Bebida de cortesía en las áreas de relajación
-

El paquete masaje sueco más facial se lo ha denominado en ese nombre por la técnica que utilizara y el tiempo estimado es de 60 min los cuales se los ha distribuido de la siguiente manera, la hidratación de pies con sales naturales 10 min, masaje relajante con la técnica sueca 45 min, facial con masaje relajante 10 min, limpieza y exfoliación 10 min, la mascarilla de acuerdo al tipo de piel 5 min, y al final se les dará una pequeña crema hidratante natural, y como cortesía del jardín se les dará una bebida en las áreas de relajación de las instalaciones del jardín etnobotánico y recreacional, y el costo de este paquete será de \$50 por el uso de los implementos y cosméticos naturales más el servicio.

Tabla 19 Paquete de masajes N° 3

Paquete de masajes N° 3 Masaje antiestrés (Pax 1) – Tiempo de duración 60min

- Masaje descontracturante + Hidratación corporal
-

En el masaje antiestrés como su nombre mismo lo dice es para ayudar a las personas que padecen este problema tan común desde muy temprana edad hasta

personas de edad ya adulta en el su tiempo de duración será de 60 min en los cuales 50 min será destinados para el saje con aceites esenciales y los otros 10 min restantes serán para la hidratación corporal, en el que su costo será de \$25 por los implementos utilizados y el servicio prestado.

Tabla 20 *Paquete de masajes N° 4*

Paquete de masajes N° 4 Masaje aromaterapia (Pax 1) – Tiempo de duración 60min
<ul style="list-style-type: none">• Masaje relajante con aceites naturales• Musicoterapia• Aromaterapia

En el masaje de aromaterapia tendrá un tiempo de 60 min en el incluye musicoterapia y aromaterapia mientras se realiza el masaje con los diferentes tipos de aceites naturales y el costo de este paquete es de \$25 por los materiales utilizados y el servicio prestado.

SERVICIO DE BAÑOS DE CAJÓN:

Con respecto al servicio de Baños de Cajón, se plantea realizarlo con plantas nativas como el eucalipto, ruda, entre otras plantas medicinales, lo cual consiste en un baño de vapor en un ambiente cerrado dentro de una cabina de madera con la finalidad de lograr que se abran los poros del cuerpo y así se logre salir y limpiar las grasas del cuerpo cómo la eliminación de espinillas, los nacidos o espinillas ciegas, aclaración y purificación de la piel, reducir los puntos Negros y también hacer sentir a la piel más relajado y lisa al momento de su utilización, junto con duchas de agua fría para que así el cuerpo logre refrescarse y evitarse quemaduras de la piel.

Tabla 21 Servicio de Baños de Cajón N°1

Servicio de Baños de Cajón N°1
<ul style="list-style-type: none">• Servicio del Cajón de 30 minutos• Derecho de tomar 2 Baños de Agua Fría cada 15 minutos durante el proceso• 1Vaso de Jugo Natural (Preferencia del cliente)

Tabla 22 Servicio de Baños de Cajón N°2

Servicio de Baños de Cajón N°2
<ul style="list-style-type: none">• Servicio del Cajón de 45 minutos• Derecho de tomar 3 Baños de Agua Fría cada 15 minutos durante el proceso• 1Vaso de Jugo Natural (Preferencia del cliente).

Los beneficios que traerá este producto para los futuros clientes que lo realicen es en mejorar su circulación de la sangre, eliminar las células muertas, les ayudará a bajar de peso, combatir problemas respiratorios, beneficios que traerán a la vez relajación en el momento de su utilización, por lo cual este servicio se ofrecerá a un precio de 10 USD por 30 minutos y también existirá un servicio de 15 USD por 45 minutos.

Dentro del establecimiento, se implementará una habitación con la instalación de 5 Baños de Cajón que cumplan con esta demanda de clientes que lo requieran, de igual manera será con instalación eléctrica y ubicadas a un metro de distancia, lo cual también contará con 3 duchas de agua fría y caliente.

PRODUCTOS DE COSMÉTICOS NATURALES:

En la tienda de cosméticos naturales contaremos con un sinnúmero de productos por unidad como:

Tabla 23 *Productos de la tienda de cosméticos*

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
Shampoo líquido de distas platas	500ML	\$12.99
Shampoo solido	65g	\$6.50
Acondicionar solido	65g	\$7,50
Mascarillas capilares	50g	\$7.00
Jabones	65g	\$4,99
Mascarillas exfoliantes	100g	15,99
Aceites naturales	300ml	\$9,99
Cremas para el cutis para el día	32g	\$14,50
Crema para la noche	32g	\$16.50
Velas aromáticas		\$5.99
Platas medicinales secas	110 g	\$6.00

Dentro del Área de las palmeras se implementará el área de hamacas en donde se instalarán alrededor de 5 unidades con el objetivo de que el cliente tenga en donde descansar mientras disfruta su estancia dentro del atractivo o a la vez también podrá observar con más detalle el paisaje de su alrededor, el precio y duración de la ocupación de estas hamacas no tendrán ningún costo siempre y cuando lo utilicen con responsabilidad sin hacer ningún tipo de daño a este bien material.

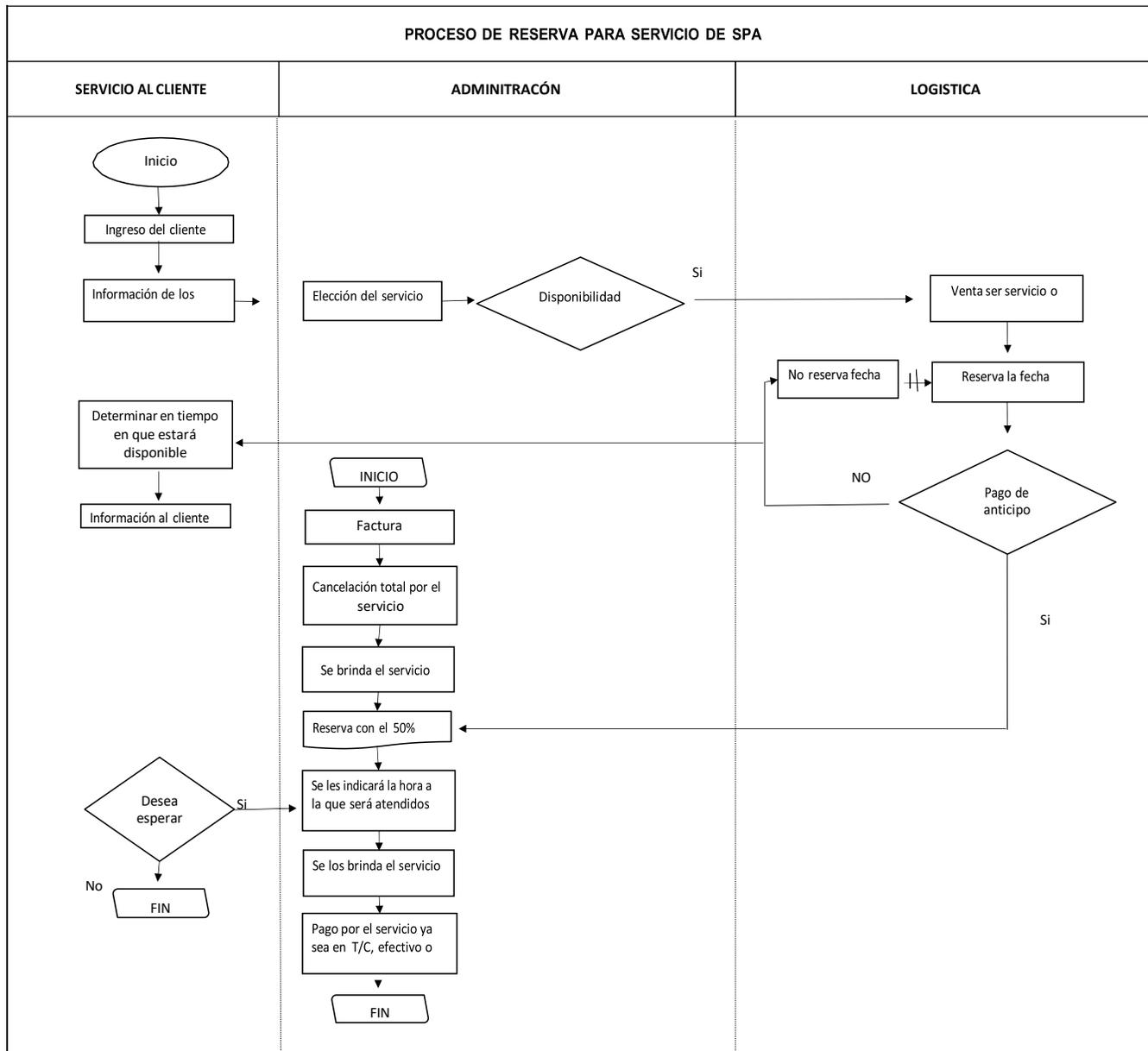
PRODUCTO DE ARTESANÍAS:

En la tienda de artesanías se contará con varios productos novedosos para el turista y a precios muy accesibles en los cuales se contará en stock con:

Tabla 24 *Productos de la tienda de artesanías*

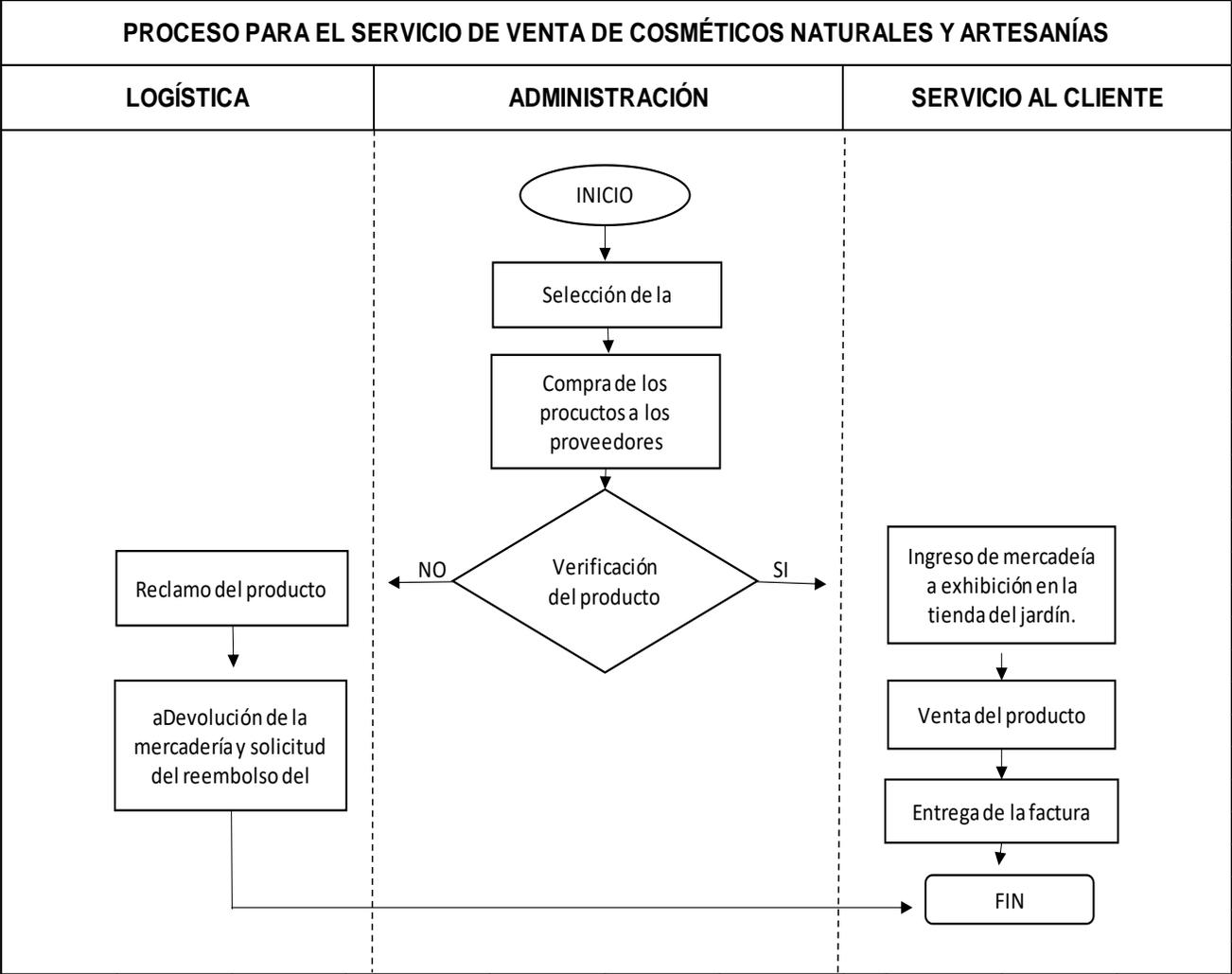
PRODUCTO	VALOR
Bolsos	\$ 7,00
Cepillos de madera	\$4,99
Espejos de madera con estilo rústico	\$5,99
Gorros	\$4.99
Sombreros de paja toquilla	\$19.99
Vasos termo para café	\$8.00
Pulseras	\$1.00 hasta los \$ 5.00
Collares	\$4.00
Anillo	\$ 3.00
Pinturas en plumas	\$9,99
Llaveros	\$2.00
Esferos	\$1.00
Libretas	\$5.00
Camisetas	\$10.00
Almohadas	\$8.00

Dentro de estos productos, se va a vender a precios accesibles para el consumidor éste interesado en poder adquirirlos, sin embargo, posteriormente se irá poniendo el valor real debido a que el avalúo de mercado tenga un precio oficial para estos productos y de ahí realizar un costo accesible y a la vez competitivo con otros establecimientos.

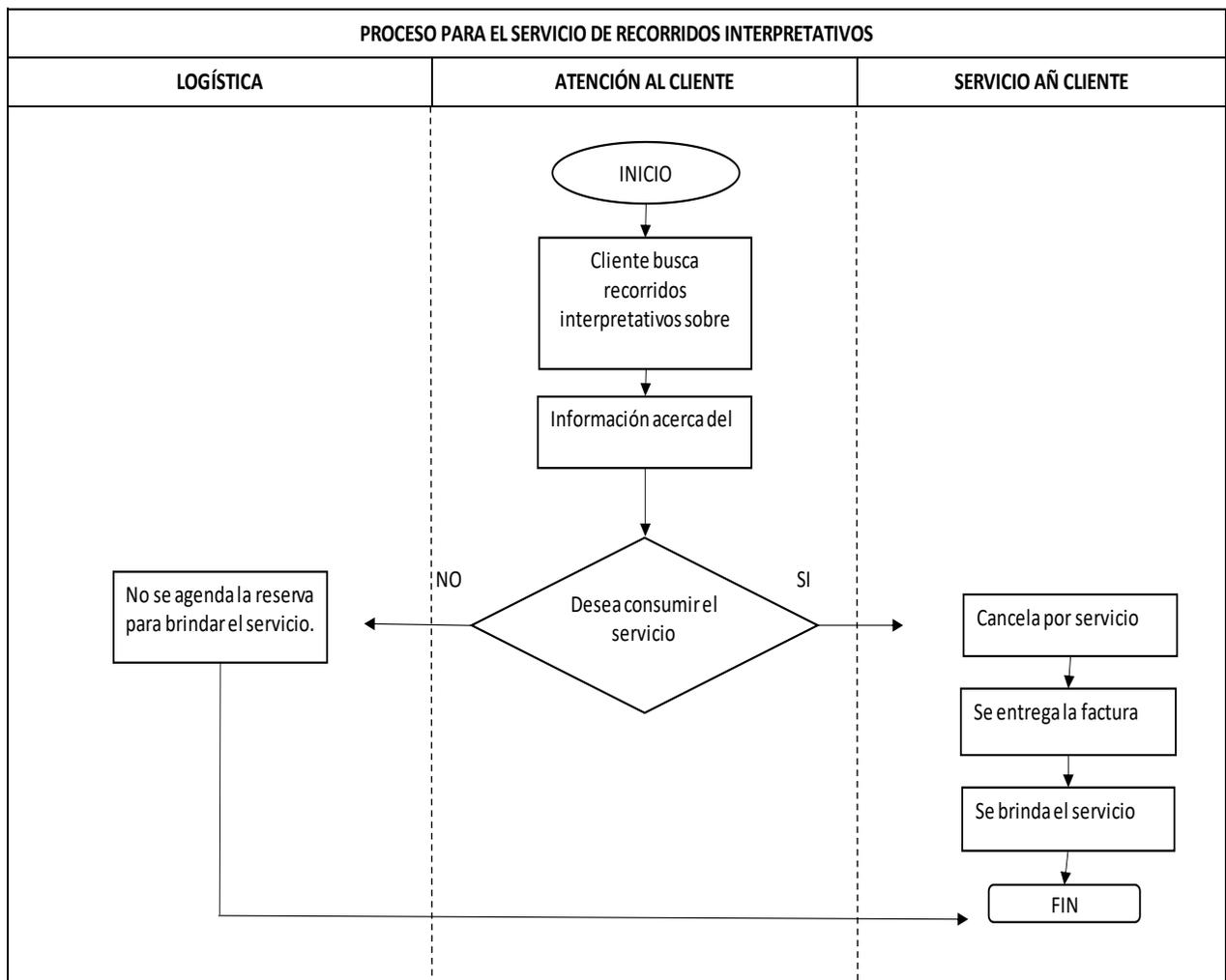


Para realizar la reserva del servicio de SPA pueden acercarse a las instalaciones como de igual manera pueden solicitar información por redes sociales o páginas que se estén manejando en la que el cliente podrá seleccionar el producto que desea consumirlo y realizar la respectiva reserva con un anticipo del 50% para poder agendar la cita y poder fijar una hora, y en el caso que no esté disponible el producto a la hora que requiere el cliente se le informara a qué hora si se pueda atender y si el desea puede aceptar esperar o agendar para otra fecha, y la persona que ya está recibiendo el servicio deberá cancelar el pendiente que queda y ahí se

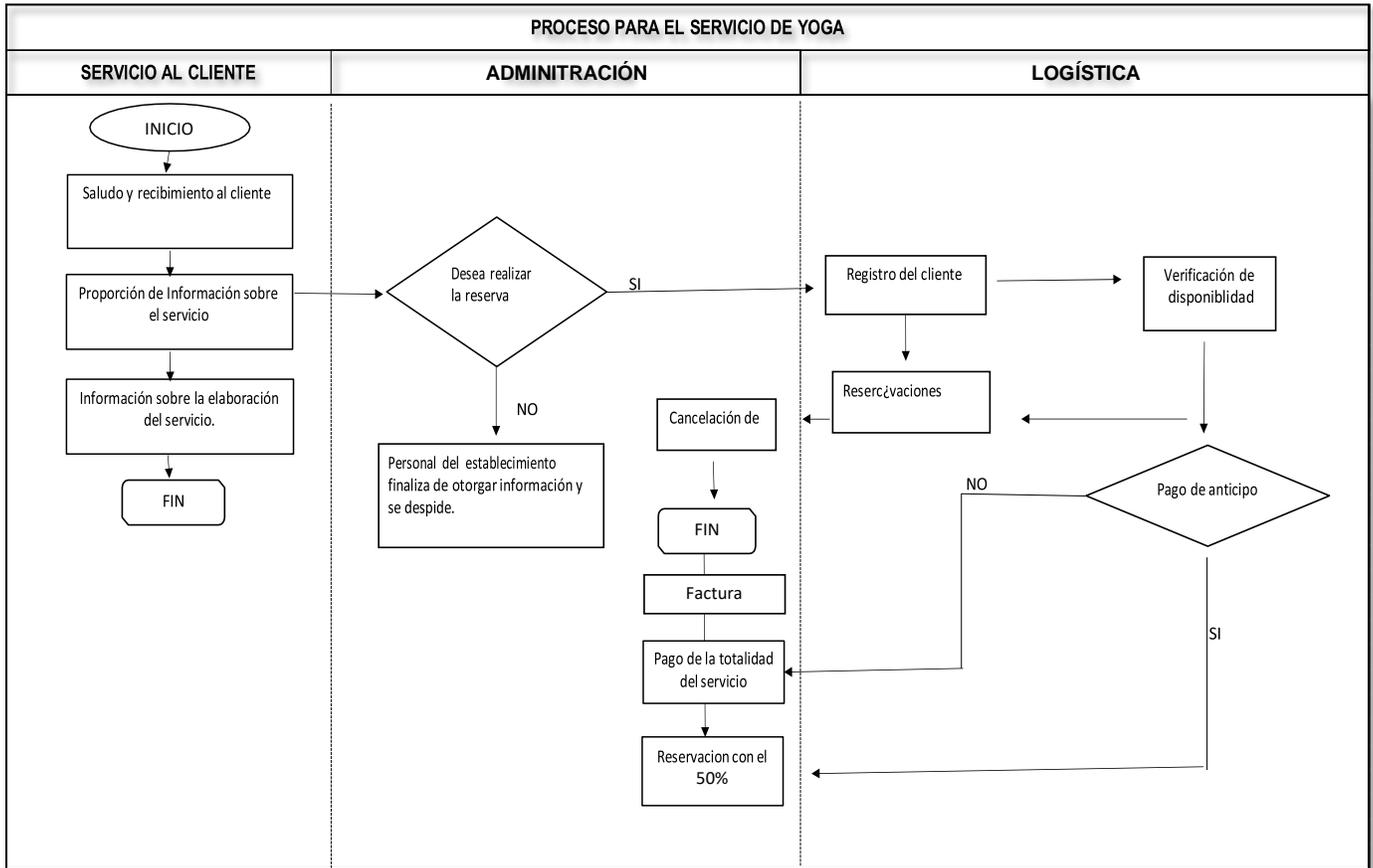
le hará la entrega de la factura del consumo que realizo dentro de las instalaciones del jardín etnobotánica y recreacional.



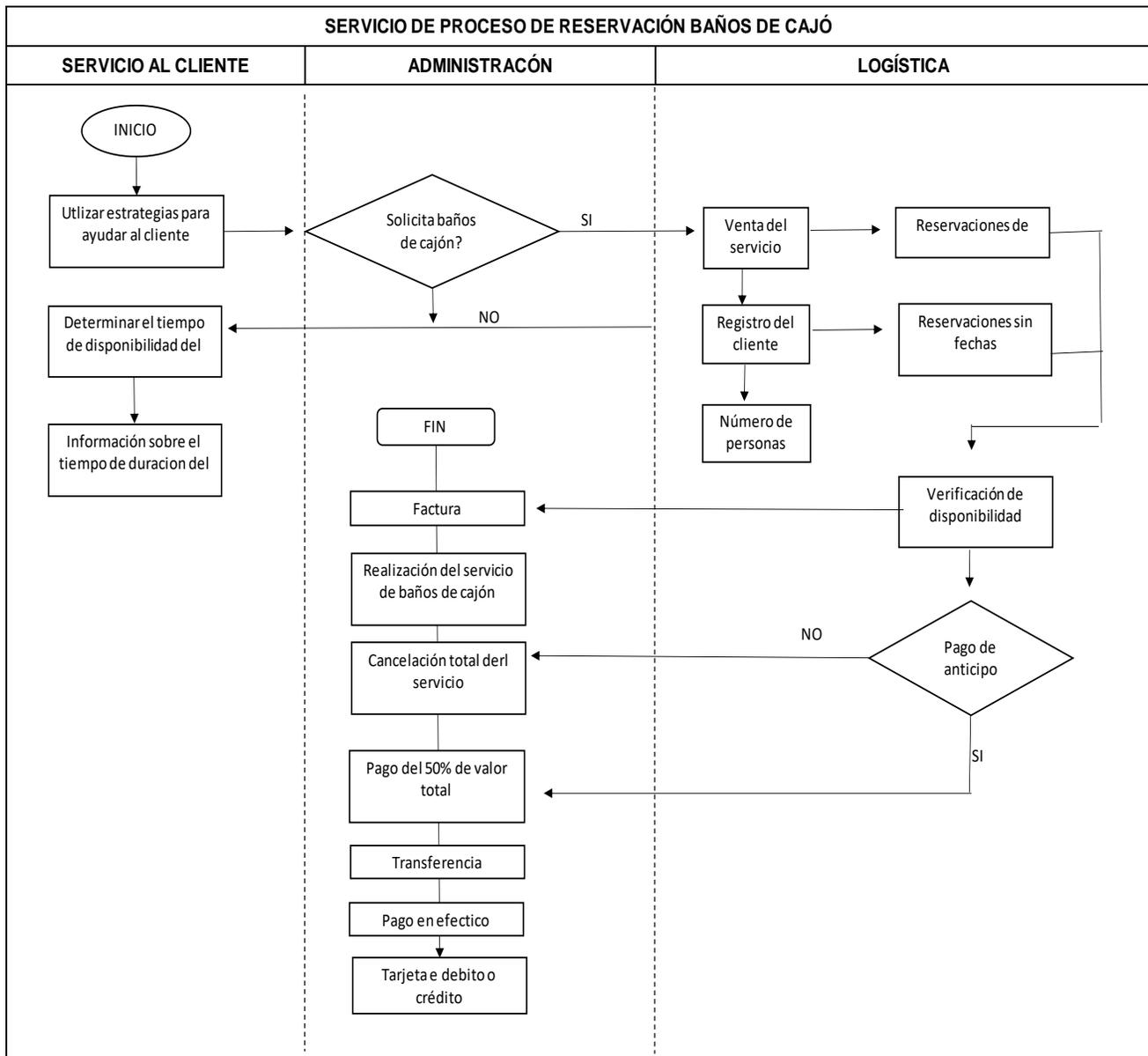
El proceso que se realiza para el servicio de ventas de artesanías y cosméticos naturales principalmente se basa en la selección de los productos que queremos que se encuentren en exhibición, para luego podreer hacer la compra a los proveedores, pero antes de sacar a la venta se tiene que verificar toda la mercadería a ver si esta todo en buen estado, y en el caso que no sea así se realiza el debido reclamo y se devuelven esos productos y de inmediato se pide el reembolso del dinero, pero en el caso que todo esté bien toda la mercadería pasa a exhibición en la tienda para su venta, y por cada producto vendido se entregará la debida factura.



Uno de los principales productos a ofrecer son las caminatas interpretativas dentro del jardín etnobotánico en el cual los clientes podrán solicitar información en las instalaciones del jardín, y si el cliente está interesado en el servicio cancelara el valor por el producto y de inmediato se le entregara la factura, y en el caso que no desee este servicio se le puede indicar las diferentes actividades que están disponibles.



En el siguiente flujograma se determina el saludo y recibimiento al cliente, posteriormente se le pregunta si desea realizar la reservación o la adquisición del servicio por lo cual si este accede, pues se le dará la información respectiva junto al registro que se le realizará, caso contrario pues el personal se despedirá, posteriormente después de hacer el registro, se verificará si existe disponibilidad para el servicio y así realizar la venta, por lo cual si hace un anticipo de pago, asegurará su reservación, caso contrario tendrá que pagar la totalidad del servicio para poder consumirlo, después de haberle realizado el servicio ofrecido, se le entregará su factura por lo cual su pago sea en efectivo, transferencia o tarjeta de débito o crédito, debido a que se trabajara con todos los sistemas de pago posible



En el presente flujograma sobre el servicio de baños de cajón se utilizan estrategias para ayudar al cliente sobre el servicio, posteriormente solicita los baños de cajón el cliente y se realiza la venta del servicio y se le hace un registro para tomar sus datos, luego se verifica la disponibilidad del servicio y la reservación si encaso la ha realizado el cliente, luego se le pide el anticipo de pago si es bajo reservación con el 50% de paga, caso contrario tiene que pagar la totalidad del servicio para poder consumirlo, se le facilita que el pago lo realice conforme el este a su disposición, ya sea en efectivo, tarjeta de crédito o débito, transferencia, por lo cual para finalizar se le emitirá la factura.

4.4 Ingeniería del proyecto

4.4.1 Distribución de la planta

El emprendimiento se llevará a cabo en un terreno de 960m² en el cual ya existe la infraestructura para el área de Spa y baños de cajón y sus medidas son de 24,76m² x 10m² con 6 salas en las cuales se las ha distribuido de la siguiente manera: sala de espera, oficina y baños mide 5,81m² x 11,28m² en cual los baños cuentan con una dimensión de 1,69 m² x 2,16m² cada uno, la sala de spa cuenta con la dimisión 5,84m² x 4,95m² , misma medida que también tienen la sala para los baños de cajón, y para el área de yoga no se necesitara infraestructura porque al ser una actividad que se la realizara al aire libre únicamente se hará uso del círculo de césped.

En cuanto al área de ventas de cosméticos naturales y artesanías se llevara a cabo en una infraestructura ya existente que únicamente se las adecuara con los materiales e insumos que se necesita ya que se cuenta con 3 sales la cuales serán distribuidas de la siguiente manera: En la sala 1 será una sala de espera o descanso conjuntamente con la recepción de bienvenida a visitantes que lleguen al jardín etnobotánico y recreacional y este tiene una dimensión de 5,9m² x 4,75m² y al lado derecho se encontrara todos los productos de cosmética en un pequeño cuarto de 3.90m² x 5,03m² y al lado izquierdo de encuentra otra sala con las más dimensiones anteriores en las que se encontrara la tienda de artesanías, también se tendrán baños públicos en un punto estratégico del establecimiento . Y para el jardín no se realizará ningún tipo de construcción porque ya está totalmente elaborado y bien distribuido por áreas.

Figura 19 Planos de la instalación/infraestructura



Tabla Infraestructura

Tabla 25 *Infraestructura de lo que se va construir*

Adecuaciones/construcción	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Baños de hombres y mujeres	Construcción de baños para hombres y mujeres en la parte del jardín en el que se utilizará madera, bloque y tejas para su construcción, y existirá 3 baños en el de mujeres y dos lavamanos, y en el de hombres existirá 2 baños,3 urinarios y dos lavamanos.	8	2,010 usd	2,010 usd
Bodega	Parala construcción de la bodega se utiliza bloque, cemento, cerámica, bondex, arena.	1	300usd	300usd
TOTAL, PRESUPUESTO				2.310usd

4.4.2 Requerimientos por áreas

Maquinaria y Equipo

Dentro del emprendimiento jardín botánico y recreacional se tendrá algunos servicios en los que requiere de varios equipos e insumos, pero en el caso de insumos que se necesita para el jardín no se requerirá ni insumos ni maquinas por que ya existe todo lo que se necesita para el manteniendo y buen funcionamiento el área a ofrecer al turista, únicamente se detallará los equipos e insumos para las tiendas y zona húmeda de relajación.

Tabla 26 Maquinaria y equipo

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
Cabaña para baños de cajón y SPA	Cajones	4	Cajón Unipersonal de pino con medidas de 1.25 de alto, 0.77 cm de ancho y 0.79 de profundidad	600 usd
	Generador con capacidad de 1.5 kW	1	Este generador ayudará para poder conectar la cama para y así generar el calor que se necesita para los baños de cajón.	2.010 usd
	Cámara de inmersión de ACERO INOXIDABLE 304	1	Esta es la máquina de calentamiento con resistencia eléctrica controlada por un termostato	1.300 usd
	Duchas Top Jet Lorenzetti Blanca 110v (220)	4	Las duchas serán agua fría para cuando salgan de los baños de cajón.	112.00 usd
	Sillas de Madera	6	Sillas de madera de pino para la sala de espera	270 usd
Área de SPA	<ul style="list-style-type: none"> • Camas de masaje hidráulicas. 	4	Camilla de 3 cuerpos, sus dimensiones son de 189X62 cm, colchón de 5 cm de grosor, pesa aproximadamente 25 kg, su altura regulable es de 56 a 107 cm y tiene un respaldo elevable a 90°, está disponible en una amplia gama	860 usd
	Sillón Camilla Masajes Facial 3 Cuerpos Spa	2	Largo 1,80m x Ancho 0.60m x Alto 0.80m. Inclinación del respaldo y reposapiés se regula manualmente de forma independiente. Reposabrazos y cojín reposacabezas extraíbles. Estructura está fabricada en tubo de acero y recubierta	550 usd
	Mesas auxiliares de SPA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Mueble de madera enchapado en aluminio. • Rodachinas. • Cajón inferior con llaves. 	195 usd
	Casillero de metal	1	Puertas con porta tarjetas, porta candado cromado. Tirador Plástico embutido. Ventilación en puertas, que permite la circulación del aire y evita exceso de humedad. Pata metálica con patín regulable en altura.	300 usd

	Calentadores de cera	2	Estructura interior de aluminio y exterior plástica resistente. Capacidad aproximada 500 grs, ideal para calentar cera depilatoria fácilmente en la comodidad de tu hogar. W. Marca: Pro Wax 100. Termostato 10 a 80°C.Potencia: 350	9,25 usd
	Lámparas de SPA	2	<ul style="list-style-type: none"> • Altura ajustable • 5x ampliada • Agarre de piso firme de 4 patas • Cabeza resistente a los arañazos resistente a la abrasión • Eje de rotación • Soporte de acero duradero y resorte integrado. • Montaje fácil Control de Calidad superada • lámpara ahorradora 	250 usd
	Humificadores	2	El humidificador es un dispositivo electrónico compuesto por un recipiente de agua y un sistema que, mediante diferentes tecnologías, evapora el agua al ambiente, permitiendo aumentar la humedad del aire. Es muy sencillo de usar y puede ser muy útil para la salud en ambientes secos, siempre que se mantengan limpios.	70 usd
	Computadora	1	Computadora para hacer los registros de caso con el que llega el cliente a esta Área, en el otra se tendrá todo el registro y cuentas respectivas que tiene que ver con el jarrón botánico y recreacional.	400.00 usd
	Teléfonos	1	Teléfono que se utilizara para comunicarse con	20.00 usd
	TOTAL			6.956,25 usd

Insumos

Tabla 27 Insumos

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, usd
Cabaña para baños de cajón y SPA	Platas medicinales	50	Variedad de plantas medicinales disecadas para poder colocar en los baños de cajón.	6.00 usd	300 usd
	Toallas grandes	20	Medidas de 100 x 150 cm fabricadas con algodón 100%	10 usd	200 usd
	Toallas pequeñas	20	Medidas de 30 x 50 cm fabricadas con algodón 100%	4,00 usd	80 usd

	Toallas grande s	20	Medidas de 100 x 150 cm fabricadas con algodón100%	10 usd	200 usd
	Toallas pequeña s	20	Medidas de 30 x 50 cm fabricadas con algodón 100%	4,00 usd	80 usd
	Batas de baño	10	La bata de baño es una prenda de vestir que cubre el cuerpo, amplia, larga y abierta por delante que se abrocha con un cinturón y se usa al salir de baño, la ducha, el mar o la alberca o simplemente para andar por casa. Las hay con y sin capucha.	15 usd	150 usd
Área de SPA	Aceiteras	10	Frascos apropiados para poner los aceites de los masajes.	5,00 usd	50 usd
	Piedras de Masaje Caliente	16	Piedras resistentes a altas temperaturas de calor, apropiadas para hacer masajes	6,00 usd	96 usd
	Velas para Spa	100	Estas tienen algunos beneficios como, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • Relajante. • Protector solar. • Antiirritante parapielos que enrojecen con facilidad. • Efecto piel satinada, tersa y suave. • Previene la aparición de estrías. 	0.35 usd	35 usd
	Minerales y decoración para Spa		Dentro del spa existirán algunas variedades de minerales y decoración, para que el cliente se sienta bien y relajado en un buen ambiente.	50 usd	50 usd
	Aceite neutro para Masaje	6	Entre los aceites que se utilizaran son aceite mineral, la glicerina para masaje, aceite de almendras, aceite de coco, aceite de semilla de uva y el aceite de aguacate entre otras muchas opciones. Todo depende del masajista, existen masajistas que trabajan con aceite de oliva.	12.50 usd	75 usd

Tienda de cosméticos naturales	Shampoo solido	7	Este tipo de Shampoo solido es una alternativa más ecológica y su función es la misma que la del shampoo líquido.	6,50 usd	45.5usd
	Acondicion ar solido	7	El acondicionador ayuda a alisar el cabello reduciendo así el encrespamiento o friz creando un aspecto más saludable.	7,50 usd	52.5usd
	Mascarillas capilares	10	Las mascarillas capilares son tratamientos a base de aceites, mantecas y otros ingredientes nutritivos que funcionan como hidratantes para el cabello.	7,00 usd	70 usd
	Jabones	12	Estos jabones son realizados a base de plantas naturales con diferentes beneficios para la piel.	4,99 usd	59,88 usd
	Mascarillas exfoliantes	10	El exfoliante es el que ayuda a quitar toda la piel muerta para que se vaya regenerado nuevamente dejándola suave.	15,99 usd	159,9 usd
	Aceites naturales	10	Los aceites naturales no solo son buenos para la piel si no que también son muy buenos para el cabello.	9,99 usd	99,9 usd
	Cremas para el cutis (Día)	10	Estas cremas Proteger la piel de los rayos UV y la contaminación. Hidratándola, y manteniéndola suave y libre de agresiones externas.	14,5 usd	145 usd
	Cremas para el cutis para la noche	10	Este tipo de crema ayuda a rejuvenecer la piel mientras se duerme.	16,5 usd	165 usd

	Velas aromáticas	20	Da energía y refresca. Desinfecta el ambiente y promueve la concentración. Tiene un aroma ligero y fresco que alivia el estrés, el dolor muscular, el dolor de garganta, la tos, el resfriado y el reumatismo. Es ideal prenderlas al final del día de trabajo.	2,50 usd	50,00 usd
	Platas medicinales secas	20	Estas plantas secas sirven para hacer infusiones o también para el uso de baños de cajón.	6,00 usd	120 usd
	Cuadros	12	Los cuadros serán ambientados con paisajes del jardín y de la zona realizados por artistas de la parroquia.	20 usd	240,00usd
Tienda de artesanías	Estanterías	2	Las estanterías serán de madera con 5 compartimientos para colocar los productos a exhibición	35,00usd	70,00usd
	Bolsos	10	Bolsos tejidos con cabuya con diferentes diseños.	7.00 usd	70.00 usd
	Cepillos de madera	10	Los cepillos para el cabello son un 90% madera lo que representa que son ecológicos y amigables con el medio ambiente.	4.99 usd	49.99 usd
	Espejos de madera con estilo	10	Los espejos de mano son un 90% madera lo que representa que son ecológicos y amigables con el medio ambiente.	5.99 usd	59.99 usd
	Gorros	5	Los gorros son personalizados y de diferentes colores para elección del cliente.	4.99 usd	24.95 usd
	Sombreros de paja toquilla	5	Este sombrero es confeccionado con las hojas trenzadas de la palmera.	19.99 usd	99.95 usd
	Vasos termo para café	5	Un termo o frasco de vacío no es más que un recipiente dentro de otro separado por un vacío el cual ayuda a mantener el calor de las bebidas	8.00 usd	40.00 usd
	Pulseras	10	Pulseras tejidas sea con mullos o hilos de diferentes colores.	1.00 usd	10.00 usd

	Collares	10	Existirán collares de distintos materiales tanto para mujeres como para hombres.	4.00 usd	40.00 usd
	Anillos	10	Anillos elaborados endistintos materiales y modelos.	3.00 usd	30.00 usd
	Pinturas en plumas	7	En las plumas existirán paisajes del jardín y de la parroquia.	10.00 usd	70.00 usd
	Esferos	10	Los esferos tendrán diferentes modelos y serán ecológicos	1.00 usd	10.00 usd
	Libretas	10	Las libretas que se encontraran en la tienda con pastas de madera con diferentes modelos de orquídeas, entre otras platas.	5.00 usd	50.00 usd
	Camisetas	10	Camisetas personalizadas con el ambiente temático del jardín.	8.00 usd	80.00usd
	Almohadas	10	Almohadas cómodas para viajes largos en diferentes modelos y colores.	8.00 usd	80.00 usd
	Cuadros decorativos	10	Los cuadros serán ambientados con paisajes del jardín y de la zona realizados por artistas de la parroquia.	20.00 usd	200.00 usd
	Escritorio	1	Lugar en el que se estará esperando a los clientes pararegistrarlos y poder ayudar con alguno de los servicios que se está ofertando.	50.00 usd	50.00 usd
	Archivero	1	En el archivero se guardará todos los documentos importantes del jardín etnobotánica y recreacional.	53.00 usd	53.00 usd
	Basurero	1	El basurero es indispensable para mantener limpio el lugar y no botar la basura donde sea.	3.00 usd	3.00 usd
TOTAL					3.922,74 usd

Capital de trabajo

Tabla 28 Capital de trabajo

Capital de Trabajo						
Área	Rubro	Cantidad	Característica	V.Unitario	V.Total	
	Internet	1	50 megas de velocidad	60	60	Pago Mensual
	Agua	1	Consumo del servicio	70	70	Pago Mensual
	Luz	1	120 voltios de iluminación	70	70	Pago Mensual
	Tv Cable/ Direc tv	1	Servicio de tv	25	25	Pago Mensual
	Teléfono	1	Servicio de comunicación convencional	40	40	
PLATAFORMA COMERCIAL	Pag Web	2	Diseño y Suscripciones	50	100	Pago Mensual
	Pag Redes	3	Diseño y Mantenimiento	50	150	Pago Mensual
	Motores de reserva	1	reservas de booking	70	70	Pago Mensual
	Google Maps	1	Ubicación del establecimiento	200	200	Pago Mensual
	Whats up	1	comunicación con reservas	0	0	Pago Mensual
	Administrador de redes	1	registro de suscripciones y mantenimiento	500	500	Pago Mensual
	Cremas	10	material para la venta	5	10	Pago Mensual
	Shampoo	8	material para la venta	7	56	Pago Mensual
	Exfoliantes	5	material para la venta	4	20	Pago Mensual
	Hidratantes	6	material para la venta	6	36	Pago Mensual
	Piezas de Artesanías	30	realización de artesanías	1	30	Pago Mensual
	Plantas	400	material para exhibición y venta	5	2000	Pago por mayor
	Guía de caminatas de flora	1	Que indique los tipos de plantas de la zona	200	200	Pago Mensual
	Profesor Yoga	1	Ejercicios de Relajación antiestrés	200	200	Pago Mensual
	Cosmetóloga	1	Masajes	200	200	Pago Mensual
	Asistente de Spa	1	Ayudante para pasar implementos	200	200	Pago Mensual
	Instructor de Baños de cajón	1	Indica el funcionamiento del proceso	200	200	Pago Mensual
					TOTAL	4.437

4.5 Inversiones y capital de trabajo

Tabla. Inversión

Tabla 29 *Inversión para el proyecto*

Construcción/adequaciones	150.810 USD
Maquinaria y equipos	10.344,59USD
Insumos y requerimientos	7.608,45 USD
Capital de trabajo	24.861,96 USD
TOTAL	193.625 USD

4.6. Estructura organizativa y administrativa

4.6.1. Misión

Ejecutar acciones directas e indirectas destinados al conocimiento en los visitantes que ingresen al atractivo y a su vez se enseñe la protección y conservación del recurso vegetal de la zona y ecuatoriana, en especial de su flora y fauna, y retomar la medicina natural ancestral por medio de baños de cajón y cosméticos naturales, impulsando así a un turismo amigable con el medio ambiente.

4.6.2. Visión

Para el 2030, el jardín etnobotánico, tiene como propósito lograr a llegar a ser uno de los establecimientos más competitivos en el área de la salud mental y medicinal, junto con la ciencia botánica para la recreación de la flora mediana natural y que sea ampliamente reconocido a nivel regional abarcando con el cumplimiento de la demanda de las 4 provincias en la zona norte del país como Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Pichincha.

4.6.3. Políticas

- Prioridad de acceso a las personas de tercera edad y discapacitadas en los recorridos.
- Compromiso de calidad en todos nuestros servicios.
- Ofrecimiento de canales de interacción con nuestros clientes como aplicaciones de mensajería acorde al nicho de mercado que se ofrecerá por parte del establecimiento. Siempre y cuando sean de manera gratuita o no tenga costo alguno para la empresa.
- Optimización del flujo de trabajo de los agentes de soporte con disparadores y automatizaciones de tareas para su capacitación y mejoramiento en el proceso de atención de calidad.
- Responsabilidad medioambiental para poder mejorar el entorno de nuestro establecimiento.
- Implementar medidas de prevención para precaver y corregir desastres ecológicos.
- Evitar utilizar sustancias peligrosas reemplazándolas por productos naturales eficientes evitando así la contaminación del suelo del establecimiento.
- Cooperación con grupos sociales que trabajen en base a objetivos de mejora ambiental y su realización sea indispensable para mejorar la calidad del medio ambiente.
- No maltratar las plantas que se encuentran en el jardín etnobotánico
- No botar basura en el establecimiento.
- Ingreso solo de mascotas amigables.

4.6.4. Valores

- Respeto hacia el medio ambiente: Debido a que el presente emprendimiento será 70% amigable con el medio natural sin causar mucho impacto ambiental con el entorno y por ende se regirá a las normativas de cuidado hacia la naturaleza

- Participación científica: Debido a que el entorno brinda gran parte de información para que investigadores en lo cual será muy fundamental para el estudio y educación ambiental.
- Identidad natural de la zona: Debido a que en la zona se cuenta con diversas especies de plantas y aves endémicas del lugar, lo cual se las hará conocer hacia los visitantes respetando su integridad y convivencia con el turista
- Responsabilidad ambiental: Debido a que el emprendimiento se lo realizará con infraestructura rústica, se evaluará hasta qué punto nuestras prácticas ayudarán con el equilibrio del planeta.
- Seguridad de los servicios: Debido a que se brindará una atención de calidad sin faltas el respeto y educación a nuestros clientes por parte de nuestros empleados, ni mucho menos realizar cobros excesivos en relación al servicio ofrecido, lo cual se mostrará ética para que nuestros servicios sean 100% recomendados a otros visitantes.
- Confiabilidad de los productos: Debido a que se ofrecerá productos de elaboración natural, se le permitirá al cliente la visualización de estos para que se comprueben de que no están realizados con Químicos de algún tipo por lo cual pueda confiar en que nuestros productos son amigables con el medio ambiente.
- Concienciar en los visitantes el mantenimiento de la flora y fauna natural del medio ambiente para que no exista un consumismo o destrucción hacia los recursos naturales especialmente en las plantas y animales por parte del ser humano.

4.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

El presente emprendimiento sobre un jardín etnobotánico y recreacional va a estar constituido como una empresa de sociedad por acciones simplificadas en la superintendencia de compañías, debido a que va a tener el registro de dos propietarios y como requerimiento para este proceso se necesita tener más de un propietario para poder llevarla a cabo.

Mientras que el proceso a seguir para la legalización de la compañía se llevara a cabo con los pasos del reglamento de operación e intermediación turística planteada por el ministerio de turismo, considerando:

A que los artículos 24 y 66 de la constitución de la república del Ecuador reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros el descanso y ocio, así como también el derecho de esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la ley.

Que, el artículo 15 de la Ley de Turismo, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 733 de 27 de diciembre de 2002 determina al Ministerio de Turismo como el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, quien tendrá entre otras la siguiente atribución: "1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional.

Po lo cual se procede a mencionar los reglamentos legales y constitucionales a utilizar dentro del requerimiento de operación e intermediación que son los siguientes:

Titulo 1. Preliminar o Capitulo

1. Del objeto y ámbito o Capitulo
2. Derechos y obligaciones

Titulo 2. El registro de licenciamiento e identificación.

Capítulo 1. Requisitos y procedimiento.

Capítulo 2. Procedimiento de licenciamiento.

Titulo 4. Canales de comercialización.

Capítulo 1. Comercialización virtual, comercialización con terceros y prohibición de comercialización.

Disipaciones generales.

- Primera
- Segunda
- Tercera
- Quinta

A continuación de redactar los pasos necesarios para construir la compañía:

1. Ingresar al portal web de la superintendencia de compañías:
https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_elec.zul#PhotoSwipe
wipe 1655322821766.
 2. Seleccionar la opción “Portal de condición electrónicos de compañías”
 3. Presione la opción “Construir una compañía”.
 4. Ingrese su usuario y contraseña y presione el botón “INGRESAR”.
 5. Seleccione una reserva de denominación y presione el botón “CONTINUAR”.
- Se accederá al formulario solicitud de constitución de compañías que este compuesto por 5 secciones que permite ingresar información de socios o

accionistas, datos de la compañía, cuadro de suscripciones y pago de capital, información de representantes legales y documentos adjuntos.

6. En la primera sección de SOCIOS o ACCIONISTAS, presione el botón “AGREGAR SOCIO/ACCIONISTAS”.

Seleccione el tipo de persona y presione el botón “CONTINUAR”.

Ingrese los datos generales, la dirección de Domicio y los contactos del socio o accionista de la compañía, y presione el botón “GUARDAR SOCIO/ACCIONISTA”.

NOTA: Repetir estos para cada accionista de la compañía. o Una vez registrados todos los accionistas, presione el botón de color verde que se encuentra en el extremo inferior de la pantalla.

7. En la segunda sección “DATOS COMÑANIA”:

- Ingrese el nombre comercial, el Domicio legal, la dirección, el plazo, las actividades vinculatorias, los contactaos, y los establecimientos de la compañía a construir.
- Presione el botón de color verde que encuentra el extremo inferior derecho de la pantalla.

8. En la tercera sección “CUADRO DE SUSCRIPCIONES Y PAGO DE CAPITAL”:

- Ingrese el capital suscrito de la compañía, el valor nominal de las acciones o participaciones, y el capital autorizado de ser el caso.
- Ingrese el capital suscrito y pagado por cada accionista y presione el botón “GUARDAR”.
- Presione el botón de color verde que se encuentra en el extremo inferior derecho de la pantalla.

9. En la cuarta sección “REPESENTANTES LEGALES”, presione el botón “AGREGAR REPRESENTANTE LEGAL”.

- Seleccione el tipo de persona y presione el botón “CONTINUAR”.
- Ingrese los datos generales, la dirección y contactos del representante legal de la compañía.
- Una vez registrados los representantes legales presione el botón de color verde que se encuentra en el lado inferior de la pantalla.

10. En la quinta sección “DOCUMENTOS ADJUNTOS”:

- Presione el icono “ADJUNTAR “de la columna “VER DOCUMENTOS”.
- Presione el botón “AGREGAR”, seleccione el archivo en pdf y presione el botón “ABRIR”.
- Una vez cargados todos los documentos requeridos presionar le botón de color verde que se encuentra en el extremo inferior de la pantalla.

11. El sistema mostrara los costos por servicios notariales y registrales correspondientes. Si se está de acuerdo, presione el botón “CONTINUAR”.

12. Seleccione la notaría de su preferencia y presionar el botón “CONTINUAR”.

13. Finalmente, se lee las condiciones del proceso de constitución electrónica,

seleccionar el casillero ACEPTO y presionar el botón INICIAR TRAMITE

NOTA:

- El sistema mostrara un mensaje confirmando la generación correcta del trámite con el número de identificación correspondiente.
- Se recibirá un correo electrónico con la información del trámite y los valores que deberá cancelar en el banco del Pacífico

4.8. Propuesta comercial

Plataforma digital a utilizar:

Dropshipping:

Proyecciones de ventas para el mercado mayorista en ofertar los productos y servicios, se realizará a través de plataformas web como dropshipping, que consiste en un ecommerce con la que la empresa y los usuarios pueden crear una tienda en línea para vender sus productos y la cual se trata de una solución en la nube que se comercializa con el servicio, en el caso del emprendimiento a realizar, se comercializará por intermedio de esta página la venta de paquetes turísticos y productos que se ofrecen y esta plataforma será de vital importancia para el emprendimiento debido a cuenta con más de 70 plantillas diferentes para diseñar una tienda online.

En su sistema de diseño se basa en una interfaz de arrastrar y soltar, por lo cual es sencillo de configurar, lo más interesante que no tiene límite de subida de productos, también permite configurar precios diferentes en función de la cantidad pedida y los diferentes gastos de envío que se realicen, esto es muy beneficioso al momento de iniciar el negocio, debido a que se lograrán e sistema ayudará a realizar promociones con mayor facilidad sin obtener perdidas y así logrando tener una subida de clientela en poco tiempo para este emprendimiento debido a sus códigos de descuento que tiene.

Ofrece la posibilidad para este tipo de emprendimientos que se realizará en vender un número de productos ilimitados, en este caso beneficiaría para a venta de cosméticos naturales, servicio de baños de cajón y la venta de artesanías, inclusive en la versión más económica donde el hosting y dominio están incluidos, también otorga muchas facilidades de pago por parte del cliente debido a que permite pagar en más de 70 monedas diferentes y lo que facilita mucho a lanzar estos productos y servicios a ofrecer al público internacional.

Marketplace:

Es un sitio en lo cual los productos del jardín etnobotánico son ofrecidos para ser adquiridos por los consumidores como un mercado en el mundo online, se coloca los productos a la venta en un solo canal y por esta razón se le puede considerar como una versión online de un centro comercial debido a que son varias tiendas juntas para atraer mayor público y su accesibilidad es mucho más fácil de manejar hacia los consumidores con respecto a la comercialización.

Las ventajas de tener un Marketplace para este emprendimiento, es el beneficio de promoción online, el incremento de publicidad en tan poco tiempo y la facilidad que ofrece para este emprendimiento que no tiene experiencia ni los recursos para invertir en la creación de su propia tienda virtual, debido a que es gratuita su suscripción.

Los beneficios y privilegios que ofrece la plataforma tienen un precio en el cual consiste ganancias por comisiones por las transacciones realizadas en su plataforma, este valor puede variar del 10% hasta el 15% de comisión, pero a comparación de las facturaciones que se deben realizar por la venta de los productos, son comisiones rentables y de mucha accesibilidad.

Canales de distribución y ventas:

Para los canales de distribución y ventas son los recursos en los cuales se producen desplazamientos de productos y servicios hasta llegar finalmente a su consumidor, en el caso del jardín etnobotánico se trabajará en el giro comercial por lo cual se contará con un sistema interactivo a través del cual hace llegar los productos a ofrecer al consumidor y se tomarán en los siguientes canales:

- Medios de comunicación. (Radio, Tv, Periódicos)
- Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, Tik Tok)
- Tienda física y virtual. (Marketplace, Mercado Libre, Shopify).
- Carteles informativos
- Distribución productos
- Actividades de servicio
- Conocimiento intangible.

Gestión de cartera en clientes individuales y corporativos:

Para la gestión de la cartera de clientes tanto individuales como corporativos en el jardín etnobotánico, es empezar por obtener una administración eficiente que lleve a cabo el liderazgo a las diferentes áreas de coordinación, como la coordinación comercial que es la encargada de establecer estrategias para la retención de estos al establecimiento y posteriormente su fidelización por lo cual se debe de mantenerlos satisfechos con los productos y/o servicios que se le brinden en este emprendimiento, y esto se debe asegurar contando con su información de manera ordenada como su perfil de registro.

Organizar la información para poder sistematizar de manera adecuada la información de estos clientes, existen muchas herramientas informáticas para poder llevarlo a cabo, mencionado anteriormente esto se encargaría la coordinación comercial del establecimiento que administre una cartera de clientes de manera analógica y/o digital.

Siguiente paso es el clasificar a los clientes debido a que existen diversos tipos de clientes por lo cual pueden estar categorizados por los productos que se ofrece o servicios que se les brinda dentro del establecimiento y de manera digital, por su facilidad de localización, y es importante definir el perfil de cada cliente por lo que esto permitirá vincular la información que se va generando para así poder conocer con profundidad como se le puede vender cada producto.

Se debe tomar en cuenta toda la información de manera cualitativa junto con los datos numéricos que se han mencionado con anterioridad, como las exigencias que realiza, sugerencias, su opinión sobre los productos y el servicio que adquiere desde su punto de vista, sus dudas, necesidades que esté presente, comparación de productos o servicio con la competencia, sobrellevar todos estos parámetros es muy importante para el área de coordinación comercial y así llevar a cabo con implementación de estrategias de marketing y venta.

Es muy importante utilizar alertas de colores por el motivo de que existen planteamientos de sistemas visuales de alertas que son efectivos para el seguimiento de clientes, un ejemplo, se utilizaría el color naranja para un seguimiento casi diario, el azul para para quienes se tiene que realizarles recordatorios como su cumpleaños o fechas especiales para que este se sienta halagado por la empresa, y de color verde para quienes esperan que se les mencione si están interesados en el producto o servicio ofrecido

Un dato curioso es el abandono de responder los mensajes a los clientes o responder en cuando el trabajador está en su momento libre por lo cual es un error, debido a que el cliente se va a sentir que no le prestan importancia a su llamado y posteriormente se pierden o no regresan por este detalle, lo ideal es en contestar y siempre tomar en cuenta cada detalle que este manifieste para que así el cliente se sienta que el establecimiento lo considero más allá que un simple cliente, sino como un cliente primordial ante nosotros.

En la cartera de clientes para la venta, se establecerán 5 tips que el cliente se sienta fidelizado hacia el establecimiento por lo cual se ha considerado como un conjunto de estrategias que tienen como objetivo fomentar la lealtad, implantadas por el área de coordinación comercial para que a su vez el establecimiento, todo el equipo de trabajo pueda empatizar con ellos.

A continuación, se compartirán los 5 tips que se realizarán en el establecimiento para establecer una relación más empática con los clientes:

1. **Llamarlos por su nombre.** Personalizar el trato con el consumidor permite establecer un lazo de cercanía y más empático.

2. **Sonreír y mostrar un cálido en el trato.** Estas dos acciones tienen como objetivo brindar un ambiente relajado y más familiar para el cliente. Hazlo sentir que él es importante.
3. **Saludarlo en ocasiones especiales.** Ten presentes fechas como cumpleaños y brinda un detalle exclusivo y especial.
4. **No hacerlos esperar.** Para el cliente, el valor su tiempo es importante, demuéstrole que lo sabes y actúa en consecuencia.
5. **No enviar SPAM.** La información que reciban de ti debe ser relevante para el cliente. Segmenta la comunicación en función de los intereses que pudiste recopilar de sus datos. Comparte contenidos de valor y evita publicidades repetitivas y poco interesantes.

Como otra estrategia se puede contratar sistemas que se ocupan de generar tickets cuando un cliente se contacta con nosotros. En el ticket se pueden centralizar datos como nombre y asunto junto con otra información adicional que permite al establecimiento con atención al cliente sumergirse casi instantáneamente en el tema.

Otros datos que se deben de contener en la cartera de clientes y para saber sobre su información de perfil, cómo y en dónde encontrarlos, cuál su comportamiento y frecuencia de compra, direcciones, teléfonos de contacto y cuentas de correo electrónico.

1. Los datos básicos son los siguientes:
2. Nombre completo de los clientes actuales y leads
3. Dirección postal y laboral
4. Teléfonos fijos y móvil
5. Dirección de correo electrónico
6. Nivel socioeconómico
7. Posibilidades de compra
8. Nombre de la compañía que representan

- 9. Tipo de negocio y segmento
- 10. Productos o servicios adquiridos
- 11. Datos de facturación

La obtención de estos datos cumple con el rol importante de tener mayor posibilidad de contacto y a la vez mantenerlos cerca y resguardados para las próximas promociones u ofertas que el establecimiento realice y así tomarlos en cuenta, y la información ayudará a evaluar la relación y priorizar ciertos contactos.

Unidad 5. Estudio Ambiental

5.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

Para poder realizar la evaluación de impacto ambiental del emprendimiento, se tendrá en cuenta ciertos aspectos para poder identificar, predecir y valorar y mitigar los impactos físicos, biológicos y ecológicos. De esta manera se pretende asegurar que el proyecto sea factible y considerar los impactos positivos y negativos, así se podrá diseñar alternativas de solución.

Tabla 30 Actividades del emprendimiento

Medio potencialmente afectado	Componente ambiental	Factor afectado
Medio físico	Agua	Calidad de agua
	Suelo	Contaminación del suelo
		Capacidad de uso de suelo
	Aire	Calidad del aire
		Nivel de ruido
	Polvo y humo	
Medio biótico	Flora	Especies de plantas nativas y
	Fauna	Diversidad de especies
		Hábitats
Medio socioeconómico y cultural	Usos del territorio	Espacios para senderos
		Actividades de (SPA, baños de cajón, yoga, tienda de
		Estados de vida
		Salud y seguridad
	Nivel cultural	Empleo
		Densidad de población
	Servicios e infraestructura	Red de servicio
		Publicidad
Contenedores		

5.2. Determinación de la metodología.

El método de Criterios Relevantes integrados se basa en un análisis de varios criterios. Es así como se parte desde la identificación de los impactos y acciones en el medio ambiente. Con valores establecidos se estima una discusión y análisis de los criterios, estos dependen de la naturaleza del proyecto (Carcasés, Gola-Cahimba & Bau-Satula, 2017).

Características del método de Criterios Relevantes Integrados

- Conocer las actividades que se generan durante la ejecución del emprendimiento.
- Identificar siempre los cambios sobre el medio físico, biótico y socioeconómico.
- Este método propone la elaboración del índice VIA (valor del impacto ambiental).
- La metodología es aplicable a proyectos con intensa participación multidisciplinaria.
- Existen dos ecuaciones muy importantes la primera para calcular la Magnitud y la segunda para calcular el VIA.

La simbología utilizada es la siguiente:

Tabla 31 Simbología del método de Cri

C= carácter	RE= reversibilidad	MA= muy alto	MB= muy bajo
EX= extensión	RG= riesgo	AL= alto	NE= neutro
DU= duración	VIA= índice de impacto	ME= medio	
MAG= magnitud	SIG= significado	BA= bajo	

Tipo de acción que genera el cambio

Carácter del impacto: la relación entre el cambio y el estado previo de cada acción del proyecto, en este caso si la construcción del alojamiento es positivo o negativo.

Intensidad: es el vigor como se manifiesta el cambio por las acciones del emprendimiento. Se establecen las predicciones del cambio neto entre las condiciones con y sin proyecto. El valor numérico de la intensidad se relaciona con el índice de calidad ambiental del indicador elegido, este varía entre 0 y 10.

Extensión o influencia espacial: superficie que es afectada por las acciones del emprendimiento, sea directo o indirecto. La escala de valoraciones:

Tabla 32 Extensiones y su valoración

Extensión	Valoración
Generalizado	10
Local	5
Muy Local	2

Duración del cambio: es el periodo de tiempo durante el cual las acciones propuestas involucran cambios ambientales. Para poder realizar el análisis se utiliza la siguiente tabla:

Tabla 33 Duración

Duración (años)	Plazo	Valoración
>10	Largo	1 0
5-oct	Media no	5
1-may	Corto	2

Magnitud: sintetiza la intensidad, duración e influencia espacial. Es un criterio integrado, la expresión matemática es:

$$M_i = (I * W_i) + (E * W_e) + (D * W_d)$$

Donde:

Tabla 34 Extensión y duración

I	Intensidad	Wi= peso del criterio intensidad
E	Extensión	We= peso del criterio extensión
D	Duración	Wd= peso del criterio duración

Mi= índice de magnitud del efecto i

$$W_i + W_e + W_d = 1$$

Reversibilidad: es la capacidad del sistema de retornar a una situación de equilibrio similar o equivalente a la inicial:

Tabla 35 Categoría con su valoración

Categoría	Capacidad de reversibilidad	Valoración
Irreversible	Baja o irrecuperable	
	Impacto puede ser reversible a muy bajo plazo (50 años o más)	1 0
Parcialmente reversible	Media, impacto reversible a largo plazo	5
Reversible	Alta, impacto reversible a corto plazo (0 a 10 años)	2

Riesgo: es la probabilidad de ocurrencia del efecto sobre la globalidad del componente. Se usa los siguientes valores de la escala:

Tabla 36 Probabilidad de riesgo.

Probabilidad	Rango (%)	Valoración
Alta	>50	10
Media	oct-50	5
Baja	1-oct	2

Índice integral del impacto ambiental VIA: se realiza a través de un proceso de amalgamiento, para esto se usa una expresión matemática que integra los criterios que se redactaron anteriormente. Su fórmula es:

$$VIA = (R^{wr} * RG^{wrg} * M^{wm})$$

Donde:

Tabla 37 Riesgo y magnitud del impacto

R	Reversibilidad	wr= peso del criterio reversibilidad
R G	Riesgo	wrg= peso del criterio riesgo
M	Magnitud	wm= peso del criterio magnitud

VIA= Índice de impacto para el componente o variable i

La sumatoria $w_r + w_{rg} + w_m = 1$

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

^w intensidad	= 0.40
^w extensión	= 0.40
^w duración	= 0.20
^w magnitud	= 0.61
^w reversibilidad	= 0.22
^w riesgo	= 0.17

Significado: es la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el índice o VIA obtenido. De acuerdo con estas categorías:

>8,0	Muy alto
6,0-8,0	Alto
4,0-6,0	Medio
2,0-4,0	Bajo
<2,0	Muy bajo

5.3. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.

Para poder empezar primero se realiza la interacción, de esta forma se puede relacionar que componentes o factores son inherentes. Para eso

se debe tener en cuenta las actividades o acciones que tendrán lugar en el proyecto.

Es importante que por cada acción se considere los factores ambientales, que puedan ser afectados. A continuación, se da a conocer la matriz de interacción, donde se va a poder conocer el proceso efectuado en la realización del jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, y se debe tomar en cuenta la siguiente escala de interpretación según las tipologías: Magnitud y valor de importancia.

Evaluación método CRI en base a los componentes

Evaluación Componente Físico											
Subcomponentes		C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VI A	SIG	Severidad- Significancia
Agua	Calidad de agua	(+)	5	5	2	4,4	2	2	3,2	BA	14,08
Suelo	Contaminación del suelo	(-)	6	5	5	5,4	2	2	3,6	BA	19,44
	Capacidad de uso de suelo	(-)	7	5	5	5,8	2	2	3,8	BA	22,04
Aire	Calidad del aire	(+)	2	2	2	2	2	2	2	MB	4
	Nivel de ruido	(+/-)	2	2	2	2	2	2	2	MB	4
	Polvo y humo	(-)	5	5	2	4,4	2	2	3,2	BA	14,08
Evaluación Componente Biótico											
Flora	Especies de plantas nativas y endémicas	(-)	3	5	2	3,6	2	2	2,8	BA	10,08
Fauna	Diversidad de especies	(-)	4	5	2	4	2	2	3	BA	12
	Hábitats	(-)	2	5	2	3,2	2	2	2,6	BA	8,32
Evaluación Componente Socioeconómico y Cultural											
Usos del territorio	Espacios para senderos	(+/-)	3	2	2	2,4	2	2	2,23	BA	5,52
	Actividades para baños de cajón.	(+/-)	4	5	5	4,6	2	5	3,8	BA	17,48
Nivel cultural	Estados de vida	(+)	5	5	2	4,4	2	2	3,7	BA	16,28
	Salud y seguridad	(+)	5	5	2	4,4	2	2	3,7	BA	16,28
	Empleo	(+)	5	5	2	4,4	2	2	3,7	BA	16,28
	Densidad de población	(+)	5	5	2	4,4	2	2	3,7	BA	16,28
Servicios e infraestructura	Red de servicio	(+)	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	22,68
	Publicidad	(+)	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	22,68
	Contenedores	(+)	6	5	5	5,4	2	5	4,2	ME	22,68

Jerarquización

Valor	Impacto
22,68	Publicidad
22,68	Red de servicio
22,68	Contenedores
22,04	Capacidad de uso de suelo
19,44	Contaminación
17,48	Actividades para baños de cajón
16,28	Estados de vida
16,28	Salud y seguridad
16,28	Empleo
16,28	Densidad de población
14,08	Calidad de agua
14,08	Polvo y humo
12	Diversidad de especies
10,88	Especies de plantas nativas y endémicas
8,32	Habitat
5,52	Espacios para senderos
4	Calidad del aire
4	Nivel de ruido

5.4. Matriz de plan de manejo ambiental

Plan de manejo ambiental							
		Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Responsables	Tiempo	Observación	
Biofísicos	Agua	Calidad del agua	Evitar regar las plantas con el agua que sale del Spa, debido existirá algún componente químico que les afecte y pueda causar su muerte, por lo que se trata en totalidad utilizar una buena agua de calidad tanto para uso de SPA como para el riego del jardín etnobotánico.	Encargados del Jardín ednónotanico	Semanal desde que la empresa empiece a operar		
	Suelo	Contaminación de suelo y su capacidad	Para mitigar la contaminación de suelo, la empresa ha optado por no utilizar fertilizantes químicos para no alterar la fertilidad del suelo. En cuanto a la capacidad se deberá realizar el respectivo análisis de capacidad de carga para saber que cantidad de personas es adecuado que ingresen a los distintos senderos.	Encargados del Jardín ednónotanico	Semanal desde que la empresa empiece a operar		
	Aire	Calidad del aire	La calidad de aire de la parroquia de Tumbabiro aun es de muy buena calidad por ser una zona rural, por lo que es de vital importancia que al menos dentro del emprendiendo casi todos los productos sean amigables con el medio ambiente.			Semanal desde que la empresa empiece a operar	
		Nivel de ruido	El nivel de ruido no es muy fuerte por que las instalaciones no están muy cerca de la carretera, algo que favorece al emprendiendo por que los turistas podrán estar más conectados con el ambiente que brinda el establecimiento.	No existe responsables para combatir algún ruido ya sea de vehículos en especial.			No existe algún control sobre eso
		Polvo y humo	El polvo y humo es un factor que, si llega afectar no solo en el ámbito de turistas no que, a las plantas del jardín, porque al existir cultivos de caña cerca y cuando es temporada de cosecha la ceniza y humo es muy fastidioso.			Este problema solo existe cuando es temporada de cosecha de caña	No existe algún control sobre eso
Biofísicos	Flora	Especies de plantas nativas y endémicas	Al ser plantas rescatadas nativas y endémicas será prohibido que existan extracciones parciales o totales por lo que no solo existirá letreros que indiquen que no se puede realizar ese tipo de acciones si que también personal del establecimiento estará al pendiente que no se rompa con ese reglamento.	Encargados del Jardín ednónotanico	Todos los días en los lleguen visitantes al establecimiento		
	Fauna	Diversidad de especies	Al ser un lugar donde va existir afluencia de personas varios de los animales que llegaron al jardín migraran a otros lugares por el ruido y por que están invadiendo su territorio, y una forma para no ahuyentar a las especies en especial de aves una forma de contrarrestar esto sería poniendo espacios con bebederos para aves y frutas para llamar su atención.	Encargados del Jardín ednónotanico	Todos los días		

	Uso de suelo	Espacios para senderos	Los senderos al no ser muy amplios y con mucha gente provocaría que muchas de las plantas sean estropeadas, por lo que es importante mitigar ese aspecto realizando la capacidad de carga para ver cuantas personas es prudente que ingresen a cada sendero y no provocar daños.	Encargados del Jardín ednónotanico	El control se lo realizara todos los días que exista turistas en el establecimiento
		Actividades para (SPA, baños de cajón, yoga, tienda de artesanías y cosméticos naturales.	Todas las actividades que se realizaran dentro del establecimiento serán casi en su totalidad amigables con el medio ambiente, debido a que abra productos que no sean 100% naturales.	Encargados del Jardín ednónotanico	Desde el momento en que la empresa empiece con su operación
Socio económico y Cultura	Nivel cultural	Estados de vida	El estado de vida de todas las personas que ingresen al establecimiento como las personas que están trabajando tendrán un cambio de vida si ponen en práctica y toman conciencia del cuidado del medio ambiente y eso empieza desde el ejemplo que se imparta en la empresa.	Encargados del Jardín ednónotanico	Desde el momento en que la empresa empiece con su operación
		Salud y seguridad	Al estar en contacto con la naturaleza y hacer uso de todas sus propiedades en sus distintas formas como en este caso los cosméticos naturales no solo están cuidados su vida si no que están contribuyendo con el medio ambiente.	Encargados del Jardín ednónotanico	Desde el momento en que la empresa empiece con su operación
		Empleo	El incremento de empleo para las personas crecerá, no necesariamente trabajando en el estableciendo, pero al tener la existencia de más turistas dentro del parroquia los pobladores podrán poner negocios ya sea de comida o artesanías, que una u otra manera generan ingresos económicos y fuentes de trabajos.	Pobladores de la parroquia con ayuda de establecimientos del jardín etnobotánico	
		Densidad de población	No existe mucha densidad de población en la parroquia		
	Servicio de infraestructura	Red de servicios	La parroquia cuenta con todos los servicios básicos y así permite tener las facilidades.	Empresas públicas	
		Publicidad	La promoción del jardín etnobotánico no será muy difícil porque al tener al balneario de Chachimbiro que es muy conocido será más fácil que la gente se ubique el establecimiento y así poder ofertar nuestros servicios	Encargados del Jardín ednónotanico	Desde el momento en que la empresa empiece con su operación
		Contenedores	Los contenedores serán una gran ayuda para manera él era muy limpia y presentable la recibir a los visitantes.	Encargados del Jardín ednónotanico	Desde el momento en que la empresa empiece con su operación

Unidad 6. Estudio Financiero

6.1. Inversiones y capital de trabajo

El costo de capital de trabajo es de un total de 24.861,96 USD, en el que está distribuido para la compra de insumos y maquinaria junto con la realización del mantenimiento y adecuaciones de las instalaciones que se requiere para el comienzo de la operación en los productos a comercializar y servicios a ofrecer dentro del establecimiento.

Durante los cuatro primeros meses el capital de trabajo servirá como monto de inversión para solventar los gastos de pagos de servicios básicos, sueldos, materias primas, combustible y gastos de marketing para que el emprendimiento comience a tener visibilidad productiva y obtener mayor cantidad de ventas para que tenga factibilidad el proyecto y poder recuperar el capital invertido después de ese lapso de tiempo requerido.

6.2. Estados Financieros Proyectados:

6.2.1 Balance de situación inicial

Tabla 38 Balance de situación inicial

		Jardín Etnobotánico y Recreacional Cholón Sisa	
		BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 13 JUNIO DE 2022	
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$1.500	Proveedores	
BANCOS	\$23.362	Préstamo al Ban Ecuador	\$51.976
		Intereses por pagar	
		ISR por pagar	
		Anticipo de clientes	
Total, Activo Circulante	\$24.861,961 costo de	Total, Pasivo Circulante	\$51.976
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Terrenos	\$30.000	Documentos por pagar a largo plazo	
Edificios/construcciones	\$120.810	Total, Pasivo Circulante	\$0
Mobiliario y equipo	\$5.131		
Vehículos	\$30.000,00		
Maquinaria	\$3.610		
Equipos de cómputo	\$1.604,00		
Gastos de instalación	\$725		
Papelaría y útiles	\$246		
Propaganda o publicidad	\$1.500,00		
Total, Activo Fijo	\$193.625		
Otros activos		PATRIMONIO	
Rentas pagadas por anticipado		BIENES INMUEBLES	\$140.000
Derechos de marca de empresa		BIENES MUEBLES	\$1.511
		APORTE EN EFECTIVO	\$25.000
Total, Otros Activos	\$0	Total, Capital contable	\$166.511
SUMA DEL ACTIVO	\$218.487	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$166.511
		SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$218.487 100%
			23,79%
			76,2%

El jardín etnobotánico en su balance de situación inicial se describirá la realidad financiera, en el cual se puede detallar que se cuenta con el 76,21% de patrimonio sacado de la tabla de capital, a través del estudio financiero se ocupará para el inicio de sus actividades una inversión total de \$218.487,00 dólares americanos correspondiente a los activos, así mismo estos se dividen en \$24.861,96 USD para activos circulantes, y \$193.625,00 para activos fijos que son los requerimientos necesarios para el funcionamiento como el terreno, construcciones, mobiliario y equipos,

maquinaria, equipos de cómputo, gastos de instalación, suministros de oficina y propaganda o publicidad, como pasivo se calcula un total de \$51.976,00 los mismos que pertenecen al crédito financiero, el capital asciende a \$166.511,00 desglosando \$140.000,00 de bienes inmuebles, \$1.511,00 de bienes muebles y \$25.000,00 de aporte en efectivo.

Tabla de amortización

Tabla 39 *Tabla de amortización*

Plazo	120	
Monto	51.976	
Tasa anual	10,21%	
Tasa mensual	0,85%	
Pago mensual	\$692,93	
33260,41		1251,67
-18.716		
	4431,74	

La tabla de amortización es precisamente el proceso del monto capital financiado que asciende a 51.976,00 los mismos que serán obtenidos de un crédito con la entidad financiera BanEcuador, a través de su programa de créditos para PYMES, que ofrece una tasa de interés del 10,21% extendido a un plazo de 120 meses (10 años), de la cual se establece una cuota mensual de \$692.93,00.

6.2.3 Costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	218487	100%		6,70%		6,70%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	166511	76%	5,61%	4,28%		
FINANCIAMIENTO	51976	24%	10,21%	2,43%		

El costo de capital de la empresa para el proyecto de emprendimiento del jardín etnobotánico es de 6,70%, el cual se deriva de la inversión de \$218.487,00

donde el 76%corresponde a capital propio equivalente a \$166.511,00 y el 24% de capital financiado equivalente a \$51.976,00.

El interés pasivo registrado a julio de 2022 es de 5,61% que se atribuye al capital propio; y el interés del capital financiado es del 10,21%, con lo que se obtiene un costo de capital de la inversión por el 6,70%.

6.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 10 años

Tabla 40 Flujo de un año

Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	
25,00	20,00	500,00	600,00	600,00	720,00	720,00	864,00	1.036,80	1.244,16	1.492,99	1.791,59	2.149,91	2.579,89	14.299,34
15,00	30,00	450,00	540,00	540,00	648,00	648,00	777,60	933,12	1.119,74	1.343,69	1.612,43	1.934,92	2.321,90	12.869,41
10,00	15,00	150,00	180,00	180,00	216,00	216,00	259,20	311,04	373,25	447,90	537,48	644,97	773,97	4.289,80
40,00	17,00	680,00	816,00	816,00	979,20	979,20	1.175,04	1.410,05	1.692,06	2.030,47	2.436,56	2.923,88	3.508,65	19.447,10
30,00	28,00	840,00	1.008,00	1.008,00	1.209,60	1.209,60	1.451,52	1.741,82	2.090,19	2.508,23	3.009,87	3.611,85	4.334,22	24.022,89
5,00	9,00	45,00	54,00	54,00	64,80	64,80	77,76	93,31	111,97	134,37	161,24	193,49	232,19	1.286,94
12,00	25,00	300,00	360,00	360,00	432,00	432,00	518,40	622,08	746,50	895,80	1.074,95	1.289,95	1.547,93	8.579,60
8,00	80,00	640,00	768,00	768,00	921,60	921,60	1.105,92	1.327,10	1.592,52	1.911,03	2.293,24	2.751,88	3.302,26	18.303,16
		3.605,00	4.326,00	4.326,00	5.191,20	5.191,20	6.229,44	7.475,33	8.970,39	10.764,47	12.917,37	15.500,84	18.601,01	103.098,25
	20,00	100,00	120,00	120,00	144,00	144,00	172,80	207,36	248,83	298,60	358,32	429,98	515,98	2.859,87
	30,00	90,00	108,00	108,00	129,60	129,60	155,52	186,62	223,95	268,74	322,49	386,98	464,38	2.573,88
	15,00	30,00	36,00	36,00	43,20	43,20	51,84	62,21	74,65	89,58	107,50	128,99	154,79	857,96
	17,00	136,00	163,20	163,20	195,84	195,84	235,01	282,01	338,41	406,09	487,31	584,78	701,73	3.889,42
25,00	83,00	2.075,00	1.729,17	1.440,97	1.200,81	1.000,68	833,90	694,91	579,09	482,58	402,15	335,12	279,27	11.053,65
4,50	9,00	40,50	33,75	28,13	23,44	19,53	16,28	13,56	11,30	9,42	7,85	6,54	5,45	215,75
10,00	50,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
7,50	140,00	1.050,00	875,00	729,17	607,64	506,37	421,97	351,64	293,04	244,20	203,50	169,58	141,32	5.593,41
2.125,00	1,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	2.125,00	25.500,00
283,83	1,00	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	283,83	3.405,96
236,94	1,00	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	236,94	2.843,25
25,00	1,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
9,16	1,00	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16	109,92
150,00	1,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
182,00	1,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	182,00	2.184,00
692,93	1,00	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	692,93	8.315,16
		7.726,36	7.269,97	6.830,32	6.549,38	6.244,07	6.092,17	6.003,18	5.974,13	6.004,06	6.093,96	6.246,84	6.467,78	77.502,23
		-4.121,36	-2.943,97	-2.504,32	-1.358,18	-1.052,87	137,27	1.472,15	2.996,26	4.760,41	6.823,40	9.254,00	12.133,23	25.596,02
		-4.121,36	-7.065,33	-9.569,65	-10.927,84	-11.980,71	-11.843,44	-10.371,29	-7.375,03	-2.614,61	4.208,79	13.462,79	25.596,02	25.596,02

En el flujo del año 1 es la tabla para poder evaluar los precios, unidades de ventas de los 12 meses del año sobre los productos y servicios que el emprendimiento ofrecerá en sus instalaciones por lo cual se determinará los siguientes aspectos:

Ingresos: En el tema de ingresos tenemos los siguientes producto y servicios paquetes de jardín etnobotánico, baños de cajón, yoga, Masajes, cosméticos naturales, plantas medicinales, velas aromáticas y artesanías, en lo cual se ha sacado las unidades de productos que se van a comercializar en el establecimiento, los precios de venta, el porcentaje que se va a proporcionar de entrega por cada mes y esto se dará como resultado el monto anual de ganancia de que se obtendrá, a la vez en el tema de servicio, se realizó el valor promedio de unidades posibles de venta junto con el avalúo de monto de gastos y así sacar el precio para los clientes que desean utilizar los servicios a ofrecer, en conjunto se ha sacado los valores de los 12 meses y así sacar el valor total anual de posibles ganancia por estos servicios ofrecido conjunto a la demanda que cada uno de estos requiera.

Egresos: El están área se añade los mismos productos y servicios mencionados anteriormente con la diferencia de que estos valores son los costos que vamos a tener de manera mensual para adquirirlos y en el tema de los servicios, es el costo de mantenimiento mensual por la maquinaria y equipamiento, también se ha sacado el pago de salarios a los empleados y gasto de pago en IESS, publicidad y servicios básicos así mismo de manera mensual por 12 mes para finalmente sacar de manera anual el total de egresos en el emprendimiento.

Tabla 41 Flujo de 10 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10		
Ingresos	103.098,25	108.253,16	113.665,82	119.349,11	125.316,57	131.582,39	138.161,51	145.069,59	152.323,07	159.939,22		
Egresos	77.502,23	81.377,34	85.446,21	89.718,52	94.204,44	98.914,67	103.860,40	109.053,42	114.506,09	120.231,40		
Flujo de caja	25.596,02	26.875,82	28.219,61	29.630,59	31.112,12	32.667,73	34.301,11	36.016,17	37.816,98	39.707,83		
	-218487,05	25.596,02	26.875,82	28.219,61	29.630,59	31.112,12	32.667,73	34.301,11	36.016,17	37.816,98	39.707,83	321.943,98
FLUJO ACUMULADO	25.596,02	52.471,84	80.691,45	110.322,04	141.434,17	174.101,89	208.403,01	244.419,18	282.236,16	321.943,98		

El jardín etnobotánico en su primer año logra obtener un total de \$103.098,25 en ingresos y \$77.502,23 de egresos dando como resultado para el flujo de caja un total de \$25.596,02, para los consiguientes años se establece una tasa de crecimiento anual del 5,85% los cuales se consideran el promedio de inflación de los últimos siete años que equivale a 0,85% y un porcentaje del posicionamiento del producto correspondiente al 5%, alcanzando a superar el monto de inversión en el quinto año.

6.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR)

Tabla 42 Cuadro de análisis

Incrmento anual	0,85
Costo de capital	0,07
Inversión	218.487,05
VAN	4.864,04
TIR	0,07

En el cuadro de evaluación donde después de medir los flujos de ingresos y egresos y descontar la inversión inicial en el proyecto de emprendimiento, se procede a hacer la evaluación financiera con la información del flujo, de los cuales aplicando las fórmulas respectivas se obtiene que el Valor Actual Neto es de 4.864,04 de un ejercicio de 5 años, así mismo, la tabla muestra una Tasa Interna de Retorno del 7% que es superior al 6,70% del costo de capital; consecuentemente se establece que el proyecto tendrá éxito en el quinto año de funcionamiento.

6.2.6 Punto de equilibrio

Tabla 43 Punto de equilibrio

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	3.000	10.800	4.380	4.380	4.980	540	3.000	8.520
TOTAL, UNIDADES		31.080						
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	9,65%	34,75%	14,09%	14,09%	16,02%	1,74%	9,65%	27,41%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$25	\$15	\$10	\$40	\$13	\$9	\$8	\$16
COSTO VENTA UNITARIO	\$5,00	\$3,00	\$0,66	\$8,00	\$7,04	\$64,89	\$11,68	\$4,11
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$17,64						
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$6,13						
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$166.499						
INVERSIÓN		\$218.487						
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$20,00	\$12,00	\$9,34	\$32,00	\$5,99	-\$55,90	-\$4,18	\$11,39
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$11,51						
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		33.441						
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$589.894						
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	3.228	11.620	4.713	4.713	5.358	581	3.228	9.167
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$80.698	\$174.307	\$47.127	\$188.510	\$69.819	\$5.223	\$24.209	\$142.093

En el punto de equilibrio el jardín etnobotánico alcanza lo en el quinto año, en la tabla se muestra el detalle de los 8 productos, la unidad vendida en el periodo, el porcentaje de producto vendido, el precio de venta unitario en cada uno, así mismo el costo de venta unitario, la inversión del proyecto y el margen de contribución.

El monto con el que alcanza el punto de equilibrio es de \$731.987,00, por lo tanto; se debe alcanzar la venta total de unidades anualmente de 31.080 unidades teniendo como precio promedio ponderado de \$17,64 y un costo promedio ponderado de \$6,13. Por otra parte el margen de contribución ponderado de cada producto es de \$11,51 lo que le permite obtener el punto de equilibrio en unidades al vender de 33.441 que representan un valor por ingresos de \$589.894,00.

Figura 20 Gráfico del punto del equilibrio



CONCLUSIONES

1. A partir del modelo de negocio para el desarrollo del emprendimiento, contando ya con las ideas claras de los servicios a ofrecer como son baños de cajón, Sapa, yoga al aire libre y la venta de cosméticos naturales artesanales, y como principales servicios a brindar son recorridos guiados por el jardín etnobotánico en el que podrán disfrutar de un ambiente amigable con la naturaleza y seres vivos que lo habitan siendo de este modo se ha visto manera de poder llegar a nuestros clientes con los productos y servicios, básicamente con publicidad por redes sociales, páginas web en la que puedan observar todos nuestros productos y servicios que tenemos a disposición para turistas nacionales y extranjeros, al igual que también se realizara alianzas estratégicas con el balneario de Cachimbiro para obtener más ventas dentro de nuestro establecimiento.
2. El segmento de mercado identificado en el estudio corresponde específicamente a posibles consumidores, que son hombres y mujeres entre edades de 18 a 65 años de las provincias de Imbabura, Carchi, Pichincha y Esmeraldas que nos visitan por las termas Chachimbiro y por ser también un pueblo estratégico de paso no solo para turistas nacionales si también del vecino país de Colombia.
3. Mediante el estudio financiero se lleva a cabo la ubicación macro y micro localización, el jardín etnobotánico y recreacional se ubicará a 100 m del parque central de la parroquia de Tumbabiro, que es perteneciente al cantón de Urcuquí, y se dispone de un terreno con un tamaño de 9.600m², precisamente establecido en la calle Sucre y Panamericana vía Salinas, Troncal E10, a su vez es muy conveniente esta ubicación debido a que en la localidad es una zona rústica y natural la cual se realiza la producción de los materiales para la creación de cosméticos naturales y de plantas medicinales para el servicio de baños de cajón junto con otras materias primas para el área de salud de la medicina alternativa e implementos de Spa, y sin duda alguna sus vías de acceso al lugar por el momento se encuentra pavimentadas y en perfecto estado, siendo así accesible para los vehículos que transitan el lugar y que puedan llegar en menor tiempo y con la tranquilidad de que sus autos no sufran ningún tipo de daño mecánico, adicional que cuenta con una accesibilidad de transporte público muy frecuente de conexión vial de esta localidad junto al cantón capital de esta provincia que es la

ciudad de Ibarra, en cuanto a la infraestructura de servicios públicos, la localidad cuenta con estos servicios básicos y principales para poder llevar a cabo el emprendimiento como, servicio de alcantarillado, servicio de agua potable, y servicio de iluminación de las vías o también llamados instalación de postes de luz, en cuanto a sus condiciones climáticas, se cuenta con un clima de ambiente muy amigable con las personas y sobre todo con las plantas del lugar, siendo así que se evite inundaciones, debido a que no es un suelo árido y contado con un clima cálido húmedo, perfecto para la adaptación de plantas de otros lugares y que no incomoden con la visita de los transeúntes. En la parte de la micro localización, por lo cual se realizará el funcionamiento del jardín junto con áreas de servicios recreacionales terapéuticos dentro de la zona, por lo cual se determinó realizarlo en esta área específica de territorio por varias razones estratégicas, como una excelente ubicación de visibilidad para los visitantes que trascurren a Chachimbiro, a la vez se debe tomar en cuenta que nos reducen el costo de mano de obra, debido a que los obreros para las instalaciones e infraestructura serán traídos de la ciudad de Ibarra y de la localidad de Tumbabiro, que cuentan con personal calificado para este tipo de construcciones, con respecto a materias primas, también se puede decir que es costo muy reducible porque los implementos y producción se encuentran en la localidad, así evitando transportación de estos materiales, debido a que están ubicados cerca de la zona en donde se realizará este proyecto de emprendimiento. Dentro de la ubicación de nuestros competidores, con el análisis realizado anteriormente en sus instalaciones, se debe considerar que dentro de la localidad existen competencia que ya tiene años en servicio de funcionamiento, pero con la evolución tecnológica, no se ha actualizado en esta área por lo cual desconocen de las nuevas plataformas digitales que los clientes utilizan en la actualidad para poder realizar sus reservaciones, considerándose como un punto a favor para nuestro proyecto, debido a que este va a ser nuestro plus, en ofrecer un servicio de reservaciones de manera virtual con los motores de reservas que se implementará como un ejemplo, la plataforma de reservas llamada booking. Se debe considerar que el proyecto que se llevará a cabo será con infraestructura 100% natural, amigable con el ambiente de manera ecológica ya la vez los productos a ofrecer no se les pondrá ningún tipo de químicos que alteren nuestros productos. Una pequeña parte de la población cuenta con un poco de conocimiento del

emprendimiento a desarrollarse dentro de la parroquia. Y algo que hay que resaltar es que en esta zona rural si se cuenta con servicio de líneas telefónicas, señal para teléfonos móviles e internet con fibra óptica que ayudará a tener una mejor comunicación y conexión con futuros consumidores del servicio.

4. En la aplicación al diseño de estudio administrativo se logró determinar quiénes se iban a conformar parte del equipo de trabajo en el Jardín etnobotánico y sus respectivos cargos a desempeñar por lo que existirá un coordinador general encargado de diseñar la idea de negocio, lo cual serán en áreas mixtas tanto unifuncional como polifuncional y adicional de la toma de decisiones para el funcionamiento de la empresa, seguido por el administrador que apodera la administración del lugar y entrega del presupuesto correspondiente a las diferentes áreas de coordinación, un coordinador financiero encargado de realizar los pagos mensuales a los empleados y llevar la contabilidad correspondiente, un coordinador comercial encargado del plan de marketing y publicidad para la atracción de más clientes y de un coordinador de productos y servicios delegado para la estipulación de los colaboradores que prestan sus servicios solo por horas en las diferentes áreas de servicio y adicional encontrar la cotización más económica para el costo de los productos.
5. Al desarrollar el emprendiendo se obtiene resultados favorables porque ya no se hará gran cantidad de impacto ambiental debido a que las instalaciones ya existen, únicamente lo que lo construirá son los baños públicos y una bodega en la que estarán las maquinas que nos ayudaran las el funcionamiento del área de SPA y baños de cajón, sin embargo si existe un pequeño imparto en el uso de suelo para la construcción y con respecto a capacidad de carga que tiene nuestro establecimiento para el ingreso de turistas que nos visten en nuestras instalaciones especialmente al jardín etnobotánico..
6. El proyecto tendrá una inversión total por \$ 218.487 correspondientes al requerimiento, en el que el 76,21% es patrimonio y el 23,79% restante del capital se lo conseguirá por medio del programa de créditos de BanEcuador por un periodo de 10 años, como de igual manera estarán propiedades de parte de los dos socios que también irán dentro del proceso, en cual se verán resultados de recuperación en el quinto año.

RECOMENDACIONES

- Alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas que aporten económicamente para el mejoramiento del jardín etnobotánico.
- Realizar una campaña masiva en redes sociales donde se den a conocer todos los atractivos que posee el jardín, lo que permitirá una mayor afluencia de visitantes por el interés de conocer toda la flora y fauna que hay en un solo lugar haciéndolo un sitio para desconectarse del caos de la ciudad.
- El personal debe estar capacitado en normas de servicio al cliente que permitan tratarlo cordialmente y que el cliente se sienta a gusto por el servicio brindado.

BILIOGRAFÍA

- Quinta el Moro. (s.f). *actiweb.one*. <https://actiweb.one/quinta-el-moro/tumbabiro.html>
- Rivera, Jácome, Dibujes, Martínez & Salgado. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Tumbabiro. <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20TUMBABIRO.pdf>
- Gestion.org. (s.f.). *Gestion.org*. Obtenido de 17 ejemplos de modelos de negocio innovadores: <https://www.gestion.org/aplicar-lienzo-modelo-canvas/>
- INEC. (2020). *Instituto nacional de estadística y censo*. Obtenido de Proyecciones Poblacionales:
 - <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Recuperado el, 11, 2018
- España, B., Jaramillo, A. G., Bayona, D. M., Bombini, G., Laino, N., Cesaroni, C., & ... (n.d.). Equipo De Investigación. 1–4.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=gsklDR8AAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=gsklDR8AAAAJ:738O_yMBCRsC
- lit, P. (2017). *Promot lit*. Obtenido de El poder de los artículos promocionales en tu empresa: <https://www.promohit.co/material-promocional-y-sus-ventajas#:~:text=Importancia%20del%20material%20promocional,consumidor es%20la%20lleven%20con%20ellos.>
- Karim, M., Furnaz, S., Buksh, A. R., Beg, M. A., Khan, M. S., & Moiz, B. (2019). Sample Size Calculation in Medical Research. *MACS 2019 - 13th International Conference on Mathematics, Actuarial Science, Computer*

Science and Statistics, Proceedings, 2(8), 217–224.
<https://doi.org/10.1109/MACS48846.2019.9024807>

- Arias, E. R. (10 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Investigación exploratoria:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>

ANEXOS

ANEXO 1. Verificación de la plataforma de Urkund



Document Information

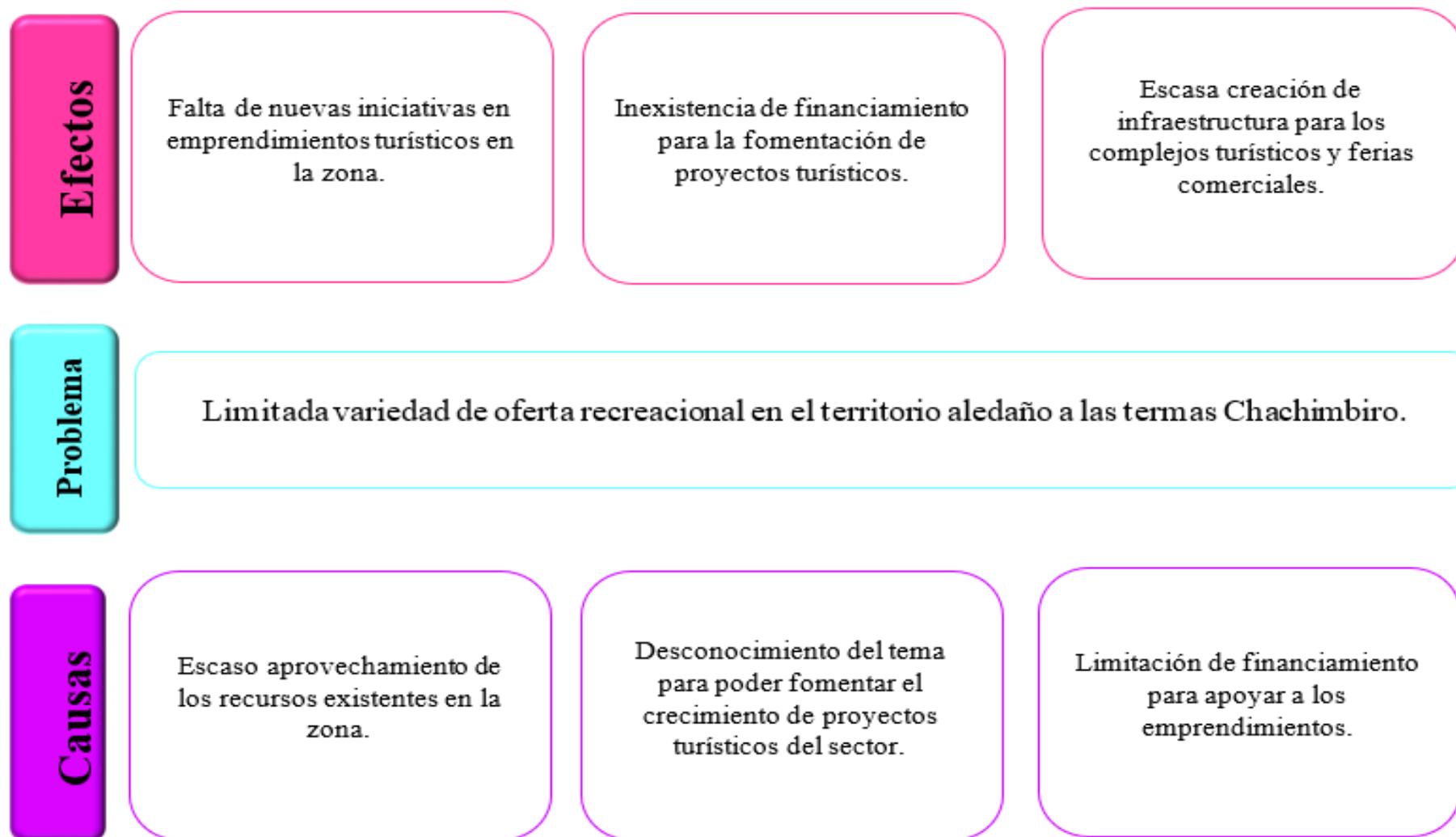
Analyzed document	FIGUEROA_GORDILLO_TESIS_OCTUBRE 2022.pdf (D148465011)
Submitted	11/2/2022 8:58:00 PM
Submitted by	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
Submitter email	goecheverria@utn.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	goecheverria.utn@analysis.orkund.com

Sources included in the report

W URL: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
Fetched: 11/2/2022 8:59:00 PM

 1

ANEXO 2. El árbol de problemas.



Redacción del problema

El presente emprendimiento tiene como problema central la limitada variedad de oferta recreacional en el territorio aledaño a las termas Chachimbiro para que visitantes nacionales y extranjeros puedan disfrutar de diversas actividades, por lo que se ha determinado el estudio de factibilidad en diseñar un jardín etnobotánico y recreacional.

Como efecto, la población no tiene la iniciativa de innovar con nuevos emprendimientos para fomentar el turismo, ni efectuar la tarea de que los turistas se detengan visitando la parroquia, este efecto surge con la falta de financiamiento que existe para el apoyo a nuevos proyectos, como de igual manera la carencia de infraestructura para complejos turísticos y ferias comerciales. No obstante, su ubicación es un punto estratégico de trayecto para quienes visitan el balneario y las comunidades aledañas.

De acuerdo con lo mencionado, se realiza la propuesta de un jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, de tal modo que la zona logre dejar de ser solo un lugar de trayecto hacia el complejo monótono principal llamado Chachimbiro, sino que también los turistas y visitantes tengan la oportunidad de conocer sus alrededores donde existe gente tranquila, amable y sobre todo compartir momentos en una zona ambientada a la naturaleza.

Encuestas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

Tema: JARDÍN ETNOBOTÁNICO Y RECREACIONAL EN LA PARROQUIA DE TUMBABIRO, *URCUQUÍ* - ECUADOR”

Objetivo: Determinar cuan admisible sería la creación de un jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro.

Instrucción: La presente encuesta consta de 24 preguntas referentes al jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, *Urcuquí* - Ecuador”, por favor marque una opción para cada pregunta; lea detenidamente y conteste de acuerdo a su propio criterio.

1.- Perfil Sociodemográfico

1.1. Usted se encuentra en el rango de edad de:

- De 18 a 25 años
- De 26 a 40 años
- De 41 a 65 años
- Más de 65 años

1.2. Identifica su género como:

- Masculino
- Femenino
- LGBTIQ

1.3. Su lugar de residencia es:

- Carchi
- Imbabura
- Pichincha
- Esmeraldas
- Otros (especifique)

1.4. Su nivel de instrucción es:

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel/Superior
- Cuarto Nivel/Posgrado

1.5. Su estado civil es:

- Soltero/a
- Casado/a
- Unión libre
- Divorciado/a
- Viudo/a

1.6. Su ocupación/profesión es de:

- Estudiante
- Empleado público
- Empleado privado
- Negocio/Emprendimiento propio
- Quehaceres del hogar

1.7. Su nivel de ingresos personales es de:

- Menos de \$400
- De \$401 a \$600
- De \$601 a \$1000
- De \$1001 a \$1500
- Más de \$1500

2. Preferencias Turísticas

2.1. En su último viaje turístico, ¿Qué tipo de transporte utilizó?

- Transporte propio
- Transporte público
- Transporte turístico
- Otro (especifique)

2.2. En su último viaje turístico ¿Con quién estuvo acompañado?

- Solo

- Con la familia
- Con amigos
- Otro
- Especifique.....

2.3. ¿Entre cuantas personas realizaron su último viaje turístico?

- Solo
- 2 personas
- 3 personas
- 4 personas
- 5 personas
- Más de 5 personas
- Especifique

2.4. En su último viaje turístico dentro del país, ¿Cuál fue el principal tipo de destino visitado?

- Playas
- Entornos rurales – comunidades
- Áreas naturales protegidas
- Ciudades – zonas urbanas
- Bosques - Montañas
- Balnearios
- Jardines botánicos y etnobotánicos
- Otro

3. Servicios a ofrecer

3.1. Ud. tiene conocimiento en que consiste un jardín etnobotánico?

- Si
- No

3.2. ¿Considera Ud. que es necesario la implementación de un jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro, para hacer más publicidad y generar más afluencia turística en el lugar?

- Si

- No
- ¿Por qué?

3.3. ¿Qué tipo de información le gustaría saber acerca de las plantas que se encontrarán en el jardín etnobotánico y recreacional en la parroquia de Tumbabiro?

- Medicinal
- Ornamental
- Ecológica
- Alimenticia
- Industrial
- Étnico-cultural

3.4. Qué tipo de servicios desearía Ud. Que se brinde en el jardín etnobotánico y recreacional.

- Baños de cajón
- Senderismo
- Caminatas guiadas
- Venta de cosméticos naturales
- Venta de artesanías.

3.5. ¿Qué opina Ud. de los tratamientos de salud alternativa?

- Son buenos por que benefician al cuidado de la piel.
- Son malos porque no tienen una base científica comprobada.
- Nunca los usaría.

3.6. ¿Qué tipo de beneficios cree Ud. que puede brindar los baños de cajón para la salud?

- Desintoxicación del cuerpo
- Bajar de peso.
- Mejora la circulación de la sangre.
- Disminuye los niveles de colesterol.

3.7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de baños de cajón?

- \$15
- Menos de \$15
- Más de \$15

3.8. ¿Qué tiempo estaría dispuesto a utilizar los baños de cajón por el valor aproximado a \$15?

- 30min
- 35min
- 40min
- 45min

3.9. Conoce Ud. si existe algún lugar de la provincia de Imbabura donde se ofrezca el servicio de baños de cajón.

- Si
- No
- Especifique el lugar.....

3.10. ¿Alguna vez Ud. ha probado cosméticos naturales?

- Si
- No

En caso de que su respuesta haya sido, identifique que productos a utilizado.

- Jabones
- Aceites
- Cremas
- Exfoliantes
- Shampoo
- Otros

3.11. Estaría dispuesto a utilizar cosméticos naturales que sean amigables con el ambiente.

- Si
- No

3.12. ¿Cuáles cree Ud. que son los beneficios de utilizar cosméticos naturales?

- No contienen aromas sintéticos y perfumes artificiales.
- Regeneración de la piel con eficacia.
- No contienen componentes químicos.
- No provocan reacciones alérgicas o efectos secundarios, salvo excepciones.
- No se realizan prácticas con animales.

3.13. ¿Cuál es el medio de su mayor preferencia para recibir información de servicios prestos en el jardín etnobotánico y recreacional?

- Aplicaciones de reserve (Booking, Expedia, AirB&B, otros)
- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- WhatsApp
- Correo electrónico
- Otra red de mensajería
- Radio y televisión
- Prensa escrita
- Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Página web en la que se muestran todos los servicios y catálogos de los cosméticos naturales que se venderán dentro del Jardín.

<https://macarenachinita27.wixsite.com/jard-n-etnobot-nico>



Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

