



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PRÈVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL  
COMPLEJO TURÍSTICO “LA RUEDA” DE LA CIUDAD DE GUARANDA,  
PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024-2028.”

**AUTORES**

MANUEL JESÚS CHICAIZA ROQUE

ALEJANDRO ISRAEL REMACHE ARAQUE

**DIRECTOR**

ING. EDDY STALIN ALVARADO  
PACHECO

**PAR ACADEMICO**

ECON. CARMITA GALUDTH BORJA  
BORJA

ING. GINA JAQUELINE ALARCÓN  
QUINATO A

**GUARANDA – ECUADOR**

**2024**

## **TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA RUEDA” DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024-2028.”

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia por su constante apoyo durante el transcurso de mis estudios, además doy gracias a mis amigos por brindarme sus motivaciones en momentos difíciles durante toda nuestra carrera universitaria, también doy gracias a mis profesores y tutores de tesis que me brindaron su paciencia y conocimiento que fueron de gran ayuda para la culminación de este proyecto.

Por último, doy gracias a la Universidad Estatal de Bolívar, por brindarme la oportunidad de culminar mis estudios y forjar mi vida profesional.

*Manuel Jesús Chicaiza Roque*

Agradezco a Dios, a mis abuelitos que están en cielo, Alfonso Remache, Bertha Cevallos, Rafael Araque y Olga Suarez, que me cuidan y me guían en todo momento de mi vida, también agradezco a mis padres, mis hermanos, y mis tíos que fueron el motor fundamental en mi proceso de estudios para poder alcanzar mis sueños, siempre han sido mi guía en los momentos más difíciles de mi vida y por el apoyo que me dieron para poder cumplir mis metas.

*Alejandro Israel remache Araque*

## DEDICATÒRIA

Dedico esta tesis a mis padres y hermanos, ya que son un pilar importante en mi vida, doy gracias a ellos por el apoyo y esperanza que me ofrecieron. Además, dedico esta tesis a mis amigos, ya que durante toda mi vida universitaria se convirtieron en mi familia, agradezco a todas esas personas que me brindaron sus motivaciones y pude culminar mis estudios universitarios.

*Manuel Jesús Chicaiza Roque*

Dedico esta tesis a Dios por ser mi luz y fortaleza en cada paso, a mis padres y hermanos, ya que ellos me han guiado y apoyado a lo largo de mi camino académico, y a mis queridos Docentes, quienes con su sabiduría y compromiso han sido mis mentores, inspirándome a alcanzar nuevas metas.

*Alejandro Israel Remache Araque*

## CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADEMICOS



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN


*Ing. Eddy Stalin Alvarado Pacheco, Ing. Gina Jaqueline Alarcón Quinatoa y Econ. Carmita Galudth Borja Borja*, en su orden Director y Pares Académico del Trabajo de Titulación “PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA RUEDA” DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024-2028”, desarrollado por Manuel Jesús Chiciaza Roque y Alejandro Israel Remache Araque.

### CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas**.

Guaranda, Junio del 2024

  
Ing. Eddy Stalin Alvarado Pacheco  
**Director**

  
Ing. Gina Jaqueline Alarcón Quinatoa  
**Par Académico**

  
Econ. Carmita Galudth Borja Borja  
**Par Académico**

## CERTIFICADO DE DERECHOS DE AUTOR



UNIVERSIDAD  
ESTATAL  
DE BOLÍVAR

**BIBLIOTECA  
GENERAL**

### DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **MANUEL JESÚS CHICAIZA ROQUE** y **ALEJANDRO ISRAEL REMACHE ARAQUE** portadores de la Cédula de Identidad No **0928417922** y **0550666614** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO “LA RUEDA” DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024-2028**, modalidad presencial de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Manuel Jesús Chicaiza Roque

Alejandro Israel Remache Araque

  
Manuel Jesús Chicaiza Roque  
Firma

  
Alejandro Israel Remache Araque  
Firma

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |             |
|---|-------------|
| <b>TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....</b>             | <b>ii</b>   |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>                                 | <b>iii</b>  |
| <b>DEDICATÒRIA .....</b>                                    | <b>iv</b>   |
| <b>CERTIFICADO .....</b>                                    | <b>v</b>    |
| <b>CERTIFICADO DE DERECHOS DE AUTOR .....</b>               | <b>vi</b>   |
| <b>ÌNDICE DE CONTENIDO .....</b>                            | <b>vii</b>  |
| <b>ÌNDICE DE TABLAS.....</b>                                | <b>x</b>    |
| <b>ÌNDICE DE FIGURAS.....</b>                               | <b>xii</b>  |
| <b>ÌNDICE DE ANEXOS .....</b>                               | <b>xiii</b> |
| <b>INTRODUCCIÒN .....</b>                                   | <b>1</b>    |
| <b>RESUMEN.....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                       | <b>4</b>    |
| <b>CAPÌTULO I.....</b>                                      | <b>5</b>    |
| <b>FORMULACIÒN GENERAL DEL ANTEPROYECTO.....</b>            | <b>5</b>    |
| <b>1.1. Descripciòn del Problema .....</b>                  | <b>5</b>    |
| <b>1.2. Formulaciòn del Problema .....</b>                  | <b>8</b>    |
| <b>1.3. Preguntas de Investigaciòn .....</b>                | <b>8</b>    |
| <b>1.4. Justificaciòn .....</b>                             | <b>8</b>    |
| <b>1.5. Objetivos: General y Especìficos.....</b>           | <b>9</b>    |
| 1.5.1. Objetivo General .....                               | 9           |
| 1.5.2. Objetivos Especìficos.....                           | 9           |
| <b>1.6. Hipòtesis .....</b>                                 | <b>10</b>   |
| 1.6.1. Hipòtesis Nula.....                                  | 10          |
| 1.6.2. Hipòtesis Alternativa.....                           | 10          |
| <b>1.7. Variables.....</b>                                  | <b>10</b>   |
| 1.7.1. Independiente .....                                  | 10          |
| 1.7.2. Dependiente.....                                     | 10          |
| <b>1.8. Operacionalizaciòn de Variables .....</b>           | <b>11</b>   |
| 1.8.1. Operacionalizaciòn de variables Independientes ..... | 11          |

|                                     |   |           |
|-------------------------------------|---|-----------|
| 1.8.2.                              | Operacionalización de variables Dependientes.....               | 12        |
| <b>CAPÍTULO II .....</b>            |   | <b>13</b> |
| <b>MARCO TEÓRICO .....</b>          |   | <b>13</b> |
| <b>2.1.</b>                         | <b>Antecedentes .....</b>                                       | <b>13</b> |
| <b>2.2.</b>                         | <b>Marco Científico .....</b>                                   | <b>21</b> |
| 2.2.1.                              | ¿Qué es un Plan Estratégico? .....                              | 21        |
| 2.2.2.                              | ¿Qué es la Gestión?.....  | 27        |
| <b>2.3.</b>                         | <b>Marco Conceptual .....</b>                                   | <b>31</b> |
| <b>2.4.</b>                         | <b>Marco Legal .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>2.5.</b>                         | <b>Marco Geo Referencial .....</b>                              | <b>38</b> |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>            |   | <b>40</b> |
| <b>METODOLOGÍA .....</b>            |   | <b>40</b> |
| <b>3.1.</b>                         | <b>Tipos de Investigación.....</b>                              | <b>40</b> |
| 3.1.1.                              | Investigación descriptiva.....                                  | 40        |
| 3.1.2.                              | Investigación bibliográfica.....                                | 40        |
| 3.1.3.                              | Investigación de campo.....                                     | 40        |
| <b>3.2.</b>                         | <b>Enfoque de la investigación .....</b>                        | <b>41</b> |
| <b>3.3.</b>                         | <b>Métodos de investigación .....</b>                           | <b>41</b> |
| 3.3.1.                              | Método deductivo.....   | 41        |
| 3.3.2.                              | Método inductivo. ....  | 41        |
| 3.3.3.                              | Método Analítico .....  | 41        |
| <b>3.4.</b>                         | <b>Técnicas e instrumentos de Recopilación de Datos .....</b>   | <b>42</b> |
| <b>3.5.</b>                         | <b>Universo, Población y Muestra .....</b>                      | <b>42</b> |
| 3.5.1.                              | Universo .....  | 42        |
| 3.5.2.                              | Población.....  | 42        |
| 3.5.3.                              | Muestra.....  | 43        |
| <b>3.6.</b>                         | <b>Procesamiento de la Información .....</b>                    | <b>44</b> |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>             |   | <b>45</b> |
| <b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b> |   | <b>45</b> |
| <b>4.1.</b>                         | <b>Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados .....</b> | <b>45</b> |
| 4.1.1.                              | Encuesta Dirigida a los Clientes .....                          | 45        |

|                                       |   |            |
|---------------------------------------|---|------------|
| 4.1.2.                                | Encuestas para los trabajadores.....                                  | 57         |
| 4.1.3.                                | Entrevista realizada al Propietario del Complejo Turístico La Rueda68 |            |
| <b>CAPÍTULO V.....</b>                |   | <b>72</b>  |
| <b>PROPUESTA .....</b>                |   | <b>72</b>  |
| 1.2.1.                                | Objetivo General .....  | 72         |
| 1.2.2.                                | Objetivos Operativos.....   | 72         |
| 1.3.1.                                | Misión y Visión Actual .....  | 75         |
| 1.3.2.                                | Estructura Organizacional Actual .....                                | 75         |
| <b>1.4.</b>                           | <b>PROPUESTAS ESTABLECIDAS.....</b>                                   | <b>76</b>  |
| 1.4.1.                                | Estructura Organizacional.....  | 76         |
| 1.4.2.                                | Misión y Visión.....  | 76         |
| 1.4.3.                                | Valores Propuestos.....   | 77         |
| 1.4.4.                                | Organigrama Funcional Propuesto.....                                  | 78         |
| <b>1.5.</b>                           | <b>Filosofía Empresarial .....</b>                                    | <b>78</b>  |
| <b>1.6.</b>                           | <b>Mercado al cual se dirige .....</b>                                | <b>78</b>  |
| <b>1.7.</b>                           | <b>Estado Actual del Análisis del Complejo .....</b>                  | <b>79</b>  |
| 1.7.1.                                | Análisis FODA.....  | 79         |
| 1.7.2.                                | Análisis Interno .....  | 80         |
| 5.7.4.                                | Análisis Interno y Externo .....                                      | 91         |
| 1.7.4.                                | Elección de Estrategias .....   | 93         |
| 1.7.5.                                | Presupuesto-Consolidado de las Estrategias .....                      | 100        |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>              |   | <b>101</b> |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>           |   | <b>102</b> |
| <b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA .....</b> |   | <b>103</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>                   |   | <b>108</b> |

## ÌNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1:</b> Operacionalización de Variable Independiente .....                       | 11 |
| <b>Tabla 2:</b> Operacionalización de Variable Dependiente.....                          | 12 |
| <b>Tabla 3:</b> Género .....   | 45 |
| <b>Tabla 4:</b> Edad.....  | 46 |
| <b>Tabla 5:</b> Conoce más Complejos Turísticos .....                                    | 47 |
| <b>Tabla 6:</b> Tipos de Complejos.....  | 48 |
| <b>Tabla 7:</b> Tipos de Servicios.....  | 49 |
| <b>Tabla 8:</b> ¿Por qué no se visita la Rueda? .....                                    | 50 |
| <b>Tabla 9:</b> Motivo por el que visita la Rueda .....                                  | 51 |
| <b>Tabla 10:</b> Frecuencia de Visita .....  | 52 |
| <b>Tabla 11:</b> Calificación.....   | 53 |
| <b>Tabla 12:</b> Servicios .....   | 54 |
| <b>Tabla 13:</b> Mejoramiento .....  | 55 |
| <b>Tabla 14:</b> Conocimiento .....  | 56 |
| <b>Tabla 15:</b> Nombres y Cargos de los Trabajadores La Rueda .....                     | 57 |
| <b>Tabla 16:</b> Problemas existentes del Complejo.....                                  | 59 |
| <b>Tabla 17:</b> Piensa que se ejecuta correctamente las actividades .....               | 60 |
| <b>Tabla 18:</b> Piensa si se debería tener un mejor control en su área .....            | 61 |
| <b>Tabla 19:</b> Conoce si existe una misión y visión .....                              | 62 |
| <b>Tabla 20:</b> Misión Y visión .....   | 63 |
| <b>Tabla 21:</b> Plan Estratégico .....  | 64 |
| <b>Tabla 22:</b> Mejoramiento de Productividad.....                                      | 65 |
| <b>Tabla 23:</b> Se debería contar con un Plan Estratégico .....                         | 66 |
| <b>Tabla 24:</b> Implementar un Plan Estratégico .....                                   | 67 |
| <b>Tabla 25:</b> Entrevista realizada al Gerente General del Complejo Turístico la Rueda | 68 |
| <b>Tabla 26:</b> Visión y misión actual .....  | 75 |
| <b>Tabla 27:</b> Misión y Visión Propuestos.....   | 76 |
| <b>Tabla 28:</b> Valores Propuestos .....  | 77 |
| <b>Tabla 29:</b> Análisis FODA del Complejo Turístico la Rueda .....                     | 79 |
| <b>Tabla 30:</b> Matriz EFI .....  | 80 |
| <b>Tabla 31:</b> Matriz EFE .....  | 82 |
| <b>Tabla 32:</b> Matriz PESTEL .....   | 84 |
| <b>Tabla 33:</b> Matriz de las 5 Fuerzas de Porter .....                                 | 87 |
| <b>Tabla 34:</b> Matriz FODA Cruzada .....   | 91 |
| <b>Tabla 35:</b> Estrategias N° 1. (F – O) .....   | 93 |
| <b>Tabla 36:</b> Estrategias N° 2. (F – O) .....   | 94 |
| <b>Tabla 37:</b> Estrategias N° 3. (D - O) .....   | 95 |
| <b>Tabla 38:</b> Estrategias N° 4. (F - A).....  | 96 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabla 39:</b> Estrategias N° 5. (F - A).....                  | 97  |
| <b>Tabla 40:</b> Estrategias N° 6. (D - A) .....                 | 98  |
| <b>Tabla 41:</b> Estrategias N° 7. (D - A) .....                 | 99  |
| <b>Tabla 42:</b> Presupuesto Consolidado de las Estrategias..... | 100 |
| <b>Tabla 43:</b> Presupuesto Ejecutado.....                      | 111 |

## ÌNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1:</b> Modelos de un Plan Estratégico .....                             | 22 |
| <b>Figura 3:</b> Tipos de Gestión.....  | 28 |
| <b>Figura 4:</b> Ubicación del Complejo Turístico LA RUEDA.....                   | 38 |
| <b>Figura 5:</b> Ubicación del Complejo Turístico LA RUEDA.....                   | 39 |
| <b>Figura 6:</b> Género .....   | 45 |
| <b>Figura 7:</b> Edad.....  | 46 |
| <b>Figura 8:</b> ¿Conoce más Complejos Turísticos?.....                           | 47 |
| <b>Figura 9:</b> Tipos de Complejos .....   | 48 |
| <b>Figura 10:</b> Tipos de Servicios .....  | 49 |
| <b>Figura 11:</b> ¿Por qué no se visita la Rueda? .....                           | 50 |
| <b>Figura 12:</b> Motivo por el que visita la Rueda .....                         | 51 |
| <b>Figura 13:</b> Frecuencia de Visita .....                                      | 52 |
| <b>Figura 14:</b> Calificación .....  | 53 |
| <b>Figura 15:</b> Servicios .....   | 54 |
| <b>Figura 16:</b> Mejoramiento .....  | 55 |
| <b>Figura 17:</b> Conocimiento .....  | 56 |
| <b>Figura 18:</b> Problemas existentes del Complejo.....                          | 59 |
| <b>Figura 19:</b> Piensa que se ejecuta correctamente las actividades .....       | 60 |
| <b>Figura 20:</b> Piensa si se debería tener un mejor control en su área .....    | 61 |
| <b>Figura 21:</b> Conoce si existe una misión y visión .....                      | 62 |
| <b>Figura 22:</b> Misión Y visión .....   | 63 |
| <b>Figura 23:</b> Plan Estratégico .....  | 64 |
| <b>Figura 24:</b> Mejoramiento de Productividad .....                             | 65 |
| <b>Figura 25:</b> Se debería contar con un Plan Estratégico .....                 | 66 |
| <b>Figura 26:</b> Implementar un Plan Estratégico .....                           | 67 |
| <b>Figura 27:</b> Estructura Organizacional del Complejo Turístico la Rueda ..... | 75 |
| <b>Figura 28:</b> Estructura Organizacional .....                                 | 76 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Anexo A:</b> Cronograma Tentativo .....  | 108 |
| <b>Anexo B:</b> Presupuesto Ejecutado.....  | 111 |
| <b>Anexo C:</b> Instrumentos de Recolección de Datos .....                                | 112 |
| <b>Anexo D:</b> Entrevista realizada al Propietario del Complejo Turístico La Rueda ..... | 115 |
| <b>Anexo E:</b> Formato de encuestas para los trabajadores .....                          | 117 |
| <b>Anexo F:</b> Visita a las Instalaciones.....   | 120 |
| <b>Anexo G:</b> Entrevista al Gerente del Complejo Turístico la Rueda.....                | 124 |
| <b>Anexo H:</b> Encuesta a los Clientes .....   | 125 |
| <b>Anexo I:</b> Carta de Aceptación.....  | 127 |
| <b>Anexo J:</b> Certificado de Turnitin.....  | 128 |
| <b>Anexo K:</b> Captura de Turnitin .....   | 129 |

## INTRODUCCIÓN

Un plan estratégico es fundamental para la implementación de ideas claves que analicen la visión y misión de la empresa, su posición interna y externa, además de establecer objetivos y planes que ayuden a desarrollar estrategias necesarias para alcanzar estos objetivos.

Uno de sus principales objetivos es mejorar las capacidades de una empresa, unificar sus valores, significados, tipos de planificación y elementos de la planificación estratégica, un plan estratégico servirá como guía. Es necesario desarrollar actividades y al mismo tiempo proporcionarlas en función de las necesidades y las exigencias de la realidad que quieren transformar y reducir, además se debe analizar qué tipo de estrategia conviene más para alcanzar los objetivos marcados por la empresa tanto a corto, mediano o a largo plazo de duración.

La gestión empresarial es una parte esencial de cualquier empresa, si se gestiona adecuadamente la empresa crecerá, por el contrario, si es inadecuada, fracasará. Una correcta función de servicios no sólo se centra en los procesos internos, también se enfoca en los procesos administrativos.

Para la gestión empresarial, la productividad y la eficiencia son características destacadas de toda empresa en cada época. Por este motivo, las organizaciones se esfuerzan por implementar nuevas maneras de eficacia para garantizar la rentabilidad del negocio. Esto significa que los métodos y planes implementados deben de lograr los objetivos previstos que desean alcanzar.

Dentro de los 5 capítulos de este documento se habla de un plan estratégico que debe considerar estrategias para mejorar el rendimiento y la eficiencia operativa, optimizar procesos, gestionar recursos y acorte el tiempo de implementación.

Cualquier tipo de empresa debe tener una visión de su futuro y definir sus metas y objetivos, incluido el análisis del entorno empresarial, identificando los recursos, oportunidades y amenazas. A partir de este análisis, las estrategias permitirán a la empresa alcanzar sus objetivos, por lo que se deben desarrollar planes de gestión e implementar acciones necesarias para afrontar los inconvenientes del exterior y colocarlos en un buen puesto en el mercado.

## RESUMEN

Uno de los principales objetivos es mejorar las capacidades de una empresa, uniendo valores, y creando un plan estratégico que servirá de guía para el buen funcionamiento de esta. Es importante desarrollar actividades y mejorar procesos. Aparte de eso, es necesario analizar qué tipo de estrategia es mejor para alcanzar los objetivos marcados por la empresa, tanto a corto, medio y largo plazo. La gestión empresarial es algo muy importante en una empresa, si se gestiona bien la empresa se desarrollará, por el contrario, si se gestiona mal la empresa fracasará. Una buena y adecuada gestión no sólo se centra en la empresa y lo que sucede dentro de ella, sino que también trata de encontrar problemas que afecten a la productividad. Por lo cual para el Complejo Turístico la Rueda ubicado en la ciudad de Guaranda debe de ser fundamental tener una visión de su futuro y determinar sus metas y objetivos, identificar recursos, oportunidades y amenazas. Además, gracias a la implementación de un Plan estratégico el cual es indispensable para el Complejo se pudo proponer nuevas ideas para el posicionamiento administrativo, la misión, visión, la filosofía organizacional y programas que son parte esencial para alcanzar los objetivos planteados.

**Palabras Claves:** Plan Estratégico, Gestión Empresarial, Productividad, Posicionamiento Administrativo, Filosofía organizacional.

## **ABSTRACT**

One of the main objectives is to improve the capabilities of a company, uniting values, and creating a strategic plan that will serve as a guide for the proper functioning of the company. It is important to develop activities and improve processes. Apart from that, it is necessary to analyze what kind of strategy is best to achieve the objectives set by the company, both in the short, medium and long term. Business management is something very important in a company, if it is well managed the company will develop, on the contrary if it is badly managed the company will fail. A good and adequate management not only focuses on the company and what happens within it but also tries to find problems that affect productivity. Therefore, for the La Rueda Tourist Complex located in the city of Guaranda, it must be fundamental to have a vision of its future and determine its goals and objectives, identify resources, opportunities and threats. In addition, thanks to the implementation of a strategic plan, which is essential for the complex, it was possible to propose new ideas for the administrative positioning, mission, vision, organizational philosophy and programs that are essential to achieve the objectives set.

**Key words:** Strategic Plan, Business Management, Productivity, Administrative Positioning, Organizational Philosophy.

## CAPÍTULO I

### FORMULACIÓN GENERAL DEL ANTEPROYECTO

#### 1.1. Descripción del Problema

El (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020) menciona que, “Un Plan Estratégico está destinado en implementar y coordinar el desarrollo de planes, programas, proyectos, productos, actividades y acciones integrales creados a través del trabajo y el compromiso; todo para promover un turismo competitivo, sostenible, accesible e inclusivo.”

Hoy en día se conoce un registro del total de extranjeros que han visitado el Ecuador durante el año 2022 según el Ministerio de Turismo el cual da un valor de 1,2 millones de turistas y durante el 2023 en el período de enero y mayo se registra un total de 433.687 turistas extranjeros, no obstante estas cifras pueden descender durante este año 2023 a comparación del año anterior debido al alto índice de inseguridad y a los distintos problemas que se están presentando últimamente dentro del país dentro de los cuales se puede evidenciar una poca (Primicias, 2023, pág. 34).

Nivel nacional en Ecuador, algunas empresas pueden tener planes estratégicos que les hayan ayudado a crecer, adaptarse a cambios en el mercado, mejorar la eficiencia operativa y tomar decisiones informadas.

(Vinueza, Oviedo, Maldonado, & Ramírez, 2021) menciona que:

El Plan Estratégico que han aplicado las empresas ecuatorianas en una variedad de situaciones, no sólo se limita al desarrollo de planes, sino que va más allá, permitiendo cambios a modelos tradicionales que ayudan a mejorar las capacidades organizacionales, construyendo, desarrollando e implementando estrategias con mayor eficiencia. (pag.64)

La Provincia de Bolívar que acoge alrededor de 190.000 turistas cada año, los cuales la mayor parte visita la parroquia Salinas de Guaranda por sus distintos emprendimientos menciona que (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019), Institucional, mismo que corresponde al resultado del análisis de la situación por la que atraviesa el sector y la entidad, lo que ha conducido a un replanteamiento de las estrategias a corto y mediano plazo, las mismas que han sido plasmadas con un enfoque de igualdad procurando así el beneficio de todas y todos los ecuatorianos, y que además a de ello buscan una guía que permita unificar los objetivos comunes de nuestros instrumentos de planificación a mediano y largo plazo.

Se establece cinco ejes fundamentales en el accionar de esta cartera de Estado, que son:

1. Protección al usuario de servicios turísticos
2. Destinos, Productos y Calidad
3. Apoyo a la Conectividad
4. Fomento al Emprendimiento e Inversión
5. Mercadeo y Promoción.).

Por lo que se puede evidenciar es que, al implementar un Plan Estratégico lo que se busca es adoptar alternativas que funcionen a largo plazo para hacer frente a las oportunidades y amenazas que se evidencien en el entorno.

Partiendo de esta zona es donde empiezan a aparecer distintos centros que acogen a turistas como son los complejos turísticos que se encuentran ubicados en distintas partes de la Provincia de Bolívar, sin embargo por lo que se ha podido evidenciar en la investigación no todos las empresas o emprendimientos cuenta con un plan estratégico que les ayude a mejorar sus funciones administrativas y de gestión, no obstante muchas de ellas implementan otra opciones que le generen los mismos resultados de un plan estratégico.

Uno de los sitios turísticos donde brindan servicios de hotelería y turismo dentro de la ciudad de Guaranda es el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, situado en la Av. Caracas y Roberto Arregui.

Este Complejo Turístico La Rueda nació como una idea de emprendimiento, el cual se demostraría que a través del esfuerzo y el deseo de emprender se puede triunfar y realizar cambios que favorezcan a la ciudad, como empresa su construcción inicia a partir del año 2011 y sus actividades en 2013, actualmente cuenta con 6 trabajadores brindando servicios a los visitantes de miércoles a domingo.

El COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, cuenta con diferentes servicios como, hospedaje, actividades de recreación, comidas y bebidas, piscinas, saunas, servicios de restaurante, servicios de recepción, zonas comunes (terraza, internet, teléfono, TV) y mini tienda dentro del complejo.

Los ingresos que genera el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA se evidencian principalmente en las temporadas de vacaciones, carnavales, y días festivos donde podía llegar a recibir hasta 150 y 200 personas en una semana y hasta 1500 personas en un año dando como ingresos netos 3.000,00 dólares mensuales.

Uno de los problema que atraviesa el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA es la desactualización de la filosofía organizacional, impidiendo que la organización carezca de una idea clara de a dónde y cómo desea lograr los objetivos y metas propuestos, sin embargo existen otros problemas como la carencia de gestión, escaso control contable, falta de ideas nuevas por parte del personal que faciliten los procedimientos en distintas áreas, mejoramiento de la infraestructura y variedad de precios, descenso de clientes extranjeros y nacionales, esto debido a la competencia que existe hoy en día los cuales brindar un mejor trato a los clientes en términos de precios o en ampliación de sus servicios, todo esto ha ocasionado una disminución significativa en sus ingresos, de ahí se ha propuesto en plantear un PLAN ESTRATÉGICO que permitirá realizar cambios que genere mayor eficiencia administrativa en sus procesos.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿De qué manera un Plan Estratégico incide en el fortalecimiento de la gestión del COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar?

## **1.3. Preguntas de Investigación**

¿Cuál es la situación actual del Complejo Turístico LA RUEDA en términos de infraestructura, servicios ofrecidos, promoción y participación de la comunidad local?

¿Cuáles son las metas y objetivos estratégicos que se debe plantearse para el fortalecimiento de la gestión del complejo turístico?

¿Cómo se compara el Complejo Turístico LA RUEDA con la competencia en términos de servicios, instalaciones y precios?

¿Cuáles son los principales desafíos y obstáculos que enfrenta el Complejo Turístico LA RUEDA en su gestión actual?

¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) específicas del Complejo Turístico” La Rueda”?

## **1.4. Justificación**

Toda organización, sea grande o pequeña necesita de un PLAN ESTRATÉGICO para cumplir con sus objetivos y metas planteadas a corto, mediano o largo plazo, además de mejorar el funcionamiento de la empresa y el fortalecimiento de su identidad.

El Complejo Turístico La Rueda es una empresa guarandeña que posee varias opciones para el disfrute de los pobladores locales, así como de los turistas que visitan la ciudad de Guaranda cuya misión es ofrecer productos y servicios de calidad para la recreación y satisfacción de los clientes, sin embargo, actualmente presenta ciertos problemas que ocasionan una falta de gestión que limitan sus procesos dentro de la organización.

Con la elaboración del PLAN ESTRATÉGICO permitirá que la empresa conozca el análisis de su situación actual y de esta manera, identificar los problemas existentes, además se buscará encontrar soluciones diseñadas específicamente para mejorar la gestión empresarial y promover el crecimiento y desarrollo de la organización, la razón principal es plantear una propuesta que contribuya a mejorar la gestión empresarial y aumentar la productividad.

A su vez esta investigación como principal beneficiario va a ser el Gerente del Complejo Turístico La Rueda el Ing. Mario Escobar, ya que se realizará un análisis del entorno interno y externo de la empresa y se elaborará un plan estratégico que ayudará al mejoramiento de su gestión. Posterior a ello los que se beneficiaran indirectamente con este proyecto serán todas las personas nacionales o extranjeras que hagan uso de las instalaciones.

Por otro lado, la investigación podrá servir en el futuro para aquellas personas que necesiten como referencia estos tipos de proyectos.

## **1.5. Objetivos: General y Específicos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

Elaborar un Plan Estratégico para el Fortalecimiento de la Gestión Empresarial del COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, Periodo 2024-2028.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

- a)** Realizar un diagnóstico de la situación actual del COMPLEJO TURISTICO LA RUEDA.
- b)** Elaborar un análisis situacional interno y externo (FODA) del COMPLEJO TURISTICO LA RUEDA.
- c)** Desarrollar estrategias para el fortalecimiento de la gestión del COMPLEJO TURISTICO LA RUEDA.

## **1.6. Hipótesis**

### ***1.6.1. Hipótesis Nula***

La implementación de un plan estratégico no incide en el fortalecimiento de la gestión del complejo turístico La Rueda, de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar.

### ***1.6.2. Hipótesis Alternativa***

La implementación de un plan estratégico incide en el fortalecimiento de la gestión del Complejo Turístico LA RUEDA, de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar.

## **1.7. Variables**

### ***1.7.1. Independiente***

Plan Estratégico

### ***1.7.2. Dependiente***

Gestión

## 1.8. Operacionalización de Variables

### 1.8.1. Operacionalización de variables Independientes

**Tabla 1:**

*Operacionalización de Variable Independiente*

| Variable             | Tipo de Variable | Definición Conceptual   | Dimensiones    | Indicadores  | Instrumentos/Técnicas                             |
|----------------------|------------------|---|----------------|--|---|
| <b>Independiente</b> | Plan Estratégico | Es un plan de acción, que se deben implementar por medio de programas y proyectos específicos. Se requiere de un esfuerzo del personal para que empleen modelos analíticos para evaluar, asignar y controlarlos recursos. (pág. 40) | Plan de acción | Estrategias  | Instrumentos: Encuestas, entrevista, Observación. |
|                      |                  |   |                | Misión<br>Visión                                   | Técnica: Cuestionarios                            |
|                      |                  |   | Nomina         | Número de Trabajadores que laboran en el Complejo. |   |

**Nota:** (Chiavenato, Plan Estrategica, Fundamentos y Aplicaciones, 2016)

### 1.8.2. Operacionalización de variables Dependientes

**Tabla 2:**  
*Operacionalización de Variable Dependiente*

| Variable           | Tipo de Variable | Definición Conceptual   | Dimensiones                 | Indicadores  | Instrumentos/técnicas  |
|--------------------|------------------|---|-----------------------------|--|--|
| <b>Dependiente</b> | Gestión          | Se define como gestión a todos aquellos en el cual los recursos internos funcionen de la forma más eficiente y eficaz posible, para alcanzar los objetivos del negocio. | Procesos<br>Administrativos | Planeación<br>Organización<br>Control<br>Dirección | <b>Instrumentos:</b><br>Encuestas, entrevista,<br>Observación.<br><br><b>Técnica:</b> Cuestionario,<br>Matrices. |

**Nota:** (Sierra, 2023)

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

Esta investigación tiene como antecedentes la información obtenida de distintos estudios realizados como, artículos, proyecto de investigación y material informativo disponible en internet el cual tenga referencia a la planificación estratégica y a la gestión empresarial, los cuales servirán de ayuda para la realización de este proyecto de investigación.

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL “COMPLEJO MAUI”, PERTENECIENTE AL RECINTO CRISTOBAL COLÓN, PARROQUIA VALLE HERMOSO, EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.”, **Autor.** Méndez Rodas Lucía Leonela **Año.** 2019, **Editorial.** dspace.uniandes.edu.ec

#### **Problema:**

Para (Mendez, 2019) su principal problema es:

El “Complejo Maui” por ser nuevo en el mercado turístico, no posee experiencia ni el posicionamiento requerido para liderar el sector y como consecuencia es que su administración no ha realizado actividades para fortalecer el atractivo turístico de la empresa, esto ha conllevado al desaprovechamiento de las bondades naturales, y sus servicios son poco conocidos. Así mismo carece de misión, visión y valores que guíe las actividades empresariales, es por ello que se observa empirismo en el desempeño laboral del personal. Además, existe una falta de señalización lo que dificulta el acceso a turistas de otros sectores.

Por lo tanto, el propietario no se ha preocupado por realizar actividades publicitarias para promocionar los servicios del complejo turístico, ocasionando la escasa atracción de turistas que habitan en la provincia. (pág. 5)

El objetivo general planteado por (Mendez, 2019) es “Desarrollar un plan estratégico que ayude a fortalecer el turístico del “Complejo Maui”, ubicado en el recinto Cristóbal Colón, parroquia Valle Hermoso en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.” (pág. 6)

De la misma manera (Mendez, 2019) plantea los siguientes objetivos específicos,

- a) Fundamentar teórica y científicamente los temas y subtemas que abarque el plan estratégico y el fortalecimiento turístico, mediante la utilización de textos clásicos – actualizados y otras fuentes de consulta.
- b) Diagnosticar el estado actual del escaso fortalecimiento turístico en la empresa mediante la aplicación de métodos, técnicas y herramientas de investigación.
- c) Elaborar la propuesta de plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión turística del “Complejo Maui”. (pág. 6)

**Concluye:**

Para la determinación del problema fue necesario mantener diálogos permanentes con el propietario del “Complejo Maui” y visitar las instalaciones para corroborar lo descrito, evidenciándose la necesidad de fortalecer la gestión turística para buscar alternativas de solución a las deficiencias tales como la falta de publicidad, inadecuada señalización que conlleve hacia el establecimiento, el no contar con información preventiva y la inadecuada manera de trabajar sin poseer un direccionamiento estratégico que guíe hacia un objetivo en común. (pág. 61)

“PLAN ESTRATÉGICO PARA FORTALECER LA GESTIÓN PÚBLICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÌODO 2018 – 2021.” **Autor.** Orozco Guevara Henry Nelson, Pacho Cortez Andrés Misael. **Año.** 2019 **Editorial** dspace.uniandes.edu.ec

**Problema:**

Para (Orozco & Pacho, 2019) su principal problema es que:

En el GAD no se ha establecido una política para diseñar un plan estratégico para la institución y en este sentido tampoco existe un modelo de implementación de un cuadro de mando integral mediante el cual defina un direccionamiento para la institución, que permita establecer los objetivos planeados. Además, la gestión pública se ha visto deteriorada por malas administraciones de anteriores autoridades que han llegado a la dirección de esta entidad, motivo por el cual el cantón Guano no ha tenido un desarrollo urbanístico y rural como el de cantones aledaños o provincias cercanas en los cuales ha primado el mejoramiento de la gestión pública; la carencia de obras en el casco urbano y rural del cantón, la falta de proyectos hídricos tanto para consumo humano y del cultivo, carencia proyectos de potencialización turística entre otros y sumados a la mala gestión interna y externa. Por consiguiente, las obras y la gestión en general, ejecutadas por la administración del GAD es indudable que no existen lineamientos estratégicos, provocando que la iniciativa propuesta para el desarrollo no tiene la perspectiva necesaria el efecto deseado, afectando a la ciudadanía del cantón (pp. 2-3)

**Objetivo:**

El objetivo general planteado por (Orozco & Pacho, 2019) es, “Elaborar un plan estratégico para fortalecer la gestión pública del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guano, provincia de Chimborazo, período 2018– 2021.” (pág. 5)

De la misma manera (Orozco & Pacho, 2019) como objetivos específicos se plantea lo siguientes:

- a) Fundamentar teóricamente las características y estructura del plan estratégico con el sustento de citas bibliográficas en temas relacionados al trabajo de investigación.
- b) Realizar el diagnóstico situacional del GADCG., mediante la aplicación de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos para obtener información importante de la institución pública en estudio.
- c) Establecer estrategias que ayuden a contrarrestar las falencias encontradas dentro de la gestión pública realizada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Guano. (pág. 5)

**Concluye:**

Por último (Orozco & Pacho, 2019) concluyen con lo siguiente:

El trabajo investigativo sirvió para determinar que el Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Guano no posee un plan estratégico que permita enfocar hacia dónde quiere llegar, lo que ha venido generando una débil gestión administrativa en la institución.

La implementación del plan estratégico requiere de la colaboración y apoyo de todos los niveles de la institución Cantón Guano para que este pueda alcanzar los objetivos planteados. (pág. 142)

“ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO PARA EL CONSULTORIO PRIVADO DE SALUD FISICA Y MENTAL “ANGELES”, EN LA CIUDAD DE GUARANDA AÑO 2022”, **Autores:** Arévalo Coello Antony Kevin, Cabezas Masaquiza Nathaly Lizbeth. **Año.** 2022. **Editorial.** dspace.ueb.edu.ec

**Problema:**

Para (Arevalo & Cabezas, 2022) su principal problema es:

Implementar estrategias para el consultorio privado que le ayuden a encaminarse a un direccionamiento estratégico efectivo en torno al quehacer actual sobre los servicios de salud que otorga, enfocándose a los cambios y demandas del medio que se presentan a futuro para lograr una mayor eficiencia administrativa y de calidad. No obstante, el consultorio privado no asume con claridad sus objetivos, planes, programas, proyectos e indicadores que le permitan definir su prospectiva estratégica en el mercado por la ausencia de un plan estratégico conciso y bien estructurado (pág. 5)

**Objetivo:**

El objetivo general planteado por (Arevalo & Cabezas, 2022) es, “Elaborar el Plan Estratégico para el Consultorio Privado de Salud Física y Mental “Ángeles”, en la ciudad de Guaranda año 2022.” (pág. 6)

De la misma manera (Arevalo & Cabezas, 2022) como objetivos específicos se plantea lo siguientes:

- a) Realizar un diagnóstico interno del consultorio privado de Salud Física y Mental “Ángeles”, en la CIUDAD de Guaranda año 2022.
- b) Realizar un análisis externo del consultorio privado de Salud Física y Mental “Ángeles”, en la CIUDAD de Guaranda año 2022.

- c) Establecer un plan de acción con las directrices del estudio presentado. Y, por último;
- d) Elaborar el Plan Estratégico para el consultorio privado de Salud Física y Mental “Ángeles”, en la CIUDAD de Guaranda año 2022. (pp. 6-7)

**Concluye:**

Por último (Orozco & Pacho, 2019) concluyen lo siguiente:

De acuerdo con los resultados de la entrevista aplicada a los propietarios del consultorio se pudo manifestar que no cuentan con un plan estratégico.

Se pudo analizar que la falta de difusión y promoción de los servicios no permite que los clientes se encuentren bien informados sobre los beneficios y actividades que realizan en el consultorio.

El Consultorio Privado “Ángeles” se ha descuidado respecto a los lineamientos administrativos, falta de un orden adecuado, los mismos que limitan su desenvolvimiento organizacional. (pág. 122)

“PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO COMUNITARIO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE RÍO BLANCO, CANTÓN MORONA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO, PERIODO 2020-2022”, **Autor:** Hilda Mercedes Ríos Zacarias. **Año.** 2021. **Editorial.** dspace.esPOCH.edu.ec

**Problema:**

Para (Hilda, 2021) su principal problema es que:

La parroquia no ha creado una oferta turística y los pocos lugares que son considerados como turísticos no tienen el suficiente apoyo por parte de las autoridades para mejorar su atención, de esta manera se puede palpar el escaso aprovechamiento del potencial del patrimonio natural y cultural que posee la parroquia para usarlos como lugares recreativos y turísticos.

Otra problemática que enfrenta la parroquia es que el GAD Parroquial de Rio Blanco no cuenta con los recursos necesarios para la construcción de infraestructura para atender las necesidades de sus habitantes y más aún para promover el desarrollo social y cultural de la parroquia, siendo un determinante para la pérdida de la cultura y las tradiciones de una localidad. (pág. 3)

### **Objetivo:**

El objetivo general planteado por (Hilda, 2021) es, “Proponer un plan estratégico de turismo comunitario como un instrumento para el GAD Parroquial de Rio Blanco, cantón Morona, provincia de Morona Santiago, periodo 2020-2022, que permita promover el desarrollo socio económico de sus habitantes.” (pág. 5)

De la misma manera (Hilda, 2021) como objetivos específicos se plantea lo siguiente:

- a) Definir una base teórica-científica con referencia al turismo comunitario y la planificación estratégica que sirva para el desarrollo de la presente investigación.
- b) Realizar un diagnóstico interno y externo de la situación actual del turismo en la parroquia Rio Blanco.
- c) Plantear al GAD Parroquial de Rio Blanco un Plan Estratégico para el periodo 2020 2022 con el fin de promover el turismo comunitario en la parroquia. (pp. 5-6)

### **Concluye:**

Por último (Hilda, 2021) concluyen con lo siguiente

Mediante la elaboración de la base teórica y el marco conceptual de la planificación estratégica del turismo comunitario y el desarrollo sustentable permitió entender el enfoque y el proceso de la planificación estratégica con el fin de proporcionar un plan estratégico para impulsar el turismo comunitario en la parroquia.

La propuesta del Plan Estratégico de turismo comunitario contiene el diagnóstico situacional, la misión y visión, alineados estratégicamente mediante los objetivos estratégicos y proyectos a realizarse en un periodo de tiempo determinado, como también evaluación y monitoreo de los proyectos planificados.

El diagnóstico situacional de turismo de la parroquia Rio Blanco proporcionó información valiosa para la evaluación del ambiente interno y externo del turismo, se visualizó que el lugar de estudio goza de una gran diversidad étnica, cultural y natural, formando parte del Parque Nacional Sangay y contando con la presencia del Bosque Protegido Abanico hace que sea un lugar extraordinario para el desarrollo del turismo comunitario, sin embargo la falta de interés tanto de las autoridades como de los mismos comuneros este potencial no ha sido aprovechado para el desarrollo socioeconómico de la parroquia.

La propuesta del Plan Estratégico de turismo comunitario contiene el diagnóstico situacional, la misión y visión, alineados estratégicamente mediante los objetivos estratégicos y proyectos a realizarse en un periodo de tiempo determinado, como también evaluación y monitoreo de los proyectos planificados. (pág. 100)

## **2.2. Marco Científico**

### **2.2.1. *¿Qué es un Plan Estratégico?***

(Navarrete, Cevallos, & Rodríguez, 2023) menciona lo siguiente:

Un Plan Estratégico constituye una herramienta de gestión empresarial, que le permite al equipo directivo apoyarse a la toma de decisiones, en torno al presente y al camino que las organizaciones deben tomar a futuro, para adecuarse a los cambios del entorno y lograr mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y/o servicios que proveen. (pág. 7)

Los distintos conceptos mencionados sobre la Planificación Estratégica se mencionan que es un factor importante que permite mejorar la gestión y el entorno de cualquier tipo de organización, ya que tiene la capacidad de observar y anticiparse frente a los desafíos y oportunidades que se le presenten.

Por lo cual, el siguiente trabajo de investigación está fundamentada en proponer un plan estratégico que ayude a transformar el complejo turístico LA RUEDA en un destino turístico líder, reconocido por su excelencia en la oferta de servicios turísticos y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Guaranda y la provincia Bolívar.

#### **2.2.1.1. *Ventajas y desventajas del Plan Estratégico.***

Según (Galán, 2020) el plan estratégico posee las siguientes ventajas y desventajas las cuales son:

#### **Ventajas**

- a) Proporciona una dirección clara y un enfoque para la organización.
- b) Establecer metas y objetivos claros.
- c) Proporciona un marco para la toma de decisiones. (Galán, 2020, pág. 23).

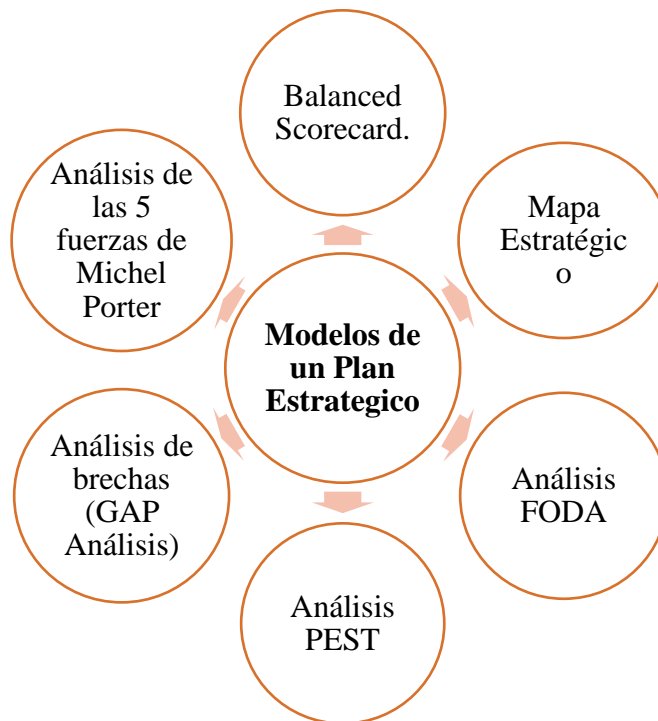
## Desventajas

- a) Si no se actualiza o se sigue de manera inflexible, puede volverse obsoleto y dificultar la adaptación a nuevas oportunidades o desafíos.
- b) El desarrollo y la implementación pueden requerir recursos significativos, tanto financieros como de tiempo. Esto puede ser una desventaja para organizaciones pequeñas o con recursos limitados.
- c) Al introducir un plan estratégico, es posible que haya resistencia al cambio por parte de los miembros de la organización. (Galán, 2020, pág. 23).

### 2.2.1.2. Modelos de un Plan Estratégico.

Para (Merlitz Mexico, 2022) existen varios modelos para desarrollar una Plan Estratégica, algunos de estos son:

**Figura 1:**  
*Modelos de un Plan Estratégico*



**Nota:** (Merlitz Mexico, 2022)

## **1. Balanced Scorecard.**

Este modelo permite evaluar el funcionamiento de la empresa. Para realizar esta evaluación se toman en consideración los siguientes aspectos:

- a) **Perspectiva financiera:** evalúa el rendimiento de las inversiones
- b) **Perspectiva de los clientes:** analiza el éxito del ejercicio empresarial con base en la satisfacción de los clientes.
- c) **Perspectiva de los procesos:** mide la calidad del producto o servicio final.
- d) **Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:** pondera la satisfacción del personal de la empresa.

## **2. Mapa Estratégico**

Este modelo de planeación estratégica es una herramienta visual que tiene la función de comunicar el plan estratégico a todos los integrantes de la compañía.

## **3. Análisis FODA**

Según (Talancón, 2006).

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (pág. 12)

## **4. Análisis PEST**

Permite analizar el mercado desde un punto de vista macro. Por lo general, es el paso anterior para realizar el análisis FODA, ya que permite identificar las oportunidades y amenazas del mercado. Este modelo se basa en analizar factores cruciales dentro del territorio comercial. Estos aspectos son: políticos, económicos, sociales y tecnológicos. (Merlitz Mexico, 2022, pág. 88)

## **5. Análisis de brechas (GAP Análisis)**

El modelo de análisis de brechas analiza la posición de la empresa dentro del mercado. Ayuda a identificar hacia dónde quiere llegar la empresa. Con esta metodología se analiza de manera secuencial el estado actual de la empresa. Determina las expectativas a futuro de la organización, enlistando las brechas y obstáculos para alcanzar los objetivos. Además, ayuda a observar los aspectos a mejorar para cumplir metas. Este modelo está indicado para realizar una planeación estratégica con enfoque al crecimiento de la organización. (Merlitz Mexico, 2022, pág. 12)

### **Análisis de las 5 fuerzas de Michel Porter**

Este modelo es el paso previo para el análisis FODA. Ayuda a identificar amenazas y oportunidades. También sirve para identificar si el modelo de negocio se encuentra en el océano azul midiendo el atractivo del mercado. El análisis PORTER mide las fuerzas del mercado, entre ellas se encuentran:

- a) La rivalidad y la competencia del mercado.
- b) Amenaza de nuevos competidores.
- c) Poder de negociación de los proveedores.
- d) Poder de negociación de los clientes.
- e) Amenaza de nuevos productos y servicios.

### **Tipos de Plan Estratégico**

#### **1. Plan Estratégico de Negocio**

(Hurtado, 2011) menciona lo siguiente:

Un plan de negocios es una herramienta que permite a los emprendedores pasar por el proceso de planificación y los ayuda a elegir el camino correcto para lograr sus objetivos. De igual forma, un plan de negocios es una forma de concretar una idea. (pág. 21)

## **2. Plan Estratégico de Marketing.**

Un plan de marketing es un documento de trabajo que contiene las estrategias y acciones que se implementarán en el departamento para lograr los objetivos de la empresa. En otras palabras, es un documento estratégico que promueve el acuerdo. Gracias a la orientación brindada, es más fácil alinear los objetivos comerciales con las campañas de marketing, lo que permite lograrlos dentro de un período de tiempo determinado. (Hernández, 2022, pág. 32)

## **3. Plan Estratégico Financiero**

(Romero, 2018) menciona que:

La planificación estratégica está pensada en la teoría de los sistemas organizacionales, donde los procesos son parte de un todo, no funciones aisladas. Por ello, surge el concepto de dirección ejecutiva o estratégica, teniendo en cuenta la necesidad actual de que todos los miembros de la empresa, no sólo los altos directivos, participen en el proceso de formulación de la estrategia. Este tipo de gestión integra la planificación estratégica y la gestión en un solo proceso que anima a todos los gerentes a centrarse en el largo plazo. (pág. 45)

## **4. Plan Estratégico Operativo**

Si bien el enfoque estratégico está en unas pocas áreas seleccionadas que necesitan una revisión constante, un plan operativo puede tener múltiples elementos, desde trabajos pendientes hasta proyectos a corto, mediano y largo plazo.

“Si bien la planificación estratégica suele comenzar a nivel organizacional, la planificación operativa se centra en cada departamento y equipo y tiene en cuenta las necesidades diarias de la empresa.”. (Nana, 2020, pág. 43)

## 5. Plan Estratégico Logístico

(Empresa, 2022) menciona lo siguiente:

Un plan logístico es una estrategia que sigue una empresa para gestionar todas las actividades logísticas de su negocio. Este proceso incluye tanto el suministro de materias primas como la entrega de mercancías a los clientes. Este es un programa que está muy relacionado con el negocio, ya que de esta manera pueden decidir cómo proceder con la producción y recibir instrucciones efectivas para evitar errores. (pág. 13)

## 6. Plan Estratégico de Equipo Humano

(Curi, 2019) menciona que:

En resumen, es bueno pensar en la marca del empleador como una estrategia para construir y mantener una imagen corporativa positiva. La diferencia es que el target no es el cliente final, sino el empleado. Está claro que estas medidas no se pueden desactivar, porque el hecho de que la empresa sea reconocida como un buen empleador es bueno para la percepción de la marca por parte del cliente final. (pág. 11)

Después de conocer los tipos de plan estratégicos se ha optado por aplicar el Plan Estratégico de Negocios el cual presenta un área fundamental para desarrollar este proyecto de investigación.

### *2.2.1.3. Herramientas de un Plan Estratégico.*

Según Castañeda (2009), un plan estratégico debe ser diseñado de la siguiente manera:

- a) **Misión:** El director define el propósito de existir de su empresa y los valores que representa.
- b) **Visión:** El director pone por escrito lo que imagina que puede ser su empresa en un cierto plazo (uno, cinco, diez o más años).
- c) **Objetivos:** El director define los objetivos superiores derivados de la misión y la visión.

- d) **Estrategia:** El director, con base en la misión, visión y objetivos de su empresa, decide cómo lograrlos de manera armónica y, al mismo tiempo, diferenciándola de las demás empresas con las que compete.
- e) **Modelo de negocios:** El director define con más precisión los diferentes aspectos de su estrategia con un énfasis especial en quiénes son sus clientes y cómo puede darles un valor agregado superior al que sus competidores ofrecen. El modelo incluye todas las etapas de la cadena de valor: diseño, adquisición de materiales, fabricación, logística, distribución, promoción, venta, cobranza y servicio postventa.
- f) **Plan de acción:** El director y su gente preparan los planes de acción específicos para cada función, de manera que estén alineados con el modelo de negocio, la estrategia, la visión y la misión. (pág. 23)

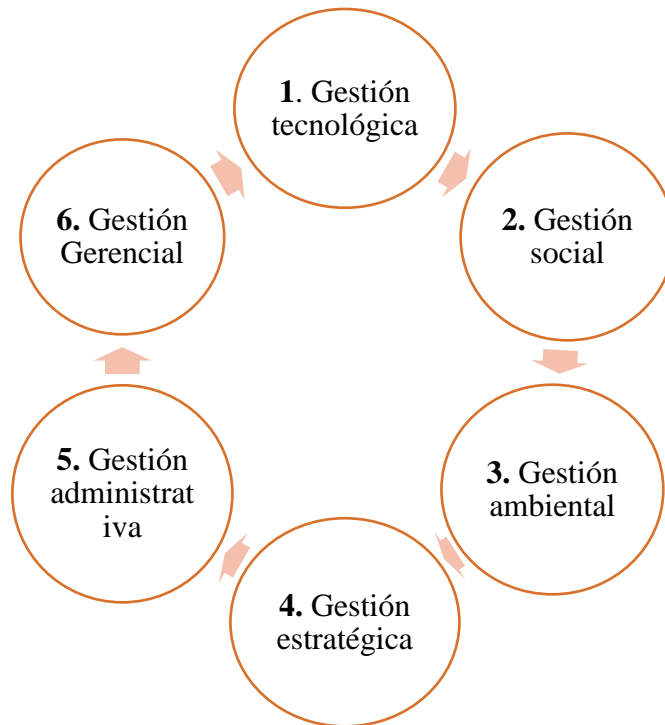
### 2.2.2. *¿Qué es la Gestión?*

La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo.

“La palabra gestión suele relacionarse principalmente con el mundo corporativo, con las acciones que desarrolla una empresa para alcanzar, por ejemplo, su objetivo de ventas o de ganancias” (Westreicher, 2020, pág. 32).

### 2.2.2.1. Tipos de gestión.

**Figura 2:**  
*Tipos de Gestión*



**Nota:** (Westreicher, 2020)

Según (Westreicher, 2020) menciona los siguientes tipos de gestión para una empresa:

- a) **Gestión tecnológica:** Se refiere al proceso de planificación, implementación y supervisión de los recursos y actividades tecnológicas de una organización con el objetivo de aumentar su valor y para formar o lograr los objetivos estratégicos.
- b) **Gestión social:** Consiste en llevar a cabo una serie de pasos y acciones, que abarcan desde la aproximación, análisis y comprensión de una situación problemática, hasta la concepción y ejecución de soluciones concretas

- c) **Gestión ambiental:** La gestión ambiental implica la adopción de políticas y prácticas que fomenten el uso responsable de los recursos naturales, la reducción de la contaminación, la conservación de la biodiversidad y la promoción de prácticas sostenibles.
- d) **Gestión estratégica:** es un proceso continuo y dinámico que implica la formulación, implementación y evaluación de las estrategias de una organización con el fin de lograr sus objetivos a largo plazo y obtener una ventaja competitiva en su entorno.
- e) **Gestión administrativa:** se refiere a las actividades y procesos llevados a cabo por los administradores y personal de una organización para planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar los recursos y las operaciones de la empresa, con el objetivo de lograr eficiencia, eficacia y cumplimiento de los objetivos establecidos.
- f) **Gestión gerencial:** se refiere al conjunto de actividades y habilidades utilizadas por los gerentes para dirigir, coordinar y supervisar eficazmente los recursos de una organización con el fin de lograr sus objetivos.
- g) **Gestión financiera:** se refiere al proceso de administrar y controlar los recursos financieros de una organización con el objetivo de maximizar el valor y la rentabilidad. (pp. 14-15)

### **Ventajas de la gestión**

1. La gestión ayuda a organizar recursos, tareas y personas de manera eficiente para lograr los objetivos de la organización.
2. Una gestión efectiva puede mejorar la eficiencia operativa, minimizando los costos y maximizando la productividad.
3. proporciona un marco para la toma de decisiones informadas basadas en datos y análisis.

## **Desventajas de la gestión**

1. La gestión excesiva puede dar lugar a una burocracia innecesaria, lo que podría ralentizar los procesos y generar rigidez.
2. Algunos estilos de gestión pueden caer en Micro gestión, donde los líderes supervisan en exceso, lo que puede afectar la autonomía y la creatividad de los empleados.
3. Los empleados pueden resistirse a los cambios propuestos por la gestión, especialmente si no se comunican adecuadamente o si los cambios amenazan la estabilidad percibida.

## **¿Cómo identificar las fortalezas y debilidades?**

(Talancón, 2006) menciona que:

Una fortaleza de una organización es una función o habilidad que se desempeña de manera adecuada. Estas habilidades pueden estar relacionadas con el personal, sus características psicológicas y su evidencia de competencias. Otro aspecto que se identifica como una fortaleza es la presencia de recursos valiosos y la capacidad competitiva de la organización, lo cual se considera un logro que brinda ventajas en el entorno social. (pág. 21)

“Una debilidad de una organización se refiere a un factor vulnerable dentro de su estructura u operación, o a una actividad que la empresa realiza de manera deficiente, lo que la coloca en una posición desfavorable.” (Talancón, 2006, pág. 32)

## **Identificar oportunidades y amenazas.**

(Talancón, 2006) menciona lo siguiente:

Las oportunidades son factores externos que influyen en una organización y que no se pueden controlar, pero representan posibilidades de crecimiento o mejora. En resumen, las oportunidades son elementos potenciales de crecimiento o mejora que se originan en el entorno externo y tienen la capacidad de influir en la definición de estrategias por parte de las organizaciones.

Las amenazas son fuerzas externas que la organización no puede controlar y representan aspectos negativos y problemas potenciales. Estas amenazas pueden surgir del entorno y pueden tener un impacto adverso en la organización. A diferencia de las oportunidades, las amenazas representan riesgos y desafíos que la organización debe enfrentar y superar. Tanto las oportunidades como las amenazas pueden influir en la actividad y la situación de una organización, lo que implica la necesidad de tomar acciones estratégicas para adaptarse a ellas. (pp.18-19)

### **2.3. Marco Conceptual**

**Análisis Situacional:** Para (Valle & Gonazales, 2004) el Análisis Situacional “es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que obligan a actuar”. (pag.16)

**Dirección estratégica:** Para (L., 2006) la dirección estratégica “es el conjunto de decisiones y actos usados para formular e implementar estrategias específicas que conseguirán que la organización se adapte a su entorno de forma competitivamente superior, para poder alcanzar las metas de la organización.” (pág. 54)

**FODA:** Para (Gonzalez, 2020), “El análisis FODA es una lista de las fortalezas y debilidades de una organización analizando sus recursos y capacidades, así como una lista de las amenazas y oportunidades que se identifica con el análisis de su entorno”. (pág. 224)

**Fortalecimiento:** “Se reconoce como fortalecimiento al proceso para mejorar, desarrollar y aumentar la capacidad y el rendimiento, ya sea a nivel organizacional o individual.” (Cordoba, Castaño, & Gomez, 2006)

**Gestión:** Para (Lopez, 2016) "la gestión es el arte de saber lo que se quiere hacer y a continuación, hacerlo de la mejor manera y por el camino más eficiente"

**Optimización:** Según (Herran, 2008) la optimización “es fundamental en todas las empresas, y plantea la planificación de producción como una opción para optimizar procesos porque una planificación de producción presenta varias estrategias, modelos y pasos para mejorar las actividades de una empresa.” (pág. 8)

**PESTEL:** Citando a (Amador, 2022) El análisis PESTEL “es una herramienta que permite a las organizaciones descubrir y evaluar los factores que pueden afectar el negocio en el presente y en el futuro, además de examinar oportunidades y amenazas que surgen a partir de dichos factores.” (pág. 1)

### **Plan estratégico:**

(Galán, 2020) menciona que un Plan Estratégico es:

Es una herramienta que sirve para definir hacia dónde quiere ir tu organización y qué acciones se realizarán para lograr esos objetivos. Así mismo un plan estratégico consiste en determina las acciones empresariales necesarias para abordar los desafíos que puedan surgir y finalmente alcanzar los objetivos establecidos. (pág. 15)

**Planeación:** Es un enfoque que permite conocer las metas y objetivos claros, determinar las acciones necesarias para alcanzarlos y diseñar estrategias para su ejecución.

**Proceso Administrativo:** Para (Chiavenato, 2022) el proceso administrado es, “Hacer énfasis en que los administradores, sin importar sus niveles y funciones se comprometan continuamente en actividades interrelacionadas como planear, organizar, dirigir y controlar, para alcanzar los objetivos deseados.” (pág. 11)

#### **2.4. Marco Legal**

Esta investigación como primera instancia está fundamentada legalmente en la Constitución Política del Ecuador con relación a las actividades turísticas que brindan ciertas instituciones.

Según la (CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR , 2008) menciona que:

**En el Artículo. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Así También Artículo 324.-** El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal.

Según la (LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 2020) menciona que:

**Que en el Artículo 13.-** Infraestructura para centros de emprendimientos. - Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

**En el Artículo. 46.-** Reestructuración de Emprendimientos. Todo emprendedor, definido como tal en esta Ley, y que sea una persona jurídica bajo control de una Superintendencia, puede acogerse al procedimiento administrativo establecido en este capítulo, para facilitar un acuerdo con sus acreedores, a fin de reestructurar el emprendimiento, siempre que no hubiere sido declarada en disolución previamente.

**Así También Artículo. 303.-** La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras “compañía en comandita” o su abreviatura.

Según la (LEY DE COMPAÑIAS, 2017) menciona que:

**En el Artículo. 2.-** Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- a) La compañía en nombre colectivo;
- b) La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- c) La compañía de responsabilidad limitada;
- d) La compañía anónima; y,
- e) La compañía de economía mixta.

**Así también Artículo 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Así también en el Artículo. 9.-** Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

**Así también Artículo. 31.-** Los acreedores personales de un socio o accionistas durante la existencia de una compañía, podrán:

1. Solicitar la prohibición de transferir participaciones o acciones.
2. Embargar las acciones que le correspondan, las cuales podrán ser rematadas a valor de mercado, de conformidad con las disposiciones del Código de Procedimiento Civil.

Los derechos económicos inherentes a la calidad de accionista serán ejercidos por la persona en cuyo beneficio se dictó el embargo. No son susceptibles de embargo las cuotas o participaciones que correspondan al socio de una compañía de responsabilidad limitada en el capital social.

3. Embargar las utilidades que les correspondan previa deducción de lo que el socio o accionista adeudare por sus obligaciones sociales.

**Así también en el Artículo. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

**Así también en el Artículo. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Según la (LEY DE TURISMO, 2014) menciona que.

**En el Artículo 4.-** la (Ley de Turismo, 2023) establece como actividades turísticas permitidas a los Centros de Turismo Comunitario que podrán prestar una o más de las siguientes actividades:

- 1) Alojamiento;
- 2) Alimentos y bebidas;
- 3) Operación Turística Comunitaria en los términos del presente Reglamento.

**Así mismo en el Artículo 5.-** la (Ley de Turismo, 2023) establece: Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

**En el Artículo 25.-** El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

Según la (LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL, 2021) menciona lo siguiente:

Los servicios prestados por establecimientos de alojamiento turístico a turistas extranjeros. Dichos establecimientos deberán estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo y contar con la Licencia Única Anual de Funcionamiento. A estos efectos, se considerará como turista extranjero a todo aquel ciudadano extranjero que ingrese legalmente al Ecuador, permanezca en el país por menos de 90 días y no cuente con residencia temporal o permanente en el país.

Además la (LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL, 2021) mediante la LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL menciona acerca de la crisis económica producida por la pandemia del COVID-19, los contribuyentes que se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Turismo y cuenten con la respectiva Licencia Única Anual de funcionamiento al día podrán compensar las pérdidas tributarias sufridas en los ejercicios económicos 2020 y 2021, con las utilidades gravables que obtuvieren dentro de los periodos impositivos siguientes, hasta el 100% por un máxima de diez (10) años en la forma en que ellos lo estimen.

Según el (Servicio de Rentas Internas, s.f.) Los servicios prestados por establecimientos de alojamiento turístico a turistas extranjeros gravarán tarifa 0% del IVA, siempre y cuando el establecimiento cumpla lo siguiente:

- a) Se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo; y,
- b) Cuente con la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF).

“Se considera turista extranjero a toda persona proveniente de otro país que permanezca en el Ecuador por menos de 90 días y que no cuente con residencia temporal o permanencia en el país.” (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

## 2.5. Marco Geo Referencial

Este proyecto de investigación se llevará a cabo en el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, ubicado en la ciudad de Guaranda provincia de Bolívar en la Av. Caracas y Roberto Arregui de Guaranda a 16 minutos del centro de la ciudad.

**Figura 3:**  
*Ubicación del Complejo Turístico LA RUEDA*



**Nota:** <https://www.google.com/maps/@-1.5858161,-78.9999729,255m/data=!3m1!1e3?entry=ttu>

**Figura 4:**  
*Ubicación del Complejo Turístico LA RUEDA*



**Nota:** <https://www.google.com/maps/@-1.5858161,-78.9999729,255m/data=!3m1!1e3?entry=ttu>

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1. Tipos de Investigación**

Los tipos de investigación que se emplearan en el desarrollo de este trabajo investigativo son de suma importancia ya que permite obtener información relevante y oportuna, favoreciéndonos así en nuestra idea a defender.

##### ***3.1.1. Investigación descriptiva***

Mediante este tipo de en investigación se enfocará describir la población, situación o fenómeno en donde está enfocado nuestra investigación, además se permitirá a conocer los problemas que presenta el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA y si poder sugerir posibles soluciones. (Curi, 2019, pág. 13)

##### ***3.1.2. Investigación bibliográfica***

Esta investigación ha sido utilizad mediante la consulta de diferentes libros, artículos científicos, trabajos de tesis, internet y datos oficiales, los cuales permiten a obtener información referente y que sirva de sustento para nuestra investigación sobre el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA. (Curi, 2019, pág. 13)

##### ***3.1.3. Investigación de campo***

Mediante esta investigación recopilaremos datos reales, los cuales se obtendrán a través de encuestas y entrevistas las cuales serán aplicadas a la población económicamente activa y a los miembros que laboran en el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, esto se lo realizara con el fin de recopilar toda la información necesaria para nuestro proyecto de investigación. (Curi, 2019, pág. 13)

### **3.2. Enfoque de la investigación**

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad proporcionar una mejor comprensión de los distintos problemas formulados, objetivos, procesos y técnicas, tanto cualitativos como cuantitativos, cuantitativos porque se emplearán datos y fórmulas que facilitarán la investigación, cualitativos porque se plasmara para formular ideas claras para validar nuestro estudio mediante los resultados.

### **3.3. Métodos de investigación**

“Existen varios tipos de investigación que se clasifican dependiendo de su objetivo, la profundidad del estudio realizado, los datos que se analizan, el tiempo que requiere el estudio del fenómeno, entre otros factores” (BRENDA CASTILLO , 2020, pág. 34).

#### **3.3.1. Método deductivo.**

Este método será de gran ayuda ya que permitirá estudiar cuales son los problemas que atraviesa el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, para después analizarlos con el único fin de conocer cuáles son las estrategias que permitirán mejorar la gestión de la empresa.

#### **3.3.2. Método inductivo.**

El método inductivo se empleará para mejorar la gestión al examinar datos y observaciones detalladas con el fin de identificar patrones y problemas específicos posee el COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA.

#### **3.3.3. Método Analítico**

Mediante este método analizaremos toda la información obtenida acerca de los problemas que se ha planteado y también de los resultados de la investigación de campo y a la vez permitirá formular cuales podrían ser las conclusiones y recomendaciones del proyecto final.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de Recopilación de Datos**

Las técnicas e instrumentos que serán utilizadas para el presente proyecto de investigación con el fin de recopilar datos son:

**Encuestas:** estas serán aplicadas a los cliente y trabajadores del COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, a los clientes se lo realizara para conocer su grado de conformismo y su opinión de las instalaciones y estancia, a los trabajadores para conocer la perspectiva y necesidades de acuerdo las actividades que desarrollan.

**Entrevistas:** Mediante este método lo que se pretende es obtener información de la máxima autoridad del COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA, mismo que ocupa el cargo de Gerente General el Ing. ESCOBAR GORTAIRE MARIO ENRIQUE, esto se lo realiza con el fin de obtener temas específicos de la empresa.

### **3.5. Universo, Población y Muestra**

En este proyecto de investigación estaremos tratando para la encuesta con dos tipos de universo en donde lo dividiremos en un público externo y uno interno además de una entrevista que se realizará al Gerente del COMPLEJO TURÍSTICOS LA RUEDA.

#### **3.5.1. *Universo***

El primer universo que trataremos será con la población de Guaranda el cual cuenta con una población de 30.755 habitantes en la zona urbana según el INEN 2022 que están reflejadas en la página oficial del Censo Ecuador. Para el segundo universo solo aplicaremos 6 encuesta ya que el Complejo cuenta con 6 trabajadores actualmente por ello no estaremos realizando ninguna fórmula.

#### **3.5.2. *Población.***

Como población tendremos 30.755 habitantes de la zona urbana que conforma la ciudad de Guaranda según. (Censo Ecuador, 2022)

### 3.5.3. Muestra

Para calcular la fórmula de la muestra estaremos tomando en cuenta la población de Guaranda que es de 30.755 habitantes. (Censo Ecuador, 2022)

#### Fórmula

Según (Torres) la muestra se puede calcular con la siguiente fórmula:

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

A continuación, se detalla cada símbolo de la fórmula de la muestra:

- $n$  = tamaño de la muestra
- $N$  = tamaño de la población o Universo = 30.755
- $Z$  = nivel de confianza = 1,96
- $p$  = probabilidad de éxito 50% = 0.50
- $q$  = probabilidad de fracaso 50% = 0.50
- $e$  = margen de error 5% = 0.05

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{30.755 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (30.755 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$
$$n = \frac{29.537}{77,85}$$
$$n = 379$$

### **Entrevista.**

Para realizar la recopilación de datos se utilizarán el siguiente instrumento el cual son los cuestionarios que se aplicara dentro del COMPLEJO TURÍSTICOS LA RUEDA. Quien consta con un universo de 6 personas quienes laboran dentro de esta empresa.

### **3.6. Procesamiento de la Información**

Para el procesamiento de la información recopilada se usaron dos programas, Microsoft Excel, para la tabulación de los datos estadísticos obtenidos, y Microsoft Word con el propósito de redactar, editar y corregir el texto escrito que contendrá nuestra investigación.

Con las técnicas empleadas de la entrevista y la encuesta se pretende obtener información si en el Complejo existe un Plan Estratégico y además si el personal conoce sobre su filosofía organizacional y administrativo y si lo ponen en práctica, también se busca obtener la opinión de los clientes para un mayor refuerzo de la investigación y poder saber en qué campos se puede fortalecer el Complejo.

## CAPÍTULO IV.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

##### 4.1.1. Encuesta Dirigida a los Clientes

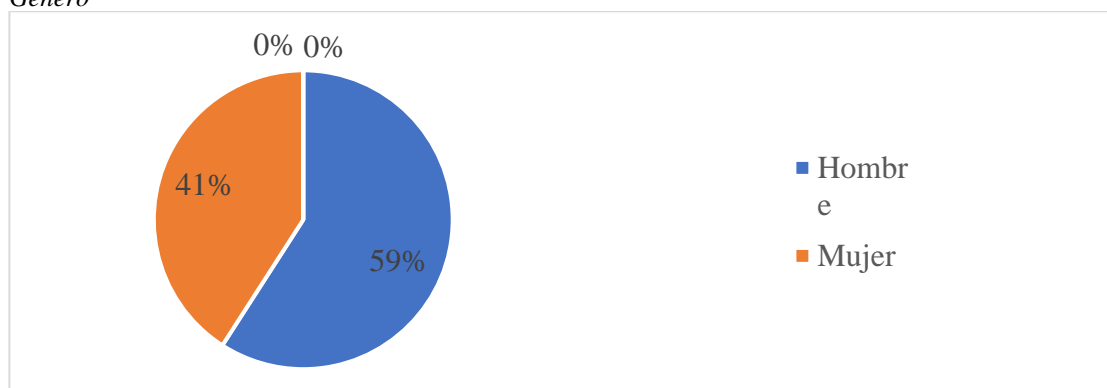
###### Género

Tabla 3:  
Género

| Con que genero se identifica | N.º        | Porcentaje  |
|------------------------------|------------|-------------|
| Hombre                       | 224        | 59%         |
| Mujer                        | 155        | 41%         |
| LGBTIQ+                      | 0          | 0%          |
| Otros                        | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>379</b> | <b>100%</b> |

Nota. Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Figura 5:  
Género



Nota. Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Dentro de los encuestados la mayor parte de los participantes fueron hombre con un promedio del 59% y una participación de mujeres del 41%, esto nos servirá para recolectar información variada de acuerdo con los gustos y preferencias que tienen ellos con respecto a los servicios del Complejo Turístico la Rueda.

## Edad

**Tabla 4:**

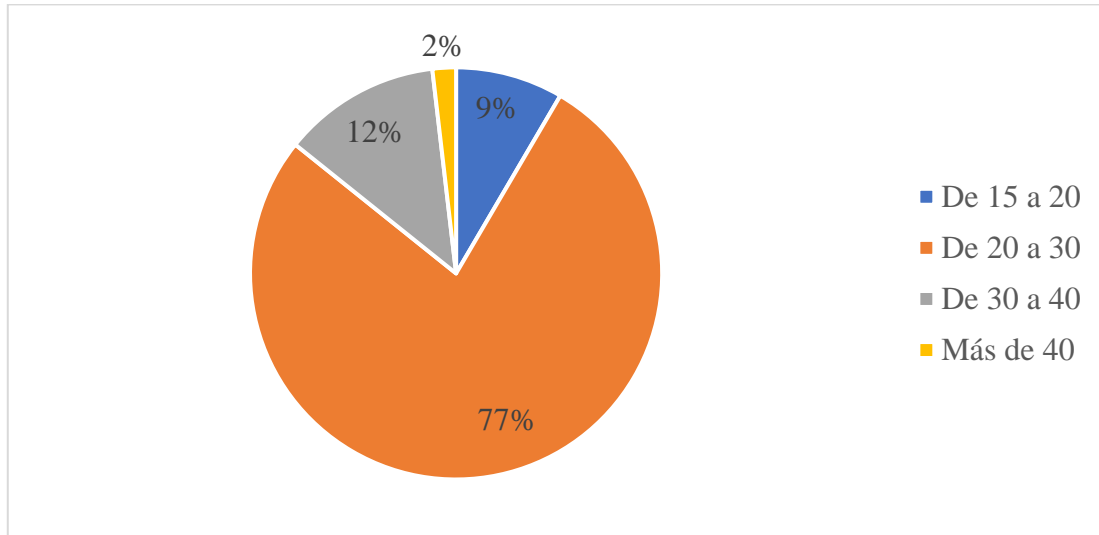
*Edad*

| Rango de edad | N.º        | Porcentaje  |
|---------------|------------|-------------|
| De 15 a 20    | 32         | 8%          |
| De 20 a 30    | 293        | 77%         |
| De 30 a 40    | 47         | 12%         |
| Más de 40     | 7          | 2%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>379</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 6:**

*Edad*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 77% de encuestados mayoritariamente tienen la edad entre 20 a 30 años, mientras que el 12% entre 30 a 40 años, se puede prever que las opiniones están enfocadas en base a los gustos y preferencias de cada uno de ellos, este tipo de servicio está direccionado tanto a jóvenes como adultos, de los cuales cada uno expresará sus gustos y preferencias que tiene acerca de un complejo.

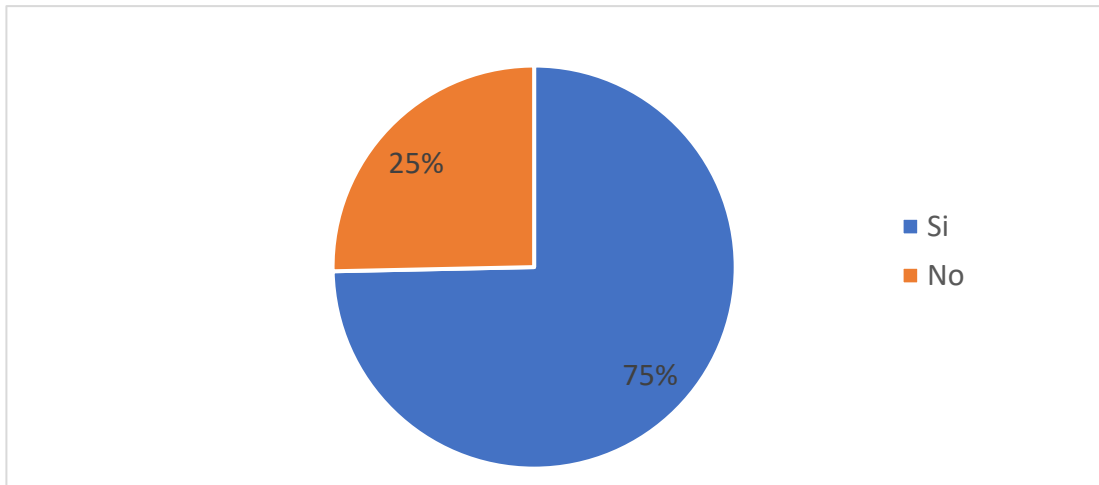
### Pregunta 1. ¿Conoce usted algún Complejo Turístico en la Ciudad de Guaranda?

**Tabla 5.**  
*Conoce más Complejos Turísticos*

| Opciones     | N.º        | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 283        | 75%         |
| No           | 96         | 25%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>379</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 7:**  
*¿Conoce más Complejos Turísticos?*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 75% de encuestados si han visitado Complejos turísticos dentro y fuera de la ciudad de Guaranda, lo que implica que los turistas lo hacen para distraerse y conocer nuevos lugares, mientras que el 25% de personas no lo han visitado pudiéndose deber a factores económicos, tiempo o desconocimiento, por lo cual una alternativa seria implementar nuevos medios de comunicación dando a conocer sobre los servicios que ofrece el Complejo, además de tener horarios accesibles al público.

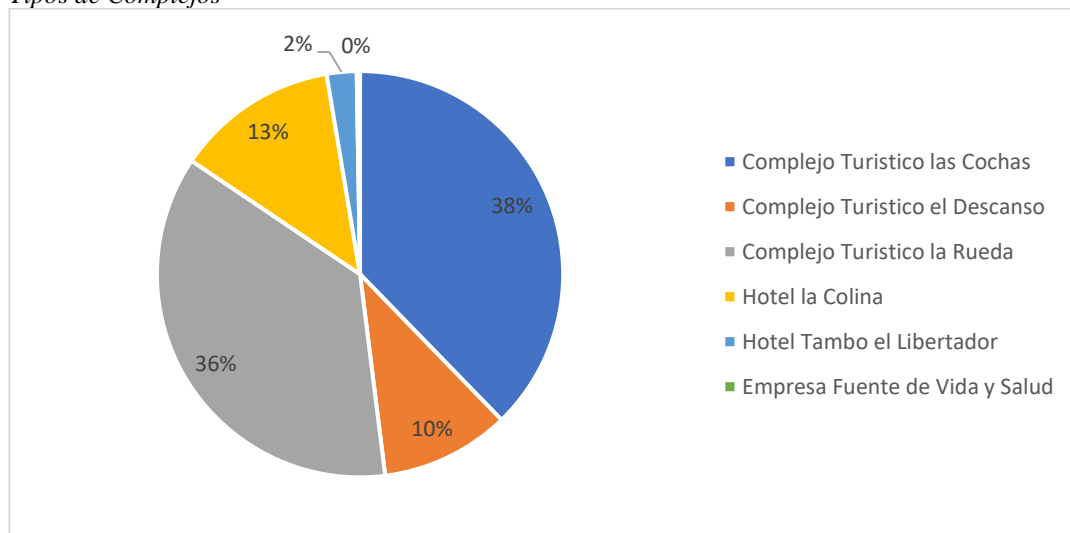
**Pregunta 2. ¿Qué complejo turístico conoce?**

**Tabla 6:**  
*Tipos de Complejos*

| <b>Tipos de Complejos</b>             | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------------------|------------|-------------------|
| <b>Complejo Turístico las Cochas</b>  | 150        | 38%               |
| <b>Complejo Turístico el Descanso</b> | 39         | 10%               |
| <b>Complejo Turístico la Rueda</b>    | 131        | 36%               |
| <b>Hotel la Colina</b>                | 49         | 13%               |
| <b>Hotel Tambo el Libertador</b>      | 9          | 2%                |
| <b>Empresa Fuente de Vida y Salud</b> | 1          | 0%                |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>379</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 8:**  
*Tipos de Complejos*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Los distintos consumidores buscan complejos turísticos que ofrezcan una buena ubicación, variedad de servicios, precios, atención al cliente, infraestructura y un ambiente agradable, siendo de preferencia con el 38% el complejo turístico las Cochas, en el cual se podría decir que buscan un Complejo que se encuentre al aire libre, seguido por la Rueda con el 36%, siendo un porcentaje considerablemente aceptable.

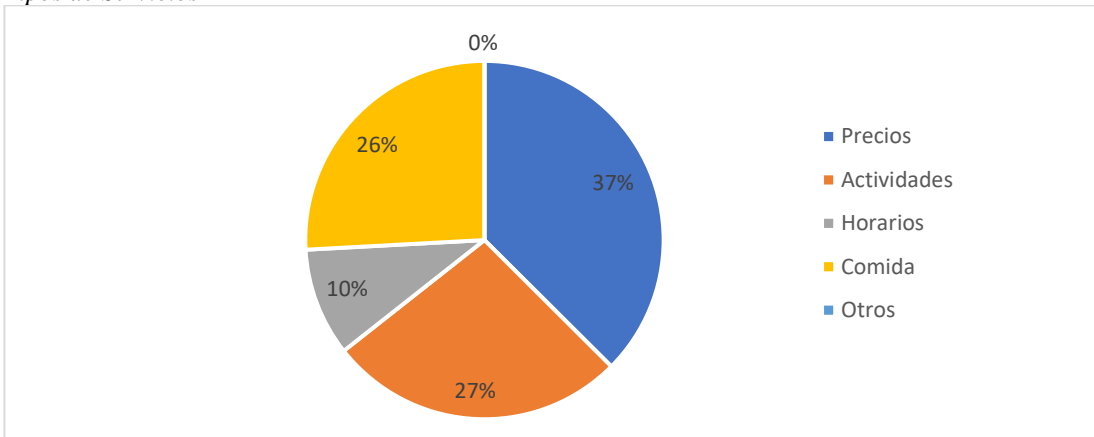
**Pregunta 3. ¿Qué servicios le llama más la atención de un Complejo Turístico?**

**Tabla 7.**  
*Tipos de Servicios*

| <b>Servicios</b>   | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|------------|-------------------|
| <b>Precios</b>     | 142        | 37%               |
| <b>Actividades</b> | 102        | 27%               |
| <b>Horarios</b>    | 37         | 10%               |
| <b>Comida</b>      | 98         | 26%               |
| <b>Otros</b>       | 0          | 0%                |
| <b>TOTAL</b>       | <b>379</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 9:**  
*Tipos de Servicios*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Uno de los servicios que más le llamo la atención con un 37% fueron los precios por el motivo que es más accesible en la ahora de ingresar a cualquier instalación, mientras que el 27% menciona que las actividades como Piscinas, Saunas, Cursos de natación, canchas deportivas, lagos y otros son importantes para su distracción y diversión.

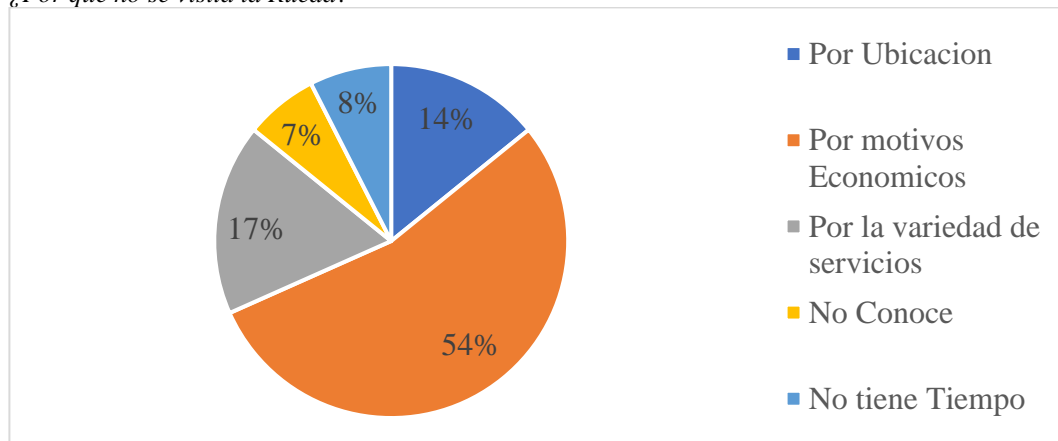
**Pregunta 4. ¿Por qué no visita el Complejo Turístico La Rueda? (Si su respuesta de la pregunta dos fue otro complejo turístico conteste esta pregunta, caso contrario continúe con las demás preguntas)**

**Tabla 8:**  
*¿Por qué no se visita la Rueda?*

| Opciones                            | N.º        | Porcentaje  |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| <b>Por Ubicación</b>                | 34         | 14%         |
| <b>Por motivos Económicos</b>       | 130        | 54%         |
| <b>Por la variedad de servicios</b> | 42         | 18%         |
| <b>No Conoce</b>                    | 16         | 7%          |
| <b>No tiene Tiempo</b>              | 18         | 8%          |
| <b>Total</b>                        | <b>240</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 10:**  
*¿Por qué no se visita la Rueda?*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 54% de las personas no visitan al complejo turístico La Rueda por motivos económicos lo que conlleva a pensar que algunas personas tienen problemas con el precio de entrada o el traslado, mientras que un 17% manifiesta que no ha visitado el complejo por falta de servicios que llame la atención a las personas, por el otro lado con el 14% menciona que el tiempo no es favorable por lo tanto una alternativa para que los clientes lo visiten puede ser acoplarse a sus horarios.

**Pregunta 5. ¿Cuál es el motivo principal para visitar el Complejo Turístico La Rueda?**

**Tabla 9:**

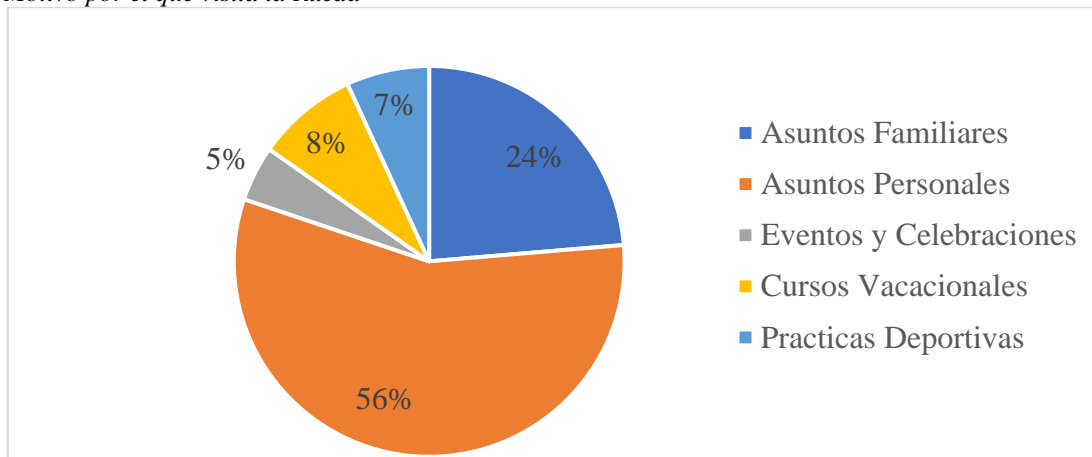
*Motivo por el que visita la Rueda*

| <b>Motivo</b>                  | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------------------|------------|-------------------|
| <b>Asuntos Familiares</b>      | 31         | 24%               |
| <b>Asuntos Personales</b>      | 74         | 56%               |
| <b>Eventos y Celebraciones</b> | 6          | 5%                |
| <b>Cursos Vacacionales</b>     | 11         | 8%                |
| <b>Prácticas Deportivas</b>    | 9          | 7%                |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>131</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 11:**

*Motivo por el que visita la Rueda*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 56% de encuestados visita el Complejo por asuntos personales en los cuales uno de ellos es por motivo de las actividades que ofrece el complejo Turístico como piscinas, saunas, hospedaje, entre otros, el 24% va por asuntos familiares y en los cuales también hacen uso de las habitaciones con el fin de compartir momentos únicos, el 8% por otro lado por cursos vacaciones y otros servicios que para el Complejo son indispensables para generar mayores ganancias.

### Pregunta 6. ¿Con que frecuencia visita el Complejo Turístico La Rueda?

**Tabla 10:**

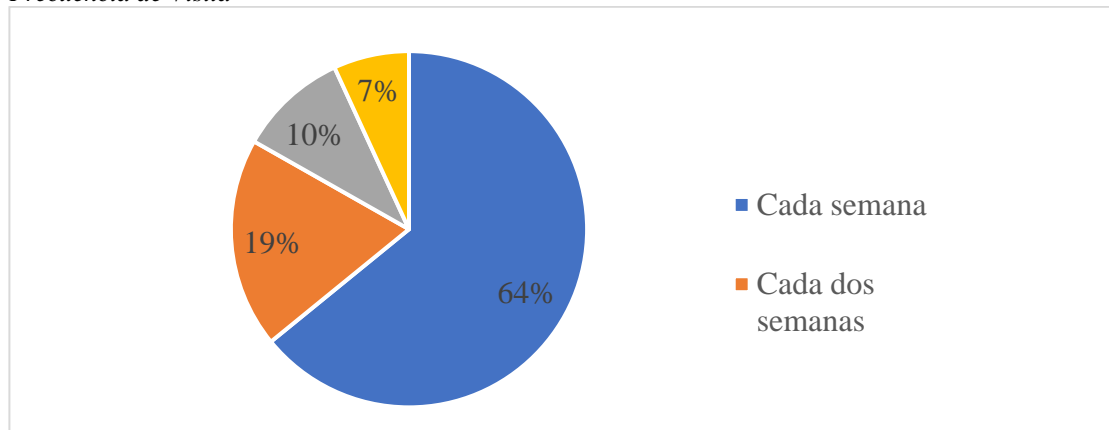
*Frecuencia de Visita*

| <b>Frecuencia de visita</b> | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------------|------------|-------------------|
| <b>Cada semana</b>          | 84         | 64%               |
| <b>Cada dos semanas</b>     | 25         | 19%               |
| <b>Cada mes</b>             | 13         | 10%               |
| <b>Cada año</b>             | 9          | 7%                |
| <b>TOTAL</b>                | <b>131</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 12:**

*Frecuencia de Visita*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Se puede evidencia que un 64% va cada semana como consecuencia de algún curso vacacional o para distraerse en donde se ve reflejada la visita familiar o personal, mientras que el 10% y el 7 % de la población visitan cada mes o al año en especial cuando existen eventos dentro de la ciudad, para incrementar las visitas el Gerente está diseñando nuevas atracciones como un columpio y un mirador el cual se encuentran en las parte superior del Complejo en donde se espera una mayor presencia por parte de las personas que lo visiten y generar una mayor inversión.

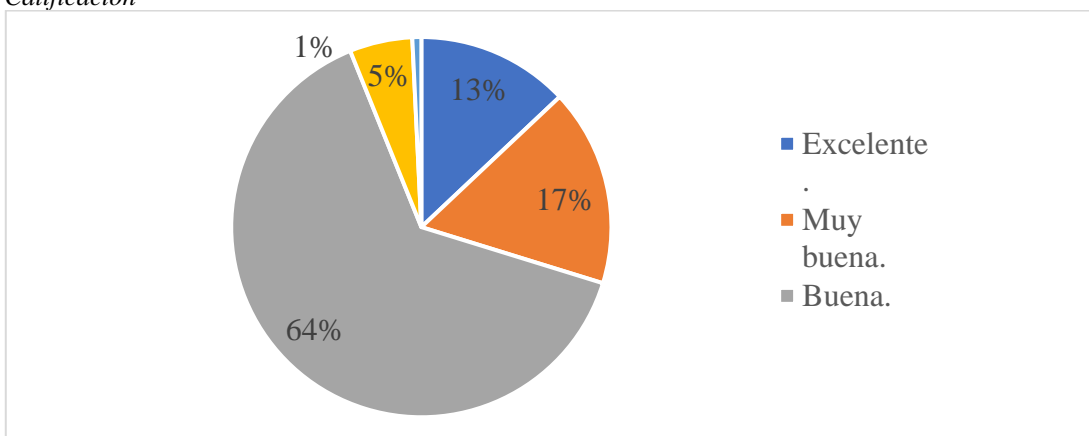
**Pregunta 7. ¿Qué calificación cree que merece por los servicios que ofrece el Complejo Turístico La Rueda?**

**Tabla 11:**  
*Calificación*

| <b>Calificación</b> | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------|------------|-------------------|
| <b>Excelente.</b>   | 17         | 13%               |
| <b>Muy buena.</b>   | 22         | 17%               |
| <b>Buena.</b>       | 84         | 64%               |
| <b>Regular</b>      | 7          | 5%                |
| <b>Mala.</b>        | 1          | 1%                |
| <b>TOTAL</b>        | <b>131</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 13:**  
*Calificación*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Gran parte de los encuestados correspondientes al 64%, coincidieron con una calificación de Buena. Este es un indicativo positivo, ya que la mayoría de los clientes están satisfechos con los servicios del complejo, el 17% dieron una calificación de Muy bueno esto sugiere que otro grupo obtuvieron una experiencia positiva, sin embargo, existen indicadores como malo y regular donde se puede resaltar ciertos aspectos que hay que mejorar como la infraestructura y diferentes servicios de hospedaje, alimentación, atención al cliente.

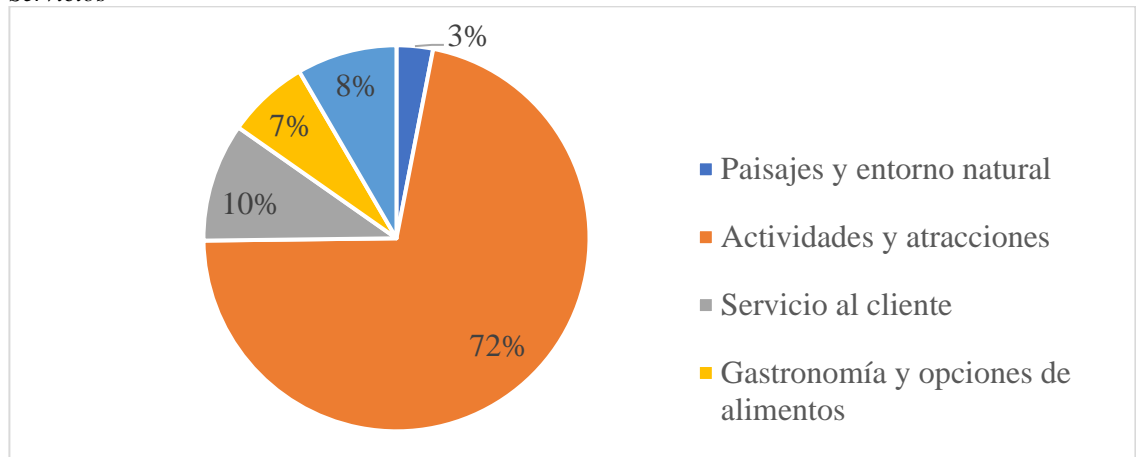
**Pregunta 8. ¿Durante su visita que tipos de servicios fue de su agrado?**

**Tabla 12:**  
*Servicios*

| Opciones de los servicios           | N.º        | Porcentaje  |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Paisajes y entorno natural          | 4          | 3%          |
| Actividades y atracciones           | 94         | 72%         |
| Servicio al cliente                 | 13         | 10%         |
| Gastronomía y opciones de alimentos | 9          | 7%          |
| Instalaciones y comodidades         | 11         | 8%          |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>131</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 14:**  
*Servicios*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Un 72% de personas sienten un interés por parte de las actividades y atracciones que ofrece el Complejo, lo que indica que las personas pueden disfrutar, distraerse, relajarse en un mismo lugar, teniendo en cuenta los precios, servicios ofrecidos, atención al cliente entre otros aspectos relevantes a la hora de elegir un complejo turístico, en tanto que en los factores de menor porcentaje se debe plantear estrategias que ayuden a mejorar estos servicios.

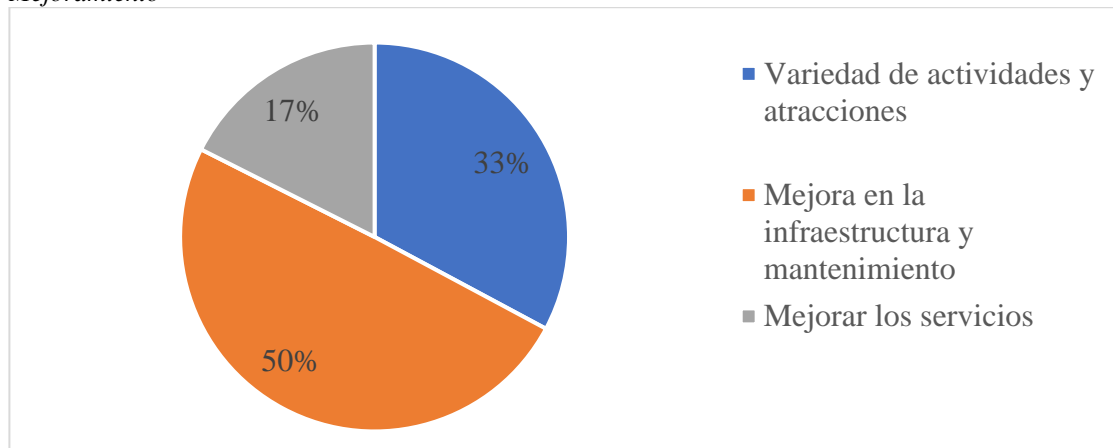
**Pregunta 9. ¿Qué aspectos considera usted que se podrían mejorar para brindar una experiencia turística más satisfactoria?**

**Tabla 13:**  
*Mejoramiento*

| Aspectos que mejorar                         | N.º        | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| Variedad de actividades y atracciones        | 43         | 33%         |
| Mejora en la infraestructura y mantenimiento | 65         | 50%         |
| Mejorar los servicios                        | 23         | 18%         |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>131</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 15:**  
*Mejoramiento*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Un aspecto que se puede evidenciar es mejorar la infraestructura, factor importante para brindar una buena imagen a las instalaciones, además de ampliar el espacio para nuevos servicios, el otro 33% de personas eligió que se debería de ampliar las actividades o atracciones que llamen la atención de nuevos clientes y por último el 17% opto el mejoramiento de los servicios, buscando la comodidad de las personas y dar respuesta a sus necesidades.

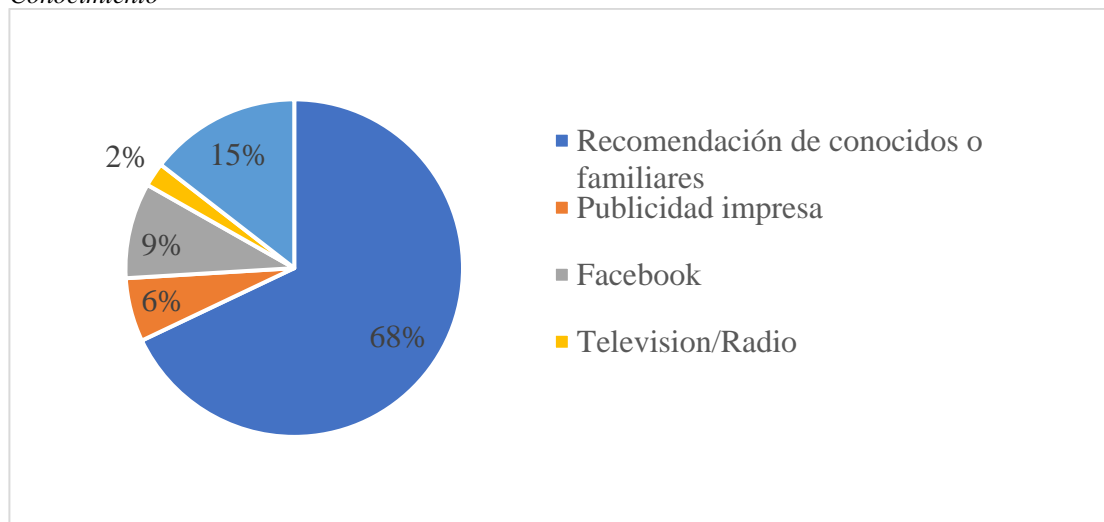
**Pregunta 10. ¿Cómo se enteró sobre los servicios que oferta el Complejo Turístico "La Rueda"?**

**Tabla 14:**  
*Conocimiento*

| <b>Conocimiento</b>                            | <b>N.º</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--|------------|-------------------|
| <b>Recomendación de conocidos o familiares</b> | 89         | 68%               |
| <b>Publicidad impresa</b>                      | 8          | 6%                |
| <b>Facebook</b>                                | 12         | 9%                |
| <b>Televisión/Radio</b>                        | 3          | 2%                |
| <b>Redes Sociales</b>                          | 19         | 15%               |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>131</b> | <b>100%</b>       |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 16:**  
*Conocimiento*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 68% de los encuestados manifiesta haber conocido el complejo turístico la Rueda por conocidos, familiares, amigos, más conocido como “de boca en boca”, lo que demuestra que las personas que han asistido al complejo tuvieron una experiencia favorable, agradable, el 15% manifestó que conoció a través de redes sociales como Facebook, WhatsApp.

#### 4.1.2. Encuestas para los trabajadores

##### **Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo usted trabaja en el complejo turístico?**

Dentro de los resultados obtenidos en la encuesta dirigida para los trabajadores se ha considerado el tiempo de trabajo en el complejo turístico La Rueda, detallados a continuación.

**Tabla 15:**  
*Nombres y Cargos de los Trabajadores La Rueda*

| <b>Nombre</b>                        | <b>Oficio</b>  | <b>Años</b> |
|--------------------------------------|----------------|-------------|
| <b>Álvaro Luis Ramírez García</b>    | Contador       | 6 años      |
| <b>Paola Cecilia López Salinas</b>   | Administradora | 6 años      |
| <b>Ana Lucia Chiluisa Pacheco</b>    | Cocinera       | 4 años      |
| <b>Diego Fabricio Chalco Paredes</b> | Ayudante 1     | 6 años      |
| <b>Jorge Luis Uyaguari Guamán</b>    | Ayudante 2     | 6 años      |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

##### **Pregunta 2. ¿Cuánto gana usted en el complejo turístico?**

En esta pregunta se pudo evidenciar que los trabajadores no ganan un sueldo básico, ya que el Complejo al ser una microempresa dedicada al turismo y hospedaje no requiere de trabajadores de forma continua, ya que existen días que no existe cliente debido, por lo tanto, los sueldos son los siguientes dependiendo de los días que asisten.

1. Contador: Gana 150 dependiendo del trámite que este realizando.
2. Administrador: Gana 150 dependiendo los días que realice los trabajos.
3. Cocinera: 30 dólares o más a la semana dependiendo los días que trabaje.
4. Ayudante1: 20 en adelante dependiendo de los días que labore.
5. Ayudante 2: 20 o más dependiendo de los días que labore.

**Pregunta 3. ¿Usted percibe el sueldo mensual o por semanas?**

Al no percibir un sueldo básico el pago a los trabajadores se evidencia dependiendo de los días que labore como son:

1. Contador: por tramite
2. Administrador: por días laborables
3. Cocinera: por días laborables
4. Ayudante 1: por días laborables
5. Ayudante 2: por días laborables

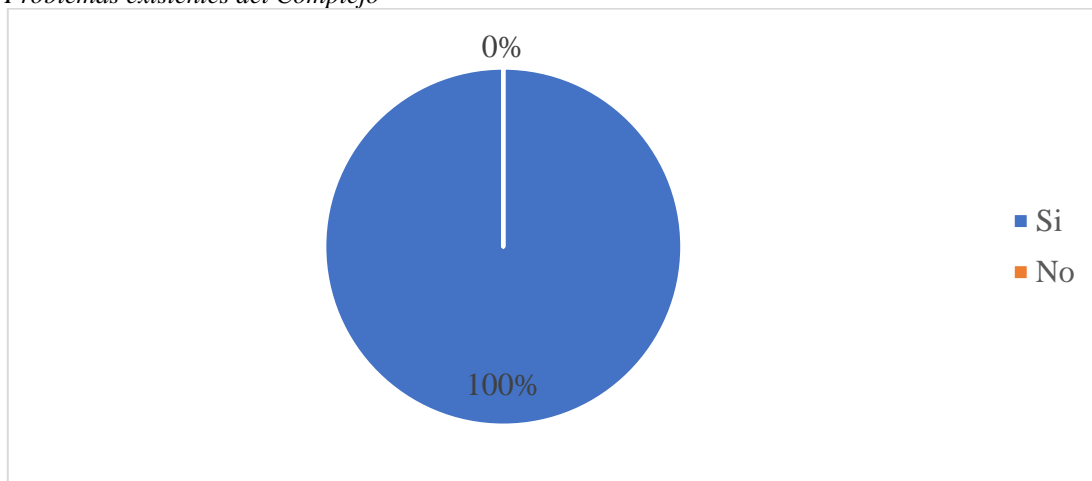
**Pregunta 4. ¿Usted conoce si el Complejo Turístico presenta problemas en la actualidad (infraestructura, servicios, otros)?**

**Tabla 16:**  
*Problemas existentes del Complejo*

| Opción       | N.º      | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Si           | 5        | 1          |
| No           | 0        | 0          |
| <b>TOTAL</b> | <b>5</b> | <b>1</b>   |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 17:**  
*Problemas existentes del Complejo*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Se evidencia que uno de los principales problemas que mencionaban los trabajadores es la falta de incentivos y ciertos problemas en la infraestructura y además el mejoramiento de ciertas áreas en donde es necesario mejorar sus funciones.

**Pregunta 5. ¿Usted está de acuerdo que la empresa ejecuta de forma eficiente todas sus actividades (servicios, actividades)?**

**Tabla 17:**

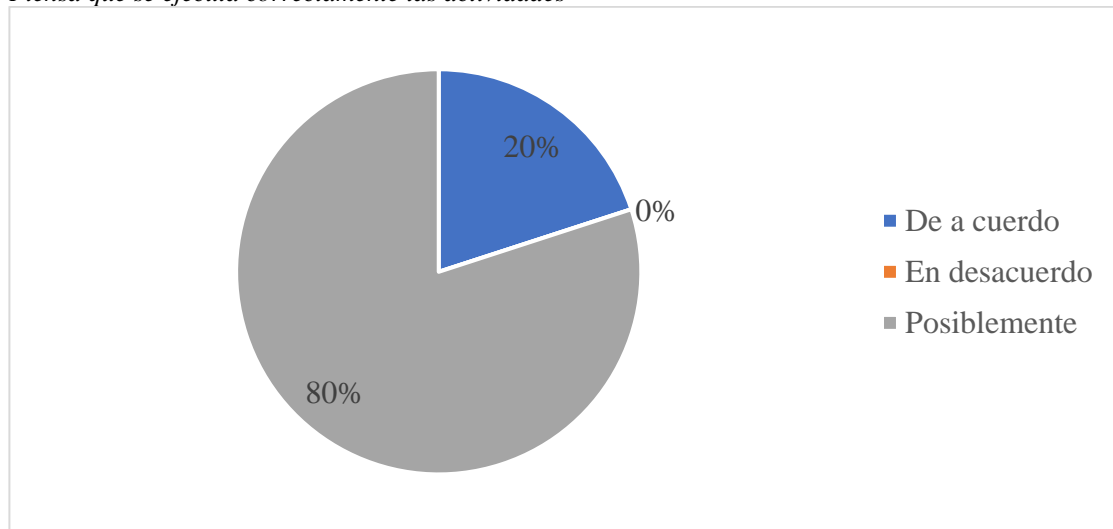
*Piensa que se ejecuta correctamente las actividades*

| Opciones             | N.º      | Porcentaje  |
|----------------------|----------|-------------|
| <b>De a cuerdo</b>   | 1        | 20%         |
| <b>En desacuerdo</b> | 0        | 0%          |
| <b>Posiblemente</b>  | 4        | 80%         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>5</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 18:**

*Piensa que se ejecuta correctamente las actividades*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Las 4 personas que corresponde el 80% menciona que posiblemente el Complejo no ejecuta de forma eficiente en todas sus labores por lo cual es fundamental que exista un adecuado control y revisión de ciertas áreas en donde se necesite un mayor fortalecimiento de sus actividades, mientras que el 20% si está de acuerdo con que se tiene una buena ejecución en sus labores.

**Pregunta 6. ¿Piensa usted que debería contar con un adecuado control en el área que labora?**

**Tabla 18:**

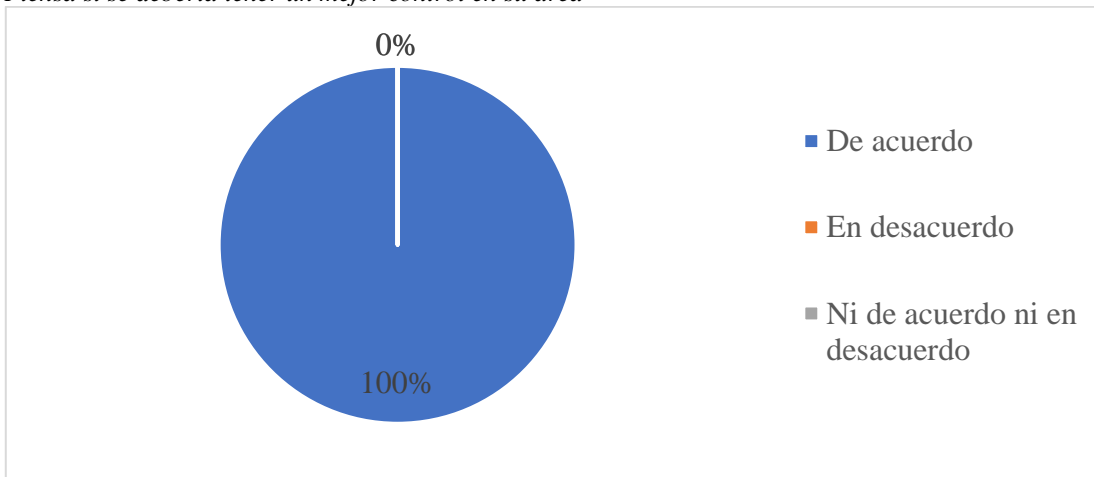
*Piensa si se debería tener un mejor control en su área*

| Opciones                       | N.º      | Porcentaje  |
|--------------------------------|----------|-------------|
| De acuerdo                     | 5        | 100%        |
| En desacuerdo                  | 0        | 0%          |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0        | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>5</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 19:**

*Piensa si se debería tener un mejor control en su área*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

En esta pregunta da a entender que todo el personal si está de acuerdo en tener un mejor control en el área que labora teniendo en cuenta ciertos aspectos que pueden necesitar para ejecutar correctamente sus actividades.

**Pregunta 7. ¿Conoce usted si el Complejo Turístico cuenta con misión y visión?**

**Tabla 19:**

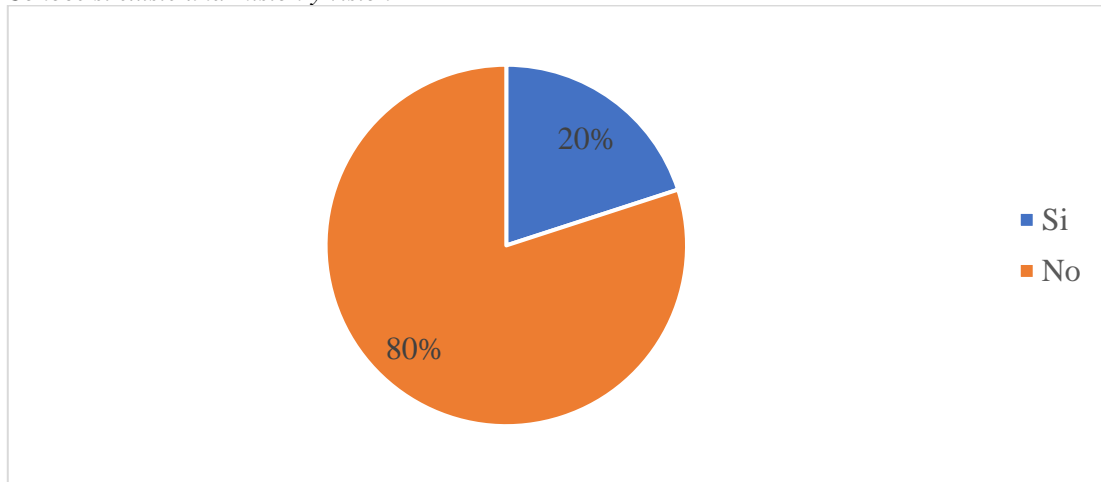
*Conoce si existe una misión y visión*

| Opciones     | N. °     | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Si           | 4        | 67%        |
| No           | 1        | 17%        |
| <b>TOTAL</b> | <b>5</b> | <b>83%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 20:**

*Conoce si existe una misión y visión*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Las 4 personas que trabaja en el complejo que corresponde el 80% si tienes conocimiento sobre la misión y visión del Complejo mientras que solamente una persona no tiene conocimiento de la misión y visión, por lo que es necesario que el primer día laborable se debe de dar todos los conocimientos al personal.

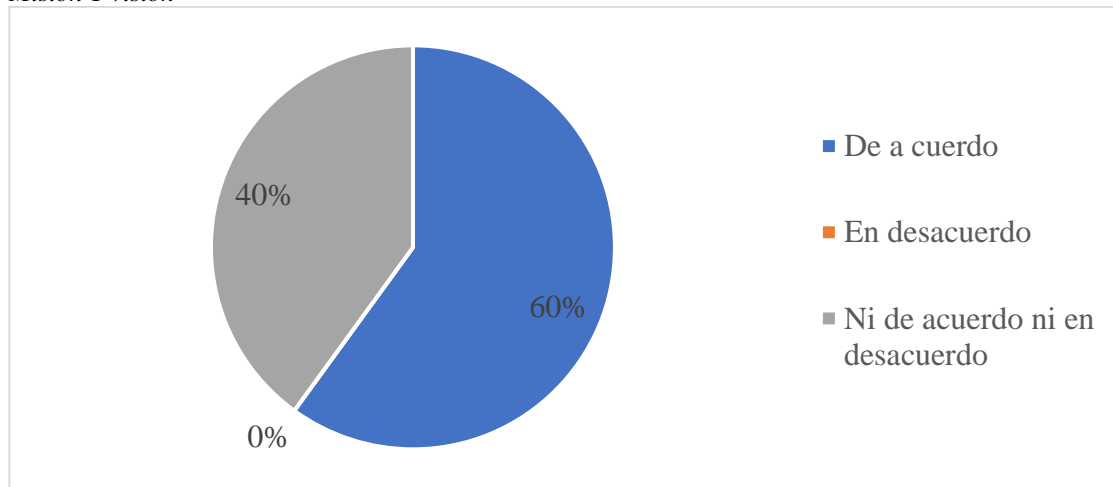
**Pregunta 8. ¿Cree usted que la misión y visión está alineados con los objetivos estratégicos del Complejo Turístico?**

**Tabla 20:**  
*Misión Y visión*

| Opciones                              | N.º      | Porcentaje |
|---------------------------------------|----------|------------|
| <b>De a cuerdo</b>                    | 3        | 50%        |
| <b>En desacuerdo</b>                  | 0        | 0%         |
| <b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b> | 2        | 33%        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>5</b> | <b>83%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 21:**  
*Misión Y visión*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Los 2 trabajadores encuestados piensan que no estas acuerdo que la misión y visión cumple los objetivos estratégicos del Complejo, mientras que 3 personas si están de acuerdo que si cumple con los objetivos del complejo.

**Pregunta 9. ¿Conoce usted si el Complejo Turístico posee un Plan Estratégico?**

**Tabla 21:**

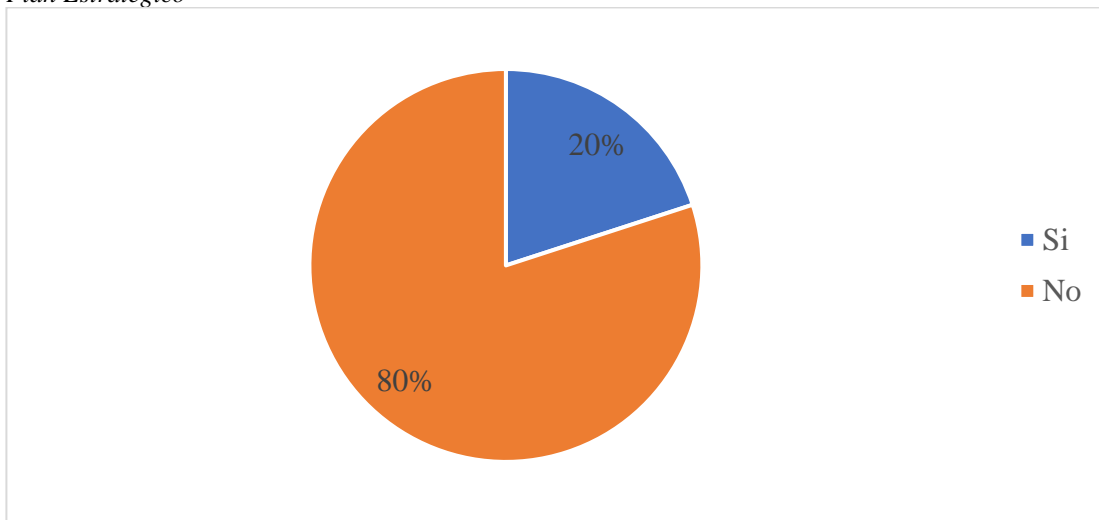
*Plan Estratégico*

| Opciones     | N.º      | Porcentaje |
|--------------|----------|------------|
| Si           | 1        | 17%        |
| No           | 4        | 67%        |
| <b>TOTAL</b> | <b>5</b> | <b>83%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 22.**

*Plan Estratégico*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

El 80% de los trabajadores del complejo turístico no conoce de la existencia de un plan estratégico mientras que solo 1 persona sabe que si pose un plan estratégico.

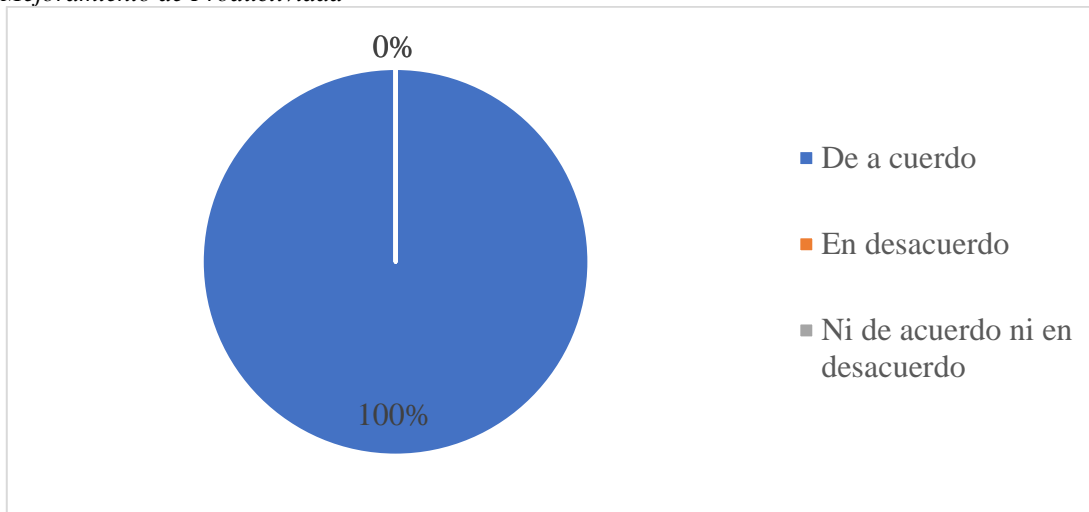
**Pregunta 10. ¿Usted estaría dispuesto a mejorar la productividad del Complejo Turístico?**

**Tabla 22:**  
*Mejoramiento de Productividad*

| Opciones                       | N.º      | Porcentaje  |
|--------------------------------|----------|-------------|
| De a cuerdo                    | 5        | 100%        |
| En desacuerdo                  | 0        | 0%          |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0        | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>5</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 23:**  
*Mejoramiento de Productividad*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Existe un 100% de aceptación de los cuales todos los trabajadores si están de acuerdo en mejorar la productividad del Complejo esto indica que buscarían en establecer nuevas metas y participar en opciones que ayuden en el mejoramiento de los servicios.

**Pregunta 11. ¿Considera usted que el Complejo Turístico debería contar con un Plan Estratégico?**

**Tabla 23:**

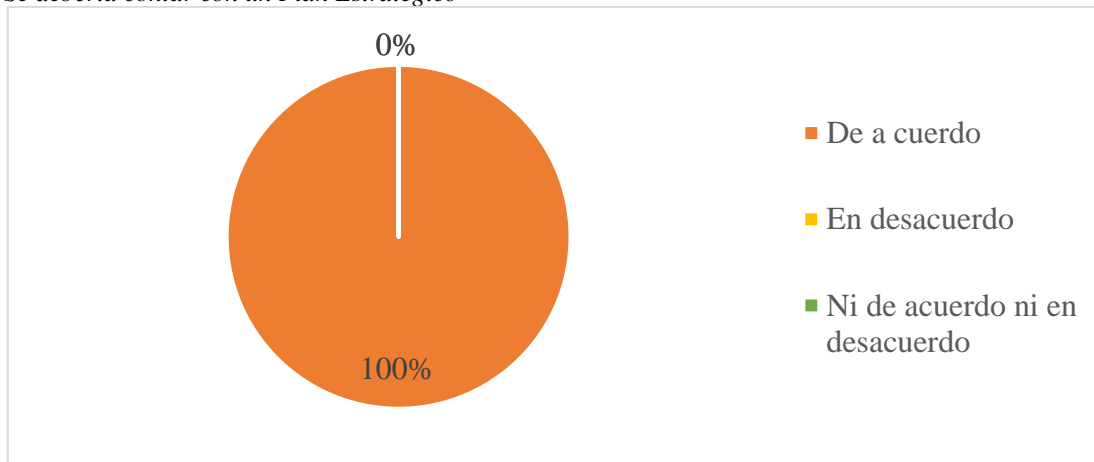
*Se debería contar con un Plan Estratégico*

| Opciones                              | N.º      | Porcentaje  |
|---------------------------------------|----------|-------------|
| <b>De a cuerdo</b>                    | 5        | 120%        |
| <b>En desacuerdo</b>                  | 0        | 0%          |
| <b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b> | 0        | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>5</b> | <b>120%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 24:**

*Se debería contar con un Plan Estratégico*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Todos los empleados si están seguros de que al implementar un plan estratégico estaría ayudando a mejorar la gestión del Complejo, por lo tanto, es indispensable tener una ideología de como fomentar el crecimiento económico del mismo a través de nuevas estrategias de mejora en la gestión.

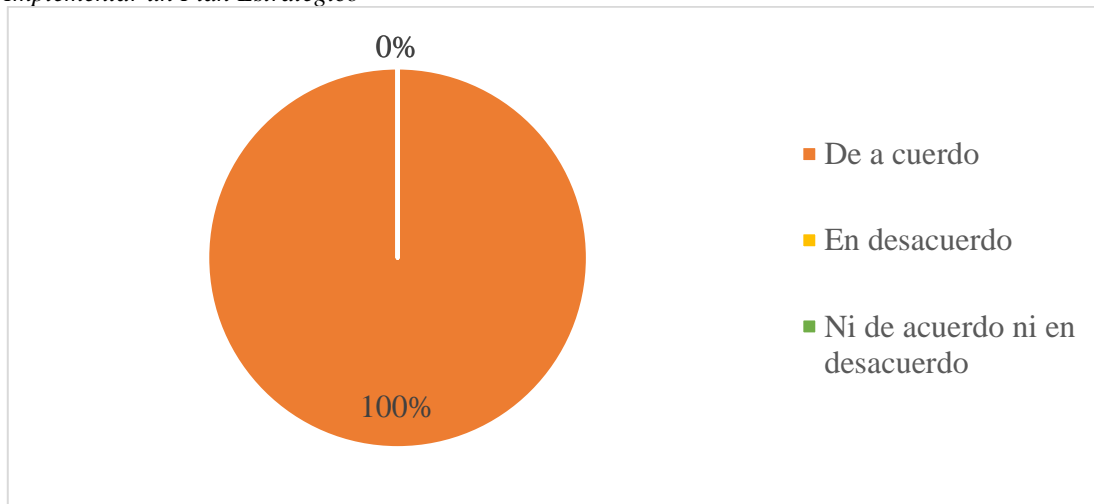
**Pregunta 12. ¿Usted considera que la implementación de un Plan Estratégico influiría positivamente en la Gestión del Complejo Turístico?**

**Tabla 24:**  
*Implementar un Plan Estratégico*

| Opciones                              | N.º      | Porcentaje  |
|---------------------------------------|----------|-------------|
| <b>De a cuerdo</b>                    | 5        | 100%        |
| <b>En desacuerdo</b>                  | 0        | 0%          |
| <b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b> | 0        | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>5</b> | <b>100%</b> |

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

**Figura 25:**  
*Implementar un Plan Estratégico*



**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

Todos los trabajadores si está de acuerdo con la implementación de un Plan Estratégico, ya que estaría ayudando a los planes u objetivos del Complejo Turístico La Rueda a ejecutarse.

#### 4.1.3. Entrevista realizada al Propietario del Complejo Turístico La Rueda



**Nombre del Entrevistado:** Escobar Gortaire Mario Enrique

**Cargo:** Gerente General del Complejo Turístico la Rueda

**Tabla 25:**

*Entrevista realizada al Gerente General del Complejo Turístico la Rueda*

| <b>Pregunta</b>  | <b>Respuesta</b>  |
|--|---|
| <b>a) ¿Cuenta con un plan estratégico?</b>   | Actualmente cuenta con plan de marketing el cual fue elaborado hace 6 años atrás, además cuenta con un organigrama que está determinado mediante un manual que no tiene una actualización.  |
| <b>b) ¿El Complejo Turístico cuenta con filosofía organizacional?</b>                                  | Al contar con un slogan "Agua, salud, vida y recreación", misión y visión se puede hablar que se posee una filosofía mientras que la parte organizacional el cual está determinado por un organigrama no se encuentran bien propuestos  |
| <b>c) ¿Su misión y visión esta relacionados con los objetivos estratégicos del complejo turístico?</b> | Si se encuentran relacionados ya que, anteriormente se poseía un cartel en dónde todos sus empleados podrían conocer como estaba estructurada la misión y visión en el cual todos podían conocer el rumbo que el Complejo Turístico la Rueda deseaba llegar, hoy en la actualidad ya no lo tiene a la vista de todos. |

- d) **¿Qué servicios ofrece su Complejo Turístico?** Piscina, sauna, turco, restaurante, alojamiento para 35 personas en el cual se cuenta con habitaciones dobles, simples y familiares, cafetería, hidromasaje, servicios de lavandería y además se encuentra en procesos de un mirador.
- e) **¿Cuáles son los problemas que presenta en la actualidad el Complejo Turístico La Rueda?** Los principales problemas que presentaba el Complejo fueron las máquinas que se encontraban dañadas como la máquina de sauna y turco, por el cual algunos clientes dejaron de ir, además un problema presente es la parte de financiamiento que es de mucha importancia para cubrir los gastos de construcción, remodelación y actividades que necesita el Complejo.
- f) **¿Usted ha tenido problemas con los clientes por sus servicios?** No se cuenta con problemas graves, sin embargo, si ha existido quejas por parte de clientes muy exigentes, uno de ellos es el precio en dónde hace la valoración con el Complejo Turístico las Conchas en el cual el precio final con el viaje y otros factores tiene un valor equivalente al Complejo Turístico la Rueda.
- g) **¿Usted considera que contar con un plan estratégico sería importante para su Complejo?** Es muy importante ya que es una herramienta para que todos puedan manejar independientemente de las metas, objetivos, que uno tiene al respecto, es un fundamento técnico en el cual se visualiza hacia donde se requiere llegar en unos 3 a 5 años, además de aprovechar todas las ventajas que favorecen al establecimiento, uno de los puntos importantes que requiere el gerente es comercializar todos los servicios a través de las redes sociales y que más gente conozca sobre el Complejo.

---

**Nota.** Investigación de Campo, **Elaborado por.** Equipo de Trabajo

## **Análisis General**

Dentro de las encuestas dirigidas a los clientes se puede mencionar que uno de los aspectos importantes es la variedad de precios tomando en cuenta la edad de las personas, así mismo como la imagen y los distintos atractivos que posee el Complejo los cuales son los más requeridos por los encuestados, esto es indispensables para atraer más clientes especialmente a familias en donde van con sus hijos.

Por otro lado, la creación de programas vacacionales en donde hacen uso de las instalaciones y en donde los principales clientes son las familias y los grupos que hacen de la natación un deporte son indispensables para generar mayor ingreso al Complejo.

Además, se puede mencionar que para aumentar el nivel de visitantes se debe implementar nuevas estrategias de marketing en donde se dé a conocer todos los servicios que ofrece el complejo, para lo cual hay que incorporar publicidad a través de redes sociales como Facebook, Tik Tok y WhatsApp el cual es muy usado por jóvenes y adultos.

Dentro de las encuestas dirigidas a los trabajadores el factor más importante que se evidencio es en mejorar los servicios en donde puedan proyectar para satisfacer a los clientes, además de mejorar ciertas zonas del Complejo en donde es necesario diseñar una infraestructura adecuada para lograr tener una nueva visión o imagen del lugar y que las personas se sientas cómodas al momento de hacer uso de las instalaciones.

Como resultado de la entrevista realizada al Gerente del Complejo observamos los factores negativos que afectaban y que afectan al Complejo en los cuales se encuentran el mantenimiento de ciertos equipos, la infraestructura, el marketing, el financiamiento y otros factores que tienen relación con la Administración por lo cual tanto el Gerente como los empleados tienen la idea y la motivación de aplicar un Plan Estratégico que conlleve a mejorar la Gestión del Complejo.

Finalmente, como análisis de las encuestas y entrevistas realizadas se puede recalcar que el Complejo Turístico posee ciertos puntos débiles que afectan ligeramente en su funcionamiento y por lo cual no pueden tener un buen desenvolvimiento, de tal manera es indispensable optar por un nuevo Plan Estratégico que ayuden a tener una buena Gestión, sin embargo, también se cuenta con ciertas ventajas que se pueden aprovechar y favorecer en mayor medida a la Gestión Administrativa del Complejo.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **1.1. Tema de investigación**

Estrategias para el fortalecimiento de la gestión del complejo turístico” La Rueda” de la Ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar

#### **1.2. Objetivos**

##### ***1.2.1. Objetivo General***

Desarrollar estrategias para el fortalecimiento de la gestión del COMPLEJO TURISTICO LA RUEDA

##### ***1.2.2. Objetivos Operativos***

- a) Describir los antecedentes del Complejo Turístico la Rueda.
- b) Plantear estrategias de gestión para el fortalecimiento del Complejo Turístico la Rueda.

### **1.3. Antecedentes**

La Empresa Turística la Rueda es una microempresa dedicada al turismo ubicada en la ciudad de Guaranda, entre las calles Av. Caracas y Roberto Arregui, sector El Carmelo, está a pocos metros del cuartel de la Policía Nacional a 400 metros de la Plaza Cultural 15 de mayo.

La idea de un Complejo Turístico empezó a raíz de brindar a la población de Guaranda un centro de recreación, además de poder triunfar como emprendedor por lo cual el Ingeniero MARIO ENRIQUE ESCOBAR GORTAIRE propietario y gerente del Complejo tuvo la iniciativa de adquirir hace más de 14 años un terreno, valorado en 15.000 dólares.

Al adquirir el terreno el nuevo propietario vio la necesidad de realizar ciertas reparaciones debido a la irregularidad y a la filtración del agua era necesario aplicar medidas para tener un suelo firme como: limpieza, relleno, compactación, nivelación y medición esto se pudo realizar con recursos propios y un prestamos lo cual permitió construir el Complejo Turístico.

La Empresa Turística la Rueda posee una pequeña línea de productos relacionados con el turismo, la misma que fue diseñada por el gerente y propietario del establecimiento, esta empresa guarandeña fue fundada en el año 2010, la idea inicio con la construcción de un Complejo Turístico que contenga varias opciones para el disfrute de los pobladores locales, así como de los turistas que visitan la ciudad de Guaranda, cuya misión es ofrecer productos y servicios de calidad para la recreación, el esparcimiento y satisfacción de los clientes.

Se ofrece piscina con agua temperada (33 grados), sauna, turco, hidromasaje, baño polar, servicio de restaurante, salón para celebrar cumpleaños y fiestas entre amigos.

Gracias a estos servicios en tiempos festivos y épocas vacacionales como carnaval llega a recaudar 3000 dólares, en cursos vacacionales y prestación de servicios a deportista ha llegado a recaudar hasta 10.000 dólares anuales, inversión que le ayuda a seguir construyendo nuevos espacios de recreación dentro del Complejo.

Debido a esto se decidió de realizar los estudios en el Complejo Turístico La Rueda para desarrollar la propuesta de un Plan Estratégico en donde se dará a conocer cuáles son sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que posea dentro y fuera del Complejo.

En el presente proyecto de investigación se ha propuesto establecer nuevas alternativas para mejorar las funciones de Gestión, así mismo su propósito es mantener su posición en el mercado turístico dentro y fuera de la ciudad, de igual manera se busca mejorar sus condiciones financieras frente a los desafíos económicos los cuales son fundamentales para la modificación de las instalaciones del Complejo.

Las estrategias que se realizaran alrededor de esta propuesta serán fundamental para el mejoramiento de la gestión del Complejo Turístico la Rueda, lo que se pretende en la implementación eficaz de estas propuestas es que se tenga una mejor operación de las instalaciones, este plan estratégico tendrá relevancia con la excelencia operativa, además de proyectar una visión a largo plazo que fomente el desarrollo sostenible del Complejo.

### 1.3.1. Misión y Visión Actual

**Tabla 26:**

*Visión y misión actual*

| Misión actual   | Visión actual   |
|---|---|
| Ofrecer productos y servicios de calidad en el ámbito turístico para la recreación y satisfacción de nuestros clientes. | Posicionarnos como la primera empresa de intermediación turística en la ciudad de Guaranda y provincia Bolívar ofertando productos y servicios turísticos de calidad. |

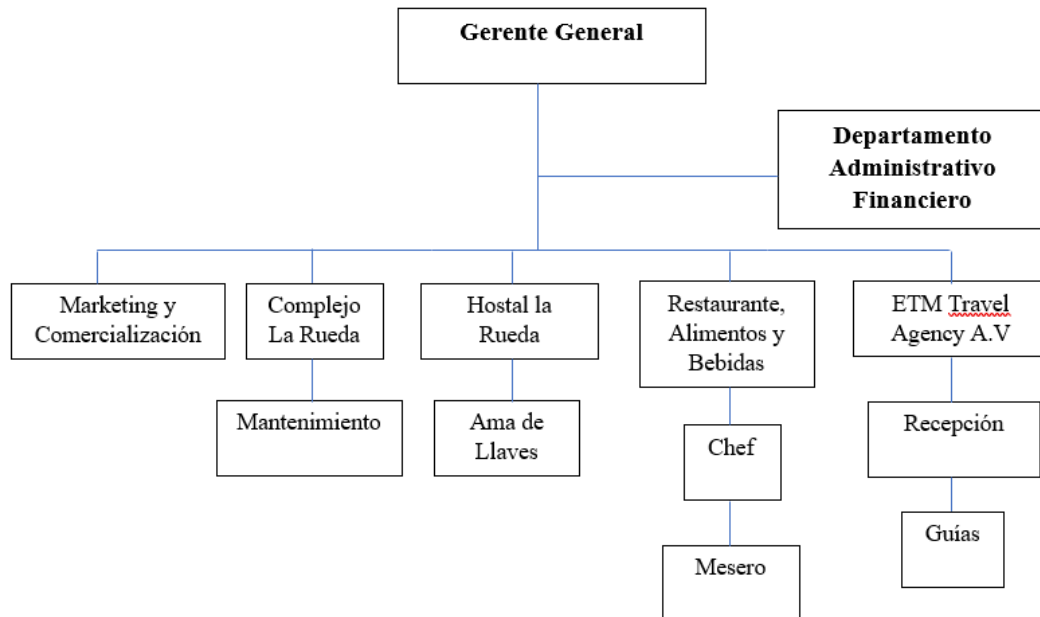
**Nota.** Investigación de Campo.

### 1.3.2. Estructura Organizacional Actual

**Figura 26:**

*Estructura Organizacional del Complejo Turístico la Rueda*

**EMPRESA TURISTICA MACOBAR CIA LTDA.  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL A JUNIO DEL 2020**

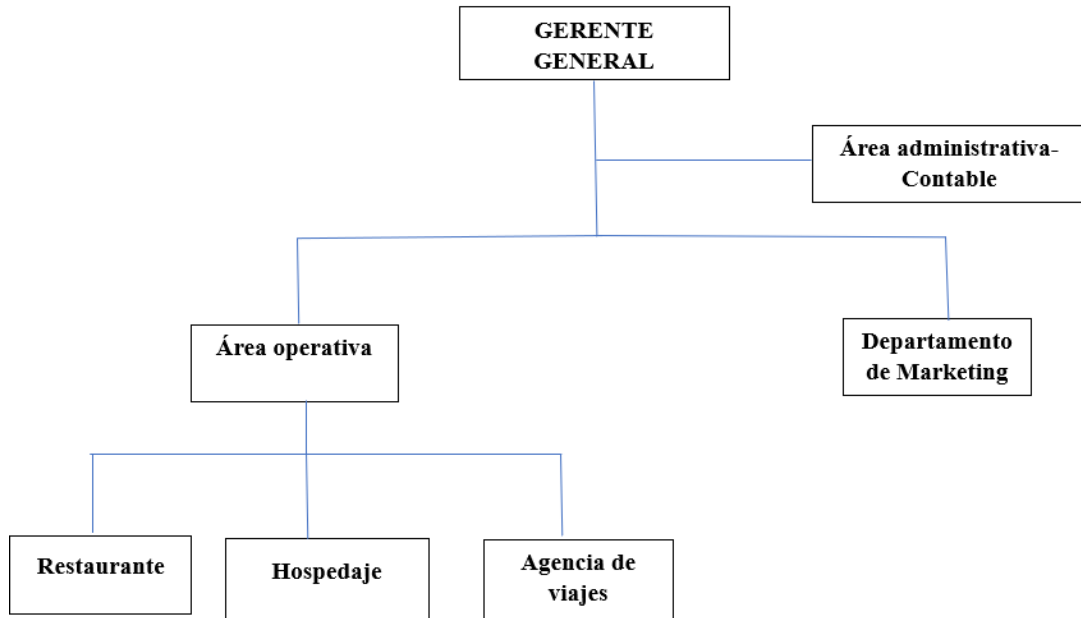


**Nota.** Investigación de Campo.

## 1.4. PROPUESTAS ESTABLECIDAS

### 1.4.1. Estructura Organizacional

**Figura 27:**  
*Estructura Organizacional*



Elaborado por. Equipo de Trabajo

### 1.4.2. Misión y Visión

**Tabla 27:**  
*Misión y Visión Propuestas*

| <b>Misión</b>  | <b>Visión</b>  |
|--|--|
| Ofrecemos a nuestros visitantes productos y servicios turísticos memorables, reflejando nuestra pasión por el bienestar y seguridad de nuestros huéspedes. | En el 2028 nos visualizamos como un referente en la industria turística dentro y fuera de la ciudad, caracterizándonos por ser un destino acogedor y de excelencia, con instalaciones modernas y servicios de calidad. |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

### *1.4.3. Valores Propuestos*

**Tabla 28:**  
*Valores Propuestos*

---

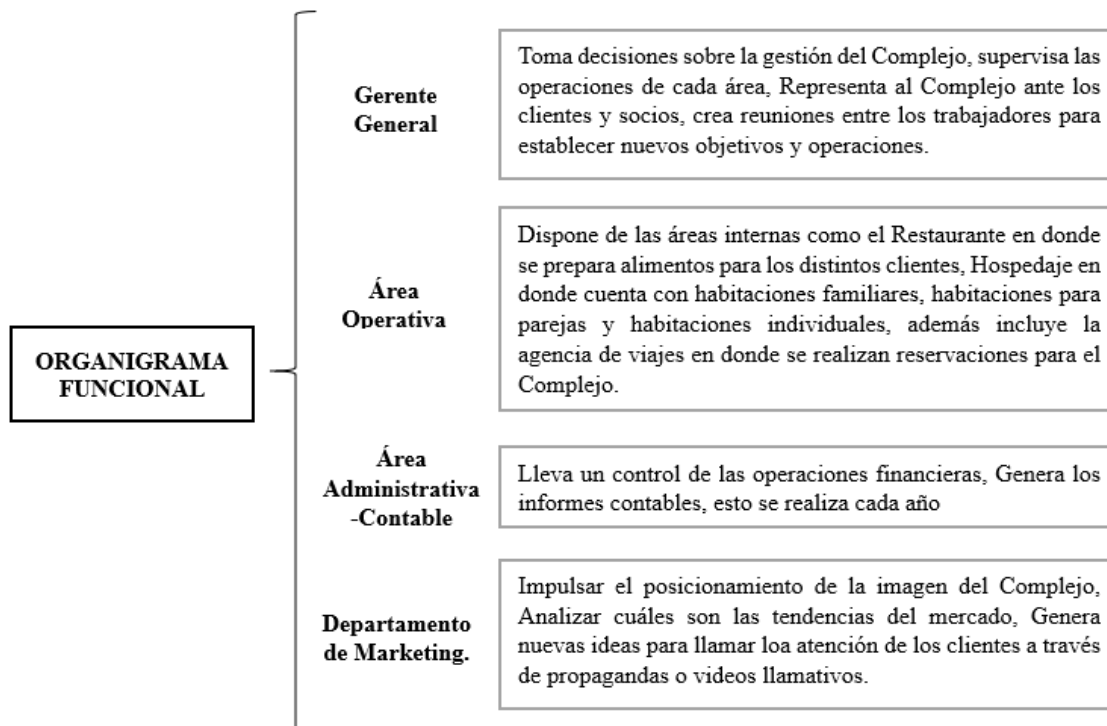
|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Respeto</b>           | Fomenta relaciones sólidas entre los miembros del equipo y además permitiendo la colaboración y la productividad.        |
| <b>Responsabilidad</b>   | Actuar en todas las obligaciones que se dicten con el fin de tomar decisiones de acuerdo con los objetivos establecidos. |
| <b>Excelencia</b>        | Realizar un esfuerzo constante para hacer las cosas lo mejor posible.  |
| <b>Confianza</b>         | Mantener un respeto mutuo entre los miembros del equipo.   |
| <b>Humildad</b>          | Ayudar en lo mejor posible a cada uno del equipo en situaciones que sea necesario.                                       |
| <b>Honestidad</b>        | Brindar las opiniones que sea necesario cuando se requiera tener resultados satisfactorios.                              |
| <b>Trabajo en equipo</b> | Desenvolverse adecuadamente cuando se esté ejecutando una actividad entre los miembros del equipo.                       |
| <b>Puntualidad</b>       | Es una muestra de responsabilidad por parte de todo el personal del Complejo es un sinónimo de respeto.                  |

---

Elaborado por. Equipo de Trabajo

#### 1.4.4. Organigrama Funcional Propuesto

**Figura 25:**  
*Estructura Funcional*



Elaborado por. Equipo de Trabajo

### 1.5. Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial del Complejo Turístico la Rueda se puede visualizar a través de sus actividades y servicios que ofrece en donde se resume en un solo Slogan, "Agua, salud, vida y recreación" cuyo objetivo es buscar una conexión entre los clientes y el Complejo.

### 1.6. Mercado al cual se dirige

Los servicios del Complejo Turístico la Rueda están integradas por varias opciones para el disfrute de los pobladores locales, así como de los turistas que visitan la ciudad de Guaranda y a través de ello su misión es ofrecer productos y servicios de calidad para la recreación, el esparcimiento y satisfacción de sus clientes.

## 1.7. Estado Actual del Análisis del Complejo

### 1.7.1. Análisis FODA

**Objetivo:** Identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta el Complejo, para establecer estrategias que ayuden a mejorar los servicios.

**Tabla 29:**

*Análisis FODA del Complejo Turístico la Rueda*

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>FORTALEZAS</b>    | <b>F1.</b> Compromiso Social<br><b>F2.</b> Precios competitivos<br><b>F3.</b> Cuenta con una variedad de servicios<br><b>F4.</b> Recursos tecnológicos vanguardistas (wifi, cámaras de seguridad, televisiones)<br><b>F5.</b> Diferenciación de la competencia por diferentes actividades dentro del complejo turístico La Rueda.<br><b>F6.</b> Ubicación dentro de la Ciudad de Guaranda<br><b>F7.</b> Actividades recreativas<br><b>F8.</b> Administración con conocimiento en área administrativo<br><b>F9.</b> Convenios con el Ministerios de Turismo |
| <b>OPORTUNIDADES</b> | <b>O1.</b> Difusión de Medios digital<br><b>O2.</b> Clientes que manejan redes sociales.<br><b>O3.</b> Incremento del turismo en la Provincias, especialmente en días festivos<br><b>O4.</b> Convenios entre Transportistas y agencias de viaje<br><b>O5.</b> Desarrollo de nuevas atracciones turísticos<br><b>O6.</b> Optima condición vial hacia el Complejo<br><b>O7.</b> Nuevas normativas que favorece al turismo  |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>D1.</b> No existe una base de datos de la clientela para trabajar en postventa.<br><b>D2.</b> Infraestructura Ineficiente<br><b>D3.</b> Falta de atención a nuevas propuestas<br><b>D4.</b> Escaza capacitación al personal<br><b>D5.</b> Escaso reconocimiento<br><b>D6.</b> Falta de promoción del destino  |
| <b>AMENAZAS</b>      | <b>A1.</b> Crecimiento de la competencia<br><b>A2.</b> Mayor regulación gubernamental y medioambiental<br><b>A3.</b> Recesión económica<br><b>A4.</b> Inestabilidad política<br><b>A5.</b> Falta de promoción del destino<br><b>A6.</b> Proveedores ocasionales<br><b>A7.</b> Inestabilidad de la seguridad social   |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

## 1.7.2. Análisis Interno

### 1.7.2.1. Aplicación de la matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Tabla 30:  
Matriz EFI

| Factores internos clave   | Importancia Ponderación | Clasificación | Valor       |
|---|-------------------------|---------------|-------------|
|   |                         | n             |             |
|   |                         | Evaluación    |             |
| <b>Fortalezas</b>   |                         |               |             |
| 1. F1. Compromiso Social  | 0,2                     | 4             | 0,8         |
| 2. F2. Precios Competitivos   | 0,08                    | 3             | 0,24        |
| 3. F4. Recursos tecnológicos vanguardistas (wifi, cámaras de seguridad, televisiones)                     | 0,1                     | 4             | 0,4         |
| 4. F5. Diferenciación de la competencia por diferentes actividades dentro del complejo turístico La Rueda | 0,09                    | 3             | 0,27        |
| 5. F9. Convenios con el Ministerios de Turismo  | 0,1                     | 4             | 0,4         |
| <b>Debilidades</b>  |                         |               |             |
| 1. D1. No existe una base de datos de la clientela para trabajar en postventa.                            | 0,2                     | 2             | 0,4         |
| 2. D2. Infraestructura Ineficiente  | 0,1                     | 2             | 0,2         |
| 3. D3. Falta de atención a nuevas propuestas  | 0,09                    | 1             | 0,09        |
| 4. D4. Escaza capacitación al personal  | 0,1                     | 2             | 0,2         |
| 5 D5. Escaso reconocimiento   | 0,09                    | 1             | 0,09        |
| <b>Total</b>  | <b>1</b>                |               | <b>3,09</b> |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

La matriz de evaluación de factores internos (EFI) proporciona una evaluación de las fortalezas y debilidades de una empresa en relación con su éxito. Los factores críticos de éxito se evalúan acorde a la importancia de la empresa y luego se clasifican acuerdo al desempeño actual.

En este caso, los puntos fuertes del Complejo Turístico son: compromiso social, precios competitivos, recursos tecnológicos vanguardistas (wifi, cámaras de seguridad, televisiones), diferenciación de la competencia por diferentes actividades dentro del complejo turístico La Rueda, convenios con el Ministerios de Turismo, el peso total de estos factores fue de 0,57 puntos y el Complejo recibió una calificación promedio de 3,6 puntos en estos aspectos, el peso total de fortalezas es 2,11 puntos.

Por otro lado, las debilidades de la empresa incluyen: no existe una base de datos de la clientela para trabajar en postventa, infraestructura ineficiente, falta de atención a nuevas propuestas, escasa capacitación al personal, escaso reconocimiento, estos factores tienen un peso total de 0,58 puntos y el Complejo ha obtenido una calificación promedio de 1,6 puntos, el total ponderado para las debilidades es de 0,98 puntos, la suma de los totales ponderados de las fortalezas y debilidades es de 3,09 puntos, esto indica que la empresa tiene una calificación promedio de 3,09 puntos sobre un promedio total de 5 puntos, lo que sugiere que tiene un buen nivel de fortalezas internas en comparación con las debilidades. Sin embargo, se puede evaluar que aún hay margen de mejora en algunas áreas, como las inexistencias de una base de datos de la clientela para trabajar en postventa, infraestructura insuficiente y escasa capacitación al personal.

### 1.7.3. Análisis Externo

#### 1.7.3.1. Aplicación de la matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Tabla 31:

Matriz EFE

| Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)                                | Peso     | Clasificación Evaluación | Valor       |
|--|----------|--------------------------|-------------|
| <b>Oportunidades</b>   |          |                          |             |
| 1. O1. Difusión de Medios digitales  | 0,09     | 3                        | 0,27        |
| 2. O3. Incremento del turismo en la Provincias, especialmente en días festivos | 0,09     | 3                        | 0,27        |
| 3. O4. Convenios entre Transportistas y agencias de viaje                      | 0,2      | 4                        | 0,8         |
| 4. O5. Desarrollo de nuevas atracciones  | 0,1      | 4                        | 0,4         |
| 5. O7. Nuevas normativas que favorece al turismo                               | 0,09     | 3                        | 0,27        |
| <b>Amenazas</b>  |          |                          |             |
| 1. A1. Crecimiento de la competencia   | 0,1      | 3                        | 0,3         |
| 2. A2. Mayor regulación gubernamental y medioambiental                         | 0,09     | 3                        | 0,27        |
| 3. A5. Falta de promoción del destino  | 0,1      | 3                        | 0,3         |
| 4. A6. Proveedores ocasionales   | 0,09     | 3                        | 0,27        |
| 5. A7. Inestabilidad de la inseguridad social                                  | 0,08     | 2                        | 0,16        |
| <b>Total</b>   | <b>1</b> |                          | <b>3,31</b> |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

En este caso, las oportunidades del Complejo Turístico son: difusión de medios digitales, incremento del turismo en la provincia, especialmente en días festivos, convenios entre transportistas y agencias de viaje, desarrollo de nuevas atracciones, nuevas normativas que favorece al turismo, el peso total de estos factores fue de 0,57puntos y el Complejo recibió una calificación promedio de 3,4 puntos en estos aspectos, el peso total de oportunidades es 2,01puntos.

Por otro lado, las amenazas de la empresa incluyen crecimiento de la competencia, mayor regulación gubernamental y medioambiental, falta de promoción del destino, proveedores ocasionales, inestabilidad de la inseguridad social, estos factores tienen un peso total de 0,56 puntos y el Complejo ha obtenido una calificación promedio de 2,80 puntos en estos aspectos, el total ponderado para las amenazas es de 1.30 puntos, la suma de los totales ponderados de las oportunidades y amenazas es de 3,31 puntos, esto indica que la empresa tiene una calificación promedio de 3,31 puntos sobre un promedio total de 5 puntos, lo que sugiere que tiene un buen nivel de oportunidades en comparación con las amenazas.

### 1.7.3.2. Matriz PESTEL

**Tabla 32:**  
*Matriz PESTEL*

| MATRIZ PESTEL |  |  |                             |                               |                             |                     |
|---------------|--|--|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| DIMENSIÓN     | FACTORES                                 | DETALLE  | PLAZO                       |                               |                             | IMPÁCTO             |
|               |  |  | Corto plazo (1 mes o menos) | Mediano plazo (de 1 a 3 años) | Largo plazo (más de 3 años) |                     |
| POLÍTICO      | Incidencia de las leyes Constitucionales | Hace referencia a los feriados nacionales en donde hay mayor influencia de turistas incrementando los recursos económicos. |                             |                               | X                           | AFECTACION POSITIVA |
|               | Conflictos Internos y Externos           | Menciona al conflicto de los grupos armados organizados quienes atentan a la seguridad de la población.                    |                             | X                             |                             | AFECTACION NEGATIVA |
|               | Movimientos Políticos                    | Abarca a los paros comunitarios en donde obstaculizan las vías impidiendo el traslado de personas a diferentes sectores.   | X                           |                               |                             | AFECTACION NEGATIVA |
| ECONÓMICO     | Economía Decreciente                     | Presente en los diferentes impuestos y sanciones gubernamentales que   | X                           |                               |                             | AFECTACION NEGATIVA |

**SOCIALES**

|                         |  |  |   |                     |
|-------------------------|--|--|---|---------------------|
|                         |  | provocan un alto valor a las cosas.  |   |                     |
| Financiación            |  | Se consigue con la presencia de activa de los clientes por lo cual se debe de tener un ambiente acogedor en el Complejo.   | X | AFECTACION NEGATIVA |
| Opinión de los clientes |  | Se debe de tener en cuenta con base a las encuestas emitidas a los clientes en donde se enfatiza los servicios y la infraestructura.   | X | AFECTACION POSITIVA |
| Estilo de vida          |  | Hace referencia a la vida activa de las personas en donde se prevé que ocasionalmente realizan algún tipo de deporte y por lo cual hacen uso de las actividades dentro del Complejo como las piscinas.             | X | AFECTACION POSITIVA |
| Nivel de Ingresos       |  | Menciona en nivel de ingresos económicos que poseen las personas al escoger los diferentes precios competitivos que existen en el mercado, esto se debe a la competencia que tiene el Complejo Turístico la Rueda. | X | AFECTACION NEGATIVA |

|   |  |  |   |   |                     |
|---|--|--|---|---|---------------------|
| <b>TECNOLÓGICO</b>                      | Internet y comercio electrónico                      | Los sistemas de ventas en línea pueden ayudar a atraer cliente, en el cual hacen uso de las reservaciones de los servicios que se ofrece.                        |   | X | AFECTACION POSITIVA |
|   | Innovaciones tecnológicas en el área de comunicación | Las nuevas tecnologías como las redes sociales son fundamentales para el uso de la publicidad que requieren un negocio.  |   | X | AFECTACION POSITIVA |
| <b>ECOLÓGICOS<br/>O<br/>AMBIENTALES</b> | Nuevas políticas medioambientales                    | Pueden llegar a existir nuevas leyes en la normativa que se requerirán ajustes en las practicas del Complejo.  |   | X | AFECTACION POSITIVA |
|   | Consumo de recursos no renovables                    | Se refiere al uso de recursos como los materiales que son necesarios para la limpieza de las áreas, además de los materiales necesarios para la infraestructura. |   | X | AFECTACION POSITIVA |
| <b>LEGAL</b>                            | Salud y Seguridad laboral                            | Se debe de tener en cuenta las leyes que se rigen en la prevención de las diferentes lesiones causadas en el área laboral.                                       | X |   | AFECTACION POSITIVA |
|   | Salario mínimo                                       | Hace referencia a la paga justa dentro de los establecimientos.  |   | X | AFECTACION POSITIVA |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

### 1.7.3.3. Matriz de las Cinco Fuerzas de Porter

**Tabla 33:**

*Matriz de las 5 Fuerzas de Porter*

| <b>FUERZAS DE PORTER</b>                       | <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>Vinculados</b>   | <b>IMPACTO</b> | <b>ACCIONES ESTRATEGICAS</b>  |
|--|---|---|----------------|---|
| <b>Poder de negociación de los clientes</b>    | Son aquellos clientes en donde se incluyen personas nacionales y extranjeros, en donde si existen una mayor concurrencia menor será el poder de negociación, esto se da dependiendo de la demanda turística y de los eventos o cursos existentes, teniendo en cuenta que se posee un precio fijo. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agencias turismo</li> <li>2. Viajes de negocios</li> <li>3. Familias</li> <li>4. Parejas</li> <li>5. Grupos de amigos</li> <li>6. Viajes de transporte</li> </ol> | Bajo           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar servicios de calidad y un ambiente acogedor, atractivo.</li> <li>• Desarrollar Alianzas estratégicas con transportistas y agencias de viaje.</li> </ul>   |
| <b>Poder de negociación de los proveedores</b> | Los proveedores para un complejo turístico pueden incluir empresas que suministran alimentos y bebidas, servicios de limpieza, servicios de transporte, servicios técnicos entre otros.   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manteamiento de maquinarias</li> <li>2. Proveedores de productos químicos</li> <li>3. Proveedores de alimentación</li> <li>4. Servicios tecnológicos</li> </ol>   | Bajo           | <p>Buscar 1 o más proveedores de confianza que abastezcan con los suministros necesarios</p> <p>Negociar contratos claros y detallados que especifiquen los términos y condiciones, incluyendo precios, plazos de entrega, niveles de calidad, políticas de cancelación, y cláusulas de resolución de conflictos.</p> |

|  |   |  |       |  |
|--|---|--|-------|--|
| <b>Amenazas de nuevos competidores</b>                     | La amenaza de nuevos competidores en la industria turística puede ser moderada a alta, especialmente en destinos populares y en mercados donde hay oportunidades de crecimiento como es la ciudad de Guaranda en donde se evidencia mayor turismo en temporadas festivas. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Complejo Turístico las Cochas</li> <li>2. Complejo Turístico el Descanso</li> <li>3. Hotel la Colina</li> <li>4. Hotel Tambo el Libertador</li> <li>5. Empresa Fuente de Vida y Salud</li> </ol> | Medio | Fortalecer la imagen del Complejo con nuevos servicios y atractivos TURISTICOS. Adaptar nuevas formas de pago a través de servicios electrónicos. Colocación de anuncios publicitarios para dar a conocer la ubicación del Complejo Turístico a la población.                  |
| <b>Amenazas de nuevos productos o servicios sustitutos</b> | Dentro de las alternativas existentes se encuentran los hoteles que se especializan en brindar alojamiento en donde puede aplicar nuevos métodos o soluciones tecnologías a las necesidades de los clientes.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hoteles</li> <li>2. Moteles</li> <li>3. Parque acuático</li> <li>4. Balneario</li> </ol>   | Medio | Estar actualizado en el campo tecnológico y prácticas en el servicio de atención de los clientes. Diferenciar los servicios para que sean menos susceptibles a sustitutos.   |
| <b>Rivalidad entre competidores existentes</b>             | Dentro de la ciudad existen competencias directas e indirectas que se dedican al turismo que se especializan en brindar servicios como es el hospedaje o el turismo.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las Cochas</li> <li>2. Complejo Turístico el Descanso</li> <li>3. Hotel la Colina</li> <li>4. Hotel Tambo el Libertador</li> <li>5. Empresa Fuente de Vida y Salud</li> </ol>                    |       | Buscar alternativas estratégicas que ayuden a mejorar la posición competitiva<br>Se debe implementar nuevas innovaciones como (columpios, mirador, bar y cafetería)<br>Fortalecer la imagen del Complejo como (una infraestructura adecuada, equipos con buen funcionamiento). |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Poder de negociación del cliente:**

**Bajo:** Dado que los precios ya están fijados por parte del propietario en donde ha buscado un precio en el cual los clientes puedan cubrir, no obstante, para ello se debe de ofrecer altos estándares de calidad y servicios personalizados. Esto ayuda a justificar precios más altos.

**Poder de negociación de los proveedores:**

**Bajo:** Aunque el impacto es bajo debido a la carencia de suministros dentro de la ciudad, es esencial buscar y establecer relaciones sólidas con proveedores claves y asegurar acuerdos a largo plazo. Esto garantiza la estabilidad de los suministros.

**Amenaza de nuevos competidores:**

**Medio:** Aunque este enfoque sea de control medio debido a los atractivos que ofrece la zona provocando que aparezcan nuevos competidores es necesario, fortalecer los servicios y la imagen del Complejo, esto ayudara a minorizar la entrada de nuevas competencias.

**Amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos:**

**Medio:** Dado que existe una amenaza media debido a negocios que ofrecen algún tipo de trato hacia los turistas, la clave es adaptarse, mantenerse al día con las últimas tecnologías y diferenciar servicios que ayudarán a contrarrestar la competencia o servicios sustitutos.

**Consideraciones generales:**

La mejora de los servicios y la imagen es la clave para llamar la atención de los clientes y en donde el precio ofrecido juegue un papel minoritario. La inversión en nuevas áreas de recreación y tecnologías ayudaran a mejorar la estancia de los clientes sintiéndose cómodos con los servicios, indicando la importancia de la actualización constante. La diferenciación parece ser clave en un entorno competitivo, ya sea a través de servicios personalizados, innovación o calidad superior.

#### 5.7.4. Análisis Interno y Externo

##### 5.7.4.1. Matriz FODA Cruzada

Mediante la elaboración de la Matriz Foda Cruzada se debe abordar estrategias que mejoren los resultados del Complejo Turístico la Rueda.

**Tabla 34:**  
*Matriz FODA Cruzada*

| <b>FORTALEZAS</b>  |  | <b>DEBILIDADES</b>  |
|--|--|---|
| <b>F1.</b> Compromiso Social   |  | <b>D1.</b> No existe una base de datos de la clientela para trabajar en postventa.                |
| <b>F2.</b> Precios Competitivos  |  | <b>D2.</b> Infraestructura Ineficiente  |
| <b>F4.</b> Recursos tecnológicos vanguardistas (wifi, cámaras de seguridad, televisiones)                      |  | <b>D3.</b> Falta de atención a nuevas propuestas  |
| <b>F5.</b> Diferenciación de la competencia por diferentes actividades dentro del complejo turístico La Rueda. |  | <b>D4.</b> Escasa capacitación al personal  |
| <b>F6.</b> Administración con conocimiento en área Administrativo.   |  | <b>D5.</b> Escaso reconocimiento  |
| <b>OPRTUNIDADES</b>  | <b>ESTRATEGIAS F – O</b>   | <b>ESTRATEGIAS D -O</b>   |
| <b>O1.</b> Difusión de Medios  | <b>E1:</b> Desarrollar Alianzas estratégicas con transportistas para la movilización de los turistas y con las agencias de viajes para que | <b>E3:</b> Realizar capacitaciones hacia el personal para incrementar el rendimiento operacional. |

- O3.** Incremento del turismo en la Provincias, especialmente en días festivos
- O4.** Convenciones entre Transportistas y agencias de viaje
- O5.** Desarrollo de nuevas atracciones
- O7.** Nuevas normativas que favorecen al turismo
- brinden información y reservación del Complejo.
- E3:** Estar actualizado en el campo tecnológico con aplicaciones de pago nuevas formas rápidas y seguras (De una, escaneo Qr), de igual manera implementar un sistema de seguridad y atención en las habitaciones para mejorar la estancia de los clientes.

| AMENAZAS  | ESTRATEGIAS F – A   | ESTRATEGIAS D – A   |
|---|---|---|
| <p><b>A1.</b> Crecimiento de la competencia</p> <p><b>A2.</b> Mayor regulación gubernamental y medioambiental</p> <p><b>A5.</b> Falta de promoción del destino</p> <p><b>A6.</b> Proveedores Ocasionales</p> <p><b>A7.</b> Inestabilidad de la Inseguridad social</p> | <p><b>E4:</b> Colocación de anuncios publicitarios (Tik tok, Facebook, WhatsApp, Instagram) para dar a conocer la ubicación del Complejo Turístico a la población.</p> <p><b>E5:</b> Buscar uno o más proveedores de confianza que abastezcan con los suministros necesarios.</p> | <p><b>E6:</b> Crear un fondo de emergencia para confrontar cambios en regulaciones y cubrir posibles crisis económicas.</p> <p><b>E7:</b> Fortalecer la imagen del Complejo como (una infraestructura adecuada, equipos con buen funcionamiento).</p> |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

### 1.7.4. Elección de Estrategias




**Tabla 35:**  
Estrategias N° 1. (F – O)

| ESTRATEGIA N° 1.  |   |   |             |            |    |     |    |               |  |
|---|---|---|-------------|------------|----|-----|----|---------------|--|
| Nombre de la Estrategia   | Objetivo de la Estrategia   | Acciones de las Estrategias Propuestas  | Presupuesto | Cronograma |    |     |    | Responsable   |  |
|   |   |   |             | I          | II | III | IV |               |  |
| <b>Desarrollar Alianzas estratégicas con transportistas para la movilización de los turistas y agencias de viajes que brinden información y reservación del Complejo.</b> | Afianzar alianzas estratégicas con transportistas y agencias de viaje dentro de la provincia Bolívar. | Buscar agencias de viajes y de transporte confiables.   | 500,00 \$   |            | ■  |     |    | Administrador |  |
|   |   | Mantener acercamientos con las agencias a través de contratos.  |             |            |    | ■   |    |               |  |
|   |   | Analizar las opciones y requisitos que ofrecen para identificar si se vinculan con las exigencias del Complejo. |             |            |    |     | ■  |               |  |
|   |   | Evaluar el éxito de los nuevos servicios como la eficiencia y la productividad.                                 |             |            |    |     | ■  |               |  |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 36:**

*Estrategias N° 2. (F – O)*

| <b>ESTRATEGIA N° 2.</b>  |   |   |                    |   |   |  |               |                    |
|--|---|---|--------------------|---|---|--|---------------|--------------------|
| <b>Nombre de La Estrategia</b>   | <b>Objetivo de la Estrategia</b>  | <b>Acciones de las Estrategias Propuestas</b>   | <b>Presupuesto</b> | <b>Cronograma</b>   |   |  |               | <b>Responsable</b> |
|  |   |   |                    | I   | II  | III  | IV            |                    |
| <b>Estar actualizado en el campo tecnológico como nuevas formas rápidas de pago (De una, escaneo Qr) y un sistema de seguridad y atención en las habitaciones para mejorar la estancia de los clientes</b> | Buscar alternativas tecnológicas que favorezcan la estancia de los clientes como el pago inmediato y la atención rápida través de un teléfono incorporado en cada habitación. | Buscar proveedores que distribuyan telefonía por cable.<br>Establecer un sistema de pago a través de un banco confiable.<br>Realiza contratos de acuerdo con las especificaciones de los proveedores<br>Instalación de las nuevas tecnologías planteadas. | 200,00 \$          |  |  |  | Administrador |                    |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 37:**

*Estrategias N° 3. (D - O)*

| <b>ESTRATEGIA N° 3.</b>   |   |   |                    |                   |           |            |           |                    |
|---|---|---|--------------------|-------------------|-----------|------------|-----------|--------------------|
| <b>Nombre de la Estrategia</b>  | <b>Objetivo de la Estrategia</b>  | <b>Acciones de las Estrategias Propuestas</b>   | <b>Presupuesto</b> | <b>Cronograma</b> |           |            |           | <b>Responsable</b> |
|   |   |   |                    | <b>I</b>          | <b>II</b> | <b>III</b> | <b>IV</b> |                    |
| <b>Realizar capacitaciones hacia el personal para incrementar el rendimiento operacional.</b> | Apoyar a los empleados para que ejecuten de manera eficiente las actividades del Complejo a través de capacitación y reconocimientos. | Proponer un Plan de capacitación para los trabajadores del Complejo                                   | 500,00 \$          |                   |           |            |           | Administrador      |
|   |   | Asignar los temas de capacitación: atención al cliente, manejo de equipos, limpieza.                  |                    |                   |           |            |           |                    |
|   |   | Reunir o crear los materiales necesarios, como presentaciones, manuales, videos, para la capacitación |                    |                   |           |            |           |                    |
|   |   | Ejecutar las capacitaciones de acuerdo a los temas tratados con certificación.                        |                    |                   |           |            |           |                    |
|   |   | Evaluación de los capacitados de acuerdo a su desempeño.  |                    |                   |           |            |           |                    |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 38:**  
Estrategias N° 4. (F - A)

| <b>ESTRATEGIA N° 4.</b>  |  |   |             |            |    |     |    |               |
|--|--|---|-------------|------------|----|-----|----|---------------|
| Nombre de la Estrategia  | Objetivo de la Estrategia  | Acciones de las Estrategias Propuestas  | Presupuesto | Cronograma |    |     |    | Responsable   |
|  |  |   |             | I          | II | III | IV |               |
| <b>Colocación de anuncios publicitarios (Tik tok, Facebook, WhatsApp, Instagram) para dar a conocer la ubicación del Complejo Turístico a la población</b> | Establecer los canales de comunicación adecuados para llevar a cabo una campaña publicitaria requiere de un proceso de planificación y análisis. | Buscar un especialista en marketing   | 100,00 \$   |            |    |     |    | Administrador |
|  |  | Proponer anuncios recreativos y llamativos para los clientes.   |             |            |    |     |    |               |
|  |  | Realizar el contenido publicitario.   |             |            |    |     |    |               |
|  |  | Establecer donde se va a ser la publicidad (Facebook, TikTok, Canales de televisión, Radio, Carteles, Etc.) |             |            |    |     |    |               |
|  |  | Evaluar las publicidades realizadas y su impacto.   |             |            |    |     |    |               |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 39:**  
Estrategias N° 5. (F - A)

| <b>ESTRATEGIA N° 5.</b>  |  |   |             |            |    |     |    |               |
|--|--|---|-------------|------------|----|-----|----|---------------|
| Nombre de la Estrategia  | Objetivo de la Estrategia  | Acciones de las Estrategias Propuestas    | Presupuesto | Cronograma |    |     |    | Responsable   |
|  |  |   |             | I          | II | III | IV |               |
|  |  | Analizar las necesidades                  |             |            |    |     |    |               |
| <b>Buscar 1 o más proveedores de confianza que abastezcan con los suministros necesarios</b> | Establecer nuevos vínculos con proveedores confiables que garanticen los recursos necesarios para abastecer las necesidades de los clientes. | Investigación de proveedores potenciales. | 100,00 \$   |            |    |     |    | Administrador |
|  |  | Negociar con cada uno de los proveedores. |             |            |    |     |    |               |
|  |  | Escoger las mejores ofertas               |             |            |    |     |    |               |
|  |  | Firmar el contrato con los proveedores.   |             |            |    |     |    |               |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 40:**  
Estrategias N° 6. (D - A)

| <b>ESTRATEGIA N° 6.</b>  |  |  |                               |                   |          |           |          |                    |
|--|--|--|-------------------------------|-------------------|----------|-----------|----------|--------------------|
| <b>Nombre de la Estrategia</b>   | <b>Objetivo de la Estrategia</b>   | <b>Acciones de las Estrategias Propuestas</b>                        | <b>Presupuest</b><br><b>o</b> | <b>Cronograma</b> |          |           |          | <b>Responsable</b> |
|  |  |  |                               | <b>I</b>          | <b>I</b> | <b>II</b> | <b>I</b> |                    |
|  |  |  |                               | <b>I</b>          | <b>I</b> | <b>I</b>  | <b>V</b> |                    |
| <b>Crear un fondo de emergencia para confrontar cambios en regulaciones y cubrir posibles crisis económicas.</b> | Establecer un fondo de emergencia para promover la estabilidad financiera. | Establece un objetivo de ahorro: Prevenir futuras crisis económicas. | 0,00 \$                       |                   |          |           |          | Administrador      |
|  |  | Analiza los gastos e ingresos mensuales.                             |                               |                   |          |           |          |                    |
|  |  | Creación de una caja chica.  |                               |                   |          |           |          |                    |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

**Tabla 41:**  
Estrategias N° 7. (D - A)

| <b>ESTRATEGIA N° 7.</b>   |   |  |             |            |    |     |    |               |
|---|---|--|-------------|------------|----|-----|----|---------------|
| Nombre de la Estrategia   | Objetivo de la Estrategia   | Acciones de las Estrategias Propuestas   | Presupuesto | Cronograma |    |     |    | Responsable   |
|   |   |  |             | I          | II | III | IV |               |
| <b>Fortalecer la imagen del Complejo (una infraestructura adecuada, equipos con buen funcionamiento).</b> | Establecer mecanismos adecuados para el correcto funcionamiento del complejo. | Revisar constantemente las maquinarias, equipos.   | \$600,00    |            |    |     |    | Administrador |
|   |   | Colocación de señalética adecuada de las distintas áreas para la movilización de los clientes, trabajadores dentro del Complejo. |             |            |    |     |    |               |
|   |   | Implementar vallas publicitarias dentro y fuera de la ciudad.  |             |            |    |     |    |               |
|   |   | Mejoramiento de Infraestructura.   |             |            |    |     |    |               |

Elaborado por. Equipo de Trabajo

### 1.7.5. Presupuesto-Consolidado de las Estrategias

**Tabla 42:**

*Presupuesto Consolidado de las Estrategias*

| <b>Tipo de Estrategia</b> | <b>Nombre de la Estrategia</b>  | <b>Presupuesto</b> |
|---------------------------|---|--------------------|
| <b>F-O</b>                | Desarrollar Alianzas estratégicas con transportistas para la movilización de los turistas y agencias de viajes que brinden información y reservación del Complejo.                                    | 500,00 \$          |
|                           | Estar actualizado en el campo tecnológico como nuevas formas rápidas de pago (Tarjeta, escaneo Qr) y un sistema de seguridad y atención en las habitaciones para mejorar la estancia de los clientes. | 200,00 \$          |
| <b>D-O</b>                | Realizar capacitaciones hacia el personal para incrementar el rendimiento operacional.  | 500,00 \$          |
| <b>F-A</b>                | Colocación de anuncios publicitarios (Tik tok, Facebook, WhatsApp, Instagram) para dar a conocer la ubicación del Complejo Turístico a la población.  | 100,00 \$          |
|                           | Buscar 1 o más proveedores de confianza que abastezcan con los suministros necesarios   | 100,00 \$          |
| <b>D-A</b>                | Crear un fondo de emergencia para confrontar cambios en regulaciones y cubrir posibles crisis económicas.   | 0,00 \$            |
|                           | Fortalecer la imagen del Complejo como (una infraestructura adecuada, equipos con buen funcionamiento).   | 600,00 \$          |
| <b>TOTAL</b>              |   | <b>2.000,00 \$</b> |

**Elaborado por.** Equipo de Trabajo

## CONCLUSIONES

- A través del diagnóstico situacional que se realizó al Complejo Turístico La Rueda se pudo evidenciar la carencia de un plan estratégico que vaya acorde a las actividades que realiza el Complejo, se pudo constatar que la visión, misión y organigrama estructural se encuentra desactualizado, ocasionando que no se cuenta con visión de liderazgo a largo plazo y tomar decisiones adecuadas. Así también al contar con una infraestructura en remodelación y escasas señaléticas no permite un adecuado funcionamiento. Otro de los factores que se puede mencionar es la escasa publicidad, dificultando que el público objetivo lo identifique como una oportunidad para distraerse en el centro de la ciudad.
- A través de la implementación del análisis interno y externo, para lo cual se planteó la Matriz Foda se ha podido identificar las fortalezas y debilidades que posee, ayudándonos a establecer estrategias que sean de ayuda para incrementar las oportunidades y disminuir las amenazas. Los puntos mas relevantes para tratar son: diferenciación de la competencia por diferentes actividades dentro del Complejo Turístico la Rueda (F), escasa capacitación al personal (D), convenios entre transportistas y agencias de viaje (O), falta de promoción del destino (A).
- Teniendo en cuenta las estrategias propuestas, tales como: crear un fondo de emergencia para confronta los cambios y regulación de posibles crisis económica y fortalecer la imagen del Complejo (infraestructura adecuada, equipos con buen funcionamiento). Esto será de importancia ya que al ejecutarlas permitirá mejorar la gestión administrativa del Complejo Turístico La Rueda, con la finalidad de optimizar los recursos como: capital humano, capital financiero, infraestructura y demás. Estas estrategias permitirán ofertar servicios atractivos y tener una ventaja competitiva en el mercado turístico.

## RECOMENDACIONES

- Mediante el diagnóstico situacional recomendamos que se aplique este plan estratégico que fue realizado para el mejoramiento de la gestión administrativa del Complejo Turístico la Rueda, además se plantea que se realice una actualización de su filosofía organizacional ya que a través de ellos puede llegar a cumplir con sus objetivos propuestos.
- A través de los resultados del análisis situacional interno y externo se propone establecer nuevas estrategias que contribuyan a incrementar las operaciones del Complejo como por ejemplo: incrementar nuevos atractivos turísticos atractivos a los clientes como la creación de miradores, columpios; así también contratar personal calificado con la finalidad de capacitar en temas relacionados a: atención al cliente y el manejo de equipos, correcta limpieza de habitaciones que corresponde al área hotelera; de igual manera se debe afianzar alianzas estratégicas con transportistas y agencias de viaje dentro y fuera de la provincia y finalmente contratar personal del área de marketing que genere publicidad en los diferentes medios de comunión, implementación de vallas publicitarias que otorgue información relevante del Complejo, lo que ayudará a incrementar su posición en el mercado.
- Para finalizar se puede recomendar que se utilice todas las estrategias propuestas ya que son indispensables para mejorar las funciones del Complejo, tomando en cuenta las propuestas más importantes que se debe de implementar tales como: la creación de fondo de emergencia ya que ayudara a prevenir situaciones de crisis económicas a futuro, además de mejorar por medio de los ingresos generados la infraestructura que corresponde a la imagen del Complejo generando una agradable vista al público.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria*, 2. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/8263-Manuscrito-45352-1-10-20211112%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/8263-Manuscrito-45352-1-10-20211112%20(3).pdf)
- Arevalo, & Cabezas. (2022). ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO PARA EL CONSULTORIO PRIVADO DE SALUD FISICA Y MENTAL "ANGELES", EN LA CIUDAD DE GUARANDA AÑO 2022. *Trabajo de Titulacion previo para obtener el titulo de Licenciado en Adminiatraciòn*. Universidad Estatal de Bolivar, Guranda. Obtenido de [https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/4928/1/2.%20Arevalo%20Antony\\_Cabezas%20Nathaly\\_%20Proyecto%20de%20Investigaci%c3%b3n%20Curricular\\_%20Elaboraci%c3%b3n%20del%20Plan%20Estrat%c3%a9gico%20Consultorio%20Privado%20%c3%81ngeles%2c%20Guaranda%20](https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/4928/1/2.%20Arevalo%20Antony_Cabezas%20Nathaly_%20Proyecto%20de%20Investigaci%c3%b3n%20Curricular_%20Elaboraci%c3%b3n%20del%20Plan%20Estrat%c3%a9gico%20Consultorio%20Privado%20%c3%81ngeles%2c%20Guaranda%20)
- BRENDA CASTILLO . (14 de 9 de 2020). Obtenido de <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Censo Ecuador. (2022). *INEN*. Recuperado el 2 de 1 de 2024, de INEN: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Chiavenato, I. (2016). *Plan Estrategica, Fundamentos y Aplicaciones* (Vol. Tercero). Mexico D.F: Mc Graw Hill. Recuperado el 8 de 6 de 2023, de <https://www.remax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Chiavenato, I. (22 de 7 de 2022). Obtenido de [https://soyadministrador.net/que-es-el-proceso-administrativo/#Definiciones\\_del\\_proceso\\_administrativo\\_segun\\_autores](https://soyadministrador.net/que-es-el-proceso-administrativo/#Definiciones_del_proceso_administrativo_segun_autores)
- CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR* . (20 de 10 de 2008). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Cordoba, Castaño, & Gomez. (2006). La Auditoria Etica: herramienta para fortacer la integridad del caracter organizacional. *Innovar Journal*, 23. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802703.pdf>
- Curi, R. P. (25 de Agosto de 2019). *¿Qué es el Employer Branding y por qué usar esta herramienta en tu empresa?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-employer-branding/#:~:text=El%20employer%20Branding%20implica%20el,%C2%A1Con%C3%B3celo!&text=Para%20enganchar%20los%20clientes%20en,de%20valor%20de%20la%20empresa.>
- Empresa. (2022). *¿Qué es un plan logístico y cómo elaborarlo?* *Select Business School*.
- Galán, J. S. (1 de marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>

- Gonzalez, B. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. *International Journal of Good Conscience.*, 229. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de [http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15\(1\)222-229.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15(1)222-229.pdf)
- Google Maps. (13 de 6 de 2023). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com/maps/@-1.5858161,-78.9999729,255m/data=!3m1!1e3?entry=ttu>
- Guaranda Alcaldia. (2010). *guaranda.gob.ec*. (A. d. Guaranda, Editor) Recuperado el 22 de 8 de 2023, de [guaranda.gob.ec](https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/#:~:text=25.000%20habitantes%20aproximadamente%20(zona%20urbana)): [https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/#:~:text=25.000%20habitantes%20aproximadamente%20\(zona%20urbana\)](https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/#:~:text=25.000%20habitantes%20aproximadamente%20(zona%20urbana)).
- Hellebust, & Krallinger. (2013). *LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA UN PILAR EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL*. (M. Bojórquez, & A. Pérez, Edits.) ITSON. Recuperado el 1 de 11 de 2023, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Hernández, B. (15 de Marzo de 2022). *Qué es un plan estratégico de marketing y cómo hacerlo*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/plan-marketing-estrategico>
- Herran. (2008). *repositorio.pucesa.edu.ec/*. (C. Granizo, Ed.) Recuperado el 28 de 7 de 2023, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2481/1/76759.pdf>
- Hilda, M. (2021). "PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO COMUNITARIO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE RÍO BLANCO, CANTÓN MORONA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO, PERIODO 2020-2022. *Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Macas. Obtenido de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/17256/1/92T00274.pdf>
- Hurtado, C. (27 de Junio de 2011). *Perspectivas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>
- L., D. (2006). El rol de la dirección estratégica en las empresas. En Chavez, Mejia, & Arroyo. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/11/005direccion2011-1.pdf>
- LEY DE COMPAÑÍAS*. (29 de 12 de 2017). Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)
- LEY DE TURISMO*. (29 de 12 de 2014). Recuperado el 9 de 11 de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley de Turismo. (29 de 12 de 2014). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf): <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley de Turismo*. (2023). Recuperado el 9 de 11 de 2023, de Ley de Turismo: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/0.%20Reglamento%20CTC%20Acuerdo%20Ministerial%202022%20023.pdf>

- Ley de Turismo del Ecuador. (2022). *Turismo.gob.ec*. Obtenido de Turismo.gob.ec: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/0.%20Reglamento%20CTC%20Acuerdo%20Ministerial%202022%20023.pdf>
- LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (28 de 2 de 2020). Obtenido de LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN. (21 de 2 de 2020). Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL. (2021). Quito: produccion.gob.ec. Recuperado el 2 de 8 de 2023, de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/Ley-Organica-para-el-Desarrollo-Economico-y-Sostenibilidad-Fiscal-tras-la-Pandemia-Covid-19.pdf>
- Lopez, A. (2016). Gestión y diseño. *Scielo*. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762016000100006#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Frederick%20W.,eficiente%22%20\(p.\).](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762016000100006#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Frederick%20W.,eficiente%22%20(p.).)
- Lozano, S., & Vivar, K. (2016). PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS APLICADO AL INTI WASI DEL CANTÓN SARAGURO. *Tesis previa a la obtención del título de Ingeniería en Turismo*. UNIVERSIDAD DE CUENCA, Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24516/1/tesis.pdf>
- Lumpkin, & Dess. (7 de 1 de 2013). *renatamarciniak*. (R. MARCINIAK, Editor) Obtenido de renatamarciniak: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Mendez, L. (2019). PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DEL "COMPLEJO MAUI", PERTENECIENTE AL RECINTO CRISTOBAL COLÓN, PARROQUIA VALLE HERMOSO, EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS. "*Tesis de Ingeniería*". UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES, Santo Domingo. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10894/1/PIUSDETH003-2020.pdf>
- Merlitz Mexico. (30 de 5 de 2022). *Berlitz*. Obtenido de Berlitz: <https://www.berlitz.com/es-mx/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*, 116. Recuperado el 9 de 11 de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2021/04/PLAN-ESTRATEGICO-  
INSTITUCIONAL\_actualizado-Dic-2020.pdf

Nana. (20 de Julio de 2020). *Diferencia entre planificación estratégica y operativa*. Obtenido de <https://opendigital.es/diferencia-planificacion-operativa-estrategica/>

Navarrete, Cevallos, & Rodríguez. (2023). *Planificación Estratégica*. (C. -C. Desarrollo, Ed.) Paraguay: editorial@ciencialatina.org. doi:[https://doi.org/10.37811/cli\\_w838](https://doi.org/10.37811/cli_w838)

Orozco, & Pacho. (2019). PLAN ESTRATÉGICO PARA FORTALECER LA GESTIÓN PÚBLICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÌODO 2018 – 2021. *Proyecto de Investigación Previo a la obtención del título de: Ingeniero Comercial*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13969/1/102T0316.pdf>

Plan Estratégico Institucional. (2019). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf)

Primicias. (27 de 5 de 2023). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/turistas-extranjeros-inseguridad-ecuador/#:~:text=En%20enero%20de%202023%20ingresaron,al%20pa%C3%ADs%20por%20diferentes%20v%C3%ADas.>

Ramirez, L. (2013). “LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU APOORTE EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA AGENCIA DE VIAJES MURISTOUR EXPEDICIONES EN EL CANTÓN AMBATO DE LA PROVINCIA DETUNGURAHUA”. *Trabajo de Titulación*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8202/1/FCHE-TH-184.pdf>

Romero, J. (2018). Planificación estratégica financiera en las cadenas de farmacias familiares del estado Zulia-Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 9 - 25.

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *sri.gob.e*. Recuperado el 9 de 11 de 2023, de [sri.gob.e: https://www.sri.gob.ec/beneficios-tributarios-para-el-sector-turistico](https://www.sri.gob.ec/beneficios-tributarios-para-el-sector-turistico)

Sierra, Y. (19 de 10 de 2023). Obtenido de <https://blog.lemontech.com/agilizar-procesos-administrativo-de-una-empresa/>

Talancón, H. P. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones*. México.

Torres, M. (s.f.). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO* (moodlelandivar.url.edu.gt/ ed.). Recuperado el 16 de 8 de 2023, de [http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)

Valle, J., & Gonazales. (2004). Analisis Situacional. En J. Valle, & Gonazales, *Analisis Situacional* (pág. 63). Mexico. Recuperado el 28 de 7 de 2023, de

[http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis\\_situacional\\_moodle2.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_moodle2.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Vinueza, Oviedo, Maldonado, & Ramírez. (1 de 2021). *Plan Estratégico que Adoptan las Empresas Ecuatorianas en Tiempos de Pandemia*. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/367>

Westreicher, G. (1 de Agosto de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>

Zapata, M. I. (2013). *Planeación Estratégica un Pilar en la gestión empresarial*. Mexico: María Elvira López Parra.

## ANEXOS

### Anexo A: Cronograma Tentativo

| ACTIVIDADES   | Mes    | 27/9/2023 |   |   |   | 1/11/2023 |   |   |   | 1/4/2024 |   |   |   | 1/6/2024 |   |   |   |
|---|--------|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
|   | Semana | 1         | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| Solicitud de autorización del COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA                                       |        | ■         |   |   |   |           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Presentación del Tema   |        | ■         |   |   |   |           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Aprobación del tema en el consejo universitario   |        |           | ■ |   |   |           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Elaboración del anteproyecto de integración curricular  |        |           |   | ■ |   |           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Presentación del anteproyecto   |        |           |   |   | ■ |           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Revisión y corrección del anteproyecto y asignación de pares académicos                         |        |           |   |   |   | ■         |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Entrega del anteproyecto a los pares académicos para revisión                                   |        |           |   |   |   |           | ■ |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Revisión del anteproyecto por parte del par académico y emisión de recomendaciones              |        |           |   |   |   |           |   | ■ |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Acoger las observaciones del par académico y presentar certificación de cumplimiento            |        |           |   |   |   |           |   |   | ■ |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Desarrollo del trabajo de integración curricular (anteproyecto), con asesoramiento del director |        |           |   |   |   |           |   |   |   | ■        |   |   |   |          |   |   |   |
| Revisión del anteproyecto final por parte de los pares académicos y emisión de recomendaciones  |        |           |   |   |   |           |   |   |   |          | ■ |   |   |          |   |   |   |





Anexo B: Presupuesto Ejecutado

**Tabla 43:**

*Presupuesto Ejecutado*

| <b>Actividad</b> | <b>Descripción</b>    | <b>Costo unitario</b> | <b>No. de unidades</b> | <b>Costo total</b> |
|------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|--------------------|
| Carpetas         | Carpeta roja cartón   | 0.50cvt               | 1                      | \$1                |
|                  | Carpeta roja perfil   | \$1                   | 2                      | \$2                |
| Esferos gráficos | Azul                  | 0.50cvt               | 6                      | \$3                |
|                  | Negro                 | 0.50cvt               | 6                      | \$3                |
| Gastos generales | Luz                   | \$6                   | 8                      | \$30               |
|                  | Internet              | \$25                  | 8                      | \$125              |
|                  | Telefonía móvil       | \$10                  | 16                     | \$160              |
| CDS              | CDS                   | \$1.50                | 3                      | \$4.50             |
|                  | Grabado               | \$3.50                | 3                      | \$10.50            |
| Escaneado        | Blanco y negro        | 0.10cvt               | 300                    | \$30               |
|                  | Color                 | 0.25cvt               | 200                    | \$50               |
| Mascarilla       | Caja de mascarillas   | \$3                   | 1                      | \$3                |
| Copias           | Blanco y negro        | 0.05cvt               | 2000                   | \$100              |
|                  | Color                 | 0.15cvt               | 800                    | \$120              |
| Impresiones      | Blanco y negro        | 0.10vt                | 1000                   | \$100              |
|                  | Color                 | 0.20cvt               | 400                    | \$80               |
| Viáticos         | Oficios               | 0.25cvt               | 30                     | \$7.50             |
|                  | Transportación        | \$2.00                | 25                     | \$50               |
| Anillado         | Alimento              | \$2.50                | 30                     | \$75               |
|                  | Anillado anteproyecto | \$10                  | 2                      | \$20               |
|                  | Anillado tesis        | \$10                  | 4                      | \$40               |
| <b>Total</b>     |                       |                       |                        | <b>\$1107</b>      |

Elaborado por. Equipo de Trabajo



**Universidad Estatal de Bolívar**  
**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e**  
**Informática Carrera de Administración de Empresas**



**Objetivo:** Identificar si existen una problemática en el Complejo Turístico la Rueda a través de una encuesta dirigida a la población turística de la ciudad de Guaranda.

**Genero**

- Hombre
- Mujer
- LGBTIQ+
- Otros, describe.....

**Edad**

- De 15 a 20
- De 20 a 30
- De 30 a 40
- Más de 40

**1. ¿Conoce usted algún Complejo Turístico en la Ciudad de Guaranda?**

- Si
- No

**2. Que complejo turístico conoce?**

- Complejo Turístico Las Cochas  
( )
- Complejo Turístico el Descanso
- Complejo Turístico La Rueda
- Hotel la Colina
- Hotel Tambo el Libertador
- Empresa Fuente de Vida y Sal

**3. ¿Qué servicios le llamo más la atención?**

- Precios
  - Actividades
  - Horario
  - Comida
  - Otros
- .....

**4. ¿Por qué no visita el Complejo Turístico La Rueda? (Si su respuesta de la pregunta dos fue otro complejo turístico conteste esta pregunta, caso contrario continúe con las demás preguntas)**

- Por ubicación
- Por motivos económicos
- Por la variedad de servicios
- Por la flexibilidad de horarios
- Otros \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuál es el motivo principal para visitar el Complejo Turístico La Rueda?**

- Asuntos Familiares
- Asuntos Culturales
- Eventos y celebraciones
- Otros \_\_\_\_\_

**6. ¿Con que frecuencia visita el Complejo Turístico La Rueda?**

- Cada semana
- Cada dos semanas
- Cada mes

**7. ¿Qué calificación cree que merece por los servicios que ofrece el Complejo Turístico La Rueda?**

- Excelente.
- Muy buena.
- Buena.
- Regular
- Mala.

**8. ¿Durante su visita que tipos de servicios fue de su agrado?**

- Paisajes y entorno natural
- Actividades y atracciones
- Servicio al cliente
- Gastronomía y opciones de alimentos
- Instalaciones y comodidades
- Otros \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué aspectos considera usted que se podrían mejorar para brindar una experiencia turística más satisfactoria?**

- Variedad de actividades y atracciones
- Mejora en la infraestructura y mantenimiento
- Mejora en la señalización y accesibilidad
- Variedad de opciones de alimentos
- Otros \_\_\_\_\_

**10. ¿Cómo se enteró sobre los servicios que oferta el Complejo Turístico "La Rueda"?**

- Recomendación de conocidos o familiares
- Publicidad impresa (folletos, carteles, revistas etc.)
- Facebook
- Televisión/Radio
- Tik Tok

**11. ¿Tiene alguna sugerencia adicional o comentario que desee compartir para mejorar el funcionamiento y la oferta del Complejo Turístico "La Rueda"?**

.....  
.....

**Anexo D:** Entrevista realizada al Propietario del Complejo Turístico La Rueda



**Nombre del Entrevistado:** Escobar Gortaire Mario Enrique

**Cargo:** Gerente General del Complejo Turístico La Rueda

| <b>Pregunta</b>  | <b>Respuesta</b> |
|--|------------------|
| <b>h) ¿Cuenta con un plan estratégico?</b>   |                  |
| <b>i) ¿El Complejo Turístico cuenta con filosofía organizacional?</b>                                  |                  |
| <b>j) ¿Su misión y visión esta relacionados con los objetivos estratégicos del complejo turístico?</b> |                  |
| <b>k) ¿Qué servicios ofrece su Complejo Turístico?</b>   |                  |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>l) ¿Cuáles son los problemas que presenta en la actualidad el Complejo Turístico La Rueda?</b></p> |  |
| <p><b>m) ¿Usted ha tenido problemas con los clientes por sus servicios?</b></p>                          |  |
| <p><b>n) ¿Usted considera que contar con un plan estratégico sería importante para su Complejo?</b></p>  |  |

**Anexo E:** Formato de encuestas para los trabajadores



**Universidad Estatal de Bolívar**  
**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e**  
**Informática Carrera de Administración de Empresas**



**Objetivo:** Analizar la situación actual sobre la gestión del Complejo Turístico La Rueda, de la ciudad de Guaranda para la propuesta de un Plan Estratégico.

**Nombre del Encuestado:**

**1. ¿Cuanto tiempo usted trabaja complejo turístico?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**2. ¿Cuánto gana usted en el complejo turístico?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**3. ¿Usted percibe el sueldo mensual o por semanas?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**4. ¿Usted conoce si el Complejo Turístico presenta problemas en la actualidad (infraestructura, servicios, otros)?**

- a) Si
- b) No

**Describir:**

**5. ¿Usted está de acuerdo que la empresa ejecuta de forma eficiente todas sus actividades (servicios, actividades)?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**6. ¿Piensa usted que debería contar con un adecuado control en el área que labora?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**Describir:**

**7. ¿Conoce usted si el Complejo Turístico cuenta con misión y visión?**

- a) Si
- b) No

**8. ¿Cree usted que la misión y visión está alineados con los objetivos estratégicos del Complejo Turístico?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**9. ¿Conoce usted si el Complejo Turístico posee un Plan Estratégico?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿Usted estaría dispuesto a mejorar la productividad del Complejo Turístico?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**Describir:**

**11. ¿Considera usted que el Complejo Turístico debería contar con un Plan Estratégico?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**12. ¿Usted considera que la implementación de un Plan Estratégico influiría positivamente en la Gestión del Complejo Turístico?**

- a) De acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Ni de Acuerdo ni en desacuerdo

**Anexo F:** Visita a las Instalaciones



**Nota.** Área de Recepción y Área Administrativa



**Nota.** Área recreativa (Piscina)



**Nota.** Entrada a áreas recreativas (Duchas, saunas, Baño Turco)



**Nota.** Área de Restaurante

**Anexo G:** Entrevista al Gerente del Complejo Turístico la Rueda



**Nota.** Entrevista con el Dueño del Complejo

**Anexo H:** Encuesta a los Clientes



**Nota.** Entrevista a Clientes



**Nota.** Entrevista a Clientes

**Anexo I: Carta de Aceptación**



Guaranda, 29 de mayo del 2023

Ing.

Gina Jaqueline Alarcón Quinatoa

**Coordinador(a) de la Unidad de Integración Curricular Carrera de Administración de empresas**

Presente.

Yo, **ESCOBAR GORTAIRE MARIO ENRIQUE**, por medio del presente acepto a los estudiantes, **MANUEL JESÚS CHICAIZA ROQUE**, con cédula **0928417922** y de **ALEJANDRO ISRAEL REMACHE ARAQUE** con cédula **05550666614**, previo a la obtención de título de Licenciada de Administración de Empresas modalidad sustentación de tesis realicen su trabajo de titulación en mi Complejo Turístico "La Rueda", con el tema **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO "LA RUEDA" DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, 2023-2027.**

Esperando una respuesta favorable reiteramos nuestro agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mario Escobar  
Gerente del Complejo Turístico

Anexo J: Certificado de Turnitin



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

**ING. EDDY STALIN ALVARADO PACHECO EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.**

**CERTIFICA**

Que el trabajo de integración curricular denominado "**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO LA RUEDA DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2024-2028**", presentado por **MANUEL JESÚS CHICAIZA ROQUE** y **ALEJANDRO ISRAEL REMACHE ARAQUE** estudiantes de la **carrea de Administración de Empresas** pasó el análisis de coincidencia no accidental en la herramienta Turnitin reflejando un **porcentaje de similitud del 6%**, como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 02 de mayo del 2024

Atentamente,

Ing. Eddy Stalin Alvarado Pacheco  
**Director**

Anexo K: Captura de Turnitin

Reporte de similitud

|   |  |
|---|--|
| NOMBRE DEL TRABAJO  | AUTOR                                    |
| <b>PLAN ESTRATÉGICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO" LA RUEDA"</b> | <b>Manuel-Alejandro Chicaiza-Remache</b> |

|                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| RECuento DE PALABRAS | RECuento DE CARACTERES   |
| <b>21190 Words</b>   | <b>127865 Characters</b> |

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| RECuento DE PÁGINAS | TAMAÑO DEL ARCHIVO |
| <b>128 Pages</b>    | <b>1.7MB</b>       |

|                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| FECHA DE ENTREGA                 | FECHA DEL INFORME                |
| <b>May 1, 2024 7:53 PM GMT-5</b> | <b>May 1, 2024 7:55 PM GMT-5</b> |

● **6% de similitud general**

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

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Coincidencia baja (menos de 30 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente



Handwritten signature and ID number: 0703129981