



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una plataforma digital FullPark que permite conocer, reservar e interactuar varias opciones de lugares turísticos en Ecuador ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito”.**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**AUTOR:**

**Bryan Josue Albán Estrella**

**TUTOR:**

**MSc. Nelly Armas**

**D.M. Quito, 21 de agosto 2022**

## **DEDICATORIA**

A mi madre por ser el pilar y la persona que me ha apoyado desde pequeño en cualquier proceso de mi vida, por ser mi inspiración de superación, por brindarme su sabiduría y valores para ser una excelente persona.

A mis hermanos y sobrino por ser siempre la fuente de inspiración para salir adelante y ser un ejemplo a seguir.

A mi persona favorita XZ por estar en mi vida hace dos años y que me ha apoyado en mi proceso estudiantil y amado desde el primer día que nos conocimos.

A todos ellos por permanecer, acompañarme y guiarme en mi vida, con mucho amor les dedico mi tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mi familia por estar siempre pendiente de mi proceso educativo como también de todas las personas cercanas por brindarme un apoyo incondicional para mi bienestar.

Agradezco a la institución “ITI” por el excelente método educativo en el cual estoy culminando.

Agradezco a mi tutora por brindarme su conocimiento y experiencia para la realización y culminación del proyecto.

## **AUTORIA**

Yo, Bryan Josue Albán Estrella autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



**Bryan Josue Albán Estrella**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

**MS.c Nelly Armas.**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Nelly Armas.

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: **MSc. Nelly Armas** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Bryan Josue Albán Estrella por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. Bryan Josue Albán Estrella realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una plataforma digital FullPark que permite conocer, reservar e interactuar varias opciones de lugares turísticos en Ecuador ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Nelly Armas**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Nelly Armas** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr Bryan Josue Albán Estrella, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una plataforma digital FullPark que permite conocer, reservar e interactuar varias opciones de lugares turísticos en Ecuador ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Bryan Josue Albán Estrella', written in a cursive style.

**MS.c Nelly Armas**

**Bryan Josue Albán Estrella**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
1. RESUMEN.....	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	3
Creación de la empresa .....	3
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	3
Importancia .....	3
Características .....	4
Turismo Experiencial .....	5
Medio Ambiente.....	5
Tamaño y distribución de la empresa.....	6
Creación y diseño página web .....	6
WORDPRESS.....	6
Características: .....	6
Página Multilingüe .....	8
Necesidades que satisfacer .....	8
Necesidad de seguridad.....	8
Necesidad Social de afiliación .....	9
Necesidad de Reconocimiento .....	9
Localización de la Empresa .....	10
Filosofía Empresarial .....	10
Misión .....	10



Visión .....	10
Valores .....	11
Objetivos Empresariales.....	12
Meta.....	13
Estrategias .....	13
Políticas.....	13
FODA .....	14
Fortalezas .....	14
Oportunidades .....	15
Debilidades.....	16
Amenazas .....	16
Desarrollo Organizacional .....	17
Estructura organizacional y Funciones .....	17
Méritos aspectos a considerar .....	18
Formalización.....	20
Centralización .....	20
Descentralización .....	20
Integración.....	21
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....	23
Objetivo de mercadotecnia.....	23
Investigación de mercado.....	23
Modalidad .....	24
Plan de muestreo .....	25
Análisis de la encuesta .....	26
Análisis General .....	36
Entorno Empresarial.....	37
Microentorno.....	37
Macro-entorno.....	39
Producto y servicio.....	41
Producto Esencial.....	41
Producto Real .....	42
Características .....	42
Calidad .....	43

Estilo .....	43
Marca.....	43
Plan de introducción al mercado .....	44
Logotipo .....	44
Características de logotipo .....	44
Alianzas con clientes.....	44
Costos y Precios FullPark .....	46
Alianza Estratégica.....	46
Redes Sociales.....	47
Implementación de Negocio .....	49
Creación Página web.....	49
Arriendo de local.....	49
Equipos de computación .....	49
Muebles y enseres .....	49
Equipos Industriales de seguridad.....	50
Suministros de oficina.....	50
Servicios básicos .....	50
Materiales de limpieza .....	51
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....	52
Registro de programa .....	52
Requisitos Obligatorios.....	52
Requisitos Especiales .....	52
Registro de Dominios.....	53
Servicio de Rentas Internas.....	53
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) .....	54
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....	55
Impacto Ambiental.....	55
Impacto Social.....	55
Valoración de negocios o emprendimientos pocos conocidos.....	55
Uso de herramientas tecnológicas .....	56
Intercambio cultural .....	56
6. PROCESO FINANCIERO .....	57
Introducción .....	57

Activos fijos .....	57
Activos Diferidos .....	57
Sueldos .....	58
Depreciación de activos fijos .....	58
Tabla de amortización .....	59
Capital de trabajo .....	59
Estructura capital .....	62
Punto de Equilibrio .....	62
Costo de ventas .....	64
Cálculo TIR Y VAN .....	65
CONCLUSIONES .....	67
RECOMENDACIONES .....	67
REFERENCIAS .....	68
ANEXOS .....	70
Anexo 1. Encuesta estudio de mercado plataforma FullPark .....	70
ANEXO 2. Reporte Anti plagio .....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Méritos aspectos a considerar, Gerente administrativo</i> .....	18
Tabla 2. <i>Méritos aspectos a considerar, Analista en marketing y manejo de datos.</i> 19	19
Tabla 3. <i>Pregunta 1 ¿Qué edad tiene? Quito</i> .....	26
Tabla 4. <i>Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos en la ciudad de Quito?</i> .....	27
Tabla 5. <i>Pregunta 3 ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los lugares turísticos en Quito?</i> .....	28
Tabla 6. <i>Pregunta 4. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?</i> .....	29
Tabla 7. <i>Pregunta 5. De las siguientes opciones indique cuál es de su mayor preferencia.</i> .....	30
Tabla 8. <i>Pregunta 6. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?</i> .....	31
Tabla 9. <i>Pregunta 7. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?</i> .....	32
Tabla 10. <i>Pregunta 8. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?</i> .....	33
Tabla 11. <i>Pregunta 9. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?</i> .....	34
Tabla 12. <i>Pregunta 10. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?</i> .....	35
Tabla 13. <i>Alianza estratégica</i> .....	46
Tabla 14. <i>Creación página web</i> .....	49
Tabla 15. <i>Arriendo de local</i> .....	49
Tabla 16. <i>Equipos de computación</i> .....	49
Tabla 17. <i>Muebles y Enseres</i> .....	49
Tabla 18. <i>Equipos Industriales de Seguridad</i> .....	50
Tabla 19. <i>Suministros de oficina</i> .....	50
Tabla 20. <i>Servicios básicos</i> .....	50
Tabla 21. <i>Materiales de limpieza</i> .....	51
Tabla 22. <i>Activos Fijos</i> .....	57
Tabla 23. <i>Activos diferidos</i> .....	57
Tabla 24. <i>Sueldos</i> .....	58
Tabla 25. <i>Depreciación de activos fijos</i> .....	58
Tabla 26. <i>Tabla de amortización</i> .....	59
Tabla 27. <i>Capital de trabajo</i> .....	60
Tabla 28. <i>Total de Inversión</i> .....	62
Tabla 29. <i>Estructura de capital</i> .....	62
Tabla 30. <i>Porcentaje de comisión</i> .....	63
Tabla 31. <i>Valor mínimo de personas por reservas mensual</i> .....	63
Tabla 32. <i>Valor neto</i> .....	64

Tabla 33. <i>Punto de Equilibrio</i> .....	64
Tabla 34. <i>Costo de Ventas</i> .....	65
Tabla 35. <i>Cálculo TIR Y VAN</i> .....	66

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. <i>Creación y diseño página web</i> .....	7
Ilustración 2. <i>Pirámide de Maslow</i> .....	8
Ilustración 3. <i>Localización de la Empresa</i> .....	10
Ilustración 4. <i>Valores Institucionales FullPark</i> .....	11
Ilustración 5. <i>Estructura Organizacional</i> .....	19
Ilustración 6. <i>Flujograma FullPark</i> .....	22
Ilustración 7. <i>Pregunta 1. Gráfico circular</i> .....	26
Ilustración 8. <i>Pregunta 2. Gráfico circular</i> .....	27
Ilustración 9. <i>Pregunta 3. Gráfico circular</i> .....	28
Ilustración 10. <i>Pregunta 4. Gráfico circular. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?</i> .....	29
Ilustración 11. <i>Pregunta 5. Gráfico circular</i> .....	30
Ilustración 12. <i>Pregunta 6. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?</i> .....	31
Ilustración 13. <i>Pregunta 7. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?</i> .....	32
Ilustración 14. <i>Pregunta 8. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?</i> .....	33
Ilustración 15. <i>Pregunta 9. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?</i> .....	34
Ilustración 16. <i>Pregunta 10. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?</i> .....	35
Ilustración 17. <i>Microentorno</i> .....	37
Ilustración 18. <i>Ubicación</i> .....	37
Ilustración 19. <i>Macro-entorno</i> .....	39
Ilustración 20. <i>Logotipo</i> .....	44
Ilustración 21. <i>Visita a los clientes</i> .....	45
Ilustración 22. <i>Visita a los clientes</i> .....	45
Ilustración 23. <i>Red Social Instagram</i> .....	47
Ilustración 24. <i>Red Social TikTok</i> .....	48
Ilustración 25. <i>Red Social Facebook</i> .....	48
Ilustración 26. <i>Registro de Dominio</i> .....	53
Ilustración 27. <i>Visita a los clientes</i> .....	78
Ilustración 28. <i>Visita a los clientes</i> .....	78
Ilustración 29. <i>Alianza estratégica</i> .....	79
Ilustración 30. <i>Alianza estratégica</i> .....	79

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una plataforma digital FullPark que permite conocer, reservar e interactuar varias opciones de lugares turísticos en Ecuador ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito”.**

**Bryan Albán**

Ing. Nelly Armas

D.M. Quito 21 de agosto 2022

## **1. RESUMEN**

El presente proyecto se realiza para identificar la factibilidad de una plataforma web que se dedica a la promoción de lugares turísticos poco conocidos en la ciudad de Quito, la cual consta de seis capítulos que presentan información detallada del estudio realizado.

El capítulo dos describe la organización empresarial como también la Creación de la empresa, Filosofía empresarial, Objetivos empresariales y también el Desarrollo empresarial.

El capítulo tres describe el proceso de investigación de mercados y marketing en el cual se desarrolla el objetivo de mercadotecnia, investigación de mercado, plan de muestreo, análisis de la encuesta propuesta y el plan de introducción al mercado.

El capítulo cuatro describe el proceso de derecho empresarial en el cual se desarrolla el registro de programa, registro de dominio, SRI e IESS.

El capítulo cinco describe el Proceso de Impacto Ambiental y Social en el cual se desarrolla el uso de herramientas tecnológicas y el intercambio cultural para la empresa.

El capítulo seis hace referencia al Proceso Financiero de la empresa mostrando el alcance monetario con un análisis detallado.



## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Creación de la empresa**

“FullPark” es una nueva plataforma web socialmente innovadora que se enfoca en mostrar atractivos turísticos de Quito poco conocidos y poder realizar reservas en las áreas recreativas como en sus alrededores, está dirigida a los turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza y la historia nacional.

Según el Ministerio de Turismo de Ecuador “los resultados de enero –mayo 2022 reflejaron cifras positivas en el sector turístico donde se registró un incremento de 188.516 visitantes no residentes en Quito” (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Turismo, 2022, p. 2), por lo que los lugares pocos frecuentados deben mostrarse a los turistas creando una página web que informe sobre los mismos.

### **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

#### **Importancia**

“FullPark” es la mejor opción de búsqueda para todos los usuarios amantes del turismo no conocidos. La plataforma tiene accesibilidad para que los usuarios registrados posteen sus vivencias con fotos, videos, reseñas y así recolectar más información de cada lugar visitado.

## **Características**

La página web “FullPark” ofrece promocionar lugares turísticos poco frecuentados o no conocidos mediante: descripciones, fotos, videos, enlaces de reserva directa a establecimientos que cuenten con su página web, reservas a establecimientos en zonas recreativas que no cuenten con este tipo de servicio y geolocalización de los diferentes sitios turísticos.

Todos los miembros de FullPark obtendrán información de lugares no reconocidos, pero ampliamente novedosos en Quito para el turismo.

La empresa tiene un contrato individual para su empleado basado en el Código de Trabajo de Ecuador fijando así su remuneración, esto conforme a lo que determina la ley y afiliación al seguro social. Dentro de los derechos se mencionan: afiliación desde el primer día y a percibir horas extras o suplementarias, décimo tercero y décimo cuarto sueldo, vacaciones remuneradas, licencia de maternidad y paternidad, licencia por enfermedad.

## **Turismo Experiencial**

Los autores señalan:

La experiencia turística es un conjunto de impresiones físicas, emocionales, interculturales y sensoriales que son percibidos de manera diferente por los turistas en el momento en que planifican su viaje, lo disfrutan e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y lo recuerdan (Otto & Ritchie, 1995, p. 165).

“El consumo se define como un comportamiento mediante el cual se aumenta la entropía a cambio de recompensas existenciales o experienciales” (Csikszentmihalyi, 2000, p. 267).

Gracias a los autores citados el turismo experiencial es la característica fundamental de “FullPark” ¿Por qué? Porque con la experiencia de cada turista en algún lugar de la ciudad se puede establecer una conexión entre visitantes y los espacios a donde se dirigen creando un vínculo de vivencias, experiencias y sensaciones para así crear ese recuerdo imposible de borrar, que pueda ser transmitido a los demás mediante la plataforma.

## **Medio Ambiente**

Mediante el Ecoturismo la página web incentivara ir a lugares turísticos dedicados al cuidado de la naturaleza y así concientizar en este tipo de visitas que consiste en: observar, aprender, explorar, experimentar y apreciar la biodiversidad.

También promueve la sostenibilidad ambiental sobre la conservación y preservación de la naturaleza (costas, ríos, fronteras, bosques, etc.). La no utilización

de envases plásticos tóxicos, la concientización en la práctica del reciclaje y reutilización de objetos cotidianos para darles una segunda vida útil, y más.

### **Tamaño y distribución de la empresa**

“FullPark” es una microempresa basada en una plataforma web la cual contará con un área específica para realizar el trabajo en home-office y dar seguimiento, promoción y resolución de problemas de la plataforma.

### **Creación y diseño página web**

“FullPark” es una plataforma web que será desarrollada por una empresa externa WORDPRESS, la cual es la encargada de la creación y desarrollo, mediante su fácil configuración.

### **WORDPRESS**

#### **Características:**

- El mejor alojamiento disponible
- Elimina los anuncios de WordPress.com
- Recibe pagos
- Soporte ilimitado por correo electrónico
- Servicio de soporte por chat
- Ingresos publicitarios

- Temas premium
- Sube vídeos
- Integración con Google Analytics
- Instala plugins y amplía las funciones de tu sitio web con acceso a más de 50.000 plugins de WordPress
- Herramientas SEO (optimización para motores de búsqueda) avanzadas
- Copias de seguridad automatizadas y restauraciones con un solo clic

El sitio web de la empresa será una herramienta de búsqueda para los turistas, por lo que es muy importante que contenga información sobre el servicio que ofrece.

El diseño de la página web debe ser lo más atractivo para la navegación de sus usuarios.

#### **Ilustración 1.**

*Creación y diseño página web*



Nota. El gráfico muestra el plan Business WordPress (2022)

## Página Multilingüe

La empresa “FullPark” está enfocada a turistas nacionales y extranjeros, por lo cual es necesario la instalación de un plugin gratuito mediante WordPress para la traducción de la página para aquellos usuarios, visitantes o turistas extranjeros que lo necesiten.

### WEGLOT TRANSLATE

Es un complemento de traducción líder de WordPress, en el que confían más de 60 000 usuarios en todo el mundo. Traducir su sitio web de WordPress a más de 110 idiomas, sin necesidad de codificación. (Wordpress, 2022)

## Necesidades que satisfacer

**Ilustración 2.**  
*Pirámide de Maslow*



Nota: El gráfico representa las necesidades humanas que consta de cinco niveles. Coelho (2019).

## Necesidad de seguridad

En la pirámide de Maslow “FullPark” está ubicada en la necesidad de seguridad como una tienda online. Se cumplirá gracias a una conexión segura en el proceso de registro de datos personales de cada usuario y teniendo en cuenta que previa la reserva por

“FullPark” los pagos por uso de servicios de cada establecimiento se lo realizará en sitio, cumpliendo así una política de tratamiento de datos fiable.

### **Necesidad Social de afiliación**

Escalando en la pirámide de Maslow la empresa cubre la necesidad social de afiliación y captación de clientes; una plataforma web como “FullPark” tiene lazos con las empresas de distintos lugares turísticos creando estrategias, descuentos y enlaces directos por medio de la plataforma para reservas.

### **Necesidad de Reconocimiento**

En la siguiente escala de la pirámide de Maslow, se encuentra las necesidades de reconocimiento; es decir trabajar en la fidelización de clientes posibles.

Redes Sociales, porque los objetivos en ellas son muy variados, en primer lugar, lo más importante es generar por medio de contenidos bien dirigidos un valor real de la marca hacia sus seguidores y potenciales clientes.

Las Redes Sociales son también un gran canal de atención al cliente como: responder dudas sobre el servicio de turismo. Y esto no sólo representa un añadido para el cliente, sino que permite nutrirse de feedback para mejorar continuamente tanto la página, como los lugares visitados.

## Localización de la Empresa

**Ilustración 3.**  
*Localización de la Empresa*



Nota: Pichincha-Quito, Av. Pedro Vicente Maldonado y la Cocha. Google maps (2022)

## Filosofía Empresarial

### Misión

“FullPark” potencializa la experiencia del cliente mediante su plataforma web para ayudar a los visitantes a encontrar, descubrir y reservar lugares no visitados de Quito.

### Visión

La empresa tiene una proyección hacia el 2030 ser líder en reservas digitales por medio de la plataforma web “FullPark” de las otras páginas en Quito. No basta con crear una plataforma online sino mejorarla, hacerla eficiente, lograr un diseño



adecuado, personalizado y conseguir que todos los usuarios encuentren su lugar favorito.

La visión se hace multidimensional y el objetivo fundamental se convierte en explotar el enorme potencial, no sólo desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista de la plena satisfacción de la demanda naciente y emergente, satisfacer las expectativas de los clientes. (Pastore, 2019, p. 5)

## Valores

**Ilustración 4.**  
*Valores Institucionales FullPark*



Nota: En la gráfica se representa los 6 valores básicos de la empresa.

- **Integridad:** Honestidad y transparencia dando la importancia a la confianza y el respeto de los clientes.
- **Dedicación:** Toda acción están enfocada en generar valor para los clientes y en convertir la plataforma en una referencia de éxito.

- Mejora continua: Aprender de los aciertos y errores para lograr una mejora continua en todos los aspectos del negocio, para así apuntar siempre a la eficiencia con la finalidad de crecer como una empresa sólida.
- Pasión: La pasión de la empresa es la búsqueda e interacción de los usuarios que ingresan a FullPark.
- Calidad: El diseño de la página web es intuitivo y dinámico, además los usuarios pueden dar reseñas de los lugares visitados.
- Trabajo en equipo: El trabajo en equipo eleva la potencia del talento colectivo para lograr el éxito empresarial como también la comunicación con los usuarios eleva el nivel de satisfacción de servicio.

### **Objetivos Empresariales**

- Crear una plataforma amigable de fácil accesibilidad y novedosa para el turista.
- Posicionar a la plataforma en el ranking SEO

El autor señala:

El SEO o posicionamiento SEO también es conocido como posicionamiento de tu sitio web, posicionamiento natural o posicionamiento en buscadores. Todos estos términos hacen referencia a lo mismo: la optimización de un sitio web para mejorar su posición en las SERPs (acrónimo de Search Engine Results Page) de Google o cualquiera de los otros motores de búsqueda. (GoDaddy guides, 2022)

- Crear conexiones con diferentes marcas y colocar la publicidad en la página web.
- Actualizar la página dependiendo de la vanguardia en el avance tecnológico.

### **Meta**

La empresa “FullPark” está enfocada en las reservaciones mediante la plataforma web de lugares turísticos poco conocidos en Quito y ser líderes en el mercado turístico.

### **Estrategias**

Diseño: La plataforma web está dedicada hacia el turista con un diseño realista con imágenes y vivencias en tiempo real, con una interacción de los usuarios y reseñas de lugares turísticos.

Plan estratégico de marketing: mediante publicidad dirigida utilizando las principales redes sociales y página web como: Twitter, Instagram y Facebook para mantener una comunicación constante con el público, por medio de ellas se darán a conocer el servicio de “FullPark” como buscador turístico.

### **Políticas**

- Brindar un curso de capacitación obligatorio a todo nuevo ingreso a la organización.

- Aportar soluciones a las necesidades de la comunidad que rodea la empresa como parte de los resultados finales de la misma.
- Brindar un espacio para sugerencias de clientes para las mejoras de la página web, como también de los lugares visitados.
- Brindar a los empleados de la empresa un entorno amigable, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.
- Valorar la ley y el bienestar común por encima de cualquier tipo de ingreso económico u oportunidad de mercado.

## **FODA**

“FODA es un acrónimo que se usa para describir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas específicas que son los factores estratégicos de una empresa”  
(Wheelen & Hunger, 2007, p. 10)

## **Fortalezas**

- Más clientes

La interacción en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok da la posibilidad a “FullPark” de conseguir visitantes desde cualquier punto y amplía la posibilidad de futuros usuarios en la interacción de la página.

- Sin horarios

La web está disponible al público todo el día y el cliente puede suscribirse e interactuar todo el tiempo que desee.

- Accesibilidad

La plataforma web de fácil acceso e interacción con el usuario.

- Geolocalización

La página web tiene geolocalización de los lugares turísticos a visitar.

- Las plataformas web permiten a los usuarios tener diferentes opciones de búsqueda lo que facilita la toma de decisión para realizar una reserva.
- Visualización de las actividades realizadas en los lugares turísticos producidas por otros usuarios para utilizar como punto de referencia a la hora de reservar y planificar un determinado viaje.
- Acceder a testimonios de otros visitantes resuelve la toma de decisiones a donde viajar.
- Encontrar nuevas propuestas de lugares poco frecuentados.

### **Oportunidades**

- El turismo es un sector en auge y pleno crecimiento, por lo que en un sector prometedor en el que se puede tener visión de permanencia y rentabilidad en el tiempo.
- Compartir las experiencias personales en redes sociales va en aumento y cada vez es más habitual hacerlo.

- Buena relación con establecimientos aliados.
- Generar contenido turístico de interés en la página web.
- Falta de mantenimiento en la infraestructura en los lugares turísticos, FullPark evidencia lugares no aceptables y promociona mejores instalaciones.

### **Debilidades**

El principal objetivo de FullPark será la generación de beneficios a sus inversionistas.

Por tanto, una debilidad que puede presentar este estudio es:

- Tiempo de reconocimiento mientras se da a conocer la plataforma web y se va generando información a través de sus propios usuarios.
- Negación de los establecimientos turísticos para establecer alianzas con FullPark.
- La plataforma web no funciona en modo off-line, es necesario la conexión a la red.

### **Amenazas**

- Gran cantidad de competidores que existen actualmente operando en el sector y además el crecimiento exponencial de los mismos.
- Adultos mayores no usarán la plataforma web debido al desconocimiento en el uso de las herramientas tecnológicas.

- No realizar reservaciones en la plataforma por ser nueva en el mercado.
- Virus y plagas que amenacen a los turistas en su visita.
- Inseguridad
- El turismo en masas trae desconformidad en los turistas como: ruidos y congestión de servicios públicos.

## **Desarrollo Organizacional**

### **Estructura organizacional y Funciones**

La estructura organizativa de la empresa “FullPark” se encuentra dividida en las siguientes áreas:

- Gerente Administrativo

Encargado de supervisar funciones de todas las áreas para un correcto manejo, responsable de la dirección de la empresa como representante legal de dominio, administrar, apoyar y supervisar plataforma web y a sus empleados, dando estabilidad corporativa y financiera.

Sueldo a pagar: 425.00

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 1.**  
*Méritos aspectos a considerar, Gerente administrativo*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias
<b>Tec. Administrador de Empresas</b>	5 años en administrador	Experiencia demostrable como un administrador de oficina, asistente de oficina o en un puesto pertinente. Excepcionales habilidades comunicativas e interpersonales. Excelentes capacidades de organización y de liderazgo.	Conocimiento en organización y planeación de empresas gestión del tiempo, toma de decisiones, actitud proactiva.

Nota: Requisitos a considerar instrucción formal, experiencia, capacitación y competencias.

- Analista en marketing y manejo de datos

Responsable en hacer que full FullPark sea una plataforma visible para el público, identificar y ejecutar oportunidades para mejorar el marketing. También la persona encargada de la publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok dando información clara para los usuarios de los contenidos de paquetes turísticos. Además de la fidelización del usuario hacia “FullPark” atendiendo las necesidades de las reseñas en la plataforma para poder resolverlas oportunamente.

Contrato individual: medio tiempo

Sueldo a pagar: 212.5

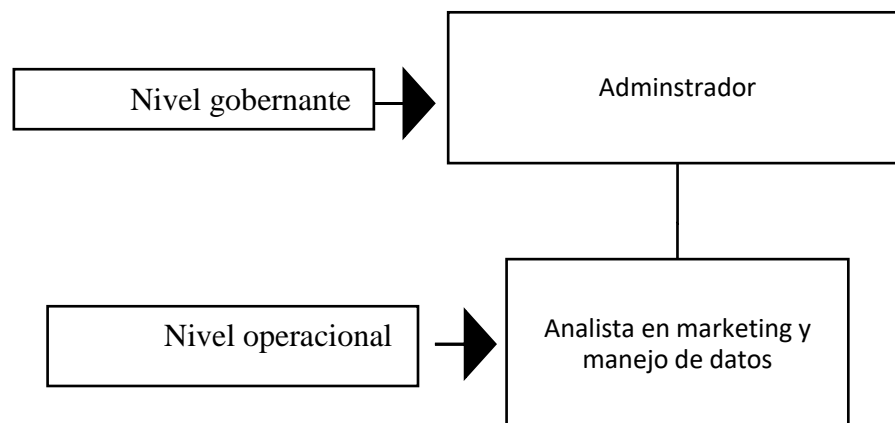


**Tabla 2.**  
*Méritos aspectos a considerar, Analista en marketing y manejo de datos*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias
Master en atención al cliente	2 años experiencia	Proporcionar un excelente servicio a fin de garantizar la fidelización de los compradores ya conseguidos y, también, ganar nuevos usuarios.	Diseñar estrategias para que en el proceso de servicio al cliente pueda cumplir con el objetivo de la empresa.

Nota: Requisitos a considerar instrucción formal, experiencia, capacitación y competencias.

**Ilustración 5.**  
*Estructura Organizacional*



## **Formalización**

“FullPark” será registrado en la ECUADORDOMAIN S.A(NIC.EC) previo la activación del dominio mediante EntornoDigital “dominio COM.EC sirve para identificarte con un nombre, producto, marca, etc. en Internet mediante una página web. La página web que está bajo dominio COM.EC escribirá en un navegador [www.tunombremarca.com.ec](http://www.tunombremarca.com.ec)” (Entorno Digital, 2022)

## **Centralización**

FullPark tiene tres protagonistas en la plataforma los cuales forman parte del entorno participativo de la organización.

En este sentido el autor señala “la centralización se refiere al grado en el cual el derecho para tomar decisiones y supervisar las actividades está concentrado en un punto de la estructura organizativa” (Fredrickson, 1986, p. 280)

## **Descentralización**

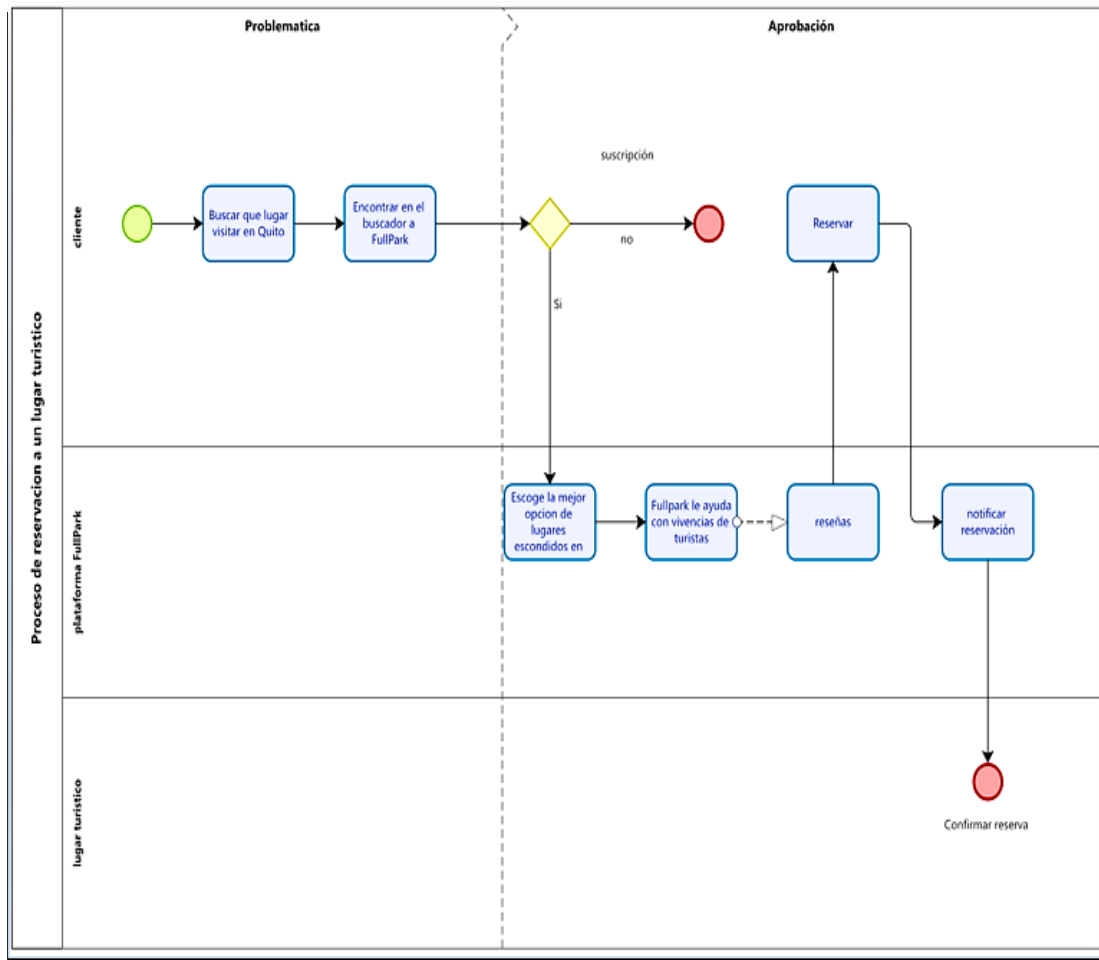
La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana, cada trabajador será responsable de su zona de trabajo, de cuidar sus herramientas y ayudar en la promoción de su trabajo y cada miembro de la empresa aportará con decisiones e ideas que ayuden a la empresa

a crecer. Mediante la participación de todos y cada uno de los miembros que conforman la empresa, los trabajadores se sentirán valorados y apreciados.

### **Integración**

Las integraciones de las diferentes funciones en la plataforma hacen que todos los estudios y habilidades de los especialistas en su ramo hagan posible la elaboración, creación y funcionamiento de la marca; es decir cada uno tiene su proceso y rol en la empresa que aportan ideas autónomas para mejora de la página web.

**Ilustración 6.**  
Flujograma FullPark



Nota. La gráfica muestra el proceso de búsqueda hacia FullPark.

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **Objetivo de mercadotecnia**

Posicionar la página web “FullPark” como una plataforma única y amigable para búsquedas de paquetes turísticos no convencionales a todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan Quito.

#### **Investigación de mercado**

La investigación de mercados de “FullPark” tiene como objetivo la recopilación de información de sus posibles usuarios que permitirá el análisis para la toma de decisiones de la plataforma web.

Por otro lado:

La investigación de mercado es definida como la recopilación y análisis de información en lo que respecta al mundo de la empresa y el mercado, esto se realiza de forma sistemática o expresa, y permite tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo”. (Centro de Estudios Financieros, 2019)

Los métodos realizados para la investigación son: método inductivo, para un análisis lógico y coherente ante la problemática de la decisión de paquetes turísticos y lugares más frecuentados para generar un estudio donde se establezca si la necesidad de encontrar más lugares a donde visitar es factible, además se revisará información de otros estudios que permitan obtener premisas del comportamiento y preferencias de los turistas del caso de estudio.

Además, el método deductivo: ayuda en un análisis profundo para llegar a identificar satisfacción, recomendación, frecuencia para el estudio de factibilidad de la empresa.

Estos métodos serán aplicados en una encuesta con preguntas de opción múltiple y cerradas.

### **Modalidad**

Para realizar el estudio de factibilidad de la plataforma “FullPark” la recolección de datos se realizó por medio de una encuesta a través de la herramienta GoogleForms destinada a un sector de la población de la ciudad de Quito.

La recolección de datos mediante la encuesta se procedió a enviar vía WhatsApp basada en 10 preguntas. (Ver Anexo 1)

### Plan de muestreo

El estudio se realiza en la ciudad de Quito dirigido al conjunto habitacional “Girasoles del sur 2” con una población de 154 personas entre 18 años en adelante los cuales tienen la capacidad de acceder a una página web y poseen las herramientas tecnológicas puesto que el presente emprendimiento está dirigido a este tipo de usuarios, definiendo así el universo de muestreo. Para determinar el número total de encuestados se realizó la siguiente fórmula:

Fórmula de la muestra con la población finita

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

$$n = \frac{154 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (154 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{148}{1,3429}$$

$$n = 110,14$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

## Análisis de la encuesta

### Pregunta 1

**Tabla 3.**  
*Pregunta 1 ¿Qué edad tiene? Quito*

¿Qué edad tiene?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
18-25 años	26	24%
26-30 años	28	25%
31-40 años	39	35%
41 o más	17	15%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 7.**  
*Pregunta 1. Gráfico circular*



**Análisis:** Los encuestados manifestaron que la mayoría son de 31-40 años, no obstante, el promedio general de es entre 18 a 40 años que da más del 50%. En este



análisis llega a la conclusión que el target de “FullPark” son usuarios jóvenes de la ciudad de Quito.

## Pregunta 2

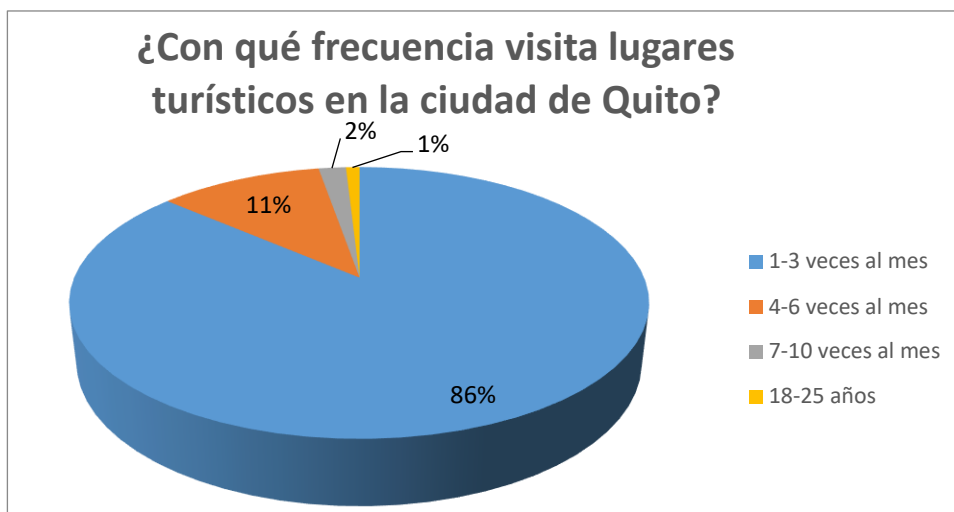
**Tabla 4.**

*Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos en la ciudad de Quito?*

¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos en la ciudad de Quito?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
1-3 veces al mes	95	86%
4-6 veces al mes	12	11%
7-10 veces al mes	2	2%
18-25 años	1	1%
<b>TOTAL GENERAL</b>	110	100%

**Ilustración 8.**

*Pregunta 2. Gráfico circular*



**Análisis:** De los 110 encuestados el 86% de las personas visitan de 1-3 veces al mes algún lugar turístico. Este resultado indica que la mayoría de los turistas tienen un viaje mínimo en Quito, por lo cual FullPark incentivará mediante la plataforma la promoción de más lugares turísticos y así crear la necesidad de visitarlos.

### Pregunta 3

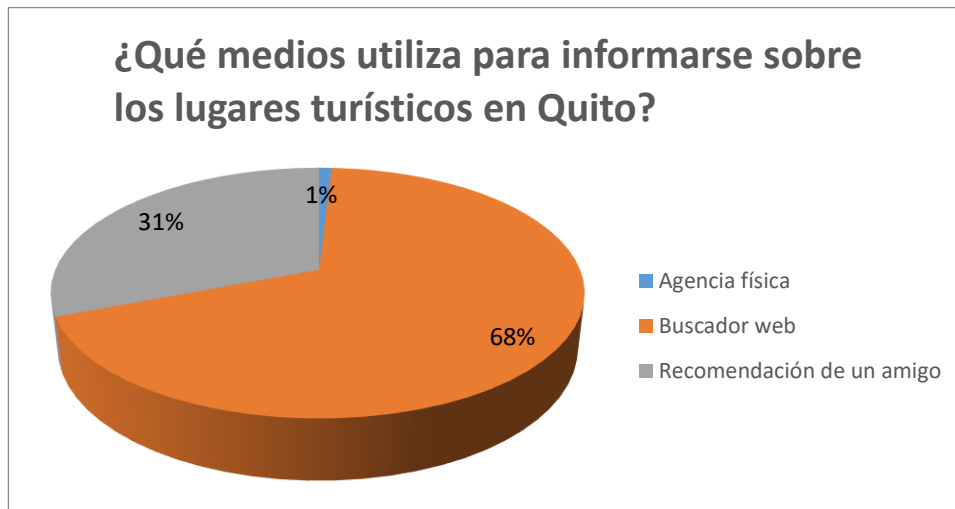
**Tabla 5.**

*Pregunta 3 ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los lugares turísticos en Quito?*

¿Qué medios utiliza para informarse sobre los lugares turísticos en Quito?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
Agencia física	1	1%
Buscador web	75	68%
Recomendación de un amigo	34	31%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 9.**

*Pregunta 3. Gráfico circular*



**Análisis:** Mediante la encuesta a 110 personas el 67.3% indica que se informa mediante un buscador web los lugares turísticos en Quito; es decir “Fullpark” tendría una buena acogida como una plataforma web que brinde información más rápida a sus usuarios de diferentes atracciones turísticas.

## Pregunta 4

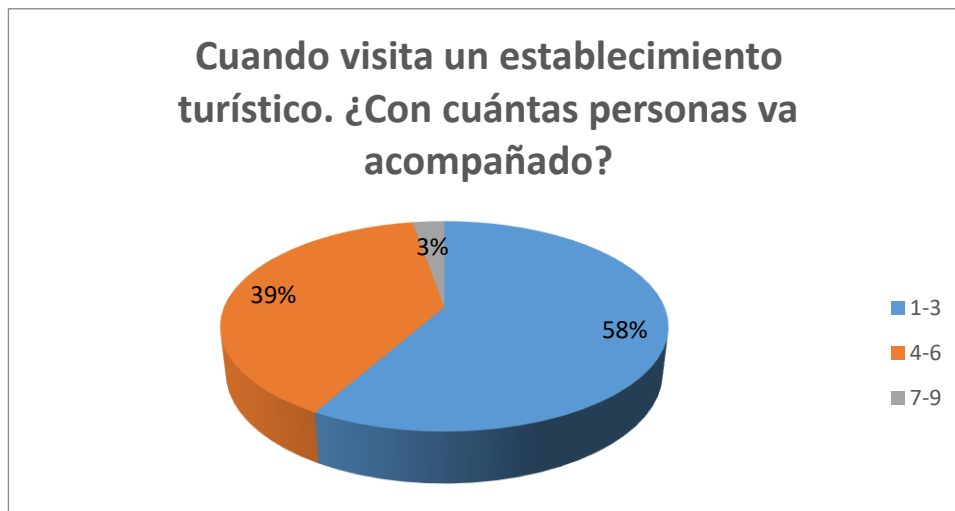
**Tabla 6.**

*Pregunta 4. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?*

Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
1-3	64	58%
4-6	43	39%
7-9	3	3%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 10.**

*Pregunta 4. Gráfico circular. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?*



**Análisis:** Mediante la encuesta realizada a 110 personas el 57% indica que van acompañadas entre 1- 3 personas. Este promedio de acompañantes da como resultado que por cada visitante pueden llegar al lugar turístico un promedio de 150 turistas al mes a cualquier lugar turístico y por lo tanto “FullPark” una plataforma viable para esas visitas.

## Pregunta 5

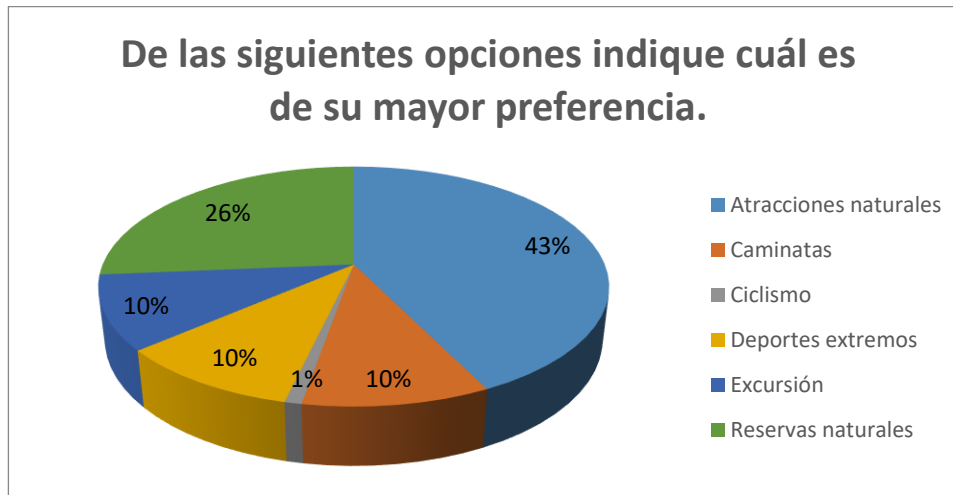
**Tabla 7.**

*Pregunta 5. De las siguientes opciones indique cuál es de su mayor preferencia.*

De las siguientes opciones indique cuál es de su mayor preferencia.		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
Atracciones naturales	47	43%
Caminatas	11	10%
Ciclismo	1	1%
Deportes extremos	11	10%
Excursión	11	10%
Reservas naturales	29	26%
<b>TOTAL GENERAL</b>	110	100%

**Ilustración 11.**

*Pregunta 5. Gráfico circular*



**Análisis:** El análisis de esta pregunta arroja que el 41.1% de las 110 encuestas prefiere ir de visita a atracciones naturales por lo que “FullPark” está enfocado. Entonces la plataforma web puede enfocarse a zonas naturales poco conocidas en Quito como también las reservas naturales que es su siguiente nivel de acogida.

## Pregunta 6

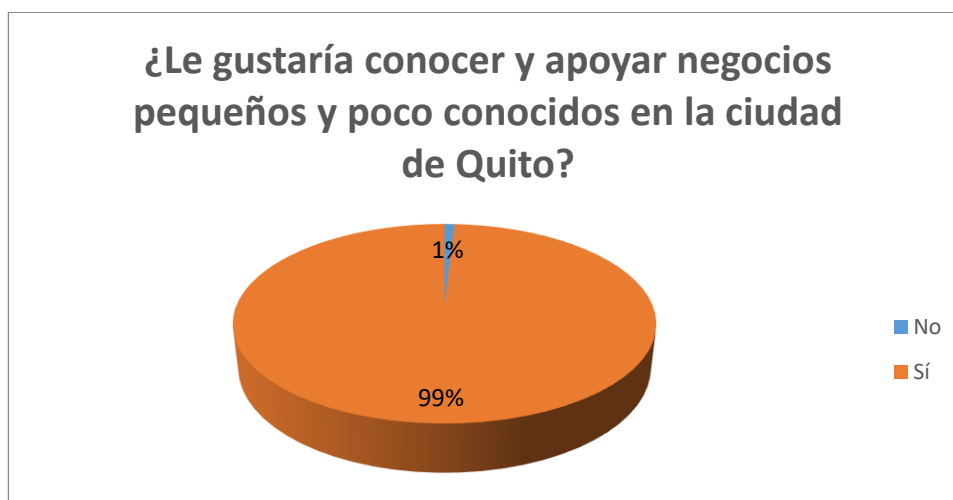
**Tabla 8.**

*Pregunta 6. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?*

¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
No	1	1%
Sí	109	99%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 12.**

*Pregunta 6. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?*



Análisis: Mediante el análisis de las 110 personas encuestadas arroja un promedio de 99.1% que sí les gustaría conocer, apoyar, negocios pequeños y pocos conocidos en Quito por lo que indica que “FullPark” tiene la suficiente acogida para promocionar establecimientos que están ubicados alrededor de los lugares turísticos para su consumo como restaurantes, hoteles, etc.

## Pregunta 7

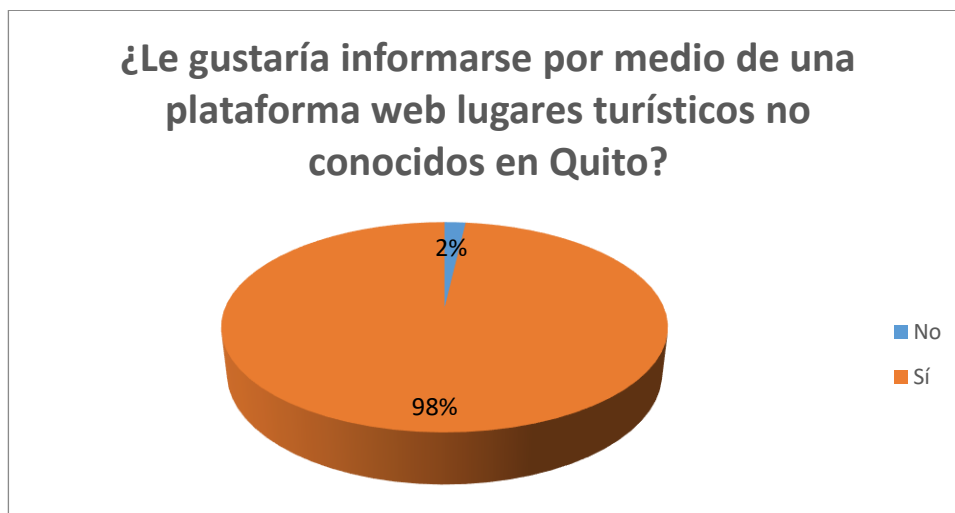
**Tabla 9.**

*Pregunta 7. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?*

¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
No	2	2%
Sí	108	98%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 13.**

*Pregunta 7. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?*



**Análisis:** Mediante la encuesta a 110 personas hay un 98.1% que es casi en la totalidad de las personas que sí les gustaría tener una plataforma web que informe sobre sitios turísticos creando la necesidad de las personas saber qué tipo de plataformas hay y “FullPark” posicionarse en el top 10 de páginas web en Quito.

## Pregunta 8

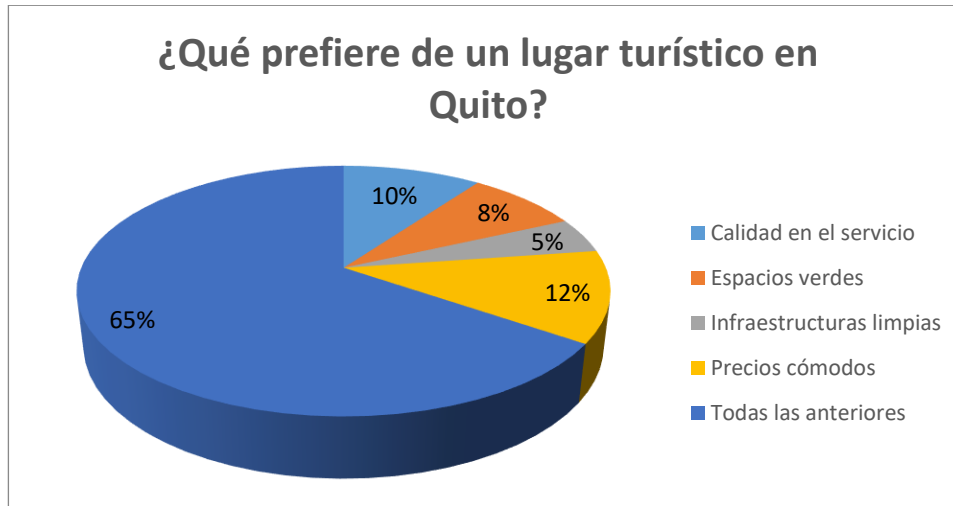
**Tabla 10.**

*Pregunta 8. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?*

¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
Calidad en el servicio	11	10%
Espacios verdes	9	8%
Infraestructuras limpias	5	5%
Precios cómodos	13	12%
Todas las anteriores	72	65%
<b>TOTAL GENERAL</b>	110	100%

**Ilustración 14.**

*Pregunta 8. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?*



**Análisis:** Mediante la encuesta realizada a 110 personas indican que el 64.5% están interesadas de diferentes lugares turísticos encaminados a la ideología de “FullPark” como son infraestructuras limpias, calidad de servicio, espacios verdes, etc. “FullPark” por ser una nueva plataforma dedicada a buscar lugares no conocidos y seguros para sus usuarios.

## Pregunta 9

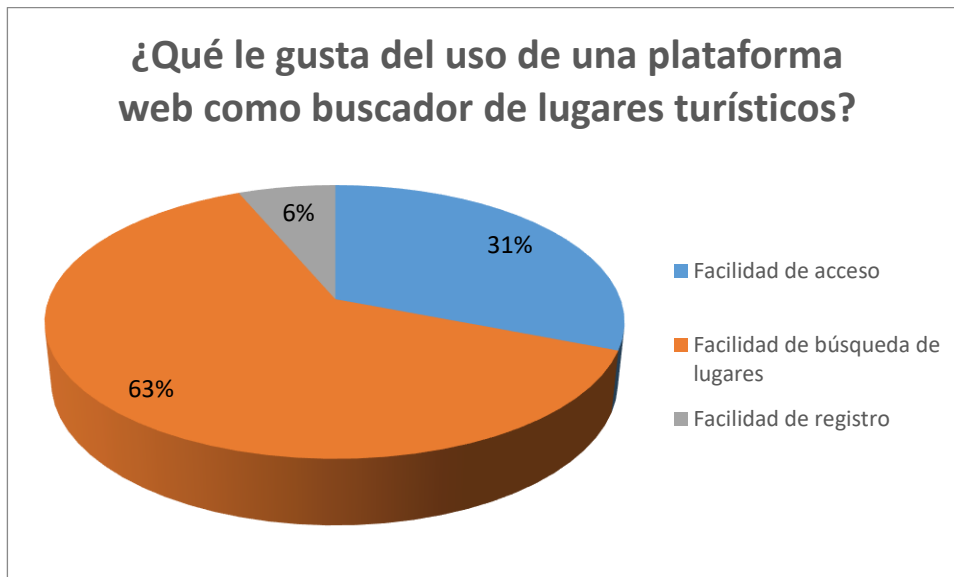
**Tabla 11.**

*Pregunta 9. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?*

¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
Facilidad de acceso	34	31%
Facilidad de búsqueda de lugares	69	63%
Facilidad de registro	7	6%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Ilustración 15.**

*Pregunta 9. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?*



**Análisis:** Mediante las encuestas a 110 personas el 61% de las personas indican que les gustaría en una plataforma web tener la facilidad de búsqueda de lugares y eso es el objetivo general de “FullPark” entonces la conclusión de esta pregunta es que la plataforma tendría mayor acogida para la búsqueda de lugares.



## Pregunta 10

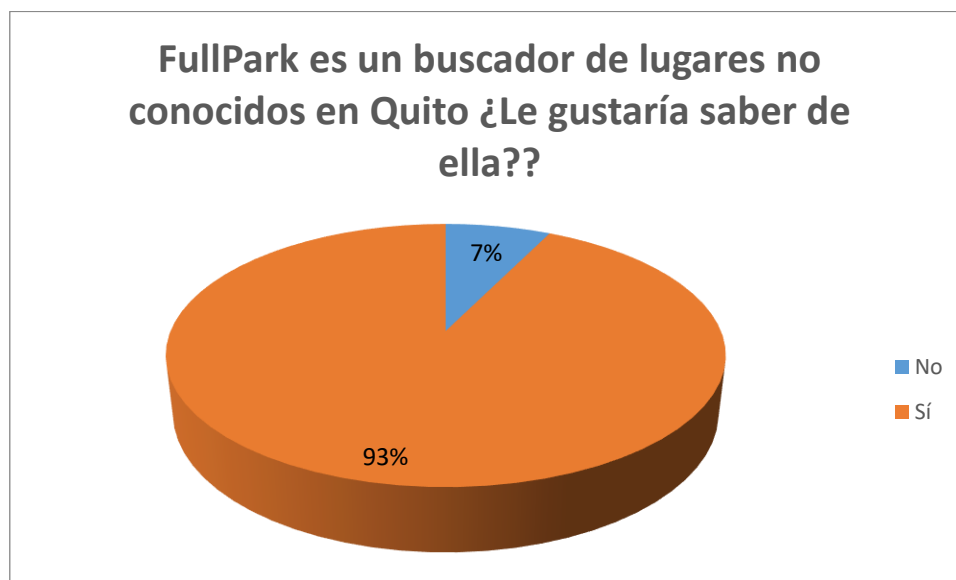
Tabla 12.

Pregunta 10. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?

FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?		
RESPUESTAS	CANTIDAD	Porcentaje
No	8	7%
Sí	102	93%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Ilustración 16.

Pregunta 10. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella??



**Análisis:** Mediante la encuesta a 110 personas el 92.5% escogieron la opción “Sí”, indicando que les gustaría saber sobre la plataforma web “FullPark”. Esto da un resultado de casi la totalidad están interesados y poder seguir realizando el estudio de la misma.

## **Análisis General**

Una vez realizada la encuesta se procede al análisis general para poder definir el nivel de aceptación del estudio sobre la plataforma web “FullPark” y tabulados los resultados se concluye:

Los potenciales usuarios para “FullPark” están en un rango de edad entre 31-40 años los cuales indican que la frecuencia de visita a los lugares turísticos en Quito es de 1-3 veces al mes, prefieren un buscador web como medio de información con una aceptación del 65% y que van acompañados de 1-3 personas en cada visita.

Mediante el análisis de las encuestas realizadas se observa como punto referencial según los gustos de las personas la aceptación por las zonas naturales en Quito.

Por otro lado, la investigación de mercado resalta la mayor acogida para el apoyo hacia negocios pequeños y poco conocidos en Quito con una aceptación del 96%, de igual manera la preferencia de una plataforma web como medio de información de lugares turísticos poco conocidos.

El 61% de encuestados prefieren una plataforma la cual les facilite la búsqueda de atractivos turísticos en Quito, por lo tanto, se creó una necesidad ante las personas que indudablemente “FullPark” la puede satisfacer.

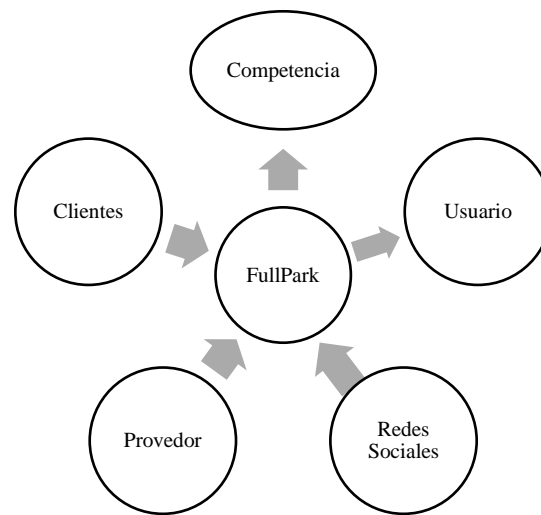
Finalmente, mediante la encuesta se concluyó que el 92.5% de los encuestados están interesados en conocer qué plataforma está dedicada a la investigación y promoción de lugares turísticos teniendo una acogida casi en su totalidad, haciendo que la creación de la plataforma web “FullPark” sea factible.

## Entorno Empresarial

### Microentorno

Considerando que “FullPark” es una plataforma web su microentorno tiene un impacto directo de fuerza externa.

**Ilustración 17.**  
*Microentorno*



**Ilustración 18.**  
*Ubicación*



Nota. La gráfica muestra la ubicación de FullPark Av. Maldonado y La Cocha. Google maps (2022)

- **Competencia directa**

Las competencias directas para “FullPark” son las plataformas digitales internacionales Booking y Trivago las cuales se dedican al reconocimiento de hospedaje de cualquier usuario en cualquier país.

- **Competencia indirecta**

Existen diferentes plataformas digitales que se dedican a ofertar lugares turísticos reconocidos internacionalmente (VIP), por ello son competencias indirectas para “FullPark” como son: AirBNB, Minube.

- **Proveedor**

El principal y único proveedor de FullPark es una empresa externa quien se encarga de la creación y mantenimiento de la plataforma web.

La empresa elegida por sus beneficios como:

- **Calidad**

Experiencia en creación y mantenimiento de páginas web

Precio accesible

- **Clientes**

Los clientes principales hacia la plataforma web son los propietarios de los establecimientos con los cuales se crearán alianzas estratégicas que alimentarán a FullPark con la diversidad de servicios.

- **Redes Sociales**

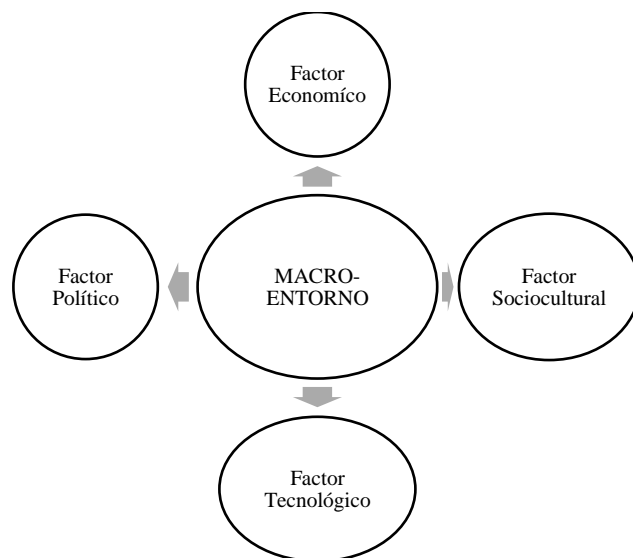
El marketing se realiza por medio de las redes sociales es por eso que forma parte del micro-entorno de FullPark y además los usuarios podrán ingresar sus comentarios a las mismas donde ayudarán para la mejora continua de la página.

- **Usuarios**

Son todas las personas que harán uso de la plataforma FullPark con la necesidad de encontrar un lugar turístico poco conocido en Quito.

### **Macro-entorno**

**Ilustración 19.**  
*Macro-entorno*



- **Factor Político**

El Factor Político de la materia normativa para FullPark en el macro-entorno está regulado por el Congreso Nacional que indica:

Cumplimiento de formalidades- Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley. Art.45-De los servicios electrónicos (Nacional, 2002).

FullPark realizará la elaboración de la página web dentro de los límites legales donde estará detallado todas las políticas, registro e información clara y precisa a lo que la plataforma se dedica para sus usuarios.

- **Factor Económico**

Ecuador y el mundo tuvo un declive en la parte económica y a su vez el reinicio del turismo después de la crisis sanitaria, por lo mismo varios de los lugares turísticos tienen poca acogida de visitantes en sus establecimientos. FullPark tiene como objetivo principal promover el turismo de las mismas mediante la plataforma.

- **Factor Socio-cultural**

El factor Socio-cultural para FullPark impacta el interés para estimular a los turistas hacia la cultura y el medio ambiente que nos proporciona Quito y a su vez el potenciar el atractivo turístico de destino.

- **Factor Tecnológico**

El Factor tecnológico es el punto clave para la plataforma por que los avances de dispositivos móviles generan un fuerte impacto para la búsqueda mediante las redes sociales, el progreso de la actividad turística. FullPark mantendrá al turista más informado en cualquier momento, además la plataforma tendrá una opción dentro de la plataforma donde podrá viajar directamente a las páginas de los establecimientos para realizar su reserva.

### **Producto y servicio**

“FullPark” es una plataforma web enfocada en mostrar atractivos turísticos poco conocidos en Quito, como también áreas recreativas y los lugares de sus alrededores como hoteles, restaurantes pequeños (también conocidos como huecas), para turistas nacionales y extranjeros.

### **Producto Esencial**

La página web FullPark satisface las necesidades de sus usuarios quienes buscan lugares poco frecuentados o no conocidos en la ciudad de Quito mediante una interfaz que muestra descripciones, fotos, videos, enlaces de reserva.

## **Producto Real**

“FullPark” es una plataforma web que funciona como buscador de lugares turísticos que ofrece los siguientes servicios:

- **Motor de búsqueda**

FullPark tendrá tres categorías que son: Deportes Extremos, Atracciones Naturales y Huecas.

- **Creación de Contenido**

La plataforma FullPark promociona lugares turísticos de cada categoría con información clara de las actividades a realizar, fotos, videos, geolocalización y redes sociales.

- **Reserva**

FullPark tiene la opción de enlaces directos de los establecimientos en los cuales es posible realizar la reserva.

Para los negocios que no cuenten con una página web: FullPark se encarga de realizar reservas de las mismas, mediante un enlace en el cual el usuario tendrá que proporcionar la información personal y FullPark confirmara disponibilidad hasta 24 horas debido a que es necesario comunicarse con los clientes (aliados) para confirmar la reserva.

## **Características**

La plataforma web FullPark tiene como características:

- Entorno intuitivo



- Fácil acceso
- Diseño gráfico amigable

### **Calidad**

Para la creación de la plataforma web FullPark se tiene en cuenta las políticas de servicio como:

- Filtración de comentarios malintencionados
- Tiempo eficaz de respuesta al usuario
- Monitoreo constante de quejas y sugerencias
- Verificación de seguridad de los establecimientos aliados

### **Estilo**

El estilo de la plataforma para la creación de la página FullPark se encuentra a la vanguardia tecnológica mediante gráficos e ilustraciones de alta calidad de los lugares turísticos dando un estilo dinámico y motivacional para sus usuarios.

### **Marca**

FullPark está conformado por dos palabras, Full= jerga usada en Quito para intensificar una palabra y Park= palabra en inglés que su significado es parque y que denota todos los lugares turísticos pocos conocidos.

La unión de las dos palabras da vida al nombre de la empresa y así dar la bienvenida a los usuarios.

## Plan de introducción al mercado

### Logotipo

Ilustración 20.  
Logotipo



### Características de logotipo

- FullPark: nombre de empresa
- Árbol: Referencia a lugares turísticos
- Eslogan: Atractivos turísticos
- Color Verde: Reservas naturales
- Color amarillo: Actividades de deporte
- Color morado: Diversidad de servicios
- Color blanco (fondo): Resalta elementos de logotipo

### Alianzas con clientes

Para realizar las alianzas con los clientes (gastronomía, hospedaje y áreas recreativas)

FullPark mantiene diálogos para conseguir autorización de los propietarios o administradores de los establecimientos para llegar a un acuerdo monetario de la promoción de los mismos.

- Visita a los clientes:

FullPark realiza trabajo de campo realizando visitas a los lugares turísticos y a su vez recopilando información de los futuros clientes que se encuentran alrededor de las mismas.

**Ilustración 21.**

Visita a los clientes



**Ilustración 22.**

Visita a los clientes



- Alianza Estratégica:

En las visitas a los lugares turísticos FullPark realiza alianzas con los clientes indicando su cartera de servicios como la promoción de los locales en la plataforma y para ello se acuerda un porcentaje del valor económico de cada uno de los usuarios que realicen reservas o visiten los lugares y que hayan sido realizadas por medio de FullPark. (ver anexo 4)

## Costos y Precios FullPark

### Alianza Estratégica

Tabla 13.  
Alianza estratégica

Precio de servicio por establecimiento (Dólares)	Porcentaje de comisión FullPark 1-10 personas (Porcentaje)	Porcentaje de comisión FullPark 11-20 personas (Porcentaje)	Porcentaje de comisión FullPark 21 o más personas (Porcentaje)
1-5 \$	10%	11%	12%
6-10\$	15%	16%	17%
11 o más	20%	21%	22%

FullPark no tiene un costo y precio específico, la remuneración de la plataforma es directamente proporcional al valor del servicio de cada establecimiento aliado; es decir la alianza estratégica como se muestra en la tabla 13, son porcentajes que varían dependiendo del valor final vendido a los usuarios que mediante la plataforma accedieron al servicio de los establecimientos turísticos.

## Redes Sociales

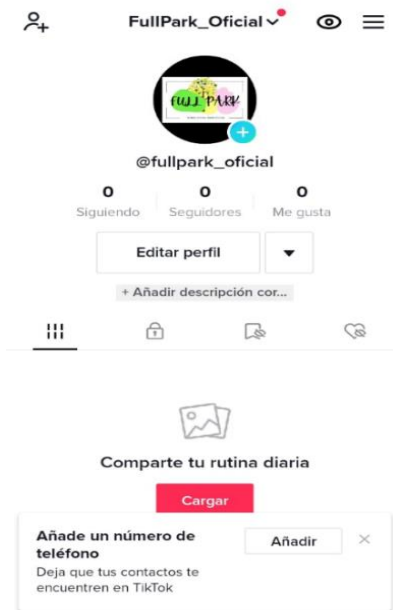
La plataforma web FullPark se introduce al mercado mediante las redes sociales Facebook, Tik Tok e Instagram por medio de:

- Videos promocionales: con logotipo de empresa donde indica el funcionamiento e información de la plataforma.
- Posteo frecuente de los servicios de la plataforma

**Ilustración 23.**  
*Red Social Instagram*



**Ilustración 24.**  
Red Social TikTok



**Ilustración 25.**  
Red Social Facebook



## Implementación de Negocio

### Creación Página web

**Tabla 14.**  
*Creación página web*

Creación página web	
Pago Mensual	Pago Anual
25.00	300.00

### Arriendo de local

**Tabla 15.**  
*Arriendo de local*

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
0	0	0

### Equipos de computación

**Tabla 16.**  
*Equipos de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Macbook air 13"	2	\$1070.00	\$2140.00
<b>TOTAL</b>			\$2140.00

### Muebles y enseres

**Tabla 17.**  
*Muebles y Enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas de oficina	2	\$25,00	\$50.00
Escritorios de oficina	2	\$50,00	\$100,00
<b>TOTAL</b>			\$150,00

## Equipos Industriales de seguridad

**Tabla 18.**  
*Equipos Industriales de Seguridad*

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	3	\$15.00	\$45.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$10.00	\$20.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	4	\$3.00	\$12.00
<b>TOTAL</b>			\$77,00

## Suministros de oficina

**Tabla 19.**  
*Suministros de oficina*

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond	5	\$2,50	\$12,50
Grapadora	2	\$3,00	\$6,00
Grapas (caja)	5	\$1,50	\$7,50
Caja de resaltadores por docena	1	\$6,00	\$6,00
Caja de esferos BIC (rojo, azul, negro)	2	\$7,50	\$15,00
Perforadora	3	\$3,00	\$9,00
Libreta	3	\$1,10	\$3,30
Carpeta de cartón	10	\$0,35	\$3,50
Tijera	3	\$0,75	\$2,25
Caja de lápices Bic.	2	\$2,25	\$4,50
Borradores	5	\$0,25	\$1,25
<b>TOTAL</b>			\$70,80
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$849,60

## Servicios básicos

**Tabla 20.**  
*Servicios básicos*

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$5.60
Luz	\$18.00
Teléfono	\$6.20
Internet	\$16.00
<b>TOTAL</b>	\$45.80
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$549.60



## Materiales de limpieza

**Tabla 21.**  
*Materiales de limpieza*

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL V.</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$2.50	\$2.50
Trapeador	1	\$3.75	\$3.75
Cloro 1 Gal	1	\$4,00	\$4,00
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$7,00	\$7,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	2	\$1,50	\$3,00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$4,25	\$4,25
Papel higiénico de 12 unidades	2	\$5,25	\$10,50
Toalla de papel	2	\$2,25	\$4,50
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	2	\$7,00	\$14,00
<b>TOTAL</b>			\$53,50
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$642,00

## **4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

Para la ejecución de la plataforma web FullPark es necesario realizar trámites legales referentes a software ya que se trata de una herramienta tecnológica y además los permisos pertinentes correspondientes a una microempresa.

### **Registro de programa**

Tramite orientado a realizar el Registro de Software, el cual brinda una presunción de titularidad de los derechos morales y patrimoniales de autor sobre un Programa de Ordenador o Base de Datos. Inicia con el ingreso de la solicitud de registro en línea y finaliza con la emisión del Certificado de Registro para gestionar cualquier tipo de derecho intelectual. (SENADI, 2020)

En el Ecuador es necesario realizar el derecho intelectual. FullPark es una microempresa que se desempeña como persona jurídica de derecho público la cual mediante el Registro de Programa de Ordenador y Base de Datos realiza su trámite legal, para lo cual es necesario presentar los siguientes requisitos:

### **Requisitos Obligatorios**

- Solicitud de Registro de Programas de Ordenador (Software).
- Comprobante de pago de tasa.

### **Requisitos Especiales**

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Nombramientos o contratos bajo relación de dependencia

## Registro de Dominios

Un proceso importante después de registrar el software es el registro de dominio, el cual sirve para poder encontrar la página web mediante su URL oficial.

**Ilustración 26.**  
*Registro de Dominio*



Nota. El gráfico muestra la simulación del registro a FullPark y su nombre disponible para el dominio. (NIC.EC, 2021)

## Servicio de Rentas Internas

El proceso de legalización de la microempresa FullPark en el Servicio de Rentas Internas(SRI) es necesaria los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público. (SRI, 2022)

**IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

## **5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL**

### **Impacto Ambiental**

El autor nos indica que “el uso de cursos en línea, plataformas de streaming, redes sociales, búsquedas de Internet o las redes de comunicación en general, generan una alta cantidad de CO2 al medio ambiente y por lo tanto contaminan la atmósfera.” (Expreso, 2022)

El uso de internet a nivel global genera un impacto ambiental por lo que la plataforma FullPark para aportar al medio ambiente realiza las siguientes acciones:

- Concientizar a los usuarios de la plataforma en el cuidado de las áreas visitadas.
- Concientizar mediante publicidad en la plataforma a los usuarios sobre el reciclaje.
- Concientizar mediante publicidad en la plataforma a los usuarios sobre el ahorro de energía y agua.

### **Impacto Social**

#### **Valoración de negocios o emprendimientos pocos conocidos**

En la ciudad de Quito existen varios lugares de turismo que tienen muchos establecimientos que son poco conocidos y que no son tomados en cuenta para la promoción de diferentes plataformas dedicadas al turismo, por lo que la plataforma FullPark está focalizada en fomentar estos atractivos turísticos a los usuarios creando así una cultura de apoyo a los pequeños comerciantes.

**Uso de herramientas tecnológicas**

No es común el uso de las herramientas tecnológicas en los emprendimientos informales para dar publicidad de sus productos y servicios, es por eso que FullPark reconociendo esta necesidad busca aportar en el crecimiento y desarrollo de estos negocios mediante las alianzas para la promoción de los mismos.

**Intercambio cultural**

El enfoque de la plataforma FullPark es el conocer diferentes áreas turísticas en la ciudad de Quito por lo que los usuarios tendrán un impacto social al conocer los diferentes ámbitos culturales, ambientales y gastronómicos.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### Introducción

Para el análisis financiero de la empresa “FullPark” es importante resaltar que se trata de una plataforma web por lo cual se presenta proyecciones de gastos y ganancias de la empresa.

### Activos fijos

Al tratarse de una plataforma web, FullPark no necesita adquirir un local físico u oficina para la atención a los usuarios, sin embargo, la estación de trabajo para la creación, seguimiento y modificación de la página web tiene los siguientes activos fijos:

**Tabla 22.**  
*Activos Fijos*

Muebles y enseres	\$150.00
Equipos de computación	\$2140.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2290.00</b>

### Activos Diferidos

Para la creación de la empresa FullPark es necesario detallar los gastos incurridos de inscripción, registros y legalización de la plataforma

**Tabla 23.**  
*Activos diferidos*

Registro de software	\$16.00
Registro de dominio	\$35.00
Escritura pública de constitución de la empresa	\$140.00
Gastos legales	\$100.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$291.00</b>

## Sueldos

A continuación, se presenta los valores de los sueldos de la empresa Fullpark teniendo en cuenta las aportaciones al IESS y derechos al décimo tercero y décimo cuarto.

**Tabla 24.**  
*Sueldos*

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS Patronal (12,15%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Gerente	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 51,64	\$ 623,07	\$ 7.476,85
Analista	1	\$ 212,50	\$ 17,71	\$ 17,71	\$ 25,82	\$ 339,89	\$ 4.078,63
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 637,50</b>	<b>\$ 53,13</b>	<b>\$ 53,13</b>	<b>\$ 77,46</b>	<b>\$ 962,96</b>	<b>\$ 11.555,48</b>

## Depreciación de activos fijos

La depreciación de los activos fijos en la empresa FullPark está generada según los porcentajes determinados por la normativa contable el método de depreciación aplicado es el método porcentual de activos fijos el cual indica que los Muebles y enseres se deprecian a un porcentaje del 10% anual, mientras que los Equipos de Computación se deprecian en un porcentaje del 33.33% anual, según se detalla en la tabla adjunta.

La depreciación está basada por el régimen tributario en porcentajes.

**Tabla 25.**  
*Depreciación de activos fijos*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	Pago anual
Muebles y enseres	\$150	10%	\$15.00
Equipos de computación	\$2140	33.33%	\$713.26
<b>TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$728.26</b>



### Tabla de amortización

La empresa FullPark tendrá un capital obtenido mediante una entidad bancaria la misma que tiene un interés del 13% para un valor de \$5000.00 por un lapso de 5 años.

**Tabla 26.**  
*Tabla de amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	5000			
TASA	13%			
PLAZO	3			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	5000
1	2117,61	650,00	1.467,61	3.532,39
2	2117,61	459,21	1.658,40	1.873,99
3	2117,61	243,62	1.873,99	0,00

### Capital de trabajo

“El capital de trabajo es la inversión que realiza la empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar, inventarios) teniendo siempre en cuenta que su administración determina la posición de liquidez de la empresa” (Weston & Brigham, 1994)

En el caso de FullPark el capital de trabajo se refiere a todos los gastos mensuales que se incurre para el funcionamiento de la empresa.

**Tabla 27.**  
*Capital de trabajo*

Costo creación de página	\$25.00
Costo de mantenimiento	\$30.00
Sueldos	\$962.96
Servicios básicos	\$45.80
Arriendo de local	\$0.00
Equipos industriales de seguridad	\$77.00
Suministros de oficina	\$70.80
Materiales de limpieza	\$53.50
Gastos de captación clientes	\$100.00
Otros gastos extraordinarios	\$100.28
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$1465.34</b>
Nro. meses	3
<b>Total</b>	<b>\$4396.02</b>

- **Costo creación de página**

Para la creación de la plataforma web FullPark se realizó la contratación de una empresa externa dedicada específicamente en la creación de páginas web con beneficios como: Hosting de 4GB, correos ilimitados, acceso a Webmail, video tutoría para administrar la web, 1 dominio (.com, .net, .org).

Costo de creación de página web es de 25.00 prorrateado a un año, total de la creación de la página web 300.00

- **Costo mantenimiento de página web**

Es necesario incurrir en el pago mensual a la misma empresa creadora para la mejora continua de la página web según las sugerencias y necesidades de los usuarios y clientes.

- **Servicios básicos**

Los servicios básicos de luz y agua son inherentes al giro del negocio, sin embargo, es necesario enfatizar en la contratación de un servicio óptimo y buena calidad de

internet debido a que la funcionalidad de la plataforma depende directamente de este, teniendo en cuenta un único valor por instalación.

- **Sueldos**

Los sueldos están definidos de acuerdo al código de trabajo. (ver Desarrollo Organizacional)

- **Arriendo local**

La empresa FullPark tiene su estación de trabajo en casa del titular y dueño de la página web (ver Ilustración 16), por lo cual FullPark tiene gasto en cero por arriendo de local.

- **Gastos captación clientes**

Este rubro está destinado para poder realizar las visitas a los actuales y futuros clientes de la plataforma teniendo en cuenta que para poder promocionar los lugares turísticos es necesario realizar los pagos de transporte, alimentación y acceso durante las visitas.

Este valor es aproximado lo cual se detallada en la siguiente tabla.

- **Otros gastos extraordinarios**

Podemos tener en cuenta gastos extraordinarios que no sean habituales o previstos y que surjan de las operaciones de la empresa.

### Total de Inversión

Total inversión tiene detallado todos los valores sumados en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo en tres meses de labor; dando como resultado el Total.

**Tabla 28.**  
*Total de Inversión*

Total Activos Fijos	\$2290.00
Total Activos Diferidos	\$ 291.00
Total Capital Trabajo	\$4396.02
<b>Total</b>	<b>\$6977.02</b>

### Estructura capital.

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. **Fuente especificada no válida..**

**Tabla 29.**  
*Estructura de capital*

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
	Valor	Estructura
Capital Propio	1977.02	28.34%
Capital Financiero	5000.00	71.66%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>6977.02</b>	<b>100%</b>

### Punto de Equilibrio

Para el análisis del punto de equilibrio se toma en cuenta los valores de la tabla 19 Capital de Trabajo los cuáles son los costos fijos que tiene la empresa FullPark que

cubre de forma mensual con el valor neto de servicio el cual se explica en las siguientes tablas:

**Tabla 30.**  
*Porcentaje de comisión*

	Precio de servicio por establecimiento	Porcentaje de comisión FullPark	Porcentaje de comisión FullPark	Porcentaje de comisión FullPark
		X	Y	Z
	(Dólares)	1-10 personas	11-20 personas	21 o más personas
A	1-5 \$	(AX) 10%	(AY) 11%	(AZ) 12%
B	6-10\$	(BX) 15%	(BY) 16%	(BZ) 17%
C	11-15\$	(CX) 20%	(CY) 21%	(CZ) 22%

El porcentaje de ganancia para la empresa FullPark está relacionado al valor de los servicios por establecimiento y al número de personas de cada reserva realizada en la plataforma web. Ejemplo:

Escenario AX: 10% comisión = (1-5\$, 1-10 personas)

**Tabla 31.**  
*Valor mínimo de personas por reservas mensual*

# RESERVAS	# PERSONAS		
6	9 (AX)	17 (AY)	24 (AZ)
5	8 (BX)	17 (BY)	22 (BZ)
5	9 (CX)	16 (CY)	22 (CZ)

La tabla muestra el número de reservas mínimas con relación al número de personas por el porcentaje de ganancia indicado en tabla 23 necesario para alcanzar el punto de equilibrio mensual.

**Tabla 32.**  
*Valor neto*

# RESERVAS	# PERSONAS		
6	3	10	21
5	5	13	21
7	9	15	22
VALOR (x persona)	SERVICIOS PRESTADOS		
\$5	\$ 9,00	\$ 33,00	\$ 75,60
\$10	\$ 37,50	\$ 104,00	\$ 178,50
\$15	\$ 189,00	\$ 330,75	\$ 508,20
TOTAL	\$ 235,50	\$ 467,75	\$ 762,30
<b>VENTA NETA MENSUAL</b>	<b>\$ 1.465,55</b>		

El valor neto de FullPark mensual proviene de la cantidad de reservas por el número de personas, por el valor de establecimiento y por el porcentaje de ganancia. Ejemplo:  
 Venta neta = 6 reservas \* 3 personas \* 5 dólares \* 10 % = 9.00 dólares de ganancia.

En general los valores de ganancia para FullPark dependen del número de reservas, número de personas y el valor de servicio del establecimiento aliado como se indica en la tabla 29 Porcentaje de comisión.

**Tabla 33.**  
*Punto de Equilibrio*

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	\$ 1.465,34
VENTA NETA MENSUAL	\$ 1.465,55
PUNTO EQUILIBRIO	\$ -0,21

### Costo de ventas

El costo de ventas para FullPark está basado para cinco años en donde el primer año en concepto de Servicios prestados se proyecta los valores recaudados.

La tabla a continuación tiene un incremento en el segundo año de 0.05%, el tercero por un 10%, cuarto de 15% y el quinto año de 20%.

**Tabla 34.**  
*Costo de Ventas*

<b>COSTO DE VENTAS FULLPARK</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Servicios prestados	\$ 42.894,00	\$45.038,70	\$49.542,57	\$56.973,96	\$68.368,75
Costo creación de página	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo de mantenimiento	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Sueldos	11.555,52	12.133,30	12.739,96	13.376,96	14.045,81
Servicios básicos	549,60	577,08	605,93	636,23	668,04
Arriendo de local	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos industriales de seguridad	924,00	970,20	1.018,71	1.069,65	1.123,13
Suministros de oficina	849,60	892,08	936,68	983,52	1.032,69
Materiales de limpieza	642,00	674,10	707,81	743,20	780,36
Gastos de captación clientes	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Otros gastos extraordinarios	1.203,36	1.263,53	1.326,70	1.393,04	1.462,69
Depreciaciones	728,26	728,26	728,26	728,26	728,26
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	24.581,66	26.162,16	29.758,61	36.237,21	46.631,58
Gastos Financieros	2.117,61	2.117,61	2.117,61	0,00	0,00
<b>UTILIDAD NETA</b>	22.464,05	24.044,55	27.641,00	36.237,21	46.631,58

### **Cálculo TIR Y VAN**

El VAN determina la rentabilidad del proyecto en términos monetarios el cual arroja un valor de 107788.52 el cual se refleja en términos porcentuales según la tasa interna de retorno (TIR) del 331.51% siendo aceptable la respectiva inversión según el concepto del VAN y el TIR.

**Tabla 35.**  
Cálculo TIR Y VAN

<b>FULLPARK</b>			
<b>CÁLCULO TIR Y VAN</b>			
No. AÑO	FLUJO INGRESOS	FLUJO COSTO Y GASTOS	FLUJO NETO
1	42.894,00	20.429,95	22.464,05
2	45.038,70	20.994,15	24.044,55
3	49.542,57	21.901,57	27.641,00
4	56.973,96	20.736,74	36.237,22
5	68.368,75	21.737,17	46.631,58
6			0,00
<b>TOTAL</b>	<b>262.817,98</b>	<b>105.799,58</b>	<b>157.018,40</b>
<b>DATOS</b>		<b>VALORES</b>	
Número de Periodos		5	
Tipos de Periodos		Anual	
Tasa de Descuento		10,00%	
TASA INTERNA DE RETORNO			
Tasa de descuento		VAN	
0%		\$ 150.041,38	
5%		\$ 126.453,28	
10%		\$ 107.788,52	
15%		\$ 92.815,36	
20%		\$ 80.652,27	
25%		\$ 70.657,93	
<b>VAN</b>		<b>\$ 107.788,52</b>	
<b>TIR</b>		<b>331,51%</b>	
Nro.	FNE	(1+I)^	FNE(1+I)^
0	-6.977,02		-6.977,02
1	22.464,05	1,10	20.421,86
2	24.044,55	1,21	19.871,53
3	27.641,00	1,33	20.767,09
4	36.237,22	1,46	24.750,51
5	46.631,58	1,61	28.954,54
6	0,00	1,77	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>107.788,52</b>



## **CONCLUSIONES**

- El funcionamiento de una empresa web requiere de menor personal laboral.
- El estudio realizado para la empresa FullPark es positivo por lo cual el proyecto es factible.
- Según el nivel de aceptación mediante el estudio realizado se llega a la conclusión que las personas prefieren utilizar una plataforma web.
- Se concluye que la plataforma web FullPark es un medio de promoción para lugares turísticos poco conocidos en Quito.
- Para el funcionamiento de una plataforma web es necesario el registro de: dominio, software y marca.
- Las ganancias de la plataforma provienen directamente del número de personas por reserva y de valor del consumo de cada establecimiento visitado mediante FullPark.

## **RECOMENDACIONES**

- Es recomendable apoyar iniciativas para el desarrollo de microempresas de tipo plataforma web ya que la era digital es una realidad.
- Es recomendable fomentar la visita de lugares pocos conocidos, como también las áreas naturales turísticas de Quito por su gran variedad de locaciones y servicios.

## REFERENCIAS

- Centro de Estudios Financieros. (2019). *Marketing XXI*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Coelho, F. (2019). *Piramide de Maslow*. Obtenido de [Dibujo]: Recuperado de: <https://www.significados.com/piramide-de-maslow/>
- Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de [https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file\\_1604679569\\_1604679577.pdf](https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf)
- Csikszentmihalyi, M. (2000). *Los costos y beneficios de consumir*. Journal of Consumer Research.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Turismo. (2022). *Quito en cifras*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>
- Entorno Digital. (07 de 2022). *Entornos de dominio*. Obtenido de [https://www.entorno.es/dominios/com-ec#:~:text=Para%20registrar%20dominios%20territoriales%20\(ccTLD,formulario%20de%20registro%20on%2Dline.&text=%2D%20Guiones%20\(%22%2D%22\),se%20registra%20por%20un%20a%C3%B1o.](https://www.entorno.es/dominios/com-ec#:~:text=Para%20registrar%20dominios%20territoriales%20(ccTLD,formulario%20de%20registro%20on%2Dline.&text=%2D%20Guiones%20(%22%2D%22),se%20registra%20por%20un%20a%C3%B1o.)
- Expreso. (julio de 2022). Obtenido de <https://www.expreso.com.mx/conexion/e-comunidad/que-impacto-ambiental-genera-lo-digital/84848>
- Fredrickson, J. (1986). *The strategic decision process*. Columbia: Academy of Management.
- GoDaddy guides. (7 de 2022). *GoDaddy Operating Company*. Obtenido de <https://es.godaddy.com/blog/que-es-posicionamiento-seo/>
- Google maps. (2022). *Localización empresa FullPark*. Obtenido de [Gráfico]: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.3114255,-78.5447757,18z?hl=es>
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Maldonado, S. (2009). Desarrollo de un plan de negocios para la creación de LUCKYS SPA DE MASCOTAS. Cuenca, Ecuador.
- Nacional, C. (2002). *Ley de comercio electrónico*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/spanish/cyb\\_ecu\\_ley\\_comelectronico.pdf](https://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf)
- NIC.EC. (06 de 2021). *Agente registrador oficial de NIC.EC Dominios Ecuador*. Obtenido de <https://dominioecuador.ec/cart.php?a=add&domain=register?&query=fullpark.ec>
- Otto, J., & Ritchie, B. (1995). *La experiencia de servicio en el turismo*. Canadá: Tourism Management.
- Pastore, M. (Septiembre de 2019). *EL TURISMO EXPERIENCIAL, UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO EN LOS MICRODESTINOS*. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/17491/EL%20TURISMO%20E>

XPERIENCIAL%2C%20UNA%20OPORTUNIDAD%20DE%20DESARROLLO%20EN%20LOS%20MICRO-DESTINOS%20EL%20CASO%20DE%20CARAMANICO%20TERME.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rossi, A., & Goetz, M. (2008).

SENADI, S. N. (06 de 2020). *GOB.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-programa-ordenador-base-datos-unico-personas-naturales-juridicas-ya-sean-nacionales-extranjeras>

SRI, S. d. (6 de 2022). *GOB.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Vogeler, & Hernández. (2002). *Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias*. España: Universitaria Ramón Areces .

Weston, F., & Brigham. (1994). *Fundamentos de administración financiera*. Mexico: McGraw-Hill.

Wheelen, T., & Hunger, D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. México: Pearson Educación.

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta estudio de mercado plataforma FullPark

Instituto Tecnológico Internacional

Universitario Carrera: Administración de Empresas

Encuesta estudio de mercado plataforma FULLPARK



1. ¿Qué edad tiene?

*Mark only one oval.*

- 18-25 años
- 26-30 años
- 31-40 años
- 41 o mas

2. ¿Qué edad tiene?

*Mark only one oval.*

- 18-25 años
- 26-30 años
- 31-40 años
- 41 o mas

3. ¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos en la ciudad de Quito?

*Mark only one oval.*

- 1-3 veces al mes
- 4-6 veces al mes
- 7-10 veces al mes

4. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los lugares turísticos en Quito?

*Mark only one oval.*

- Agencia física
- Recomendación de un amigo
- Buscador web

5. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?

*Mark only one oval.*

- 1-3
- 4-6
- 7-9

6. De las siguientes opciones indique cuál es de su mayor preferencia.

*Mark only one oval.*

- Excursión
- Caminatas
- Deportes extremos
- Atracciones naturales
- Reservas
- naturales

Other:

---

7. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

8. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

9. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?

*Mark only one oval.*

- Precios cómodos
- Calidad en el servicio
- Espacios verdes
- Infraestructuras
- limpias Todas las anteriores

10. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?

*Mark only one oval.*

- Facilidad de acceso
  - Facilidad de registro
  - Facilidad de búsqueda de
  - lugares Other:
- 

11. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

12. ¿Con qué frecuencia visita lugares turísticos en la ciudad de Quito?

*Mark only one oval.*

- 1-3 veces al mes
- 4-6 veces al mes
- 7-10 veces al mes

13. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los lugares turísticos en Quito?

*Mark only one oval.*

- Agencia física
- Recomendación de un amigo
- Buscador web

14. Cuando visita un establecimiento turístico. ¿Con cuántas personas va acompañado?

*Mark only one oval.*

- 1-3
- 4-6
- 7-9



15. De las siguientes opciones indique cuál es de su mayor preferencia.

*Mark only one oval.*

- Excursión
- Caminatas
- Deportes extremos
- Atracciones naturales
- Reservas
- naturales

Other:

---

16. ¿Le gustaría conocer y apoyar negocios pequeños y poco conocidos en la ciudad de Quito?

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

17. ¿Le gustaría informarse por medio de una plataforma web lugares turísticos no conocidos en Quito?

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

18. ¿Qué prefiere de un lugar turístico en Quito?

*Mark only one oval.*

- Precios cómodos
- Calidad en el servicio
- Espacios verdes
- Infraestructuras limpias
- Todas las anteriores

19. ¿Qué le gusta del uso de una plataforma web como buscador de lugares turísticos?

*Mark only one oval.*

- Facilidad de acceso
  - Facilidad de registro
  - Facilidad de búsqueda de
  - lugares Other:
- 

20. FullPark es un buscador de lugares no conocidos en Quito ¿Le gustaría saber de ella?

*Mark only one oval.*

- Sí
  - No
-


This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

## ANEXO 2. Reporte Anti plagio

### Ilustración 27.

Reporte Turnitin


Identificación de reporte de similitud: oid:11830:162555715

<p>NOMBRE DEL TRABAJO</p> <p><b>2. Bryan Albán 23.08.2022.docx</b></p>	<p>AUTOR</p> <p><b>Bryan Albán</b></p>
<p>RECuento DE PALABRAS</p> <p><b>9996 Words</b></p>	<p>RECuento DE CARACTERES</p> <p><b>55763 Characters</b></p>
<p>RECuento DE PÁGINAS</p> <p><b>79 Pages</b></p>	<p>TAMAÑO DEL ARCHIVO</p> <p><b>2.7MB</b></p>
<p>FECHA DE ENTREGA</p> <p><b>Aug 25, 2022 4:42 PM GMT-5</b></p>	<p>FECHA DEL INFORME</p> <p><b>Aug 25, 2022 4:43 PM GMT-5</b></p>

- **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 19% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

- **Excluir del Reporte de Similitud**
- Bloques de texto excluidos manualmente

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de plagio en la tesis.

### ANEXO 3. Visita a clientes

**Ilustración 28.**

*Visita a los clientes*



**Ilustración 29.**

*Visita a los clientes*



## Anexo 4 (Alianza Estratégica)

### Ilustración 30.

*Alianza estratégica*



### Ilustración 31.

*Alianza estratégica*

