



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO PARA EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMUNA LIBERTADOR
BOLÍVAR – CANTÓN SANTA ELENA - PROVINCIA SANTA ELENA.**

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

AUTOR:

Verónica Leonor Rivas De La Rosa

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019

**TEMA:****PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO PARA EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMUNA LIBERTADOR
BOLÍVAR – CANTÓN SANTA ELENA - PROVINCIA SANTA ELENA****AUTOR:****Verónica Leonor Rivas De La Rosa****TUTOR:****Econ. William Caiche Rosales****RESUMEN**

El presente trabajo es realizado para evaluar la posibilidad de crear un parque acuático que permita generar el desarrollo económico del lugar donde estará ubicado, respondiendo a la problemática planteada mediante atención a la demanda turística de servicios recreacionales para satisfacer tales necesidades y superar expectativas de: relajación, entretenimiento y experiencia agradable junto a familiares y amigos, gracias a la propuesta del servicio con calidad que brinde dicho parque. El diseño metodológico desarrolla un estudio de mercado para establecer mediante la recolección de información como entrevistas aplicadas a expertos y encuestas a turistas, el resultado para la evaluación de una propuesta que contiene una descripción detallada de los servicios recreacionales que debe ofrecer un parque acuático. Toda la investigación presentada a continuación estará basada en fundamentación teórica que sustente los supuestos planteados.

Palabras claves:

Desarrollo económico, demanda turística, servicios recreacionales, diseño metodológico, propuesta.

**TEMA:**

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO PARA EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMUNA LIBERTADOR
BOLÍVAR – CANTÓN SANTA ELENA - PROVINCIA SANTA ELENA**

AUTOR:

Verónica Leonor Rivas De La Rosa

TUTOR:

Econ. William Caiche Rosales

ABSTRACT

The present work is carried out to evaluate the possibility of creating a water park that allows to generate the economic development of the place where it will be located, responding to the problematic raised by attention to the tourist demand of recreational services to satisfy such needs and overcome expectations of relaxation, entertainment and pleasant experience with family and friends thanks to the proposal of quality service provided by the park. The methodological design develops a market study to establish, through the collection of information such as interviews applied to experts and surveys of tourists, the result for the evaluation of a proposal that contains a detailed description of the recreational services that a water park should offer. All the research presented below will be based on theoretical foundation that supports the assumptions made.

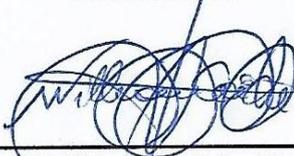
Keywords:

Economic development, tourism demand, recreational services, methodological design, proposal

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR – CANTÓN SANTA ELENA - PROVINCIA SANTA ELENA”**, elaborado por la señorita Verónica Leonor Rivas De La Rosa, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Econ. William Caiche Rosales
PROFESOR GUÍA

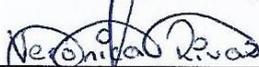
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

En mi calidad de estudiante declaro que el presente trabajo de titulación: **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA COMUNA LIBERTADOR BOLÍVAR – CANTÓN SANTA ELENA - PROVINCIA SANTA ELENA”**, se ha elaborado considerando que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales:

Declaro además, una vez aprobado el tema de investigación por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Administración de Empresas**, los derechos autorales correspondientes pasan a transformarse en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, cualquier reproducción, total o parcial, en versión original, o en otro idioma, será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



RIVAS DE LA ROSA VERÓNICA LEONOR

C.C. No.: 245017784-1

AGRADECIMIENTO

En este trabajo de titulación agradezco a todas las personas que fueron factor primordial para la culminación de mi carrera profesional; en primer lugar a Dios quien por él y gracias a él he logrado pasar con éxito todos los obstáculos que se han presentado en la vida, por darme la bendición de despertar viva cada día junto a las personas que más amo.

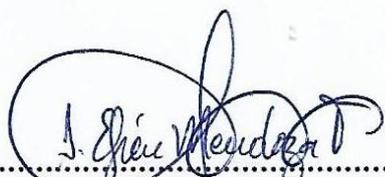
A mis padres quienes me han brindado su apoyo y paciencia en todo este tiempo de dedicación académica y a pesar de todo me han impulsado a seguir adelante cumpliendo todas las metas propuestas de superación personal y profesional, a mi tutor por brindarme los conocimientos adecuados para la correcta realización del proyecto, a los maestros que han impartido sus clases a lo largo de la carrera aportando a mi capital intelectual y a mis compañeros con quienes logré formar grandes y fuertes lazos de amistad, por su lealtad y confianza en el tiempo transcurrido.

DEDICATORIA

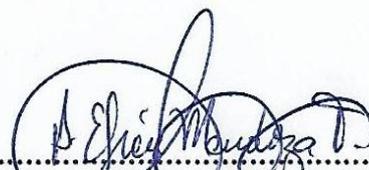
Dedico este proyecto lleno de esfuerzo y dedicación a Dios por todas las bendiciones derramadas en mí y mi familia, para que me siga brindando paciencia, sabiduría y amor que me permita avanzar y cumplir las metas planteadas, a mi hijo quién es mi motor de vida que impulsa la preparación académica para ofrecerle un buen estilo de vida.

A mis padres en retribución por tanta confianza, paciencia y apoyo a lo largo de mi vida, a los demás integrantes de mi familia quienes han estado predispuestos a ayudarme en el momento indicado y a mi tutor quien ha dedicado valioso tiempo de acompañamiento para impartir conocimientos invaluable para la presentación del proyecto de titulación.

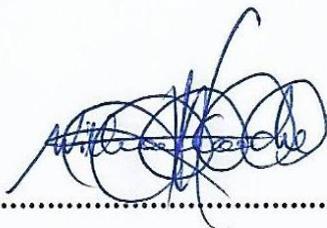
TRIBUNAL DE GRADO



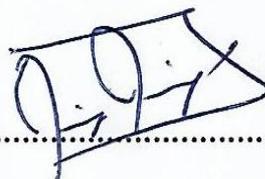
.....
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc
DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS (E)



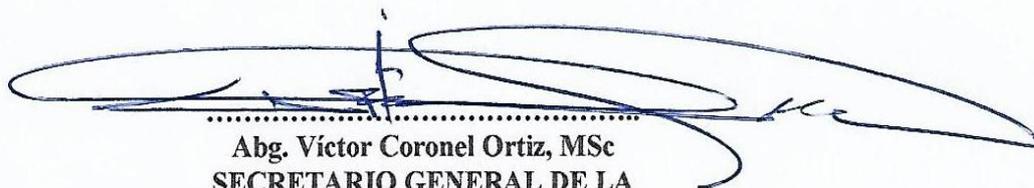
.....
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc
DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS (E)



.....
Econ. William Caiche Rosales, MSc
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



.....
Econ. Jimmy Quispe Gonzabay, MSc
DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



.....
Abg. Victor Coronel Ortiz, MSc
SECRETARIO GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

CONTENIDO

RESUMEN	II
ABSTRACT.....	III
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
CONTENIDO	IX
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE GRÁFICOS	XIV
INDICE DE ILUSTRACIONES	XV
INDICE DE ECUACIÓN	XV
INDICE DE ANEXOS	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. Revisión de la literatura	7
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos	10
1.3. Fundamentos: sociales, psicológicos, filosóficos y legales	14
1.3.1. Fundamentos Sociales.....	14
1.3.2. Fundamentos Psicológicos.....	15
1.3.3. Fundamentos Filosóficos	16
1.3.4. Fundamentos Legales.....	17
CAPÍTULO II.....	18
MATERIALES Y MÉTODOS	18
2.1. Tipo de investigación.....	18
2.2. Métodos de la investigación.....	19
2.2.1. Métodos teóricos (analítico-sintético).....	19
2.2.2. Métodos empíricos.....	20
2.2.3. Métodos matemáticos	21
2.3. Diseño de muestreo.....	21
2.4. Diseño de recolección de datos	23
CAPÍTULO III.....	24
PROPUESTA.....	24
3.1 Naturaleza del proyecto	24

3.1.1. Descripción de la idea de negocio.....	24
3.1.2. Justificación de la empresa o producto	25
3.1.3. Nombre de la empresa.....	26
3.1.3.1 Logotipo de la empresa	27
3.1.4. Descripción de la empresa	27
3.1.5. Análisis FODA.....	28
3.1.6. Filosofía empresarial.....	34
3.1.7. Calificación del equipo emprendedor	35
3.1.8. Ventajas competitivas	38
3.2. Mercado	39
3.2.1. Tamaño del mercado.....	39
3.2.2. Consumo aparente.....	40
3.2.3. Participación de la competencia en el mercado	41
3.2.4. Estudio de mercado.....	42
3.2.6. Marketing mix.....	73
3.2.7. Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing).....	75
3.3 Proceso de producción	76
3.3.1. Objetivos del área de producción.....	76
3.3.2. Descripción del proceso de producción o servicio.....	77
3.3.2.1 Ingreso de los usuarios al establecimiento	77
3.3.2.2 Pago del boleto para ingresar	77
3.3.2.3 Buscar un lugar de estancia dentro de las instalaciones.....	77
3.3.2.4 Dirigirse a las duchas que se encuentran en el establecimiento	77
3.3.2.5 Disfrutar de los distintos juegos acuáticos del establecimiento	78
3.3.2.6 Hacer uso de los demás servicios que ofrece el parque acuático como alimentación o compra de souvenirs en las islas.....	78
3.3.2.7 Salida del usuario del parque acuático a su destino	78
3.3.3. Diagrama de flujo de producción y entrega del bien	79
3.3.4. Necesidades de materia prima.....	80
3.3.5. Equipos a utilizar y características	80
3.3.6. Diseño y distribución de planta y oficina (Layout).....	84
3.3.7. Cronograma de producción.....	85
3.4 Organización.....	86

3.4.1. Objetivos del área de organización	86
3.4.2. Estructura organizacional.....	86
3.4.3. Desarrollo de personal	89
3.4.4. Políticas institucionales.....	89
3.5 Marco legal de la organización	90
3.5.1 GAD Municipal del Cantón Santa Elena	90
3.5.2 Según La Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).....	91
3.5.3 Según la Ley de compañías.....	91
3.6 Finanzas	92
3.6.1. Objetivos del área de finanzas	92
3.6.2. Base de Datos.....	92
3.6.3. Costos y gastos.....	94
3.6.4. Capital social.....	96
3.6.5. Flujo de efectivo.....	98
3.6.6. Estados financieros proyectados	99
3.6.7. Balance general proyectado	101
3.6.8 Indicadores Financieros	103
3.6.9. Recuperación de la inversión	103
Conclusiones Financieras.....	104
Conclusiones	105
Recomendaciones	107
Bibliografía	108
ANEXOS	111

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Elección nombre de la empresa	26
Tabla 2: Matriz FODA.....	28
Tabla 3: Matriz EFI.....	30
Tabla 4: Matriz EFE.....	31
Tabla 5: Matriz Estrategias	32
Tabla 6: Equipo emprendedor 1.....	35
Tabla 7: Equipo emprendedor 2.....	35
Tabla 8: Equipo emprendedor 3.....	36
Tabla 9: Equipo emprendedor 4.....	36
Tabla 10: Equipo emprendedor 5.....	37
Tabla 11: Equipo emprendedor 6.....	37
Tabla 12: Consumo Aparente Temporada Alta	40
Tabla 13: Consumo Aparente Temporada Baja	41
Tabla 14: Participación de la competencia en el mercado	41
Tabla 15: Segmentación por cantones	44
Tabla 16: Segmentación por edad.....	44
Tabla 17: Mercado objetivo	45
Tabla 18: Muestreo por cuotas.....	46
Tabla 19: Escala de Likert	47
Tabla 20: Género.....	48
Tabla 21: Edad	49
Tabla 22: Estudios.....	50
Tabla 23: Ingresos.....	51
Tabla 24: Pocas propuestas	52
Tabla 25: Actividades recreativas	53
Tabla 26: Actividades acuáticas.....	54
Tabla 27: Visita de turistas	55
Tabla 28: Playa y gastronomía.....	56
Tabla 29: Creación en comuna.....	57
Tabla 30: Variedad de servicios.....	58
Tabla 31: Infraestructura adecuada	59
Tabla 32: Servicio de calidad.....	60
Tabla 33: Seguridad	61
Tabla 34: Volantes	62
Tabla 35: Impulsaciones	63
Tabla 36: Paquetes promocionales.....	64
Tabla 37: Economía y trabajo	65
Tabla 38: Calidad de vida	66
Tabla 39: Ingresos económicos.....	67
Tabla 40: Demanda turística	68
Tabla 41: Oferta gastronómica.....	69
Tabla 42: Toboganes temáticos.....	70
Tabla 43: Rampas discapacitados	71

Tabla 44: Souvenirs	72
Tabla 45: Materia Prima	80
Tabla 46: Equipos para servicio.....	81
Tabla 47: Cronograma de producción.....	85
Tabla 48: Base de Datos	93
Tabla 49: Insumo de servicios	94
Tabla 50: Gastos de publicidad y movilización	95
Tabla 51: Suministro de oficina.....	95
Tabla 52: Otros gasto de construcción.....	95
Tabla 53: Servicios básicos.....	96
Tabla 54: Suministros de limpieza.....	96
Tabla 55: Capital social	96
Tabla 56: Inversión	97
Tabla 57: Aportación de los socios	97
Tabla 58: Estado de flujo de efectivo.....	98
Tabla 59: Cálculo TIR y VAN.....	99
Tabla 60: Precio y costo de venta proyectados	100
Tabla 61: Proyección anual de servicios.....	100
Tabla 62: Balance inicial	101
Tabla 63: Balance General.....	102
Tabla 64: Indicadores Financieros	103
Tabla 65: Recuperación de la inversión	103

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género	48
Gráfico 2: Edad	49
Gráfico 3: Estudios	50
Gráfico 4: Ingresos.....	51
Gráfico 5: Pocas propuestas.....	52
Gráfico 6: Actividades recreativas.....	53
Gráfico 7: Actividades acuáticas.....	54
Gráfico 8: Visita de turistas	55
Gráfico 9: Playa y gastronomía.....	56
Gráfico 10: Creación en comuna	57
Gráfico 11: Variedad de servicios.....	58
Gráfico 12: Infraestructura adecuada.....	59
Gráfico 13: Servicio de calidad.....	60
Gráfico 14: Seguridad.....	61
Gráfico 15: Volantes	62
Gráfico 16: Impulsaciones	63
Gráfico 17: Paquetes promocionales.....	64
Gráfico 18: Economía y trabajo	65
Gráfico 19: Calidad de vida	66
Gráfico 20: Ingresos económicos.....	67
Gráfico 21: Demanda turística	68
Gráfico 22: Oferta gastronómica.....	69
Gráfico 23: Toboganes temáticos	70
Gráfico 24: Rampas discapacitados	71
Gráfico 25: Souvenirs	72

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Fórmula Población Finita.....	22
Ilustración 2: Logotipo.....	27
Ilustración 3: Parasol.....	81
Ilustración 4: Bote pedal con carpa.....	82
Ilustración 5: Esferas acuáticas	82
Ilustración 6: Kit Medidor PH y Cloro	82
Ilustración 7: Cernidera Recogedor de Hojas	83
Ilustración 8: Cepillo de Acero	83
Ilustración 9: Satélite Flotador.....	83
Ilustración 10: Aspiradora.....	84
Ilustración 11: Parque Acuático "Splash"	84
Ilustración 12: Organigrama	88

INDICE DE ECUACIÓN

Ecuación 1: Fórmula población finita.....	46
---	----

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.....	111
Anexo 2: Matriz Operacionalización	113
Anexo 3: Entrevistas	118
Anexo 4: Modelo de Entrevista	119
Anexo 5: Encuestas.....	121
Anexo 6: Modelo de Encuesta	122
Anexo 7: Ubicación 1 Parque Acuático.....	124
Anexo 8: Ubicación 2 Parque Acuático.....	124
Anexo 9: Gastos de Constitución.....	125
Anexo 10: Cisterna	125
Anexo 11: Diseño de Cisterna	126
Anexo 12: Presupuesto de Construcción	127
Anexo 13: Sueldos	130
Anexo 14: Activos Fijos	130
Anexo 15: Tabla de Amortización.....	131
Anexo 16: Pagos Mensuales	132
Anexo 17: Ingresos Adicionales	132
Anexo 18: Estado de Resultados.....	133
Anexo 19: Fijación de Precio.....	134

INTRODUCCIÓN

El entretenimiento mental y físico es primordial para el ser humano, debido a que la sociedad pone a los individuos bajo estrés y presión constante por las diversas actividades que ejercen, ya sea en el trabajo, estudios o actividades habituales, es por esto que muchos empresarios optan por emprender en buscar soluciones de acuerdo a la necesidad que tiene la ciudadanía para buscar un lugar de relajación y diversión personal o familiar.

La Provincia de Santa Elena goza de un inventario de recursos naturales que la convierten en un destino turístico para el disfrute de paisajes montañosos, silvestres y costeros, considerada como una de las capitales con enormes potenciales del desarrollo turístico que se demuestra por el constante crecimiento del número de turistas, este potencial plantea grandes posibilidades para la inversión y el desarrollo económico de la región mediante la implementación de emprendimientos innovadores.

La idea de construir un parque acuático nace de la necesidad identificada entre turistas locales y nacionales, que buscan un lugar de distracción y recreación para combatir el estrés, junto a familiares y amistades, un sitio que brinde la oportunidad de vivir experiencias únicas, en instalaciones como: piscinas, toboganes, botes de pedal, esferas acuáticas y más actividades que permitan el disfrute del paisaje como el que ofrece la Comuna Libertador Bolívar, actividad que al mismo tiempo puede traer consigo el beneficiar positivamente la economía de la comunidad y del sector turístico de la región.

De acuerdo a lo expresado anteriormente el problema radica en la Comuna Libertador Bolívar ubicada al norte de la provincia de Santa Elena a 131 km de Guayaquil, ofrece un ambiente agradable e informal debido a que se caracteriza por ser un punto geográfico privilegiado por la visita de turistas, ésta localidad es reconocida en todo el país debido a las artesanías que se elaboran con materiales autóctonos como: tagua, caña guadúa, concha, corales, entre otros. Su principal actividad económica es el comercio mediante la venta de artesanías, gastronomía y hospedaje turístico. El problema radica en que no existe variedad de lugares donde puedan asistir para relajarse, gozar de la naturaleza y disfrutar de algún tipo de entretenimiento ya sea entre amigos o familia.

La creación de un parque acuático en la provincia de Santa Elena es primordial para contribuir con la economía de la localidad beneficiando al desarrollo económico alrededor de 4000 habitantes de la comuna, mediante la afluencia turística que se espera obtener con este emprendimiento. Para dicha creación es necesario realizar un estudio de mercado para establecer el nivel de aceptación, nivel de rentabilidad, identificación de mercado objetivo y el crecimiento que tendrá en una línea de tiempo de 5 años. Debido a esto se formula el problema mediante la siguiente interrogante: ¿La creación de un parque acuático incide en el desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar?

Con el planteamiento del objetivo general se pretende dar solución a la problemática detectada por lo que se determina: Elaborar una propuesta para la creación de un parque acuático, para mejorar el desarrollo económico de la

Comuna Libertador Bolívar. Dando lugar a las siguientes tareas científicas, mismas que con su ejecución ayudarán a cumplir el objetivo general antes mencionado:

- ❖ Determinación a través de una investigación de mercado el nivel de demanda turística como mercado objetivo para el parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar.
- ❖ Diseño de una propuesta de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar que genere valor agregado e impulse la inclusión y rescate de la cultura.
- ❖ Determinación mediante un análisis de mercado los componentes de infraestructura que demandan las familias turísticas para un centro turístico acuático.
- ❖ Demostración de la factibilidad financiera y ambiental para el proyecto recreacional acuático.

Justificando la realización de éste proceso investigativo, se indica que la creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar – Provincia de Santa Elena compuesto por toboganes, esferas acuáticas, botes de pedal, patios de comidas, piscinas y lugares de estancia social y cultural, se realiza con el fin de proporcionar un lugar de descanso y entretenimiento a personas de la provincia o turistas que deseen compartir momentos de liberación ya sea individual, en parejas, familiar o grupo de amigos.

El parque acuático brindará no sólo beneficios a las personas que acudan a este sitio sino también al crecimiento en el desarrollo económico de la localidad mediante la demanda turística, debido a que se apertura una gran variedad de opciones en emprendimientos que busquen satisfacer las necesidades turísticas adicionales y puestos de trabajo dentro y fuera del parque acuático. Para conocer el nivel de aceptación se pretende realizar un estudio de mercado que permita obtener un aproximado de la demanda turística y local existente, de esta manera se lo relacionará con los ingresos monetarios que genere y contribuya al desarrollo económico de la población.

Se pretende potenciar el rescate de la cultura en la comuna mediante instalación de islas dedicadas a la venta de souvenirs artesanales, que reflejen la historia y cultura que el lugar posee, además de impulsar el cuidado al medio ambiente a través de estrategias que creen conciencia en los usuarios y promover la inclusión sin discriminación.

La investigación de mercado se realizará mediante la toma de datos reales a través de instrumentos y técnicas de recolección aplicadas a los individuos que integran la muestra de estudio. Proporcionando la siguiente idea a defender: La creación de un parque acuático Comuna Libertador Bolívar incide de manera favorable en el desarrollo económico de la Provincia de Santa Elena, de donde se despliegan la variable independiente siendo “Creación de un parque acuático” y variable dependiente “Desarrollo económico”.

El presente trabajo se divide en tres capítulos:

Capítulo I (Marco Teórico) se procede al desarrollo de teorías que fundamenten las variables planteadas en el objeto de estudio, Capítulo II (Materiales y Métodos) es esencial determinar el tipo de investigación para que la recolección de información relevante se desarrolle de manera adecuada y Capítulo III (Propuesta) se elabora el modelo de propuesta que se da como resultado de la investigación realizada, brindando una solución al problema y generando valor agregado.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1.Revisión de la literatura

El desarrollo económico es una problemática que ha sido estudiada por varios autores nacionales e internacionales buscando establecer posibles soluciones como la creación de nuevos emprendimientos que agilicen la economía de los lugares objeto de estudio. De acuerdo a la revisión literaria, se procede a citar varios autores con sus trabajos investigativos como base bibliográfica para la creación de un parque acuático en la comuna Libertador Bolívar para el desarrollo económico de la Provincia de Santa Elena.

Según (Ortega, 2015) explica en su estudio denominado “*Diseño de un Producto Turístico Acuático en la Comunidad De Ayangue, Provincia de Santa Elena, Año 2015*” que la demanda turística en la Provincia de Santa Elena va en aumento, por lo que las actividades para satisfacer sus necesidades en diversión y relajación se ve disminuido y poco atractivo, esto produce que los turistas extranjeros sean más exigentes en calidad y valor agregado, por lo tanto, la idea de ofrecer otros tipos de servicios recreativos acuáticos está siendo un referente para innovar en el mercado potencial. Comprobando su **Problema** “*Si en la comuna de Ayangue se diseñará un producto turístico acuático influiría en la diversificación de la oferta turística, del destino sol y playa*”, mediante la recolección de datos con la formulación de preguntas para determinar las actividades acuáticas se realizan en

la actualidad y que propuestas se deben realizar para ampliar el abanico de productos turísticos acuáticos.

(Beltrán, 2016) indica en su tesis de grado *“Proyecto de inversión para la creación de un parque acuático en el cantón Playas, Provincia del Guayas, Año 2016”* el estudio realizado para determinar la factibilidad y viabilidad en la creación del parque acuático en la localidad de Playas, debido a la inexistencia de estos centros recreativos en el lugar mismo que posee una alta demanda turística, basándose en el **Problema** *“¿Qué efecto tendrá la inversión financiera, en la creación de un parque acuático en el cantón Playas, provincia del Guayas, año 2016?”* mediante la aplicación del cuestionario de encuesta, los individuos indicaron su respuesta a favor de esta implementación, así también se determinaron los estados financieros donde proporciona el precio de acceso para cada rango de edad y refleja el tiempo aproximado de recuperación de inversión; haciendo de este un ejemplo real a seguir para la implementación del proyecto a ejecutar.

El autor de *“Parque Acuático Temático de Durán”* explica que en éste estudio investigativo se toma en cuenta la creación de un parque acuático temático basado en estructuras metálicas semejante a parques acuáticos de otros países, mismos que han sido aprobadas por los posibles usuarios mediante los instrumentos de recolección de información, además se plantea la protección del medio ambiente a través de mecanismos de purificación de agua para volver a ser reutilizadas, la temática estará basada en la conservación de la naturaleza para la concientización

de las personas que acudan al establecimiento; todo esto permitirá generar el desarrollo económico de la localidad, ayudando al sector hotelero, comercial, entre otros que se dedican a prestar servicios a los turistas dando respuesta al **Problema General** que se plantea: “*¿De qué manera se puede solucionar la falta de un espacio físico, donde las artes escénicas y recreativas se puedan expresar y aprender, para que el “Diseño de Parque Acuático Temático para el Cantón Durán”, no solo sea recreativo, sino también escenario de aprendizaje.*” (Rivadeneira Isaza, 2014)

En (Galeas, 2017) el trabajo de investigación con título “*Proyecto de Inversión Turística para la Construcción e Instalación de un Parque Acuático en el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola Provincia De Napo*” resuelve el **Problema** planteado “*¿Se considera factible la Construcción e Instalación de un Parque Acuático en el Cantón Carlos Julio Arosemena?*” mediante la utilización de instrumentos de recolección de información tales como: observación directa al entorno, entrevista a los dueños de negocios similares y encuestas aplicadas a la población que se encuentra en la zona urbana del lugar; evaluando los gustos y preferencias de los consumidores como principal factor para la construcción de un parque acuático en el Cantón Carlos Julio Arosemena que permita promover el turismo, llegando a la conclusión que el turista tanto nacional como internacional tiene la perspectiva de que el precio a cancelar en productos y servicios cubra la calidad y eficiencia que perciban en su estancia, lo que da como resultado implementar servicios turísticos enfocado en la satisfacción de las expectativas y necesidades del cliente.

1.2.Desarrollo de teorías y conceptos

Recreación

Las necesidades y derechos del ser humano se derivan en dos: las básicas “*vestimenta, alimentación, vivienda y salud*”; mismos que se encuentran en los reglamentos de los Derechos del Buen Vivir, el otro grupo se representa en la recreación y el esparcimiento factor importante para la liberación de estrés y relajación del ser humano y permitir que desarrollen sus actividades con normalidad y sin frustración, dicho análisis se fundamenta en el art. 24 de la principal normativa del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008), de ahí surge la necesidad de crear un centro de distracción en este caso un parque acuático el cuál va ligado al desarrollo económico mediante la demanda turística del lugar donde será establecido dicho emprendimiento. (Benavides Tapia, 2015)

Según (R General, 2014) la palabra Recreación proviene del latín *Recreatio*, que tiene por definición generar una acción y efecto de recrear por lo que puede hacer referencia a crear algo nuevo, pero mayormente el término recreación se aplica a diversión, entretener o alegrar, a un determinado grupo de personas por medio de actividades que los distraen de sus obligaciones cotidianas. La recreación por lo tanto es una actividad que se puede considerar como terapia para el cuerpo y la mente, aunque el ocio se entiende como relajación estos pueden estar relacionados.

Según indica (Rivadeneira Isaza, 2014) el turismo y la recreación son categorías establecidas para el ser humano donde destina parte de su tiempo libre a relajarse, buscar espacios recreativos, divertirse, comunicarse o conocer lugares nuevos y acogedores constituyéndolos así en funciones básicas del ser humano para tener una convivencia armónica y social con los demás individuos de esta manera se genera un efecto psicológico positivo. Debido al crecimiento constante de las ciudades el ser humano tiene garantizado el derecho a utilizar sus tiempos libres en espacios donde puede convivir con la naturaleza y sentirse parte de ella en un lapso determinado de tiempo, desarrollando de esta manera actividades de recreación y turismo según lo dicta el art. 383 del Régimen del Buen Vivir (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

Turismo

Tal y como indica (Sancho, 2010) la industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor) en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de “*Valor Añadido Bruto*” (VAB) en la región receptora.

El desarrollo de actividades turísticas que permitan el impulso económico del lugar donde serán implantados dichos emprendimientos deben favorecer y asegurar el bienestar de los pobladores mediante la generación de puestos de trabajo y promoción nacional, preservación de áreas verdes y la conservación de cultura e identidad según se detalla en los principios de la actividad turística de La Ley de Turismo en el art. 3 y 4 (Congreso Nacional, 2014), todo esto se desarrolla con el apoyo y participación del estado o entidades gubernamentales, provinciales o cantonales mediante el suministro de servicios básicos, la promoción de atractivos en lugares y actividades turísticas; de esta manera se cumplen los objetivos de la satisfacción al turista ya sea que se encuentre en sector público, privado o de autogestión.

Desarrollo económico

Según (Maldonado, 2015) indica que el desarrollo económico de Ecuador ha cruzado varias dificultades, lo cual impide la inversión privada en nuevos emprendimientos que generen puestos de trabajo y aumento de comercio en la localidad, en comparación con países desarrollados quienes mantienen un ritmo de recuperación monetaria moderada.

(Calderón, 2013) El sector turístico se está convirtiendo en una de los pilares más importantes en el desarrollo socioeconómico tanto en países desarrollados como emergentes, convirtiéndose así en una fuente primordial para el cambio en la matriz productiva de Ecuador, según datos estudiados de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) el perfil de turistas que realizan

mayores gastos económicos en las ofertas turísticas que ofrece el país pertenece al mercado de “*América del Norte representado en un 20% (Estados Unidos 18% y 2% otros países) y un 14% de la Unión Europea (España 5%, Alemania 3%, Reino Unido 2%, Francia 2%, y 2% otros países)*” estos datos reflejan un turismo relacionado a la naturaleza donde tiene contacto con el sol, playa y la cultura que se revela en cada lugar, colocando la calidad sobre el precio. La tendencia mundial del turismo se inclina a lugares y servicios amigables con el medio ambiente el cual va en aumento permitiendo una sostenibilidad no solo económica sino también social medioambiental.

(Moncayo, 2013) La inversión gestionada por las entidades públicas en servicios, programas y proyectos debe garantizar el cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, donde se involucra la mejora en la calidad de vida no solo en quienes habitan en dichos sectores, sino también a individuos que acuden a estos lugares por periodos como visitantes. Durante el periodo 2013 – 2017 la inversión pública se basó en el fomento del cambio a la matriz productiva para mejorar el desarrollo del capital humano, generando las capacidades productivas a largo plazo.

Rentabilidad

Según (R. Fontaine, 2008) la rentabilidad es el aumento económico de la inversión realizada por un capitalista derivado de diversas actividades empresariales o comerciales. Encontraremos tres tipos de rentabilidades: la rentabilidad capitalista en grandes cantidades que puede afectar de manera

negativa el ingreso nacional “(ej. *Industrias con importaciones protegidas*)”, rentabilidad negativa que para el inversionista produce un crecimiento nacional favorable “(ej. *Escuelas y hospitales públicos*)” y la rentabilidad favorable para el empresario que afecta de manera positiva la economía del país (ej. Establecimientos que cubran demás necesidades de los individuos).

(Ccaccya Bautista Diana, 2015) Indica que la rentabilidad es un método que se aplica en todas las empresas que involucra el talento humano, recursos materiales y financieros; donde se mantiene la expectativa que los resultados esperados generen beneficios, mediante la evaluación comparativa de los saldos económicos frente a los medios aprovechados en las operaciones, dependiendo también de los activos que posee la empresa.

1.3. Fundamentos: sociales, psicológicos, filosóficos y legales

1.3.1. Fundamentos Sociales

Según la (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008) el proyecto presentado pretende la conservación de la cultura como lo indica (Art. 377 Régimen del Buen Vivir.) y espacios verdes que se encuentren comprometidos con la instalación del parque acuático, mediante la protección de especies vegetales endémicas que se encuentren en la ubicación de la construcción y la plantación de demás flora para preservar la armonía de los clientes con la naturaleza y disminuyendo el impacto ambiental negativo, fundamentado en el art. 395 y 396 Régimen del Buen Vivir – Naturaleza y Ambiente.

1.3.2. Fundamentos Psicológicos

Dentro de los aspectos psicológicos se evalúan varios factores como: comportamiento del consumidor, determinando en qué medida la creación de un parque acuático genera reacción o el nivel de aceptación que se obtendrá y los aspectos positivos que se generan en el ser humano.

(Ramírez Ospina, 2014) Las expectativas del cliente turístico empiezan desde el momento en que eligen asistir a un lugar determinado dándose una idea de las características del sector, sitios de visita y servicio que recibirán, por lo tanto, es un desafío constante para los sectores que ofrecen experiencias turísticas. El consumidor establece una posición mental neutral donde está dispuesto a recibir las experiencias que durante su estancia se den a cabo, lo cual le permitirá tener una retroalimentación y evaluar los atributos y/o características para alcanzar el nivel de satisfacción que obtuvieron por la decisión tomada.

Según (Consultor Tourism & Leisure, 2007) el perfil del turista beneficia en gran cantidad el emprendimiento que se espera realizar debido a que visitan a Ecuador más de una vez, son personas con estudios universitarios o postgrado que poseen disponibilidad de dinero generando un gasto promedio de \$1000 y el motivo primordial de estancia en los lugares turísticos son para relajación, recreación o esparcimiento además de otros factores personales, donde prevalece la experiencia que reciben como beneficio o confort. Estos datos están basados en un estudio realizado en España llamado “*El turismo en Ecuador – año 2006*”.

Las preferencias del consumidor están basadas en un principio denominado “*Soberanía del Consumidor*” donde la satisfacción o también llamado utilidad debe ser mayor al valor monetario que desembolsa, debido a que las personas distribuyen su dinero en diferentes productos o servicios a recibir esperando obtener una ganancia “*utils*” máxima de consumo, de esta manera busca la mejor forma de gastar el ingreso obtenido comparando unos artículos o servicios con otros ya sean similares o sustitutos. (R. Fontaine, 2008)

1.3.3. **Fundamentos Filosóficos**

En toda organización debe existir la filosofía empresarial debido a que sirve como imagen corporativa ante los usuarios donde se describe el tipo de negocio al que se dedica y cuál es la expectativa futura hacia donde desea llegar, de igual manera los valores corporativos se refiere tanto al producto o servicio que ofrece como a la relación existentes entre los miembros que conforman el equipo de trabajo. (Viñarás, 2015)

El análisis FODA es importante realizarlo dentro de la empresa para determinar los aspectos internos y externos que afectan de manera positiva o negativa, según (Ponce Talancón, 2007) la evaluación de estos factores ayudan a tener una visión general de una organización para establecer posibles estrategias que logren un equilibrio entre la capacidad interna y su situación externa. Luego de determinar dichos aspectos, se procede a realizar la matriz EFI y EFE donde se ponderan con calificaciones, para conocer si las fuerzas favorables son mayores que las desfavorables, estableciendo como afronta la empresa su medio interno y externo.

(Rojas Villacura, 2016) Una de las variables más importantes dentro de la empresa es el talento humano por lo tanto es necesario identificar y describir las capacidades que posee cada integrante para ayudar a llevar la empresa al éxito, se debe especificar como están distribuidas las tareas y funciones de cada puesto de trabajo. (Daft, 2011) Define a una organización como sistema de actividades coordinadas constituidas por personas que interactúan entre sí para lograr las metas propuestas que beneficien tanto internamente como al entorno.

1.3.4. **Fundamentos Legales**

La ejecución del proyecto se basará en leyes y reglamentos vigentes, actualmente en el Ecuador los cuales son de carácter legislativo público al que debe someterse toda persona natural o jurídica, dichos órganos reglamentarios gozan de poder ejecutivo fundamentado en la Ley, mismos que son aplicados en carácter excepcional y sin omisión alguna.

A continuación detallaremos varios entes legislativos y reglamentarios por las que será regido el proyecto.

Según la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008), todas las personas tienen derecho a gozar de los espacios públicos ya sea de manera colectiva o individual sin discriminación alguna por “*etnia, raza, idioma, religión, identidad de género, sexo, entre otros*”; por lo tanto, el parque acuático será de acceso a todo público sin restricción por distinción, amparado en el art. 11.

La implementación de este emprendimiento se compromete a cumplir el derecho de sano esparcimiento y recreación de las personas del art. 24.

Se deben cumplir los objetivos nacionales de desarrollo del Eje 2 (Consejo Nacional de Planificación, 2017):

“Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural.”

Así también, se cumplirán los tres ejes principales del Ministerio de Turismo:

“Eje 1: Fomento al turismo interno

Eje 2: Incremento del turismo receptivo

Eje 3: Generación y atracción de inversión”

Dichos ejes y la Planificación Ambiental Nacional de Ministerio del Ambiente se encuentran inmersos en el Plan Nacional Toda una Vida.

El parque acuático pretende el cumplimiento de estos ejes y objetivos mediante la generación de la dolarización con la dinamización del turismo que impulse la productividad y crecimiento económico de la localidad.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación empleado en este estudio es exploratoria – descriptivo, debido a que se procede a la recolección de información sobre las variables dando un acercamiento al problema de investigación, donde la creación de un parque acuático impacta favorablemente el desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar, describiendo la realidad de la comunidad donde será implantado el emprendimiento, mediante el análisis de los datos relevantes que serán recolectados en el proceso de investigación, permitiendo establecer una hipótesis para ésta y futuras investigaciones.

La investigación comienza con un estudio cualitativo mediante la consulta de fuentes bibliográficas, luego con las opiniones vertidas por las personas relacionadas a la ejecución del proyecto a través de entrevistas aplicadas a expertos en el tema, con estos datos se pudo identificar características o hechos que permitieron describir la realidad de la problemática.

Del mismo modo, se aplicó un estudio cuantitativo que permitió cuantificar las respuestas emitidas por turistas sobre la propuesta de negocio que se pretende implementar.

2.2. Métodos de la investigación

Los métodos de investigación son fundamentales para aclarar las dudas sobre la problemática a estudiar mediante procedimientos lógicos que permiten dar respuesta a las interrogantes planteadas, por lo que utilizaremos diversos enfoques metodológicos.

2.2.1. Métodos teóricos (analítico-sintético)

(Lopera Echavarría, 2010) *“El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos”*

Este método es indispensable debido que descomponemos el problema específico que provoca el desarrollo económico en la Comuna Libertador Bolívar en varios factores o variables, se revisa toda la información bibliográfica pertinente por separado y analizan los resultados del estudio.

(Maya, 2014) El método sintético: *“Es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas.”*

El método sintético es el complemento del analítico debido a que se recopila toda la información obtenida de diversas fuentes, para obtener una idea clara del problema donde se incorpora la propuesta, que estará basada en la creación de un parque acuático en la localidad, que permita el aumento de turistas el cual sería un factor primordial para la solución del problema.

2.2.2. Métodos empíricos

Observación.- Es un método principal para recabar información de manera directa mediante la contemplación de eventos que ocurren al instante para darnos una idea sobre lo que sucede alrededor del objeto de estudio. Este método también se puede dar de manera documental, analizando la información en libros, revistas, artículos científicos, entre otros. Permitió identificar espacios, lugares y negocios donde podrían funcionar empresas como las que se describen en la propuesta. (Pulido Polo, 2015)

Entrevista.- El método empírico (entrevista) es de muestreo no probabilístico en base a la técnica bola de nieve planteada a los expertos en el tema, profesionales y autoridades quienes dieron un enfoque de la actualidad del sector, bondades del entorno y características fundamentales que aporten al tema de investigación. Cabe recalcar que los datos que se obtienen con este método, no se encuentran en las fuentes secundarias de información pero son primordiales para obtener direccionamiento que permita ejecutar de manera correcta la encuesta. (Pulido Polo, 2015)

Encuesta.- El modelo de encuesta es un instrumento estructurado aplicado a un número de individuos (muestra) en este caso turistas, mediante un muestreo no probabilístico por cuotas, es decir; se agregó una cuota paralela para conformar el número de muestra determinado en el estudio, esto permitió obtener información relevante con la utilización de interrogantes que se fundamentan en los indicadores que surgen de las variables y se cuantifica la realidad para la

comprobación de la hipótesis planteada, de esta manera se puede llegar a una posible solución del problema estudiado. (García Ferrado, 2010)

2.2.3. Métodos matemáticos

Análisis porcentual

El análisis porcentual se dará para determinar mediante los resultados la opinión de la muestra, al que se aplica la encuesta para representarlo de manera general a la población objeto de estudio.

Estadística descriptiva

Según (Juárez García, 2002) la estadística descriptiva “*Permite la organización de datos desestructurados de tal manera que sean más fáciles de interpretar y de conocer las características de una muestra de forma rápida y resumida.*”

Mediante la utilización de este método, se puede detectar el número exacto de personas correspondiente a la muestra, que respondieron según las distintas categorías planteadas a partir de la representación gráfica en porcentajes o tablas de frecuencia.

2.3. Diseño de muestreo

El diseño de muestreo que se aplicó en este proyecto, se determinó por una fórmula de población finita creada por Allen Webster, aplicada a la población total seleccionada como objeto de estudio.

Población.- (Hernández Sampieri, 2014) “*Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones*”. La población se definió de acuerdo a las necesidades de la investigación determinada por características comunes del objeto de estudio, por lo que se escogieron a turistas que acuden a la zona norte por la ruta de Spondylus la misma que se ejecutó de acuerdo al muestreo seleccionado.

Muestra.- (García García, 2013) “*Una muestra (cantidad representada en las fórmulas como n), no es más que un subconjunto de la población que se obtiene por un proceso o estrategia de muestreo*”. El valor representativo de la muestra fue tomada de la población escogida de la Provincia de Santa Elena, el cual nos dio resultados aproximados del comportamiento total del universo estudiado, la misma que se aplicó a turistas. La fórmula de población finita no es necesario aplicarla debido a que es una investigación no probabilística, pero en este caso, se utiliza para determinar un valor aproximado de la muestra.

Ilustración 1: Fórmula Población Finita

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Datos:

N = Población

q = Probabilidad de fracaso = (1 – p)

d = Error

Z = Valor según distribución normal

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito

2.4. Diseño de recolección de datos

Para la recolección de datos se construyeron tres instrumentos: ficha de observación directa, guía de entrevista aplicada a especialistas y formato de encuesta que fue aplicada a la muestra proporcionada por la fórmula finita que se utilizó en la población de estudio para su posterior interpretación de resultados; así también la revisión bibliográfica y documental para la ampliación del conocimiento.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Naturaleza del proyecto

3.1.1. Descripción de la idea de negocio

La construcción de esta propuesta empresarial se fundamenta en el modelo “*Urbano-turístico concentrado*” debido a que la implementación de lugares turísticos en la zona urbana no sólo explota el área “*salinera*” mediante la hotelería, sino también ayuda al crecimiento económico en las áreas donde se despliegan las actividades turísticas. (Baños, 2008)

El servicio que se pretende ofrecer al cliente, promete una experiencia única mediante la realización de actividades acuáticas, como el uso de toboganes de distintas alturas, piscinas para niños y adultos, esferas acuáticas y botes de pedal mismos que proporcionarán diversión a los usuarios que acudan al establecimiento y para brindar relajación y comodidad en compañía de familiares y amigos se pone a disposición el área social – restaurante y el área de descanso; las instalaciones ofrecen seguridad y calidad para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los clientes.

El parque acuático además de los servicios, brinda valor agregado debido a que posee rampas para discapacitados que influyen en la inclusión social, promueve el rescate de la cultura mediante la venta de souvenirs en islas estratégicamente

ubicadas y concientiza a los consumidores en el cuidado del medio ambiente y la preservación de la naturaleza con el uso de basureros ecológicos.

(Organización Panamericana de Salud, 2013). Como método de cuidado para el medio ambiente se destinará el agua tratada de las piscinas hacia el riego de plantas y demás actividades sanitarias, tomando como referencia que la “clorificación” se encuentre no más a “*0,3mg por litro de agua*”, de no ser así, se debe esperar un tiempo prudencial para que el químico activo disminuya. De esta manera se disminuye la contaminación del medio ambiente por desechos alcantarillados y se reutiliza la materia prima para generar vida silvestre. Así también, los estados financieros se ven reducidos al no sobrepasar el uso de agua potable dentro del parque acuático dando un factor positivo a la protección ecológica.

El almacenamiento de agua clorificada será en una cisterna con capacidad requerida, misma que se ubicará cerca de los vertederos de agua natural para que complete su proceso de desclorificación hasta el momento de regresar dicha materia prima a la naturaleza por riego en la flora o introducirla a las afluencias del río.

3.1.2. Justificación de la empresa o producto

La creación de un parque acuático busca satisfacer las necesidades de los individuos al momento de asistir a un centro de recreación. Permitiendo la mejor experiencia en relajación y máxima diversión que permita el escape del ajetreo de la ciudad.

Además, este emprendimiento mejorará el desarrollo económico de la localidad debido al aumento de turistas que se generará por la asistencia de personas que desean adquirir los servicios que se ofrecen. La factibilidad del negocio será positiva debido a que dentro de la provincia no existe un lugar que ofrezca tantos juegos acuáticos como los que se proyectan establecer.

3.1.3. Nombre de la empresa

El nombre de una empresa debe ir acorde a la actividad a la que se dedicará y debe provocar impacto positivo en el usuario para atraerlo a su consumo, por lo que, la elección del nombre fue debatido por la junta directiva para establecerlo según la ley vigente, se tomaron en cuenta varias opiniones.

Tabla 1: Elección nombre de la empresa

Parque Acuático "Las Rosas"	Se da este nombre debido a que en un inicio la empresa se daría en carácter familiar (De La Rosa).
Parque Acuático "Splash"	Este nombre se deriva del español "chapotear" que es la acción que se realiza al caer al agua o producir algún movimiento dentro de ella.
Toboganes y diversión	Se toma en cuenta esta opción debido a que la atracción principal son los toboganes y piscinas los cuales proporcionan diversión a los usuarios.

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Finalmente, se decidió por el nombre Parque Acuático “Splash” debido a la creatividad y emoción que se distingue en la denominación, además es corto y fácil de recordar lo que es una estrategia de posicionamiento en la mente de los consumidores.

3.1.3.1 Logotipo de la empresa

El estudio de mercado fue una técnica importante para la creación del logotipo, que sea llamativo a la vista y se quede impregnado en la mente de los usuarios.

Ilustración 2: Logotipo



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.1.4. Descripción de la empresa

La empresa “Splash” se dedicará al entretenimiento acuático la cual estará ubicada en la Comuna Libertador Bolívar - Provincia de Santa Elena a 2 km de la carretera principal hacia la entrada de la Comuna Sitio Nuevo. El tipo de empresa que le corresponde según la ley jurídica, es responsabilidad limitada debido a que el capital es dispuesto por la administración y sus integrantes, los socios de la compañía no deberán exceder de 15 personas los mismos que serán integrados en la organización con el consentimiento de la junta directiva.

Se pretende prestar servicios de calidad para cumplir con la satisfacción de los usuarios.

El sistema organizacional de la empresa “Splash” consta de 12 socios y áreas de operaciones tales como: administración, marketing, contabilidad y financiero, informático, civil y asesoría legal. Cada área tendrá un responsable que cumplirá a cabalidad las funciones encomendadas.

3.1.5. Análisis FODA

La matriz Foda del parque acuático “Splash”, nos permite tener conocimiento sobre la situación actual dentro y fuera de la empresa, de esta manera, potenciar los aspectos positivos y buscar estrategias para disminuir los aspectos negativos. El siguiente formato aplicado para determinar el análisis Foda de la empresa, es tomado del modelo (Thompson, 1998).

Tabla 2: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilización de materiales de construcción óptimos o de calidad. ✓ Colaboradores capacitados para ofrecer un servicio de calidad. ✓ Disponibilidad de espacio para la construcción de todos los juegos acuáticos. ✓ Brindar servicios adicionales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector visitado por turistas nacionales e internacionales. ✓ El clima de la provincia es variado y comúnmente pasa soleado. ✓ Poca competencia en el mercado en ofrecer un servicio similar. ✓ La ubicación del

<p>tales como: alimentación y espacios de estancia social y cultural.</p> <p>✓ Utilización de estrategias marketeras que promuevan la interacción entre la empresa y el cliente.</p>	<p>establecimiento se encuentra cercana a la carretera principal y goza de flora y fauna.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>✓ Inexistencia de capital inmediato para financiar el emprendimiento.</p> <p>✓ Empresa nueva en el mercado y sin experiencia.</p>	<p>✓ Temporadas de frío o lluvias en cierta etapa del año.</p> <p>✓ Desabastecimiento de agua potable inesperadamente.</p> <p>✓ Inflación de precios en materia prima que afecten directamente a los servicios que se ofrecen.</p> <p>✓ Urbanización descontrolada en espacios verdes cercanos al parque acuático.</p> <p>✓ Acceso vial con complicación media desde la calle principal hasta el lugar.</p> <p>✓ Costos elevados de construcción y adquisición de materiales.</p>

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Matriz EFI

Mediante la realización de la matriz EFI se evalúan los factores internos de la empresa a través del peso y ponderación que se le asigne a las debilidades y fortalezas, determinando con 3,14 puntos que la organización se encuentra internamente estable, debido a que el mayor puntaje de ponderación en fortalezas con 2,69 se centra en la disponibilidad de espacio para la construcción con el 0,96 seguido de la utilización de materiales de construcción óptimos. Determinando que las fuerzas de las fortalezas son superiores a las debilidades.

Tabla 3: Matriz EFI

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."				
MATRIZ EFI				
(FACTORES INTERNOS)				
Nº	Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Debilidades		25%		
1	Inexistencia de capital inmediato para financiar el emprendimiento.	0,20	2	0,40
2	Empresa nueva en el mercado y sin experiencia.	0,05	1	0,05
Fortalezas		75%		
1	Utilización de materiales de construcción óptimos o de calidad.	0,20	4	0,80
2	Colaboradores capacitados para ofrecer un servicio de calidad.	0,10	3	0,30
3	Disponibilidad de espacio para la construcción de todos los juegos acuáticos.	0,24	4	0,96
4	Brindar servicios adicionales tales como: alimentación y espacios de estancia social y cultural.	0,11	3	0,33
5	Utilización de estrategias marketeras que promuevan la interacción entre la empresa y el cliente.	0,10	3	0,30
Totales		100%		3,14

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Matriz EFE

La matriz EFE ayuda a establecer el nivel en el que se encuentra la organización según sus factores externos evaluando las amenazas y oportunidad con un peso y ponderación asignado, obteniendo un total de 3,77 puntos, demostrando con el 2,08 puntos en las oportunidades enfrentando y superando las amenazas para que la organización pueda afrontar el entorno de manera adecuada, situando en primer lugar ser un sector visitado por turistas nacionales e internacionales con 0,76 puntos.

Tabla 4: Matriz EFE

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."				
MATRIZ EFE				
(FACTORES EXTERNOS)				
Nº	Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Amenazas		48%		
1	Temporadas de frío o lluvias en cierta etapa del año.	0,05	3	0,15
2	Desabastecimiento de agua potable inesperadamente.	0,10	4	0,40
3	Inflación de precios en materia prima que afecten directamente a los servicios que se ofrecen.	0,03	3	0,09
4	Urbanización descontrolada en espacios verdes cercanos al parque acuático.	0,07	3	0,21
5	Acceso vial con complicación media desde la calle principal hasta el lugar.	0,15	4	0,60
6	Costos elevados de construcción y adquisición de materiales.	0,08	3	0,24
Oportunidades		52%		
1	Sector visitado por turistas nacionales e internacionales.	0,19	4	0,76
2	El clima de la provincia es variado y comúnmente pasa soleado.	0,10	4	0,40
3	Poca competencia en el mercado en ofrecer un servicio similar.	0,09	4	0,36
4	La ubicación del establecimiento se encuentra cercana a la carretera principal y goza de flora y fauna.	0,14	4	0,56
Totales		100%		3,77

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Matriz de estrategias

La matriz de estrategias que se presenta a continuación pretende disminuir las debilidades y amenazas que se presentan en el establecimiento mediante la aplicación tácticas previamente estudiadas.

Tabla 5: Matriz Estrategias

FO	FA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contactarse con proveedores que garanticen calidad en la materia prima y se encuentre dentro del presupuesto dado por el área de finanzas. ➤ Posicionarse en la mente de los consumidores con el nombre, medios publicitarios y diferenciación del servicio. ➤ Utilización óptima de espacio disponible para la construcción, de esta manera se satisface las necesidades de los consumidores. ➤ Capacitación periódica con especialistas en servicio al cliente para mejorar la experiencia de los clientes y fortalecer la fidelidad de los mismos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejecutar mantenimiento de las instalaciones en temporadas de invierno donde no exista afluencia de usuarios debido a las lluvias para garantizar la seguridad de nuestros clientes. ➤ Contar con recipientes de agua potable para abarcar su uso en caso de desabastecimiento imprevisto. ➤ Contar con proveedores que no perjudiquen la implementación de los servicios que se ofrecen en el centro acuático, de esta manera no se altera la demanda de los clientes en forma negativa. ➤ Promover en la localidad la preservación de la naturaleza: medioambiente, flora y fauna.

DO	DA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicación con autoridades competentes que mejoren las vías de tránsito y o permitan el correcto acceso de las personas al parque acuático. ➤ Adquirir propuestas de materia prima de distintos proveedores y seleccionar al que sea adecuado para la implementación del proyecto. ➤ Establecer el monto adecuado para cada socio de acuerdo con la ley y el restante financiarlo con un préstamo bancario. ➤ Promover la gestión publicitaria para dar a conocer el centro de entretenimiento al público y contratar gente especializada en el servicio al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar la gestión eficiente e inmediata para que exista vías adecuadas antes del tiempo de invierno. ➤ Colocar dentro del presupuesto medidas emergentes contra imprevistos que produzcan riesgos graves en la empresa (ej. Accidentes laborales). ➤ Contar con proveedores que nos permitan obtener suministros y materia prima en un precio conveniente y a un plazo de pago adecuado.

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Las estrategias planteadas a través de los resultados obtenidos por las matrices EFI y EFE sirven para potenciar los factores positivos de la organización, tanto internas como en su entorno minimizando los aspectos negativos, con la ayuda de los integrantes de la empresa, se pondrán en marcha las estrategias y se harán controles de los resultados periódicamente, generando una mejora continua.

3.1.6. Filosofía empresarial

Misión

“Splash” es una empresa que brinda servicios de calidad en diversión y recreación acuática que busca satisfacer las necesidades familiares de usuarios nacionales e internacionales a partir de la mejor experiencia, con instalaciones seguras, confortables; orientadas a dar máxima atención al cliente, impulsando así la fidelidad de nuestros consumidores.

Visión

Consolidar a “Splash” como empresa líder a nivel nacional en la prestación de servicios acuáticos, con instalaciones seguras y de calidad que brinde armonía con la naturaleza y garantice la satisfacción de los clientes durante su estancia.

Objetivos

- ⊗ Impulsar el desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar mediante el aumento de la demanda turística.
- ⊗ Concientizar a los usuarios en la preservación de la naturaleza y utilización de basureros ecológicos.
- ⊗ Generar un compromiso con los clientes en la correcta utilización de las instalaciones del parque acuático.

- ✘ Brindar capacitaciones en actualización de conocimientos en cada área de desempeño laboral de los empleados.
- ✘ Generar valor agregado en cada feriado y fechas festivas donde exista mayor afluencia de turistas.

3.1.7. Calificación del equipo emprendedor

El talento humano es el factor importante para llevar a cabo todos los objetivos planteados en la organización por eso a continuación se detallan las habilidades, que posee cada integrante del equipo emprendedor.

Tabla 6: Equipo emprendedor 1

Cargo:	Administrador (a)
Título:	Administración de Empresas
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado
Habilidades:	-Conocimiento en Área Contable y Administrativo -Trabajo en Equipo -Liderazgo -Toma de decisiones -Planificación de proyectos

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 7: Equipo emprendedor 2

Cargo:	Director(a) Área informática
Título:	Ingeniería en Sistemas
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado

Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación interpersonal -Redacción de informes -Diseño y desarrollo de sistemas -Investigación y marketing en sistemas -Trabajo en equipo -Solución de problemas
---------------------	---

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 8: Equipo emprendedor 3

Cargo:	Director(a) Área de Operaciones
Título:	Administración de Empresas
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Gestión del tiempo -Liderazgo, trabajo en equipo y comunicación. -Gestión de proyectos -Trabajo en condiciones extremas -Administrar recursos

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 9: Equipo emprendedor 4

Cargo:	Director(a) Área Financiera y Contable
Título:	Contabilidad Pública Autorizada
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento en Área Contable y Administrativo -Trabajo en Equipo -Facilidad de comunicación -Presentación de informes y estados financieros -Toma de decisiones

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 10: Equipo emprendedor 5

Cargo:	Director(a) Área de Marketing
Título:	Ingeniero en Marketing
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Creatividad e imaginación -Diseño de promociones y publicidad -Innovar la capacidad competitiva -Motivación al personal y liderazgo -Planificación del tiempo -Diseño gráfico y conocimientos informáticos

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 11: Equipo emprendedor 6

Cargo:	Asistente Legal
Título:	Abogado
Estudio Superior:	Universidad / Postgrado
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Razonamiento lógico -Actualizaciones constantes de las leyes y reglamentos del país. -Relación efectiva con los integrantes de la empresa y funcionarios públicos. -Pensamiento crítico y análisis de situaciones -Toma de decisiones

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.1.8. Ventajas competitivas

Centro especializado en entretenimiento acuático que brinda un buen servicio al cliente con calidad y seguridad, abierto a todo público en todo el año, especialmente en temporada de feriado, con personal competente para la satisfacción de necesidades.

Precio

El precio que se establece estará al alcance de todo el público y se basa en cubrir los costos de servicio que se ofrece dejando una utilidad apropiada. Mediante la aplicación de fórmulas para la determinación del precio se determinó \$5 por persona, mediante éste valor monetario los usuarios tendrán acceso al uso de las instalaciones y los juegos acuáticos que ofrece el establecimiento.

Publicidad

- ❖ Páginas oficiales en redes sociales como Facebook, twitter, Instagram y blogger. Las redes sociales ofrecen un servicio en el cual cada noticia se actualizará en el instante, dando a conocer a las personas la información expuesta acerca promociones y datos extras que se den entorno al establecimiento.
- ❖ Impulsaciones en lugares afluidos de la Provincia de Santa Elena.
- ❖ Utilización de medios de comunicación con más demanda de mercado.

Personal

- ❖ Equipo profesional altamente calificado y con experiencias en las distintas áreas de funcionamiento.
- ❖ Capacitaciones constantes de actualización en conocimiento tanto del área administrativa como operativa.

Valor agregado

- ❖ Proporcionar espacios cómodos para descanso.
- ❖ Distintos juegos acuáticos para garantizar la diversión del usuario.
- ❖ Sitios de alimentación y socialización.
- ❖ Disponibilidad de alquiler por eventos especiales.
- ❖ Islas para venta de souvenirs culturales.
- ❖ Rampas de discapacitados.

3.2. Mercado

3.2.1. Tamaño del mercado

El tamaño de mercado que se tomó en cuenta para realizar el estudio, permite determinar el nivel de aceptación en la creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar son los turistas nacionales e internacionales que acuden a la Provincia de Santa Elena, debido a que son quienes se espera que visiten el establecimiento para disfrutar de sus atributos a ofrecer.

3.2.2. Consumo aparente

La empresa “Splash” brinda servicios de entretenimiento y esparcimiento dentro de un centro de diversión acuático a un precio accesible y abierto a todo público sin discriminación de edad, género o estado civil, garantizando seguridad y calidad durante el tiempo de estancia para ofrecer una mejor experiencia.

La siguiente tabla muestra el número de usuarios que se espera asistan al parque acuático en temporada alta los cuales son en los meses de Diciembre, Enero, Febrero, Marzo y Abril. Se detallan precio, número de personas semanales, ingresos semanales, número de personas mensuales y finalmente ingresos mensuales; tomando en cuenta que los usuarios asistirán al menos tres veces a la semana.

Tabla 12: Consumo Aparente Temporada Alta

PRECIO	USUARIOS SEMANAL	TOTAL CONSUMO SEMANAL	USUARIOS MENSUAL	TOTAL CONSUMO MENSUAL
\$ 5,00	2430	\$ 12.150	7291	\$36.455

Fuente: Análisis de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Esta tabla está detallada con el precio, consumo semanal y mensual por el número de usuarios que se espera acuda al parque acuático en la temporada baja de los meses Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre. Tomando en cuenta que los usuarios asistirán al menos una vez a la semana.

Tabla 13: Consumo Aparente Temporada Baja

PRECIO	USUARIOS SEMANAL	TOTAL CONSUMO SEMANAL	USUARIOS MENSUAL	TOTAL CONSUMO MENSUAL
\$ 5,00	98	\$ 490	390	\$1.950

Fuente: Análisis de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.2.3. Participación de la competencia en el mercado

La competencia potencial evidenciada dentro de la Provincia de Santa Elena no se considera directa por tres factores importantes: su ubicación se encuentran alejada al lugar donde se desea emprender, el servicio que brinda son sustitutos al que se pretende ofrecer y no contiene valor agregado como cultural y de inclusión social como posee el parque acuático “Splash”.

Tabla 14: Participación de la competencia en el mercado

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Acciones para posicionarse
Piscinas “Las cascadas”	Cantón La Libertad – Provincia de Santa Elena	Ser el único establecimiento que cuenta con piscinas abierto al público en general que se encuentra en el cantón central de la Provincia.	Una ventaja que tendrá nuestra empresa es que ninguna de estos tres lugares en competencia ofrecerá los servicios en conjunto y de una

Parque acuático en Atahualpa	Parroquia Atahualpa – Provincia de Santa Elena	Ser el único centro de entretenimiento acuático con toboganes pequeños y piscinas, especializados en niños.	manera más amplia con calidad en servicio al cliente. Daremos a conocer nuestro producto a todas las personas por medios de estrategias publicitarias como; redes sociales, anuncios en radio, anuncio en el periódico y hojas volantes con impulsadores.
Hacienda “Suspiro”	Zona Norte – Provincia de Santa Elena	Cuenta con piscinas, paseos a caballo, espacios deportivos y cabañas.	

Fuente: Análisis de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.2.4. Estudio de mercado

Objetivo del estudio de mercado

Determinar el mercado potencial a quien será dirigido el servicio de entretenimiento acuático en la Provincia de Santa Elena para establecer estrategias de marketing que impulse la demanda de consumidores para el desarrollo de la Comuna Libertador Bolívar.

Análisis de la situación actual del mercado

En la actualidad los gustos y preferencias de los consumidores están en constante cambio por lo que demandan diversos servicios con valor agregado e innovación en especial las familias de la Provincia de Santa Elena quienes optan por más establecimientos que ofrezcan diversión a los niños y relajación de los adultos.

Análisis de la competencia

La Provincia de Santa Elena goza de balnearios que son acogidos por los turistas para su visita pero no tiene los establecimientos necesarios para la diversión de los mismos en el aspecto acuático como el Parque Acuático en la Comuna Libertador Bolívar que se pretende crear, éste emprendimiento tiene un competidor similar que es el parque acuático en la Parroquia Atahualpa creada por el GAD de Santa Elena y servicios sustitutos que son las piscinas “Las Cascadas” ubicadas en el Barrio Puerto Nuevo del Cantón La Libertad y la Hacienda “Suspiros” ubicada en la zona norte de la provincia que ofrece servicios recreacionales (uso de piscinas, paseo a caballo, uso de canchas múltiples); estos servicios tienen mucha demanda de usuarios quienes disfrutan de sus beneficios.

Segmentación de Mercado

La población tomada en cuenta para calcular la muestra y posteriormente aplicar la encuesta será de dos fuentes importantes: la Comisión Nacional de Tránsito, quienes realizan el conteo de vehículos que ingresan a la Provincia en temporadas altas y bajas obteniendo así un promedio de la carga turística según los últimos datos de 12.500 vehículos y; datos del INEC; para conocer la población de la Provincia de Santa Elena según la proyección poblacional del año 2018 basado en el censo 2010.

Tabla 15: Segmentación por cantones

Provincia Santa Elena	Cantón	Cant.
	LA LIBERTAD	114.123
	SALINAS	89.485
	SANTA ELENA	180.494
Total	384.102	

Fuente: INEC - Proyecciones

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 16: Segmentación por edad

Rango de edad	2018	%
De 80 en adelante	4.864	1,27%
De 75 a 79 años	4.188	1,09%
De 70 a 74 años	6.101	1,59%
De 65 a 69 años	8.431	2,19%
De 60 a 64 años	11.068	2,88%
De 55 a 59 años	13.884	3,61%
De 50 a 54 años	16.753	4,36%
De 45 a 49 años	19.603	5,10%
De 40 a 44 años	22.506	5,86%
De 35 a 39 años	25.218	6,57%
De 30 a 34 años	27.449	7,15%
De 25 a 29 años	29.716	7,74%
De 20 a 24 años	32.540	8,47%
De 15 a 19 años	35.884	9,34%
De 10 a 14 años	39.723	10,34%
De 5 a 9 años	42.638	11,10%
De 0 a 4 años	43.536	11,33%
Total	384.102	100,0%

Fuente: INEC - Proyecciones

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 17: Mercado objetivo

Rango de edad	2018	%
De 55 a 59 años	13.884	7,40%
De 50 a 54 años	16.753	8,93%
De 45 a 49 años	19.603	10,45%
De 40 a 44 años	22.506	11,99%
De 35 a 39 años	25.218	13,44%
De 30 a 34 años	27.449	14,63%
De 25 a 29 años	29.716	15,83%
De 20 a 24 años	32.540	17,34%
Total	187.669	100,0%

Fuente: INEC - Proyecciones

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Necesidad de Investigación:

✧ Tipo de muestreo

El tipo de muestreo a aplicar para la recolección de datos es no probabilístico denominado **Muestreo por cuotas o Estratificado Aleatorio** (Olaechea, 2006) debido a que la población objeto de estudio se divide en grupos donde existe homogeneidad y al mismo tiempo diferencias cuando se los compara uno con otro, se toma una muestra por cada estrato y al final se suma cada uno para la muestra total.

Se toma como base el número de carga turística en la Provincia de Santa Elena de temporada alta representando el porcentaje para encuestar al número de población elegida como mercado objetivo.

De acuerdo a los datos proporcionados por la Comisión Nacional de Tránsito se considera que los vehículos que ingresan a la zona norte es de 12.500 por familia, tomando al jefe de familia como persona encuestada para determinar el nivel de

demanda que desea recibir el servicio que ofrece el parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar – Provincia de Santa Elena.

$$\begin{array}{ll} Z = 1,96 & q = 20\% \\ N = 12.500 & e = 0,05 \\ p = 80\% & n = ? \end{array}$$

Ecuación 1: Fórmula población finita

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.80 * 0.20 * 12.500}{12.500 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.80 * 0.20} = 241.12$$

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

La muestra aplicar la encuesta será seleccionada aleatoriamente por interceptación a 241 turistas jefes de hogar que ingresan a la Provincia de Santa Elena de acuerdo a la siguiente selección por edad.

Tabla 18: Muestreo por cuotas

Rango de edad	2018	%	Encuestados
De 50 a 59 años	30.637	16,33%	39
De 35 a 49 años	67.327	35,88%	87
De 20 a 34 años	89.705	47,80%	115
Total	187.669	100,0%	241

Fuente: INEC 2010 y Datos Comisión Nacional de Tránsito

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

- ⊗ **Diseño de cuestionario.-** Se da en base a resultados reflejados en las entrevistas ejecutadas a expertos y profesionales del tema. Los ítems se subdividen de acuerdo a las variables y dimensiones desglosadas por el problema planteado, las preguntas están planteadas con uso de la escala de Likert del 1 al 5 cuyo significado es:

Tabla 19: Escala de Likert

1	Totalmente desacuerdo
2	Desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

- ✘ **Encuesta tipo.-** La modalidad en la encuesta es tipo cuantitativa - no aleatorio por interceptación que servirá para obtener información relevante en cuanto a las características del servicio a ofrecer, situación actual del lugar, su influencia y aceptación en el mercado.

✘ **Tabulación y análisis de resultados**

El análisis de los resultados de la encuesta se realiza gracias a la representación gráfica, mediante diagramas de barras simples que representan las frecuencias de variables cualitativas y cuantitativas obtenidas en la muestra. (Cazau, 2006)

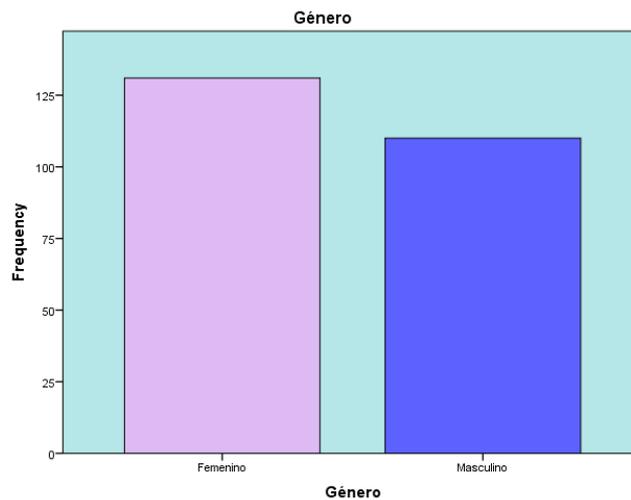
Dato General 1.- Género

Tabla 20: Género

Género				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Femenino	131	54,4	54,4	54,4
Masculino	110	45,6	45,6	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 1: Género



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Del total de la muestra que se utilizó para el estudio de mercado se reflejó el 54,40% de género femenino es considerada como jefe de familia y el restante en 45,60% corresponde al género masculino.

Dato General 2.- Edad

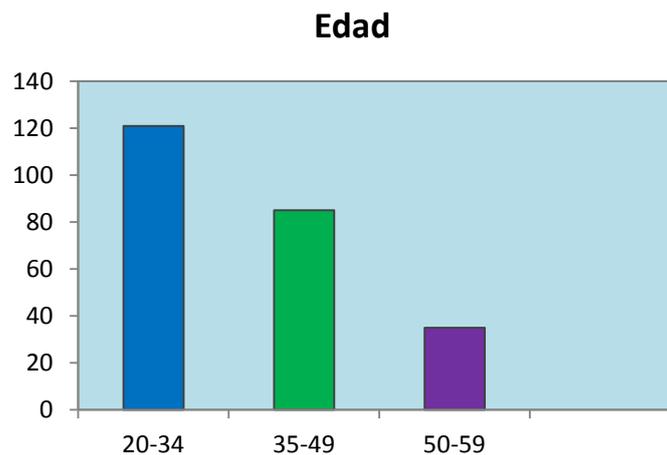
Tabla 21: Edad

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
20-34	115	47,80	47,80	47,80
35-49	87	35,88	35,88	83,68
50-59	39	16,33	16,33	100
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 2: Edad



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Se tomó en cuenta tres rangos de edad para identificar el mercado potencial al que va dirigido el servicio de entretenimiento el cuál oscila entre 20 a 49 años de edad quienes representan la mayor parte de la población que tienen hijos menores por lo tanto son los que inducen la toma de decisiones de los padres, representado así con un 85,38%, mientras que el restante con un 14,62% se encuentra en edades entre 40 y 59 años (población longeva) quienes mayormente obtienen este tipo de servicios para relajarse o pasar tiempo con amigos y familia.

Dato General 3.- Estudios

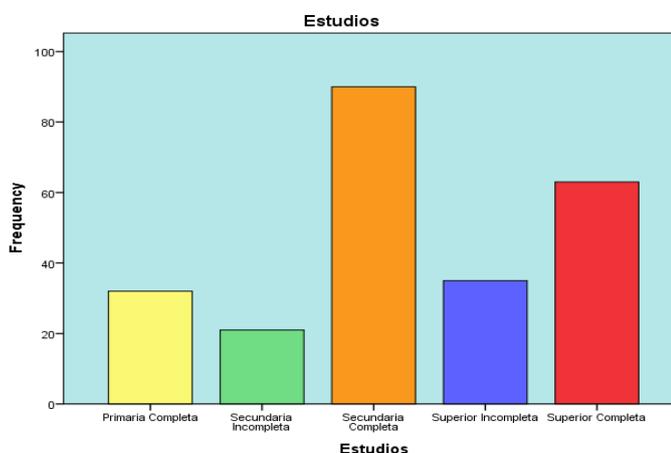
Tabla 22: Estudios

Estudios				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Primaria Completa	32	13,3	13,3	13,3
Secundaria Incompleta	21	8,7	8,7	22,0
Secundaria Completa	90	37,3	37,3	59,3
Superior Incompleta	35	14,5	14,5	73,9
Superior Completa	63	26,1	26,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 3: Estudios



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El nivel de estudio evidenciado en la muestra tomada en cuenta se derivó en varias opciones donde primó la Secundaria Completa con un 37,30 % por lo cual se percibe un acceso al trabajo considerable dándole a las familias una calidad de vida normal mediante el sueldo que perciben seguido del 26,10% de Superior Completa donde se obtiene un criterio más formado acerca de los emprendimientos con un acceso más elevado a trabajo con mayor remuneración por lo que pueden asistir al parque acuático sin ningún inconveniente económico.

Dato General 4.- Ingresos

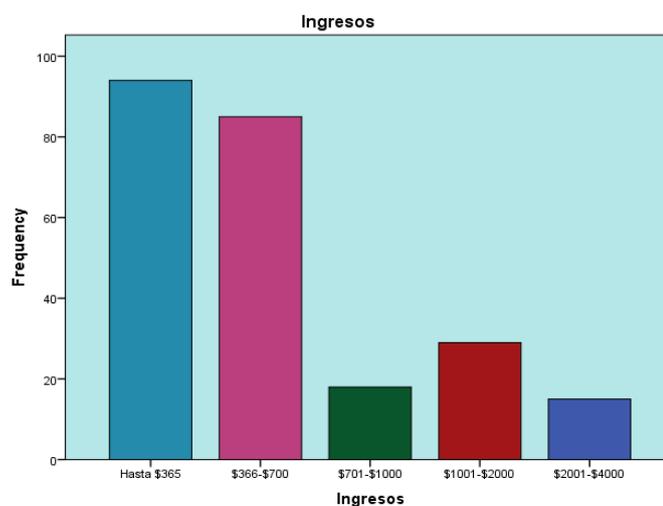
Tabla 23: Ingresos

Ingresos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Hasta \$365	94	39,0	39,0	39,0
\$366-\$700	85	35,3	35,3	74,3
\$701-\$1000	18	7,5	7,5	81,7
\$1001-\$2000	29	12,0	12,0	93,8
\$2001-\$4000	15	6,2	6,2	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 4: Ingresos



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El valor de ingresos mensuales por jefe de hogar que se tomó en cuenta oscila entre \$701 y \$4000 representado con el 25,70% de la población permitiéndonos tener un valor aproximado de la demanda existente para asistir al Parque Acuático ubicado en la Comuna Libertador Bolívar.

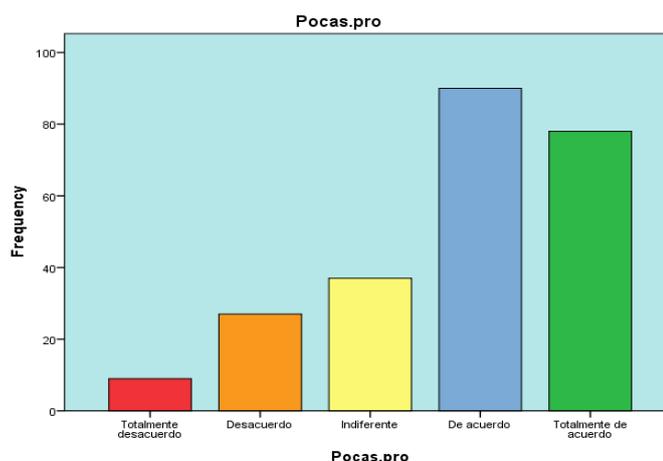
Pregunta 1.- El turismo en la Provincia es sectorizado y ofrece pocas propuestas recreativas.

Tabla 24: Pocas propuestas

Pocas.pro				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	9	3,7	3,7	3,7
Desacuerdo	27	11,2	11,2	14,9
Indiferente	37	15,4	15,4	30,3
De acuerdo	90	37,3	37,3	67,6
Totalmente de acuerdo	78	32,4	32,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 5: Pocas propuestas



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Según la versión de los encuestados apoyan la opinión con un 69,70 % de que la provincia ofrece pocas propuestas recreativas especialmente familiares donde puedan disfrutar todos los integrantes de la familia sin restricción de edad alguna por lo que muchas veces optan por visitar otras provincias donde los servicios turísticos recreativos es más variado.

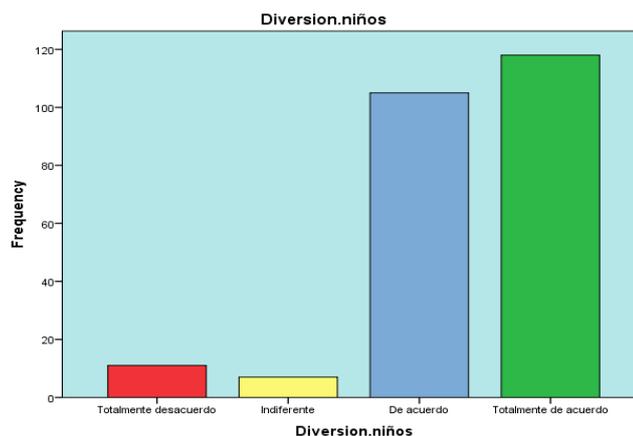
Pregunta 2.- Las actividades recreativas deben estar enfocadas a la diversión de los niños.

Tabla 25: Actividades recreativas

Diversión.niños				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	11	4,6	4,6	4,6
Indiferente	7	2,9	2,9	7,5
De acuerdo	105	43,6	43,6	51,0
Totalmente de acuerdo	118	49,0	49,0	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 6: Actividades recreativas



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

De acuerdo a este cuestionamiento el 92,60% de las personas encuestadas manifestaron estar a favor en que las actividades recreativas deben estar más enfocadas en la diversión de los niños debido que ellos son los mayores consumidores en este tipo de actividades, la respuesta se considera factible ya que como se observó en el gráfico de edades la mayor parte de la población es joven y tienen hijos menores de edad.

Pregunta 3.- Entre los servicios recreacionales que demandan las familias de la Provincia de Santa Elena se encuentran las actividades acuáticas.

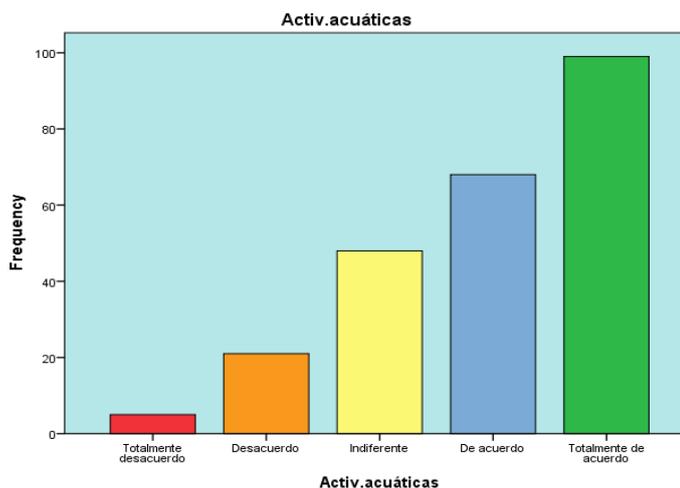
Tabla 26: Actividades acuáticas

Activ.acuáticas				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	5	2,1	2,1	2,1
Desacuerdo	21	8,7	8,7	10,8
Indiferente	48	19,9	19,9	30,7
De acuerdo	68	28,2	28,2	58,9
Totalmente de acuerdo	99	41,1	41,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 7: Actividades acuáticas



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 69,30% de la muestra mencionó estar de acuerdo con que existan más actividades acuáticas debido a que la Provincia cuenta con dos tipos de estaciones donde el mayor tiempo se goza del verano y muchas veces las playas no están aptas para su uso ya que se pueden encontrar con restricciones de bandera amarilla y roja por lo que un espacio de entretenimiento acuático que brinde seguridad sería factible para satisfacer dichas necesidades además este tipo de lugares ofrecen estancias cómodas y una gastronomía exquisita.

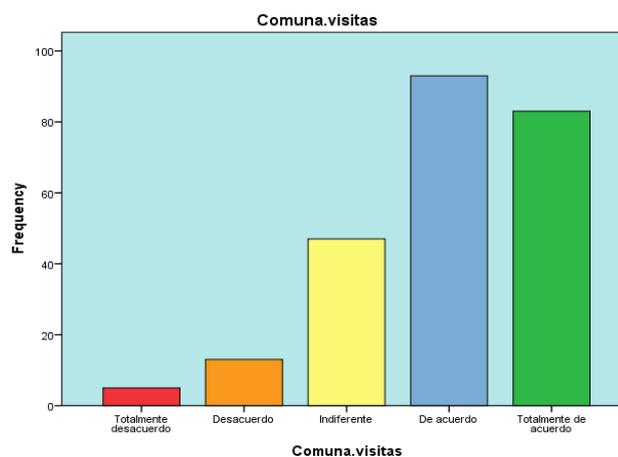
Pregunta 4.- La Comuna Libertador Bolívar es un lugar primordial para la visita de turistas.

Tabla 27: Visita de turistas

Comuna.visitas				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	5	2,1	2,1	2,1
Desacuerdo	13	5,4	5,4	7,5
Indiferente	47	19,5	19,5	27,0
De acuerdo	93	38,6	38,6	65,6
Totalmente de acuerdo	83	34,4	34,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 8: Visita de turistas



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Según la opinión vertida por los encuestados el 73% concluye que la Comuna Libertador Bolívar es un lugar primordial para la visita de turistas debido a su extensa playa, balnearios y lugares privilegiados con la flora y fauna, esta afluencia se da de manera positiva en los tiempos de temporada alta donde existe mayor oportunidad de viajar y conocer este lugar.

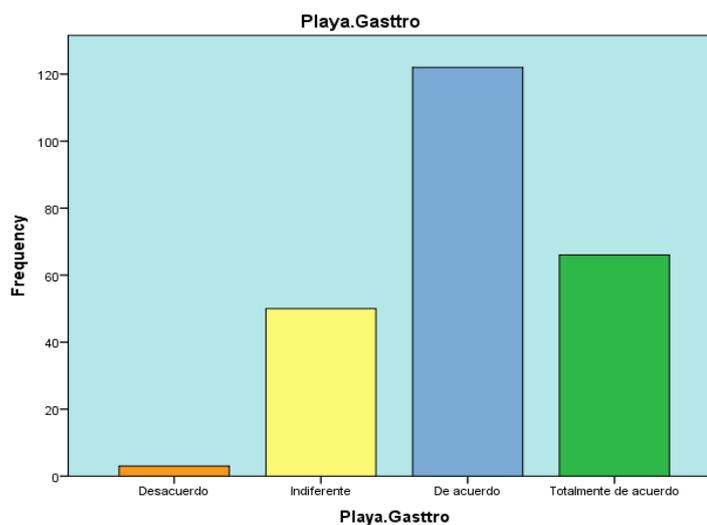
Pregunta 5.- La Comuna Libertador Bolívar es considerada un sector turístico donde se disfruta de la playa y gastronomía.

Tabla 28: Playa y gastronomía

Playa.Gastro				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	3	1,2	1,2	1,2
Indiferente	50	20,7	20,7	22,0
De acuerdo	122	50,6	50,6	72,6
Totalmente de acuerdo	66	27,4	27,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 9: Playa y gastronomía



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 78 % de personas afirma que lo que más disfrutan en la Comuna Libertador Bolívar es pasar un tiempo de relajación en la playa porque mantienen contacto directo con la naturaleza que ofrece el lugar y también la gastronomía variada y sana con productos autóctonos del sitio que los pobladores brindan a los turistas que se detienen a deleitarse de las maravillas del lugar además la comuna cuenta con hospedaje en lugares cómodos, de calidad y a costos accesibles.

Pregunta 6.- Es posible la creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar.

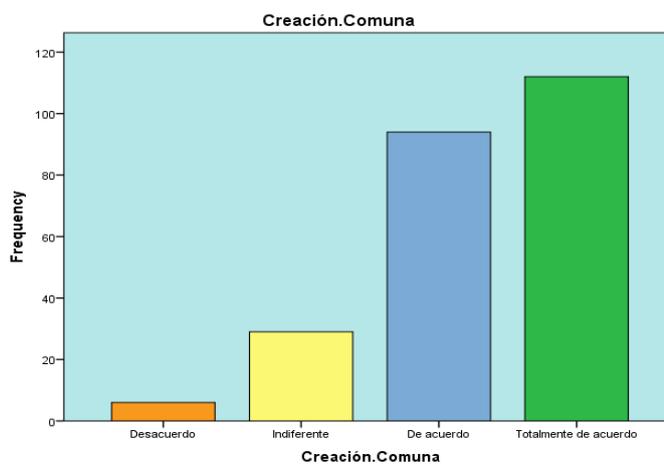
Tabla 29: Creación en comuna

Creación.Comuna				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	6	2,5	2,5	2,5
Indiferente	29	12,0	12,0	14,5
De acuerdo	94	39,0	39,0	53,5
Totalmente de acuerdo	112	46,5	46,5	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 10: Creación en comuna



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

De acuerdo a la pregunta planteada a la muestra se pudo percibir con un 85,50% un gran nivel de aceptación a la propuesta de creación de un parque acuático en esta comunidad no solo por la innovación que se verá en el turismo sino también por la planta de empleos que se espera obtener con esta obra.

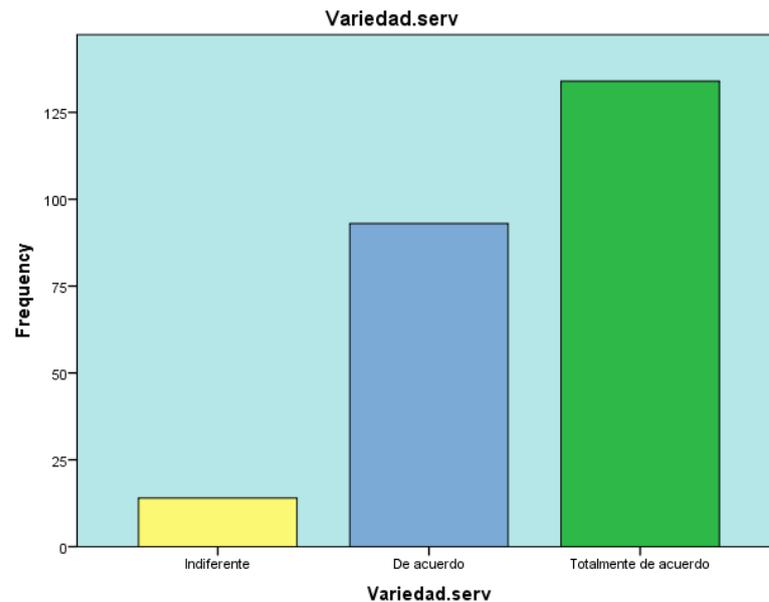
Pregunta 7.- La variedad de servicios que se ofrezcan es lo principal para asistir al parque acuático.

Tabla 30: Variedad de servicios

Variedad.serv				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Indiferente	14	5,8	5,8	5,8
De acuerdo	93	38,6	38,6	44,4
Totalmente de acuerdo	134	55,6	55,6	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 11: Variedad de servicios



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El gran porcentaje de individuos que se ha tomado en cuenta para la muestra afirma que una de las partes principales para mantener a los clientes fieles es la variedad e innovación de servicios que se ofrece junto con el nivel de calidad de servicio. La respuesta estuvo representada con el 94,20%.

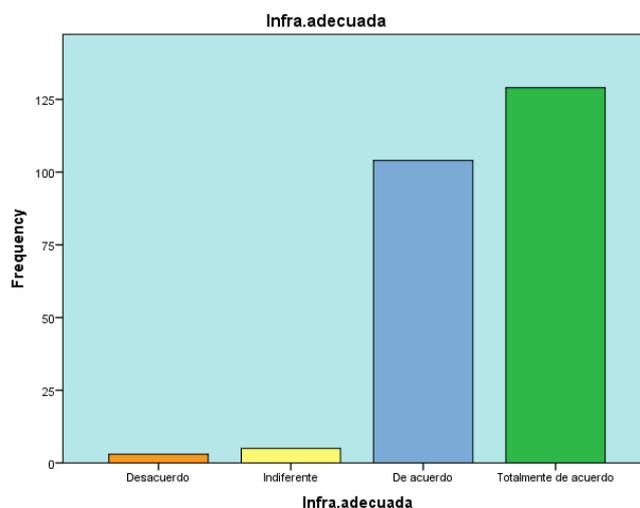
Pregunta 8.- La infraestructura adecuada es lo principal para asistir al parque acuático.

Tabla 31: Infraestructura adecuada

Infra.adecuada				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	3	1,2	1,2	1,2
Indiferente	5	2,1	2,1	3,3
De acuerdo	104	43,2	43,2	46,5
Totalmente de acuerdo	129	53,5	53,5	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 12: Infraestructura adecuada



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 96,70% de las personas encuestadas se encontraron positivas ante esta afirmación debido a que si la infraestructura se encuentra en mal estado no da fiabilidad el acceso y más que todo su uso además los consumidores mayormente se dejan llevar por la parte visual tales como el espacio o la cantidad de estructuras acuáticas que existan en este tipo de emprendimiento.

Pregunta 9.- El servicio de calidad es lo principal para asistir al parque acuático.

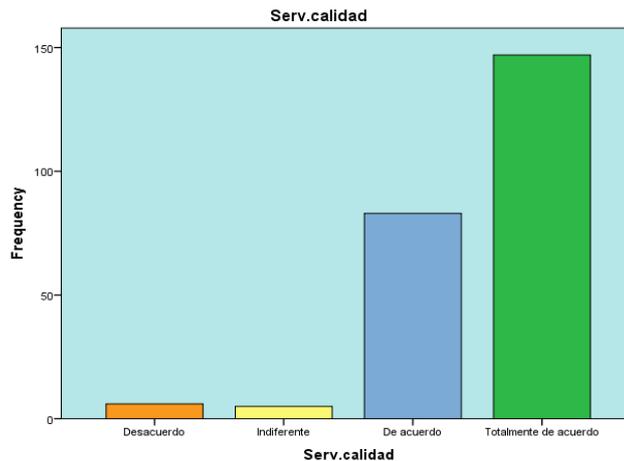
Tabla 32: Servicio de calidad

Serv.calidad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	6	2,5	2,5	2,5
Indiferente	5	2,1	2,1	4,6
De acuerdo	83	34,4	34,4	39,0
Totalmente de acuerdo	147	61,0	61,0	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 13: Servicio de calidad



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

En este cuestionamiento el 95,40% de individuos afirmó encontrarse de acuerdo en que el servicio de calidad es imprescindible para acudir a recibir cualquier servicio debido a que la atención que reciban será el punto clave para regresar al mismo lugar reiteradamente debido a que este es un elemento importante en un conjunto de factores que logra la fidelidad de los usuarios a un establecimiento.

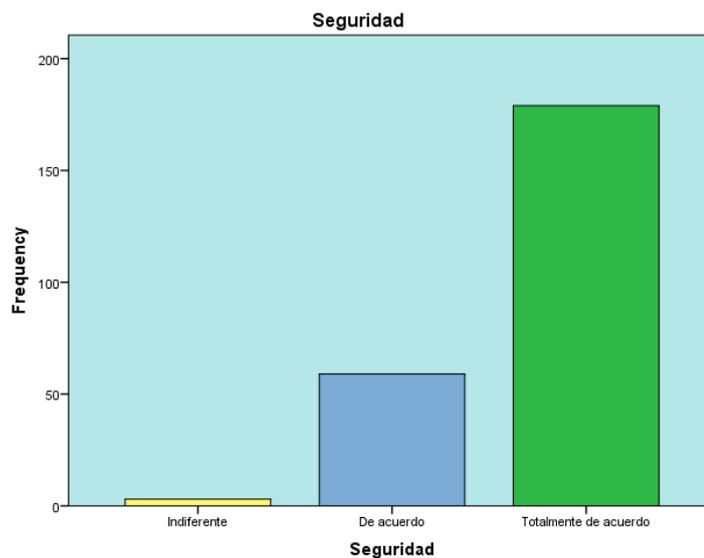
Pregunta 10.- La seguridad es lo principal para asistir al parque acuático.

Tabla 33: Seguridad

Seguridad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Indiferente	3	1,2	1,2	1,2
De acuerdo	59	24,5	24,5	25,7
Totalmente de acuerdo	179	74,3	74,3	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 14: Seguridad



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

La muestra en su mayor porcentaje con el 98,80% resulta positiva en que la seguridad es lo primordial para acudir a parque acuático debido a que no sólo se trata de asegurar las pertenencias materiales de los usuarios sino también la integridad de las personas en sí ya que acuden en familia a divertirse y relajarse sabiendo que nada malo se presentará a lo largo de su estancia.

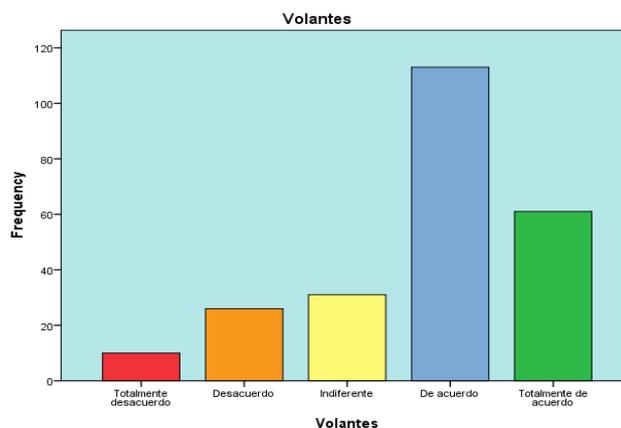
Pregunta 11.- El uso de volantes publicitarias son apropiadas para publicitar al parque acuático

Tabla 34: Volantes

Volantes				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	10	4,1	4,1	4,1
Desacuerdo	26	10,8	10,8	14,9
Indiferente	31	12,9	12,9	27,8
De acuerdo	113	46,9	46,9	74,7
Totalmente de acuerdo	61	25,3	25,3	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
 Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 15: Volantes



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
 Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Gran parte de los individuos con el 72,20% mencionó que uno de los indicadores del agrado de los consumidores es la utilización de hojas volantes debido a que les gusta estar comunicados con promociones a nivel visual los cuales conjugan colores y diversas letras y/o figuras llamativas.

Pregunta 12.- Las impulsiones en fechas festivas y feriados son adecuadas para dar a conocer un parque acuático

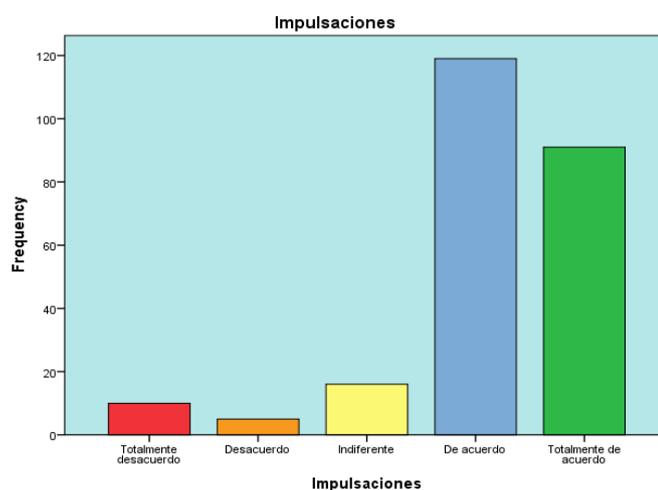
Tabla 35: Impulsiones

Impulsiones				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	10	4,1	4,1	4,1
Desacuerdo	5	2,1	2,1	6,2
Indiferente	16	6,6	6,6	12,9
De acuerdo	119	49,4	49,4	62,2
Totalmente de acuerdo	91	37,8	37,8	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 16: Impulsiones



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Según el 87.20% de la muestra total declaró que las impulsiones son un buen método para promocionar y dar a conocer al público el servicio que ofrece el parque acuático debido a que no sólo se dejan llevar de la parte visual sino también la interacción personal con trabajadores del lugar quienes pueden dar mayor información de los beneficios que este ofrezca.

Pregunta 13.- La implementación de paquetes promocionales en fechas festivas y feriados favorece la publicidad de un parque acuático.

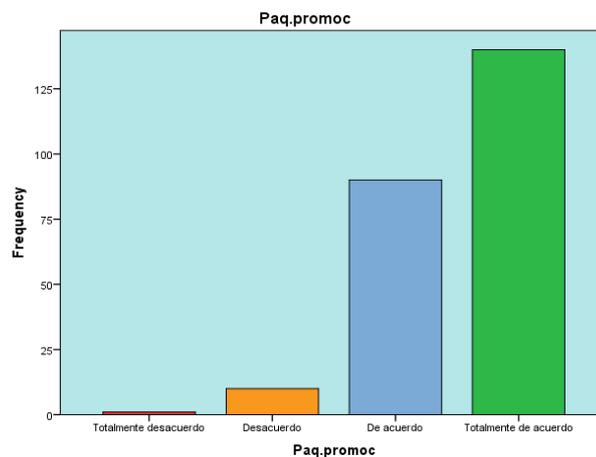
Tabla 36: Paquetes promocionales

Paq.promoc				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	,4	,4	,4
Desacuerdo	10	4,1	4,1	4,6
De acuerdo	90	37,3	37,3	41,9
Totalmente de acuerdo	140	58,1	58,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 17: Paquetes promocionales



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Los paquetes promocionales son aceptados por el 95,40% de los individuos debido a que estas actividades les permiten acudir con más miembros de la familia a un precio accesible y así disfrutar en gran medida los servicios que se ofrecen y divertirse mucho más en las atracciones del parque acuático.

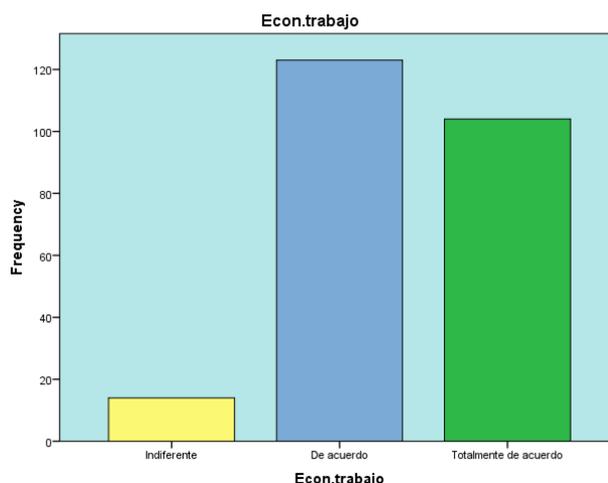
Pregunta 14.- La creación de un parque acuático en la Comuna dinamiza la economía del lugar y brinda nuevos puestos de trabajo.

Tabla 37: Economía y trabajo

Econ.trabajo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Indiferente	14	5,8	5,8	5,8
De acuerdo	123	51,0	51,0	56,8
Totalmente de acuerdo	104	43,2	43,2	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 18: Economía y trabajo



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 94,20% de personas manifestaron que afirmativamente se dinamiza la economía y se abren nuevos puestos de trabajo debido a que aumentaría la demanda de varios productos y servicios con la llegada de los turistas mismos que serán cubiertos por los pobladores del lugar.

Pregunta 15.- La calidad de vida de los habitantes de la Comuna mejorará con la implementación del parque acuático.

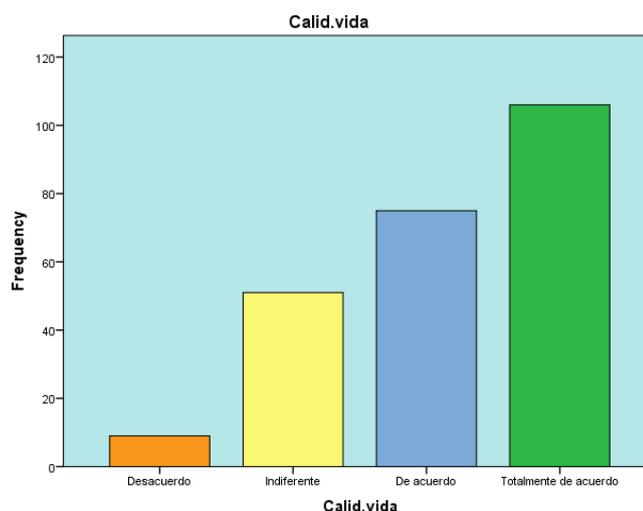
Tabla 38: Calidad de vida

Calid.vida				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	9	3,7	3,7	3,7
Indiferente	51	21,2	21,2	24,9
De acuerdo	75	31,1	31,1	56,0
Totalmente de acuerdo	106	44,0	44,0	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 19: Calidad de vida



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

La mayoría de los encuestados representado en un 75,10% manifestó su afirmación en que la calidad de vida de los habitantes de la comuna debido a que con esta implementación aumentará la demanda turística y los negocios de hospedaje y demás servicios se verán afectados de manera positiva generando más fuentes de trabajo dentro y fuera del parque acuático.

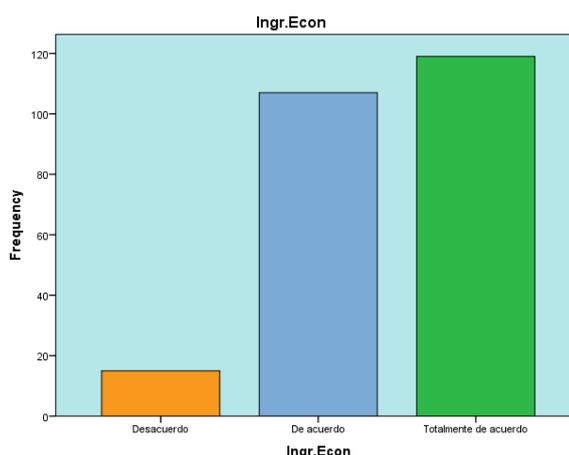
Pregunta 16.- Los ingresos económicos son un factor primordial para la visita y el acceso al parque acuático.

Tabla 39: Ingresos económicos

Ingr.Econ				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	15	6,2	6,2	6,2
De acuerdo	107	44,4	44,4	50,6
Totalmente de acuerdo	119	49,4	49,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 20: Ingresos económicos



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Según la versión del 93,80% de la muestra encuestada los ingresos económicos mensuales que se generen en un hogar es un factor importante para acudir al establecimiento debido a que este tipo de actividades demandan un monto determinado para cubrir las diferentes necesidades que se presentan es por esto que en el gráfico de ingresos se estableció el mercado que asistirá a hacer uso de las instalaciones.

Pregunta 17.- La demanda turística aumentará en la Comuna con la implementación del parque acuático.

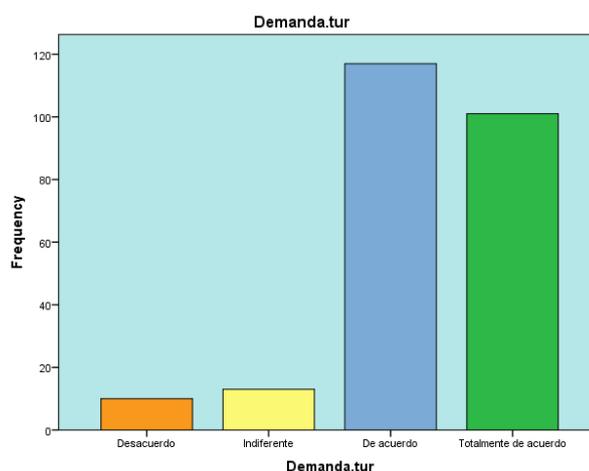
Tabla 40: Demanda turística

Demanda.tur				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	10	4,1	4,1	4,1
Indiferente	13	5,4	5,4	9,5
De acuerdo	117	48,5	48,5	58,1
Totalmente de acuerdo	101	41,9	41,9	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 21: Demanda turística



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Efectivamente la demanda turística aumentará en esta localidad debido a la implementación de un emprendimiento que a más de presentar innovación en las actividades acuáticas dentro de la Provincia se ofrece entretenimiento, comodidad e inclusión; estas opiniones fueron vertidas por el 90,40% de la muestra que representa la población.

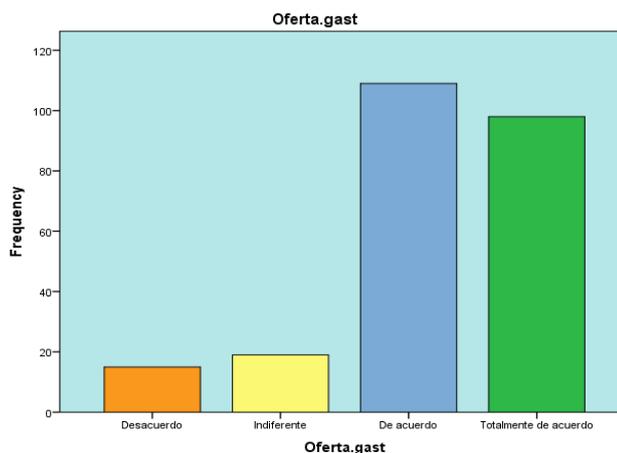
Pregunta 18.- La oferta gastronómica sana y equilibrada es ideal para un parque acuático

Tabla 41: Oferta gastronómica

Oferta.gast				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	15	6,2	6,2	6,2
Indiferente	19	7,9	7,9	14,1
De acuerdo	109	45,2	45,2	59,3
Totalmente de acuerdo	98	40,7	40,7	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 22: Oferta gastronómica



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 85,90% de individuos opina que una gastronomía sana y equilibrada es factor favorable a ofrecer dentro del parque acuático debido a que este es un servicio que es mayormente demandada en estos establecimientos ya que la necesidad de disfrutar un día lleno de entretenimiento y comodidad se complementa con la necesidad de alimentación con platos típicos de la localidad.

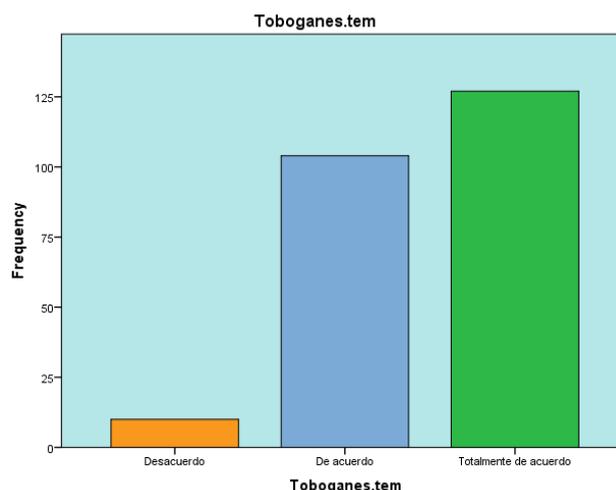
Pregunta 19.- La implementación de toboganes temáticos, dan un valor agregado en el parque acuático.

Tabla 42: Toboganes temáticos

Toboganes.tem				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	10	4,1	4,1	4,1
De acuerdo	104	43,2	43,2	47,3
Totalmente de acuerdo	127	52,7	52,7	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 23: Toboganes temáticos



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El principal elemento de los parques acuáticos y que le da valor agregado para la visita de turistas son los tipos de toboganes y atracciones que estos contengan por lo que el 95,90% de los usuarios están de acuerdo con esta afirmación para disfrutar del lugar y asistir de manera reiterada además de la temática existente deben brindar servicios adicionales como zonas de descanso, espacios verdes y zonas de parqueo.

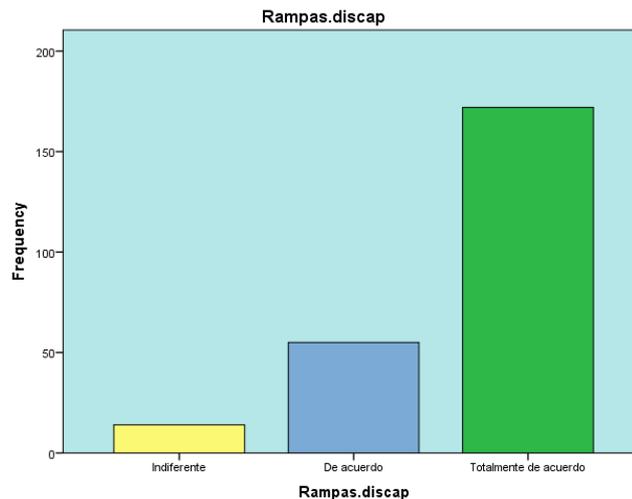
Pregunta 20.- La implementación rampas para discapacitados da un valor inclusivo al parque acuático.

Tabla 43: Rampas discapacitados

Rampas.discap				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Indiferente	14	5,8	5,8	5,8
De acuerdo	55	22,8	22,8	28,6
Totalmente de acuerdo	172	71,4	71,4	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 24: Rampas discapacitados



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

El 94,20% de la muestra se encuentra positiva ante esta declaración debido a que no sólo se da la apertura a las personas de todas las edades sino también a personas con algún grado de discapacidad facilitándole la movilización adecuada dentro del establecimiento sin algún peligro que perjudique su integridad personal, con esto se promueve la inclusión sin discriminación.

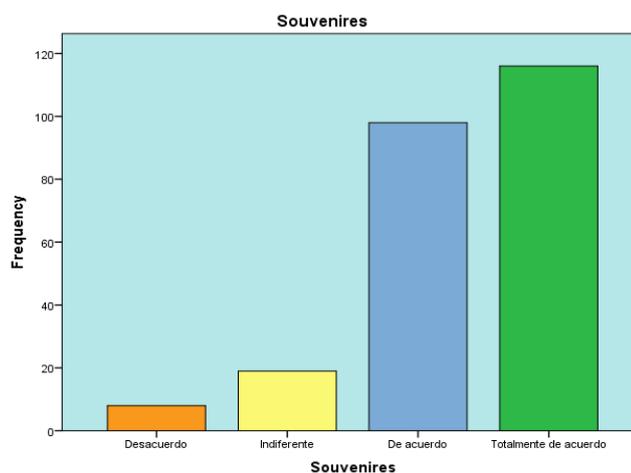
Pregunta 21.- La venta de souvenirs representativos de las culturas de la costa da un valor agregado al parque acuático.

Tabla 44: Souvenirs

Souvenirs				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válidos	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
Indiferente	19	7,9	7,9	11,2
De acuerdo	98	40,7	40,7	51,9
Totalmente de acuerdo	116	48,1	48,1	100,0
Total	241	100,0	100,0	

Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Gráfico 25: Souvenirs



Fuente: IBM SPSS Statistics 20 e Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Análisis:

Del total de la muestra encuestada el 88,80% de personas se encuentran de acuerdo con la venta de souvenirs que representan la cultura costera de la región ya que promueve el rescate de la cultura y su identificación permitiendo conocer un poco de su historia y así podrá llevarse un recuerdo material de la experiencia vivida.

3.2.6. Marketing mix

Diseño y desarrollo de producto o servicio.

“Splash” ofrece servicios de distracción y entretenimiento acuático garantizando calidad y seguridad al consumidor durante su estancia permitiendo su satisfacción y superación de expectativas la empresa se dará a conocer mediante marketing mix que incluye las 4p debido a que la utilización del marketing en el mercado es un factor clave para establecer la comunicación directa entre el usuario y la organización. (Craganz, 2008)

3.2.6.1 Publicidad

La empresa realizará la publicidad del servicio a ofrecer y distintas promociones por medio de publicaciones de anuncios en diarios de mayor circulación peninsular, así como también difusión en redes sociales tales como Facebook e Instagram, con el fin de atraer al público más joven, otro medio publicitario también serán volantes que serán entregados a las personas en diferentes puntos de afluencia en la provincia de Santa Elena por parte de impulsores(as).

3.2.6.2 Precio

“Splash” se introducirá al mercado con un precio accesible para todo público con disponibilidad económica, además de promociones dadas en temporadas de feriado que se presente ya sea a nivel provincial o nacional para llamar la atención del cliente y aumentar la demanda de mercado.

3.2.6.3 Producto

El producto turístico a ofrecer es un centro de entretenimiento acuático denominado Splash, nombre que viene de un proceso de selección, en el cual luego de tener varios nombres en un listado seleccionado por votación de los integrantes de la empresa debido a sus características como: nombre corto, fácil de pronunciar y es el significado que se realiza en el agua cuando hay una acción, esto permitirá el posicionamiento en la mente de los consumidores de manera más fácil.

3.2.6.4 Plaza

El lugar escogido para la instalación del emprendimiento es la Comuna Libertador Bolívar debido a que se encuentra en la ruta del Spondylus misma que es visitada por turistas pero que no cuenta con un lugar de entretenimiento familiar, el mercado objetivo que se determinó es turistas dentro y fuera de la Provincia que deseen disfrutar de actividades acuáticas dentro de un paraíso natural.

Determinación del Precio del producto o servicio.

Costing.- La determinación de precio que se tomará en cuenta para el acceso al público es mediante el Costing debido a que se pretende cubrir los gastos de construcción y operacionales es decir los costos totales que la instalación del parque acuático demanda.

Comunicación.- La comunicación es un factor importante para la interacción entre el usuario y la organización por lo que “Splash” realizará constantemente actividades publicitarias como: impulsaciones, volanteo, difusión en redes sociales, prensa escrita y radial entre otros. Dichos rubros estarán dentro de los costos para recuperar dicha inversión según el volumen de clientes que acudan al parque acuático.

3.2.7. Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing)

El plan de introducción que implementará el parque acuático Splash es el Benchmarking debido a que existen establecimientos que ofrecen servicios similares dentro de la Provincia de Santa Elena obteniendo los factores positivos de la competencia, aplicarlos y mejorarlos generando la superación de las expectativas de los clientes.

Benchmarking:

El Benchmarking es un principio de construcción ecléctica, ésta estrategia será implementada dentro de la empresa “Splash Cia. Ltda.” para mejorar su rentabilidad económica por lo que (Spendolini, 2011) expone que benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales.

La demanda turística sufre cambios a lo largo del tiempo y uno de los factores para emprender es la diversión familiar, mediante la observación se detectó una gran afluencia en actividades acuáticas por lo que se pretende mejorar dicha idea para construir un parque acuático que ofrezca variedad de servicios con mejor calidad. Los individuos que se integren para la investigación de mercado recibirán capacitaciones para ejecutar de manera correcta la labor de identificar los competidores existentes dentro y fuera de la Provincia, detallar los aspectos positivos y negativos de la competencia y utilizarla a favor del nuevo emprendimiento.

Se le asignarán las herramientas necesarias para dicho estudio. Se pone en marcha el emprendimiento con las mejoras diferenciadoras evitando tener competidores directos relevantes de esta manera se ofrece al cliente un servicio que supere sus expectativas.

3.3 Proceso de producción

3.3.1. Objetivos del área de producción

- ❖ Incrementar la eficiencia y productividad para ofrecer un servicio de alta calidad.
- ❖ Incentivar al personal de la empresa para que sus ideas contribuyan a la mejora continua.
- ❖ Generar una alta rentabilidad, la cual permita recuperar la inversión en el menor tiempo posible.

3.3.2. Descripción del proceso de producción o servicio

Los procesos empleados para brindar el mejor servicio a nuestros clientes son los siguientes:

3.3.2.1 Ingreso de los usuarios al establecimiento

Este proceso empieza desde el ingreso a la localidad desde distintos destinos de la provincia, país o exterior hasta la ubicación exacta donde se encuentran las instalaciones de “Splash”.

3.3.2.2 Pago del boleto para ingresar

Acercarse a la entrada principal del establecimiento, cancelar la tarifa según la denominación establecida por la empresa y entrar a disfrutar del servicio que se ofrece.

3.3.2.3 Buscar un lugar de estancia dentro de las instalaciones

Existirán distintas áreas de estancia con asientos y sombrillas o debajo de un árbol y en el césped, el cliente podrá elegir donde se ubicará de acuerdo a su preferencia y comodidad. En este lugar podrá mantener sus pertenencias y hacer uso de ellas para descansar o disfrutar del servicio de alimentación.

3.3.2.4 Dirigirse a las duchas que se encuentran en el establecimiento

Antes de hacer uso de las instalaciones acuáticas debe hacer uso de las duchas con una vestimenta acorde a los reglamento del parque acuático.

3.3.2.5 Disfrutar de los distintos juegos acuáticos del establecimiento

Podrá dirigirse a los distintos juegos acuáticos y piscinas existentes para hacer uso de ellas y satisfacer sus necesidades de diversión y relajación.

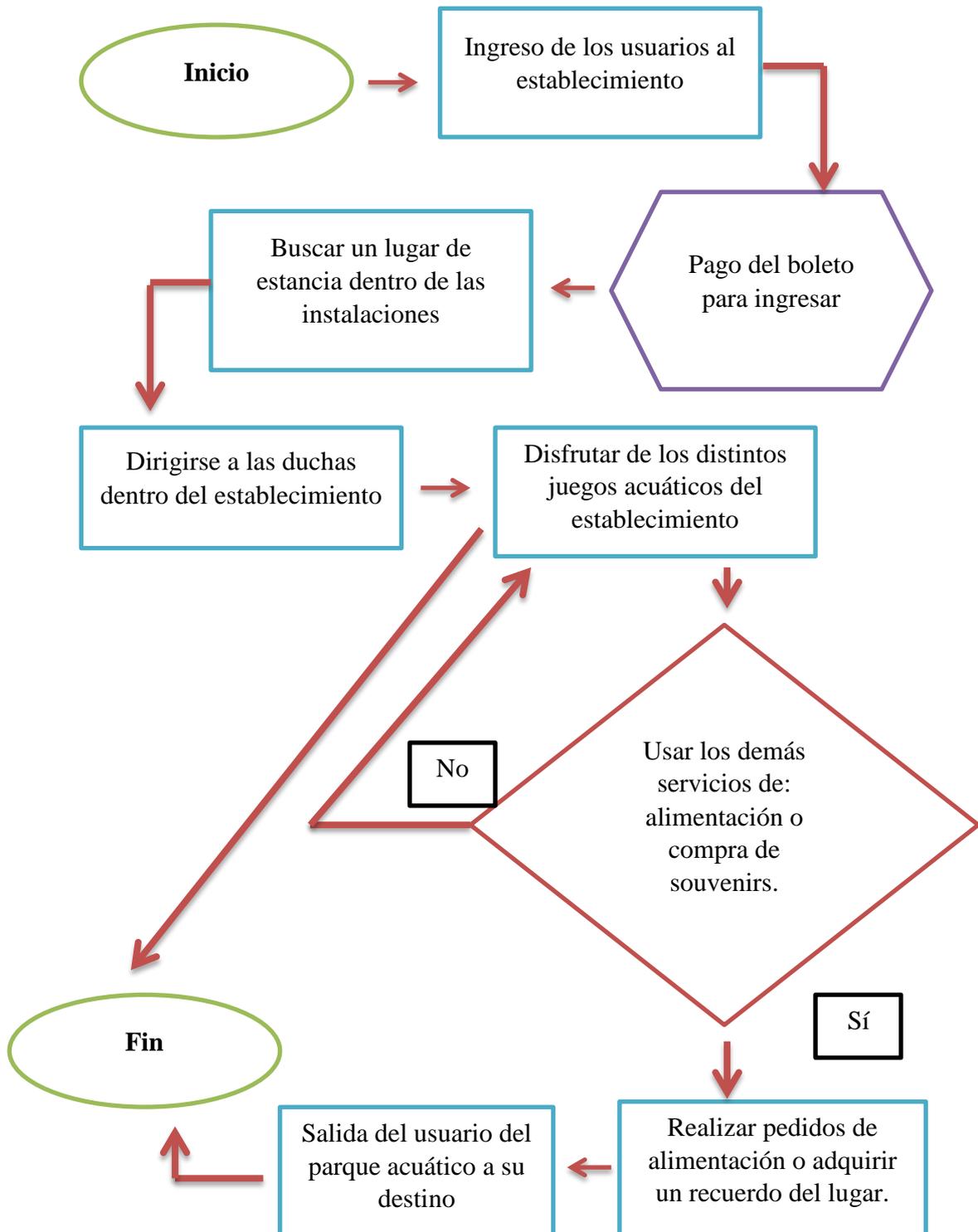
3.3.2.6 Hacer uso de los demás servicios que ofrece el parque acuático como alimentación o compra de souvenirs en las islas

El cliente puede acercarse al patio de comidas a solicitar el menú que desee y más le convenga. Podrá acercarse a las distintas islas que se encuentran del parque acuático donde encontrará souvenirs representativos de la cultura de la comuna y podrá adquirirlos mediante una retribución monetaria como recuerdo de su asistencia al lugar, ambas actividades tendrán un valor adicional de acuerdo a su pedido

3.3.2.7 Salida del usuario del parque acuático a su destino

Luego de una jornada el cliente procederá a salir del establecimiento con la satisfacción de haber cumplido sus expectativas y se dirigirá a su destino.

3.3.3. Diagrama de flujo de producción y entrega del bien



3.3.4. Necesidades de materia prima

La materia prima a utilizar para prestar los servicios en el parque acuático mensualmente se encuentran presentados en la siguiente tabla, estos materiales estarán cubiertos por los estados financieros de la empresa.

Tabla 45: Materia Prima

Materia Prima	Cantidad
Agua potable (m ³)	2400 m ³
Energía eléctrica (kHh)	7500 kHh
Pastillas de cloro tabletas	10
Clarificador Natural Biodegradable	4

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.3.5. Equipos a utilizar y características

A continuación, se presentarán los equipos que se utilizarán para brindar los servicios de diversión y relajación en el parque acuático “Splash” con instalaciones limpias y cómodas con sus respectivas características:

Tabla 46: Equipos para servicio

Equipos	Cantidad
Botes de Pedal	5
Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 1,50	4
Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 2,50	4
Kit Medidor PH y Cloro	3
Mesas + 4 Sillas	8
Parasoles	8
Cernidera Recogedor de Hojas	4
Cepillo de Acero para Limpieza de Piscinas	4
Aspiradora de ruedas para piscinas	4
Satélite Flotador Dosificador de pastillas	4

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Ilustración 3: Parasol



- ✘ Soporte de metal de 270 cm de altura
- ✘ Material de fibra alicrada
- ✘ Ajustable a todo tipo de altura
- ✘ Mecanismo de cerrado de fácil manejo

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 4: Bote pedal con carpa



- ✘ Para 3 personas
- ✘ Fabricado íntegramente en fibra de vidrio y resina de poliéster
- ✘ Eslora (Largo): 2.20 m y manga (Ancho): 1.44 m

Fuente: Investigación de mercado

- ✘ Sistema de propulsión acero negro
- ✘ Sistema de dirección acero negro
- ✘ Carpa de lona y acero inoxidable

Ilustración 5: Esferas acuáticas



- ✘ Brinda alta rentabilidad y mucha diversión a sus usuarios.
- ✘ Material de grado comercial con cierre Alemán TiZip para mayor durabilidad

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 6: Kit Medidor PH y Cloro



Mide y controla el cloro y Ph del agua de piscinas, incluye:

- ✘ Estuche
- ✘ Test vial
- ✘ Reactivos DPD

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 7: Cernidera Recogedor de Hojas



Material plástico para recoger hojas y desechos sólidos en las piscinas.

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 8: Cepillo de Acero



Para limpieza de paredes en piscinas.
Acero resistente.

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 9: Satélite Flotador



Sirve para dosificar las pastillas de cloro para piscinas.

Fuente: Investigación de mercado

Ilustración 10: Aspiradora

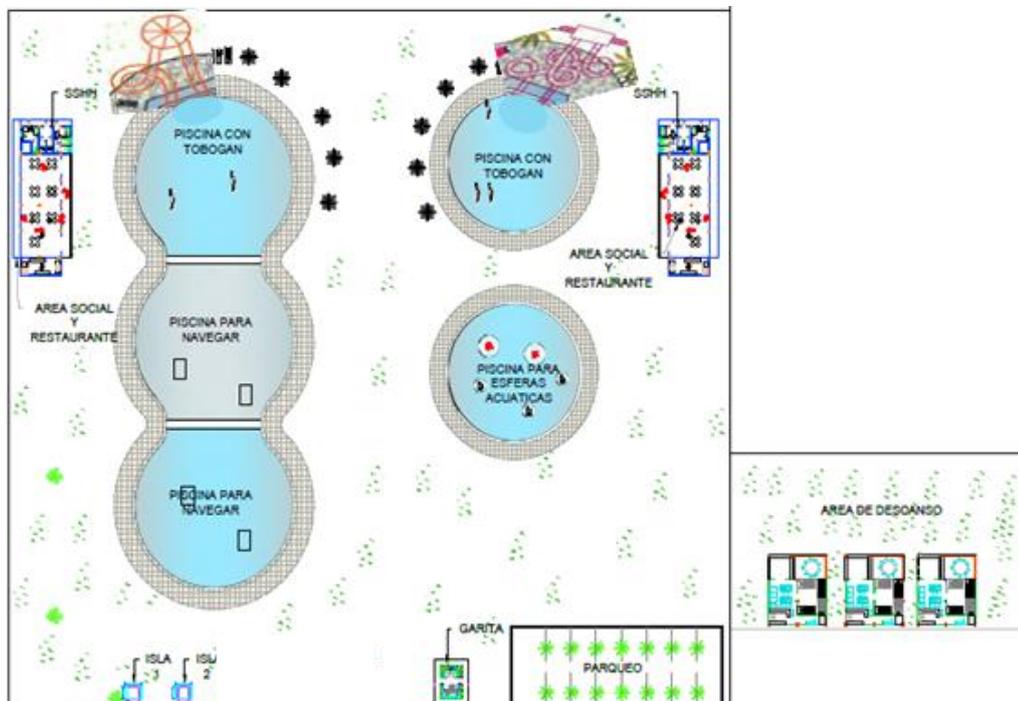


Cuenta con ruedas para facilitar la limpieza de las piscinas

Fuente: Investigación de mercado

3.3.6. Diseño y distribución de planta y oficina (Layout)

Ilustración 11: Parque Acuático "Splash"



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.3.7. Cronograma de producción

En la siguiente tabla se establecerá la demanda de servicio que espera obtener en los tres primeros meses de funcionamiento considerados como temporada alta donde se espera aumente un 2% cada mes y días normales se promedia que la demanda se mantenga.

Tabla 47: Cronograma de producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	VALOR RECAUDADO
FEBRERO			
Usuarios	7291	\$ 5,00	\$ 36.455
MARZO			
Usuarios	7437	\$ 5,00	\$ 37.185
ABRIL			
Usuarios	7586	\$ 5,00	\$ 37.930
TOTAL	22.314		\$ 111.570

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.4 Organización

3.4.1. Objetivos del área de organización

- Promover el orden y trabajo en equipo para cumplir los objetivos de la organización.
- Mantener un clima laboral adecuado para que los integrantes cumplan sus funciones a cabalidad.
- Tomar decisiones favorables para impulsar el giro del negocio respetando la opinión de cada integrante.
- Fomentar la comunicación asertiva entre las áreas que conforman la empresa y el sentido de pertenencia.

3.4.2. Estructura organizacional

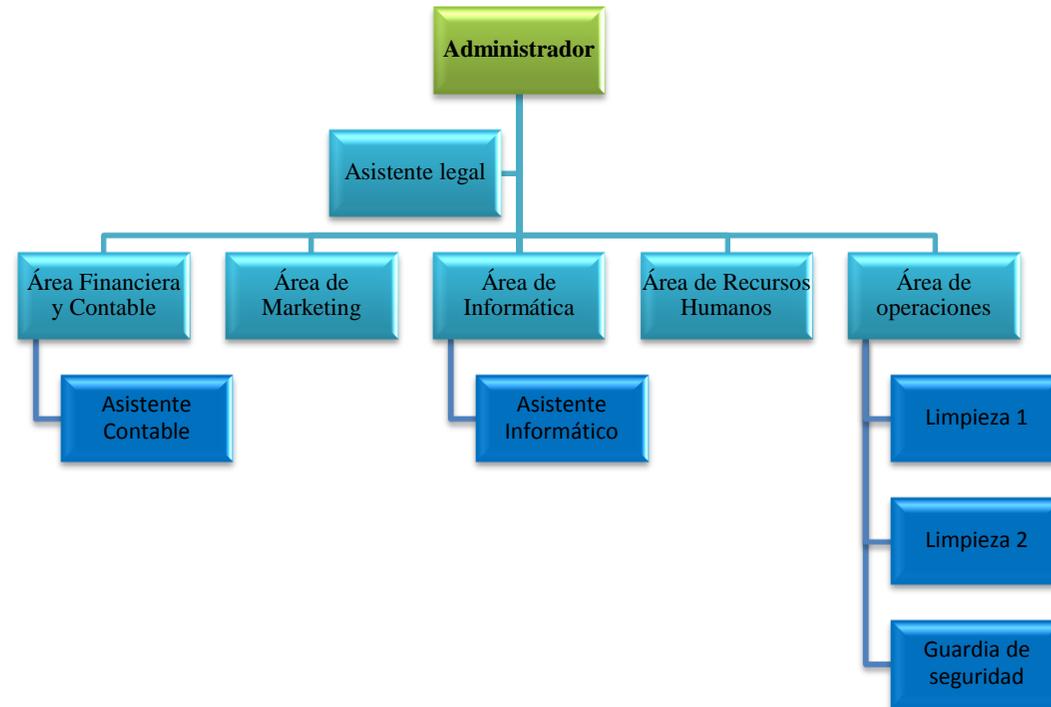
Organigrama

El organigrama que se detalla a continuación será implementada a futuro, al inicio de las operaciones se laborará con 6 personas quienes se encargarán de las funciones principales de la empresa.

- ❖ **Administrador General.**- Se encargará de la parte Administrativa, Talento Humano, Gestión de Marketing y Área Operativa.
- ❖ **Asistente Financiero.**- Cumplirá con las funciones de contabilidad y área financiera.

- ❖ **Asistente Administrativo.-** Asistirá las funciones del Administrador General en las áreas requeridas.
- ❖ **Trabajador de Limpieza.-** Cumplirá con el mantenimiento del establecimiento para brindar un mejor servicio de calidad.
- ❖ **Guardia de Seguridad.-** Se encargará de la seguridad interna del establecimiento y protegerá la integridad de los usuarios en el caso de ser requerido.

Ilustración 12: Organigrama



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.4.3. Desarrollo de personal

Definir de qué forma la empresa contribuirá en el desarrollo del personal, tomando en cuenta el adiestramiento y la capacitación, desde las áreas de trabajo y los resultados que se obtengan.

3.4.4. Políticas institucionales

Políticas salariales:

- ❖ Al inicio de las actividades de la empresa, cada empleado recibirá una remuneración de acuerdo al puesto de trabajo en consenso con la junta directiva, conforme vayan aumentando las utilidades se les incrementará un porcentaje según los accionistas crean necesario.
- ❖ Cada año el talento humano deberá realizar pruebas y evaluaciones de desempeño, respecto a esto se considerará el aumento salarial o superación de cargo.

Políticas comunicacionales:

- ❖ Fomentar la comunicación y las buenas costumbres en el ambiente laboral, ya que en una empresa donde existe comunicación, también existe una buena administración y excelente desempeño de los empleados.

- ❖ Implementar un sistema de transferencia de información interna e instantánea para obtener una eficacia en las tareas diarias de cada puesto de trabajo.

Política de socialización:

- ❖ Socializar cada tema y decisión importante que tenga que ver con la empresa y el medio en la que ésta se encuentra, ya que la información a los trabajadores sobre lo que ocurre en la empresa ayuda a la toma de decisiones y a medidas correctivas adecuadas de cualquier anomalía.
- ❖ Delegar un día cada fin de mes para dialogar con los trabajadores de la empresa de esta manera podrán expresarse de alguna incomodidad o aspecto positivo que haya surgido en ese tiempo, de esta manera se ejerce el empoderamiento del talento humano hacia la organización

3.5 Marco legal de la organización

Para constituir la empresa se deben realizar distintas actividades acordes a las leyes establecidas y tomar en cuenta a los diversos responsables gubernamentales.

3.5.1 GAD Municipal del Cantón Santa Elena

Requisitos:

1. Copia de cedula de ciudadanía o RUC (para personas jurídicas)
2. Predios Urbanos o ubicación exacta del establecimiento.

3. Tasa por servicio Técnico administrativo: \$ 2,00

El usuario solicita llenar formulario, luego de haber cancelado la tasa administrativa en Tesorería, luego ingresa la documentación (solicitud y tasa) en el Departamento de Planificación luego se verifica si es de Inspección , caso contrario se procede a la elaboración del documento y entrega del mismo para que se proceda con el permiso de funcionamiento (Departamento de Rentas)

3.5.2 Según La Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

Art. 64.- Permiso de Funcionamiento.- La Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria- ARCSA, otorgará el permiso de funcionamiento a través del sistema automatizado de Permisos de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con los requisitos establecidos en la normativa vigente para su funcionamiento.

3.5.3 Según la Ley de compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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 añadirán, 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.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorro.

3.6 Finanzas

3.6.1. Objetivos del área de finanzas

- ✓ Administrar todos los egresos e ingresos de la empresa “Splash”.
- ✓ Controlar de manera eficiente y eficaz los recursos financieros, gestionando de una manera correcta el dinero que posee la empresa
- ✓ Cubrir las deudas a corto plazo y largo plazo
- ✓ Lograr que la empresa sea rentable y se pueda incrementar sus ganancias en un tiempo determinado.

3.6.2. Base de Datos

La base de datos que se presenta a continuación muestra detalladamente cada rubro utilizado con las cantidades exactas, valor unitario, valor total y anual; estas cuentas son imprescindibles para la implementación del parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar.

Tabla 48: Base de Datos

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."					
BASE DE DATOS					
N°	COSTOS	CANT	VALOR	V.TOTAL	ANUAL
1	Computadoras	3	\$ 500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
2	Impresora Multifuncional	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00
3	Proyectores	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
4	Parlante y Microfono	1	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
5	Aire Acondicionado	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
6	Escritorios y sillas	4	\$ 170.00	\$ 680.00	\$ 680.00
7	Edificio	1	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00
8	Kit Medidor PH y Cloro	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 60.00
9	Pastillas de cloro tabletas	8	\$ 9.90	\$ 79.20	\$ 79.20
10	Satélite Flotador Dosificador de pastillas	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 60.00
11	Clarificador Natural Biodegradable	4	\$ 24.00	\$ 96.00	\$ 96.00
12	Cernidera Recogedor de Hojas	4	\$ 12.00	\$ 48.00	\$ 48.00
13	Cepillo de Acero para Limpieza de Piscinas	4	\$ 22.50	\$ 90.00	\$ 90.00
14	Aspiradora de ruedas para piscinas	4	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 100.00
15	Mesas + 4 Sillas	8	\$ 156.25	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00
16	Parasoles	8	\$ 120.00	\$ 960.00	\$ 960.00
17	Botes de Pedal con Carpa	5	\$ 1,812.50	\$ 9,062.50	\$ 9,062.50
18	Botes de Pedal	4	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00	\$ 6,400.00
19	Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 1,50	4	\$ 457.50	\$ 1,830.00	\$ 1,830.00
20	Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 2,50	3	\$ 532.50	\$ 1,597.50	\$ 1,597.50
21	Movilización	20	\$ 5.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
22	Volantes	50	\$ 0.15	\$ 7.50	\$ 90.00
23	Tarjetas de presentación	40	\$ 0.25	\$ 10.00	\$ 120.00
24	Prensa escrita	5	\$ 15.00	\$ 75.00	\$ 450.00
25	Prensa Radial	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 360.00
26	Banners	3	\$ 15.00	\$ 150.00	\$ 150.00
27	Resmas A4	6	\$ 3.00	\$ 216.00	\$ 216.00
28	Esferos (Cajas)	2	\$ 2.50	\$ 60.00	\$ 216.00
29	Folders	5	\$ 1.00	\$ 60.00	\$ 60.00
30	Software Contable	1	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 60.00
31	Internet	1	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 120.00
32	Área para piscina de navegación, esferas acuáticas y toboganes	1	\$ 702,046.66	\$ 702,046.66	\$ 702,046.66
33	Área social - restaurante	1	\$ 95,103.87	\$ 95,103.87	\$ 95,103.87
34	Garita de ingreso y boletería	1	\$ 8,291.89	\$ 8,291.89	\$ 8,291.89
35	Islas	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
36	Palmeras	25	\$ 750.00	\$ 18,750.00	\$ 18,750.00
37	Cisterna	1	\$ 33,072.58	\$ 33,072.58	\$ 33,072.58
38	Tobogán	4	\$ 1,500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
39	Área de descanso amoblada	3	\$ 10,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
40	Agua potable (m3)	2400.00	\$ 0.48	\$ 1,152.00	\$ 13,824.00
41	Energía eléctrica (kWh)	7500.00	\$ 0.04	\$ 300.00	\$ 3,600.00
42	Implementos de Aseo y Limpieza	1	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
43	Administrador General	1	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00
44	Asistente Financiero	1	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00
45	Asistente Administrativo	1	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00
46	Trabajador de limpieza 1	1	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 4,632.00
47	Trabajador de limpieza 2	1	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 4,632.00
48	Guardia de seguridad	1	\$ 386.00	\$ 386.00	\$ 4,632.00
49	Interés bancario	1	\$ 49,264.94	\$ 49,264.94	\$ 49,264.94
50	Gastos de constitución	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
TOTAL			\$ 1,805,662.50	\$ 1,869,796.63	\$ 1,920,110.13

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.3. Costos y gastos

Los costos y gastos determinados en este apartado han sido clasificados por insumos de servicio, que son considerados como instrumentos para la actividad acuática, gastos de ventas donde incluye publicidad y movilización, equipos de oficina que cuenta con tecnología de punta para facilitar las tareas de cada puesto de trabajo, suministros de oficina que servirán de apoyo en las actividades de la organización, gastos de construcción para brindar un buen servicio de calidad, servicios básicos y suministros de limpieza.

Tabla 49: Insumo de servicios

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."				
INSUMOS Y GASTOS DEL SERVICIO				
INSUMOS DEL SERVICIO				
INSUMOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	ANUAL
Botes de Pedal con Carpa	5	\$ 1,812.50	\$ 9,062.50	\$ 9,062.50
Botes de Pedal	4	\$ 1,600.00	\$ 6,400.00	\$ 6,400.00
Esféras Acuáticas Importadas Diámetro 1,50	4	\$ 457.50	\$ 1,830.00	\$ 1,830.00
Esféras Acuáticas Importadas Diámetro 2,50	3	\$ 532.50	\$ 1,597.50	\$ 1,597.50
Kit Medidor PH y Cloro	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Pastillas de cloro tabletas	8	\$ 9.90	\$ 79.20	\$ 79.20
Satélite Flotador Dosificador de pastillas	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Clarificador Natural Biodegradable	4	\$ 24.00	\$ 96.00	\$ 96.00
Cernidera Recogedor de Hojas	4	\$ 12.00	\$ 48.00	\$ 48.00
Cepillo de Acero para Limpieza de Piscinas	4	\$ 22.50	\$ 90.00	\$ 90.00
Aspiradora de ruedas para piscinas	4	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Mesas + 4 Sillas	8	\$ 156.25	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00
Parasoles	8	\$ 120.00	\$ 960.00	\$ 960.00
TOTAL	64	4,802.15	\$ 21,633.20	\$ 21,633.20

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 50: Gastos de publicidad y movilización

GASTOS DE PÚBLICIDAD Y MOVILIZACIÓN PARA VENTAS				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Banners	3	\$ 50.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Movilización	20	\$ 5.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Volantes	50	\$ 0.15	\$ 7.50	\$ 90.00
Tarjetas de presentación	40	\$ 0.25	\$ 10.00	\$ 120.00
Prensa escrita	5	\$ 15.00	\$ 75.00	\$ 450.00
Prensa Radial	4	\$ 15.00	\$ 60.00	\$ 360.00
TOTAL	122	\$ 85.40	\$ 402.50	\$ 2,370.00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 51: Suministro de oficina

SUMINISTRO DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	ANUAL
Resmas A4	6	\$ 3.00	\$ 18.00	\$ 216.00
Esféros (Cajas)	2	\$ 2.50	\$ 5.00	\$ 60.00
Folders	5	\$ 1.00	\$ 5.00	\$ 60.00
Software Contable	1	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Internet	1	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL	15	\$ 66.50	\$ 88.00	\$ 1,056.00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 52: Otros gasto de construcción

GASTOS DE CONSTRUCCIÓN	
CONCEPTO	COSTO TOTAL
Área para piscina de navegación, esferas acuáticas y toboganes	702,046.66
Área social - restaurante	95,103.87
Garita de ingreso y boletería	8,291.89
Islas	1,000.00
Área de descanso amoblada	30,000.00
Tobogán	6,000.00
Palmeras	18,750.00
Cisterna	33,072.58
TOTAL	894,265.00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 53: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS					
DETALLE	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	ANUAL
Agua potable (m ³)	2400.00	m ³	0.48	\$ 1,152.00	\$ 13,824.00
Energía eléctrica (kHh)	7500.00	kHh	0.04	\$ 300.00	\$ 3,600.00
TOTAL			\$ 0.52	\$ 1,452.00	\$ 17,424.00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 54: Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZAS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Implementos de Aseo y Limpieza	120	\$ 1,440.00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.4. Capital social

El capital social será representado por el 69% de aportación de los socios según la disponibilidad económica que posee cada uno y el 31% cubrirá con un préstamo a una entidad bancaria con menor interés en el mercado (Corporación Financiera Nacional) para cubrir con el total de la inversión inicial.

Tabla 55: Capital social

CAPITAL DE TRABAJO	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2,056.00
GASTOS DE VENTA DEL SERVICIO	\$ 2,370.00
COSTOS DEL SERVICIO	\$ 40,674.10
TOTAL	\$ 45,100.10

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 56: Inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Inversión en Activo Fijo	916,635.00
Capital de trabajo	45,100.10
Total	961,735.10

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 57: Aportación de los socios

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."			
APORTACIÓN DE SOCIOS			
N	SOCIOS	APORTACIÓN	TOTAL
1	Rivas De La Rosa Verónica	8%	\$ 52,938.81
2	Reyes Orrala Eduardo	5%	\$ 33,086.75
3	Flores De La Rosa Vanessa	6%	\$ 39,704.11
4	Flores De La Rosa Ivonne	7%	\$ 46,321.46
5	De La Rosa De La Cruz Carmen	4%	\$ 26,469.40
6	De La Rosa De La Cruz Pedro	5%	\$ 33,086.75
7	Rivas De La Rosa Elvis	3%	\$ 19,852.05
8	Reyes Orrala Shary	3%	\$ 19,852.05
9	Villao Tomala Ginger	5%	\$ 33,086.75
10	Vazquez Vera Marissa	5%	\$ 33,086.75
11	Magallán Parrales Melissa	4%	\$ 26,469.40
12	Tomalá Carlos Matías	5%	\$ 33,086.75
TOTAL		100%	\$ 661,735.10

INVERSIÓN	TOTAL	%
APORTACIÓN DE SOCIOS	\$ 661,735.10	69%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 300,000.00	31%
TOTAL	\$ 961,735.10	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.5. Flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo permite verificar las variaciones de entrada y salida de dinero y de qué manera lo aprovecha para cubrir sus obligaciones y cumple las actividades operativa, este flujo parte del estado de resultados donde se muestra y compara de manera detallada los ingresos y gastos para determinar si la empresa obtuvo utilidades o pérdidas en un periodo determinado de tiempo.

Tabla 58: Estado de flujo de efectivo

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."						
FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial		45,100.10	56,940.85	111,978.90	208,896.82	355,379.25
Ventas		171,272.54	224,194.85	279,292.05	345,634.32	397,479.46
Ingreso por alquiler		54,000.00	62,100.00	71,415.00	78,556.50	78,556.50
Préstamo Bancario	300,000.00					
(-) Costo de servicio		-94,365.04	-113,238.04	-130,223.75	-152,226.13	-175,060.05
Total Ingresos	300,000.00	176,007.61	229,997.65	332,462.19	480,861.50	656,355.16
(-)Inversión	961,735.10				1,837.50	
Gastos administrativos						
Suministros de Oficina		336.00	336.00	346.08	346.08	356.46
Suministros de Limpieza		1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
Servicios Basicos		17,424.00	17,424.00	18,120.96	18,120.96	18,845.80
Gastos de Constitucion		1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sueldos Administrativos		27,444.92	27,444.92	30,189.41	30,189.41	31,698.88
Software		120.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Internet		600.00	600.00	618.00	618.00	618.00
Total Gastos Administrativos		48,364.92	47,316.92	50,862.05	50,941.43	53,269.47
Gastos de servicios						
Sueldos Operativos		19,066.90	19,066.90	20,973.59	20,973.59	22,022.27
Gastos Ventas		2,370.00	2,370.00	2,464.80	2,464.80	2,464.80
Total Gastos de Servicios		21,436.90	21,436.90	23,438.39	23,438.39	24,487.07
Pago de Cuota Financiera		49,264.94	49,264.94	49,264.94	49,264.94	49,264.94
Total de Gastos	961,735.10	119,066.76	118,018.76	123,565.38	125,482.26	127,021.48
(=)Flujo Efectivo Total	-661,735.10	56,940.85	111,978.90	208,896.82	355,379.25	529,333.68
Aportación a Capital	661,735.10					
(=) Flujo Neto Efectivo	0.00	56,940.85	111,978.90	208,896.82	355,379.25	529,333.68

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Éste indicador es una de las herramientas económicas importantes para comprobar la factibilidad en la realización de un proyecto mediante la aceptación de la propuesta con dos factores: VAN (Valor Actual Neto) debe ser mayor a 0 y TIR (Tasa Interna de Retorno) debe ser mayor que la TMAR.

El cálculo del VAN es importante debido a que pasa todos los valores proyectados del flujo de efectivo ya sea positivo o negativo al presente mientras que la TIR explica que a mayor porcentaje, mayor será la rentabilidad que se reciba mediante la comparación con la TMAR mismo que obtiene de la Tasa de Interés del Banco donde se realiza el préstamo (Corporación Financiera Nacional).

Véase en anexo # 19.

FLUJO 0		-\$ 661,735.10	
FLUJO 1		\$ 56,940.85	
FLUJO 2		\$ 111,978.90	
FLUJO 3		\$ 208,896.82	
FLUJO 4		\$ 355,379.25	
FLUJO 5		\$ 529,333.68	\$ 1,262,529.49

N (PERIODOS)			4 AÑOS
TMAR		10.21%	
VALOR ACTUAL NETO (VAN)		\$ 497,066.94	
TIR		18%	

Tabla 59: Cálculo TIR y VAN

3.6.6. Estados financieros proyectados

La proyección que se realizó en los estados financieros es a cinco años con variaciones porcentuales en cada año, por lo que se reflejan los gastos e ingresos totales anuales por concepto de venta de servicio, diferenciando la temporada alta y baja.

Tabla 60: Precio y costo de venta proyectados

PRECIO DE VENTA			
TEMPORADA BAJA			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	VENTA AÑO
1	1,950	\$ 5.50	\$ 10,734.47
2	2,340	\$ 6.00	\$ 14,051.36
3	2,691	\$ 6.50	\$ 17,504.56
4	3,095	\$ 7.00	\$ 21,662.55
5	3,559	\$ 7.00	\$ 24,911.93
TEMPORADA ALTA			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	VENTA AÑO
1	29,163	\$ 5.50	\$ 160,538.07
2	34,996	\$ 6.00	\$ 210,143.49
3	40,245	\$ 6.50	\$ 261,787.48
4	46,282	\$ 7.00	\$ 323,971.77
5	53,224	\$ 7.00	\$ 372,567.53
COSTO DE VENTA			
TEMPORADA BAJA			
AÑO	CANTIDAD	COSTO	VENTA AÑO
1	1,950	\$ 3.03	\$ 5,914.31
2	2,340	\$ 3.03	\$ 7,097.17
3	2,691	\$ 3.03	\$ 8,161.74
4	3,095	\$ 3.08	\$ 9,540.74
5	3,559	\$ 3.08	\$ 10,971.85
TEMPORADA ALTA			
AÑO	CANTIDAD	COSTO	VENTA AÑO
1	29,163	\$ 3.03	\$ 88,450.73
2	34,996	\$ 3.03	\$ 106,140.88
3	40,245	\$ 3.03	\$ 122,062.01
4	46,282	\$ 3.08	\$ 142,685.39
5	53,224	\$ 3.08	\$ 164,088.20

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Tabla 61: Proyección anual de servicios

CANTIDAD				
SERVICIOS	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	%
Temporada alta	2430	7291	29163	95%
Temporada baja	98	390	1950	5%
Total	2528	7681	31113	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.7. Balance general proyectado

El balance inicial de una organización es aquel que permite identificar el estado en el que se encuentra al empezar una actividad contable al inicio del año fiscal, mostrando el estado financiero y el patrimonio que posee.

Tabla 62: Balance inicial

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."				
BALANCE INICIAL				
ACTIVOS			PASIVOS	
Activo corriente			Pasivos	
Caja	\$ 45,100.10		NO CORRIENTES	
Total de activo corriente		\$ 45,100.10	Prestamos Bancarios	\$ 300,000.00
ACTIVOS FIJOS		\$ 916,635.00	Total de pasivo corriente	\$ 300,000.00
Equipo de Computación	\$ 1,750.00			
Equipo de Oficina	\$ 1,050.00		Patrimonio	
Maquinaria y Equipo	\$ 18,890.00			
Muebles y enseres	\$ 680.00		Capital	\$ 661,735.10
Edificio	\$ 894,265.00			
TOTAL ACTIVOS		\$ 961,735.10	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 961,735.10

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

El balance general proyectado a cinco años permite conocer el estado de activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa a lo largo de cinco años de operación de acuerdo a los datos proporcionados por la investigación de mercado realizada.

Tabla 63: Balance General

BALANCE GENERAL

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
DISPONIBLE	\$ 45,100.10	\$ 56,940.85	\$ 111,978.90	\$ 208,896.82	\$ 355,379.25	\$ 529,333.68
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	\$ 45,100.10	\$ 56,940.85	\$ 111,978.90	\$ 208,896.82	\$ 355,379.25	\$ 529,333.68
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de Computación	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	\$ 1,837.50	\$ 1,837.50
(-) Depreciación		\$ (583.33)	\$ (1,166.67)	\$ (1,750.00)	\$ (612.50)	\$ (1,225.00)
Equipo de Oficina	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
(-) Depreciación		\$ (105.00)	\$ (210.00)	\$ (315.00)	\$ (420.00)	\$ (525.00)
Maquinaria y Equipo	\$ 18,890.00	\$ 18,890.00	\$ 18,890.00	\$ 18,890.00	\$ 18,890.00	\$ 18,890.00
(-) Depreciación		\$ (1,889.00)	\$ (3,778.00)	\$ (5,667.00)	\$ (7,556.00)	\$ (9,445.00)
Muebles y enseres	\$ 680.00	\$ 680.00	\$ 680.00	\$ 680.00	\$ 680.00	\$ 680.00
(-) Depreciación		\$ (68.00)	\$ (136.00)	\$ (204.00)	\$ (272.00)	\$ (340.00)
Edificio	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00	\$ 894,265.00
(-) Depreciación		\$ (44,713.25)	\$ (89,426.50)	\$ (134,139.75)	\$ (178,853.00)	\$ (223,566.25)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 916,635.00	\$ 869,276.41	\$ 821,917.83	\$ 774,559.25	\$ 729,009.00	\$ 681,621.25
TOTAL DE ACTIVO	\$ 961,735.10	\$ 926,217.26	\$ 933,896.73	\$ 983,456.06	\$ 1,084,388.24	\$ 1,210,954.93
PASIVO						
15% Participación de Trabajadores		\$ -	\$ 4,232.55	\$ 15,061.62	\$ 33,943.26	\$ 57,052.12
22% Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 6,207.75	\$ 22,090.38	\$ 49,783.45	\$ 83,676.44
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 10,440.30	\$ 37,152.00	\$ 83,726.71	\$ 140,728.56
Obligaciones financieras l/p no reembolsable	\$ 300,000.00	\$ 281,365.06	\$ 260,827.50	\$ 238,193.05	\$ 213,247.63	\$ 185,755.28
TOTAL DE PASIVO NO CORRIENTE	\$ 300,000.00	\$ 281,365.06	\$ 260,827.50	\$ 238,193.05	\$ 213,247.63	\$ 185,755.28
TOTAL PASIVO	\$ 300,000.00	\$ 281,365.06	\$ 271,267.80	\$ 275,345.05	\$ 296,974.34	\$ 326,483.84
PATRIMONIO						
CAPITAL	\$ 661,735.10	\$ 661,735.10	\$ 661,735.10	\$ 661,735.10	\$ 661,735.10	\$ 661,735.10
Reserva legal		\$ -	\$ 2,821.70	\$ 10,041.08	\$ 22,628.84	\$ 38,034.75
Utilidad/Pérdida del ejercicio		\$ (16,882.90)	\$ 14,955.03	\$ 38,262.70	\$ 66,715.13	\$ 81,651.29
Utilidad/Pérdida acumulada			\$ (16,882.90)	\$ (1,927.87)	\$ 36,334.83	\$ 103,049.96
TOTAL PATRIMONIO	\$ 661,735.10	\$ 644,852.20	\$ 662,628.93	\$ 708,111.01	\$ 787,413.90	\$ 884,471.09
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 961,735.10	\$ 926,217.26	\$ 933,896.73	\$ 983,456.06	\$ 1,084,388.24	\$ 1,210,954.93

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.8 Indicadores Financieros

Tabla 64: Indicadores Financieros

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."						
INDICADORES FINANCIEROS						
ÍNDICES ADMINISTRATIVOS FINANCIEROS						
5 AÑOS						
INDICADOR DE LIQUIDEZ		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez Corriente	Liquidez corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	0.00	10.73	5.62	4.24	3.76
INDICADOR DE DEUDA						
Endeudamiento	Endeudamiento = Total de Pasivos/Total Activos	30%	29%	28%	27%	27%
INDICADOR DE RENTABILIDAD						
Margen de Utilidad Bruta	Margen de Utilidad Bruta = (Ventas - Costo de los bienes vendidos)/Ventas	45%	49%	53%	56%	56%
Margen de Utilidad Operativa	Margen de Utilidad Operativa = Utilidad Operativa/Ventas	8%	25%	35%	43%	44%
Margen de Utilidad Neta	Margen de Utilidad Neta = Utilidad Neta/Ventas	-10%	7%	14%	19%	21%
INDICADOR DE RENDIMIENTO						
Rendimiento de Inversión	Rendimiento de Inversión = Utilidad Operativa/Total Activo	1%	6%	10%	14%	15%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

3.6.9. Recuperación de la inversión

Tabla 65: Recuperación de la inversión

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."					
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
INVERSIÓN TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
661,735.10	56,940.85	111,978.90	208,896.82	355,379.25	529,333.68
	- 604,794.25	- 492,815.35	- 283,918.53	71,460.71	600,794.39

↓

LA INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO SE LO RECUPERA EN EL CUARTO AÑO

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Verónica Rivas De La Rosa

Conclusiones Financieras

El Parque Acuático “Splash” se considera viable de acuerdo al cálculo de la TIR que da un valor de 18% con base TMAR del 10,21%, aprobando la implementación del emprendimiento en la Comuna Libertador Bolívar, obteniendo una recuperación de la inversión en el cuarto año de operaciones. Mediante los indicadores financieros se comprobó que la posibilidad de cubrir las obligaciones a corto plazo es efectiva a partir del segundo año; así mismo el margen de utilidad neta se posiciona en el 7% en dicho año operativo.

Conclusiones

El tipo de investigación para la propuesta de creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar basado en el modelo de “*Urbano turístico concentrado*” ha dado resultados positivos para mejorar el desarrollo económico de la localidad en torno al aumento de turistas que permitirán dinamizar la economía en el sector, para beneficio de sus habitantes.

- El nivel de demanda turística que se genera en relación a este emprendimiento es positivo, estableciendo el 25,70% de posibles usuarios del parque acuático, debido a la expectativa que se genera no sólo en los habitantes de la comuna sino también en los turistas nacionales e internacionales; datos demostrados en el estudio de mercado realizado.
- La propuesta de creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar resulta viable, debido a que contiene filosofía empresarial, organización, productividad y estados financieros, que avalan la realización del emprendimiento, creando expectativas positivas debido a la posibilidad de incrementar la economía local. Además, mediante estrategias de inclusión se promueve la convivencia armónica del ser humano y el rescate cultural de la localidad, el valor agregado permitirá cumplir las expectativas del consumidor.

- Según los datos proyectados del análisis de mercado, se procede a la determinación de estructuras, espacios y servicios adicionales que se deben ofrecer al consumidor para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de relajación y diversión en un lugar diferente y acogedor junto a otras personas.

- Mediante la realización de los estados financieros se determina la factibilidad económica del proyecto, debido al resultado favorable obtenido mediante la TIR e Indicadores que establecen el apalancamiento de los costos y la recuperación de la inversión. Así también, la factibilidad ambiental, mediante la protección del entorno cercano, a través de estrategias como: reutilización del agua de piscinas para riego y concientización de los usuarios en cuidar y disfrutar de la naturaleza, con la utilización de basureros ecológicos.

Recomendaciones

Verificar los resultados de evaluación interna y externa de la empresa cada cierto periodo luego de comenzar las actividades operativas del parque acuático a fin de establecer nuevos objetivos, aplicar mejoras continuas y determinar posibles inversiones futuras.

- ✘ Actualizar los conocimientos de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores debido a que al pasar el tiempo es cambiante y la empresa debe ofrecer un valor agregado y expectativas cada cierto tiempo para conservar la fidelidad y aumentar la demanda de mercado.
- ✘ Identificar el cumplimiento por parte de los colaboradores de la filosofía empresarial establecida para asegurar el cumplimiento de los objetivos y proporcionar mejoras en caso de existir alguna anomalía.
- ✘ Realizar un análisis de campo al consumidor y estudio de mercados internacionales en determinado lapso de tiempo para mejorar la experiencia de los usuarios en las instalaciones, mediante la innovación de servicios e infraestructuras que den un ambiente fresco y nuevo para superar las expectativas de los individuos.
- ✘ Evaluar constantemente el rendimiento de la utilidad a fin de no caer en bancarrota o estado de pérdida en la empresa con bajas en los ingresos. Verificar el cumplimiento de las normas sociales en cuanto a los beneficios sociales de la comunidad y la preservación de la biodiversidad existente en el sector.

Bibliografía

- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Baños, C. C. (2008). Modelos Turísticos Locales. Análisis Comparado de Dos Destinos de la Costa Blanca. *Redalyc Org*.
- Beltrán, L. E. (2016). *Proyecto de Inversión para la Creación de un Parque Acuático en el Cantón Playas*. La Libertad.
- Benavides Tapia, M. P. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Servicios Recreativos Acuáticos en el Parque Bicentenario del Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha*. Quito.
- Calderón, Á. (2013). *Análisis de la Cadena del Turismo*. Ecuador.
- Castro, J. (23 de Abril de 2015). *Corponet*. Recuperado el 25 de Julio de 2018, de blog.corponet.com.mx/que-es-un-estado-de-flujo-de-efectivo-y-cuales-son-sus-objetivos
- Cazau, P. (2006). *Fundamentos de Estadística*. Buenos Aires.
- Ccaccya Bautista Diana. (2015). *Análisis de Rentabilidad de una Empresa*.
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. Quito.
- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida*. Quito.
- Consultor Tourism & Leisure. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2020*. Ecuador.
- Cragnaz, C. (2008). *Marketing 2.0*. Buenos Aires.
- Daft, R. L. (2011). *Teoría y Diseño Organizacional* (Décima Edición ed.). México: Cengage Learning.
- Economíasimple.net*. (2016). Recuperado el 23 de Julio de 2018, de Definición de Balance Inicial: <https://www.economiasimple.net/glosario/balance-de-apertura>
- El telégrafo*. (23 de Diciembre de 2017). Recuperado el 22 de Julio de 2018, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayas/1/comuna-libertador-bolivar-tiene-malecon-de-4-790-m2>
- EmprendePyme.net*. (2016). Recuperado el 2018 de Julio de 25, de Estado de Resultados: <https://www.emprendepyme.net/el-estado-de-resultados.html>
- Galeas, W. G. (2017). *Proyecto de Inversión Turística para la Construcción e Instalación de un Parque Acuático en el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola Provincia De Napo*. Puyo.
- García Ferrado. (2010). *Encuesta*.

- García García, J. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra. *Redalyc*, 4.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Juárez García, F. (2002). *Apuntes de Estadística Inferencial* (Primera Edición ed.). México: Printed in México.
- Lopera Echavarría, J. D. (2010). El Método Analítico Como Método Natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 17.
- Maldonado, F. (2015). Perspectivas Económicas 2015. *Core Bussiness*.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta Edición ed.). México: Pearson Educación.
- Maya, E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación* (Primera ed.). México: Delegación Coyoacán.
- Moncayo, G. (2013). *Plan Plurianual de Inversión Pública*.
- Olaechea, H. A. (2006). *Glosario Básico de Términos Estadísticos*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Opeturmo*. (18 de Febrero de 2017). Recuperado el 21 de Julio de 2018, de opeturmo.com/blog/es/2017/02/18/libertador-bolivar-santa-elena-ecuador/
- Organización Panamericana de Salud. (2013). *Guía Rápida para la Vigilancia Sanitaria del Agua*. República Dominicana.
- Ortega, B. R. (2015). *Diseño de un Producto Turístico Acuático en la Comunidad de Ayangue, Provincia de Santa Elena, Año 2015*. Santa Elena.
- Ponce Talancón, H. (2007). *La Matriz FODA: Alternativa de Diagnóstico y Determinación de Estrategias de Intervención de Diversas Organizaciones*. México: Enseñanza e Investigación en Psicología.
- Pulido Polo, M. (2015). Métodos y Técnicas de Investigación Científica. *Redalyc*, 14.
- R General. (23 de Diciembre de 2014). *Concepto Definición*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/recreacion/>
- R. Fontaine, E. (2008). *Evaluación Social de Proyectos* (Decimotercera ed.). México: Pearson Educación.
- Ramírez Ospina, D. (2014). Comportamiento del Consumidor Turístico. *Universidad Libre Colombia*.
- Rivadeneira Isaza, M. (2014). *Parque Acuático Temático de Durán*. Guayaquil.
- Rojas Villacura, N. (2016). *Manual del Emprendedor*. Chile: Universidad de Talca.
- Sancho, A. (2010). *Introducción al Turismo*.

Spendolini, M. J. (2011). *Procesos del Benchmarking*.

Thompson. (1998). *Dirección y Administración Estratégicas, Conceptos, casos y lecturas*. (Edición especial en español ed.). México: Mac Graw Hill Inter Americana y editores.

Todo Productos Financieros. (05 de Enero de 2018). Recuperado el 25 de Julio de 2018, de TIR y VAN: Cálculo y concepto: todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/

Viñarás, A. (2015). *Filosofía Corporativa y Valores de Marca como Ejes del Nuevo Paradigma Comunicativo*. España: Prisma Social.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	INDICADORES
<p>Propuesta de creación de un parque acuático para el desarrollo económico de la comuna Libertador Bolívar – Cantón Santa Elena - Provincia Santa Elena</p>	<p>¿La creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar incide en el desarrollo económico de la Provincia de Santa Elena?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Elaborar una propuesta para la creación de un parque acuático para mejorar el desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar.</p> <p>Tareas científicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Determinación a través de una investigación de mercado el nivel de demanda turística como mercado objetivo para el parque acuático en la 	<p>La creación de un parque acuático Comuna Libertador Bolívar incide de manera favorable en el desarrollo económico de la Provincia de Santa Elena.</p>	<p style="text-align: center;">Variable Independiente:</p> <p>Creación de un parque acuático.</p>	<p>Producto o servicio a brindar</p> <p>Demanda de mercado</p> <p>Oferta de servicios</p> <p>Mercado potencial</p> <p>Competidores directos e indirectos</p> <p>Posicionamiento y aceptación en el mercado</p>

		<p>Comuna Libertador Bolívar.</p> <p>☞ Diseño una propuesta de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar que genere valor agregado e impulse la inclusión y rescate de la cultura.</p> <p>☞ Determinación mediante un análisis de mercado los componentes de infraestructura que demandan las familias turísticas para un centro turístico acuático.</p> <p>☞ Demostración de la factibilidad financiera y ambiental para el proyecto recreacional acuático.</p>			<p>potencial</p> <p>Publicidad y estrategias de promoción</p> <p>Medios de información</p>
				<p>Variable Dependiente:</p> <p>Desarrollo económico</p>	<p>Calidad de vida</p> <p>Acceso a la sanidad</p> <p>Ingresos económicos</p> <p>Demanda turística</p> <p>Calidad y valor agregado del servicio a ofrecer</p> <p>Diferenciación de la competencia</p>

Anexo 2: Matriz Operacionalización

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<p>La creación de un parque acuático Comuna Libertador Bolívar incide de manera favorable en el desarrollo</p>	<p>Variable Independiente: Creación de un parque acuático.</p>	<p>La creación de un parque acuático está conformada por estructuras como piscinas, toboganes, juegos acuáticos, patio de comidas, áreas culturales y de descanso</p>	<p>Estudio de mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Producto o servicio a brindar * Demanda de mercado * Mercado potencial * Competidores directos e indirectos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El turismo en la Provincia es sectorizada y ofrece pocas propuestas recreativas. ✓ Las actividades recreativas deben estar enfocadas a la diversión de los niños. ✓ Entre los servicios recreacionales que demandan las familias de la 	<p>Cuestionario de Encuesta y Entrevista</p>

<p>económico de la Provincia de Santa Elena.</p>		<p>que servirá para brindar un servicio de calidad a los usuarios que acudan al mismo.</p>			<p>Provincia de Santa Elena se encuentran las actividades acuáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La Comuna Libertador Bolívar es un lugar primordial para la visita de turistas ✓ La Comuna Libertador Bolívar es considerada un sector turístico donde se disfruta de la playa y gastronomía. ✓ Es posible la creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar. ✓ La variedad de servicios que se ofrezcan es lo principal para asistir al parque acuático ✓ La infraestructura adecuada es lo principal para asistir al parque acuático. 	
--	--	--	--	--	---	--

					<ul style="list-style-type: none"> ✓ El servicio de calidad es lo principal para asistir al parque acuático. ✓ La seguridad es lo principal para asistir al parque acuático. 	
			Estrategia de mercado	<ul style="list-style-type: none"> * Posicionamiento y aceptación * Publicidad y promoción * Medios de información 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El uso de volantes publicitarias son apropiadas para publicitar al parque acuático ✓ Las impulsiones en fechas festivas y feriados son adecuadas para dar a conocer un parque acuático ✓ La implementación de paquetes promocionales en fechas festivas y 	<p style="text-align: center;">Cuestionario de Encuesta y Entrevista</p>

					feriados favorece la publicidad de un parque acuático.	
Variable Dependiente:	Desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar-Provincia de Santa Elena.	El desarrollo económico se da mediante diversas actividades productivas, agrícolas, industriales y turísticas los cuáles ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan dicho lugar.	Desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"> * Calidad de vida * Ingresos económicos * Demanda turística 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La creación de un parque acuático en la Comuna dinamiza la economía del lugar y brinda nuevos puestos de trabajo. ✓ La calidad de vida de los habitantes de la Comuna mejorará con la implementación del parque acuático. ✓ Los ingresos económicos son un factor primordial para la visita y el acceso al parque acuático. ✓ La demanda turística aumentará en la 	Cuestionario de Encuesta y Entrevista

					Comuna con la implementación del parque acuático	
			Innovación	<ul style="list-style-type: none"> * Calidad * Valor agregado * Diferenciación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La oferta gastronómica sana y equilibrada es ideal para un parque acuático ✓ La implementación de toboganes temáticos, dan un valor agregado en el parque acuático. ✓ La implementación de rampas para discapacitados da un valor inclusivo al parque acuático. ✓ La venta de souvenirs representativos de las culturas de la costa da un valor agregado al parque acuático. 	Cuestionario de Encuesta y Entrevista

Anexo 3: Entrevistas

Lic. Samuel Rendón–Dpto. Turismo Patrimonio y Cultura–Prefectura Santa Elena



Ing. Víctor Hugo López Trabes – Jefe Dpto. Turismo – GAD La Libertad





**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESTUDIO TT02VR-2018
ENTREVISTA A EXPERTOS**



Nombre del Entrevistado:			
Nombre del Entrevistador:		Rivas De La Rosa Verónica	
Lugar:		Dirección:	
Teléfono:		Fecha:	

Buenos días, tardes, noches, soy Verónica Rivas estudiante de la Carrera ADE de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy recabando información a personas expertas sobre temas importantes de interés, la información que usted nos brinde será de utilidad para la elaboración de una investigación. Pido total sinceridad.

1.- ¿Qué opinión le merece la oferta recreacional turística para las familias de la Provincia de Santa Elena?

.....

2.- ¿Qué servicios recreacionales cree usted que demandan las familias en el sector turístico de Santa Elena?

.....

3.- ¿Cuáles son los aspectos positivos de la oferta de servicios recreacionales en la Provincia de Santa Elena? (Profundizar)

.....

4.- ¿Cuáles son los aspectos negativos de la oferta de servicios recreacionales en la Provincia de Santa Elena? (Profundizar)

.....

5.- ¿Qué otros servicios ofrece la Provincia de Santa Elena en la parte recreacional y turística? Descríbalo por favor.

.....

6.- ¿Qué servicios se deben agregar en la oferta del sector turístico? Descríbalo por favor.

.....

7.- ¿Considera que la Comuna Libertador Bolívar es un sector importante para la visita de turistas? ¿Por qué?

.....
.....
.....

8.- ¿Qué servicios recreacionales cree usted que se aprovecha el entorno natural de la Comuna Libertador Bolívar? Describalo por favor.

.....
.....
.....

9.- ¿Qué otros servicios recreacionales pueden ofrecerse para aprovechar el entorno natural de la Comuna Libertador Bolívar? Describalo por favor.

.....
.....
.....

10.- ¿Qué opinión le merece la idea de crear un parque acuático temático en la Comuna Libertador Bolívar? Profundizar razones.

.....
.....
.....

11.- ¿Cree usted que la implantación de un emprendimiento ayudaría al desarrollo económico y turístico tanto de la Comuna como de la Provincia? ¿Por qué?

.....
.....
.....

12.- ¿Cuál cree que sería el nivel de apertura de los comuneros para creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar? Profundizar razones.

.....
.....
.....

13.- ¿Cuáles son los componentes que deben incluirse en el parque acuático de Libertador Bolívar para brindar un buen servicio recreacional? Profundizar razones.

.....
.....
.....

14.- ¿Si usted fuera un empresario qué servicios incluiría en el parque acuático temático de la Comuna Libertador Bolívar? Profundizar razones.

.....
.....
.....

15.- ¿Cuánto sería el valor monetario a cobrar por cada persona por el uso de las instalaciones?

.....
.....
.....

16.- ¿Cómo se imagina un parque acuático recreacional ideal? Describalo por favor.

.....
.....
.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5: Encuestas



Anexo 6: Modelo de Encuesta

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Buenos días, tardes, noches, soy Verónica Rivas estudiante de la Carrera ADE de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy recabando información sobre temas importantes de interés, la información que usted nos brinde será de utilidad para la elaboración de una investigación.

Algunas personas han opinado sobre centros de diversión familiares como los parques acuáticos. Yo le voy a leer algunas de esas opiniones. Por favor dígame cuán de acuerdo está usted con cada una de ellas, según esta escala: 1 es totalmente desacuerdo, 2 desacuerdos, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Marque su respuesta con una X en el recuadro correspondiente de acuerdo a su opinión.

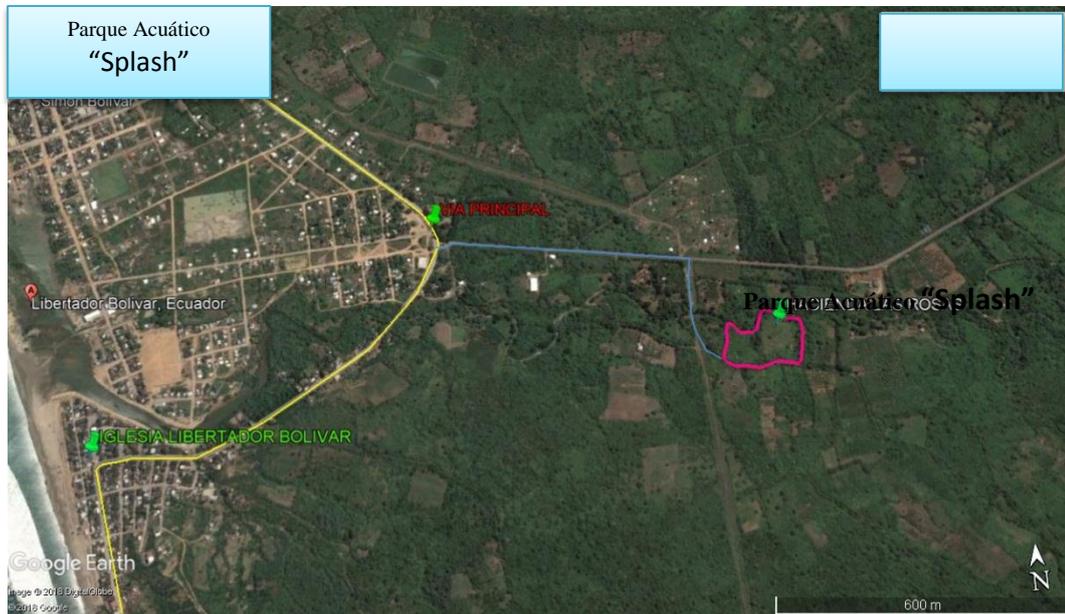
1	Totalmente desacuerdo
2	Desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

ÍTEMS	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		1	2	3	4	5
		Variable Independiente: Creación de un parque acuático. Dimensión 1: Estudio de mercado				
1	El turismo en la Provincia es sectorizada y ofrece pocas propuestas recreativas.					
2	Las actividades recreativas deben estar enfocadas a la diversión de los niños.					
3	Entre los servicios recreacionales que demandan las familias de la Provincia de Santa Elena se encuentran las actividades acuáticas.					
4	La Comuna Libertador Bolívar es un lugar primordial para la visita de turistas.					
5	La Comuna Libertador Bolívar es considerada un sector turístico donde se disfruta de la playa y gastronomía.					
6	Es posible la creación de un parque acuático en la Comuna Libertador Bolívar.					
7	La variedad de servicios que se ofrezcan es lo principal para asistir al parque acuático.					
8	La infraestructura adecuada es lo principal para asistir al parque acuático.					
9	El servicio de calidad es lo principal para asistir al parque acuático.					
10	La seguridad es lo principal para asistir al parque acuático.					

	Dimensión 2: Estrategia de mercado					
11	El uso de volantes publicitarias son apropiadas para publicitar al parque acuático					
12	Las impulsiones en fechas festivas y feriados son adecuadas para dar a conocer un parque acuático					
13	La implementación de paquetes promocionales en fechas festivas y feriados favorece la publicidad de un parque acuático.					
	Variable Dependiente: Desarrollo económico de la Comuna Libertador Bolívar-Provincia de Santa Elena.					
	Dimensión 1: Desarrollo económico					
14	La creación de un parque acuático en la Comuna dinamiza la economía del lugar y brinda nuevos puestos de trabajo.					
15	La calidad de vida de los habitantes de la Comuna mejorará con la implementación del parque acuático.					
16	Los ingresos económicos son un factor primordial para la visita y el acceso al parque acuático.					
17	La demanda turística aumentará en la Comuna con la implementación del parque acuático.					
	Dimensión 2: Innovación					
18	La oferta gastronómica sana y equilibrada es ideal para un parque acuático					
19	La implementación de toboganes temáticos, dan un valor agregado en el parque acuático.					
20	La implementación rampas para discapacitados da un valor inclusivo al parque acuático.					
21	La venta de souvenirs representativos de las culturas de la costa da un valor agregado al parque acuático.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 7: Ubicación 1 Parque Acuático



Anexo 8: Ubicación 2 Parque Acuático



Anexo 9: Gastos de Constitución

Para la constitución de la empresa deben cumplirse varios requisitos legales, dichos rubros se presentan continuación de manera detallada.

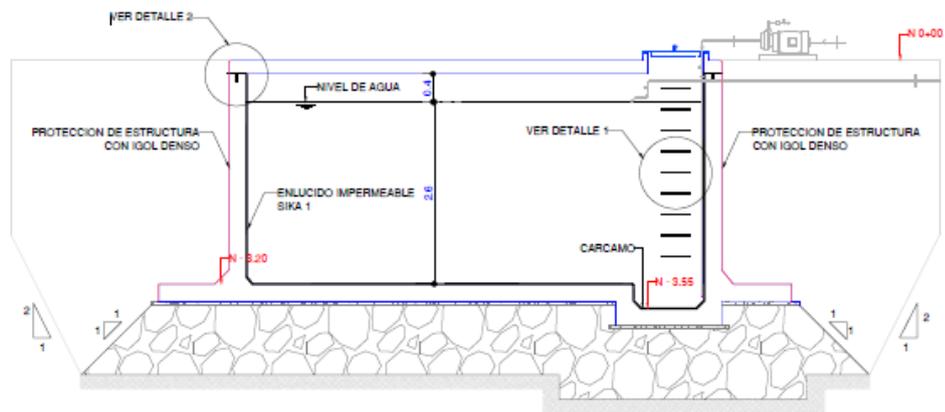
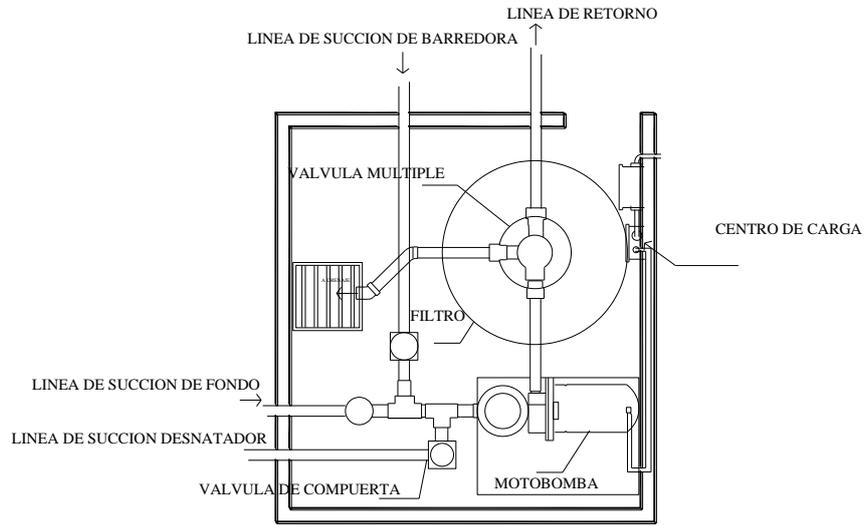
PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Movimiento de tierras	\$ 2,940.07
Estructura	\$ 27,170.09
Impermeabilización	\$ 2,786.92
Otros(Tapa galvanizada 0.92mx0.92m.e=4mm)	\$ 175.50
TOTAL GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 33,072.58

Anexo 10: Cisterna

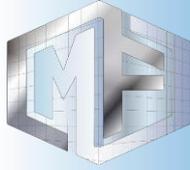
Una de las estrategias planteadas para el cuidado del medio ambiente es la reutilización del agua de las piscinas, misma que muchas veces debe mantenerse en un recipiente durante un tiempo determinado para que se desactiven los químicos utilizados y posteriormente regresarlo a la naturaleza, para esta acción se construye una cisterna y su costo de construcción se detalla a continuación:

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	VALOR
Pemisos de funcionamiento	\$ 300,00
Registro mercantil	\$ 150,00
Minuta de constitución	\$ 500,00
Copias	\$ 50,00
TOTAL GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.000,00

Anexo 11: Diseño de Cisterna



Anexo 12: Presupuesto de Construcción



VANESSA MARCELA FLORES DE LA ROSA
 INGENIERA CIVIL
 PLANOS DE CONSTRUCCION, PLANOS AS BUILT,
 SUPERVISION DE OBRAS, FISCALIZACION, CONTROL DE CALIDAD
 DIRECCION: LA LIBERTAD-BARRIO GENERAL ENRIQUEZ GALLO AV. 17 ENTRE CALLES 32 Y 34
 RUC: 0928501766001
 TELF: 042933293-0959175485



Cliente:					
Dirección: SANTA ELENA-LIBERTADOR BOLIVAR					
HACIENDA LAS ROSAS					
AREA DE PISCINA PARA NAVEGACION, ESFERAS ACUATICAS Y TOBOGAN					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO					
1.1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	1.386,67	\$ 1,20	\$ 1.664,00
					\$ 1.664,00
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
2.1	EXCAVACION A MAQUINA, INCLUYE DESALOJO	M3	2.661,42	\$ 9,99	\$ 26.587,55
2.2	RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO	M3	2.661,42	\$ 21,37	\$ 56.874,47
					\$ 83.462,03
ESTRUCTURA					
3.01	REPLANTILLO DE H.S 140 KG/CM2. e= 5 cm	m3	117,10	\$ 175,84	\$ 20.591,27
3.06	HORMIGON SIMPLE F'c=240KG/CM2. PISCINA	m3	964,25	\$ 343,89	\$ 331.594,33
3.08	ACERO DE REFUERZO FY= 4200KG/CM2	Kg	53.033,49	\$ 3,11	\$ 164.934,16
3.09	MALLA ELECTROSOLDADA φ 6 CADA 20CM PARA ACERA	m2	969,20	\$ 6,08	\$ 5.892,74
					\$ 523.012,50
REVESTIMIENTO					
5.1	CERAMICA PARA PISCINA NAUTILUS	m2	1.483,13	\$ 31,59	\$ 46.852,18
5.2	CERAMICA BORDE	m2	227,65	\$ 31,59	\$ 7.191,46
5.3	CERAMICA ANTIDESLIZANTE SOBRE ACERA	m2	969,20	\$ 26,56	\$ 25.741,95
5.4	IMPERMEABILIZACION /PROTECCION ESTRUCTURA EXTERNA DE PISCINA	m2	403,10	\$ 11,96	\$ 4.821,08
5.5	ENLUCIDO IMPERMEABLE DE PISCINA	m2	395,83	\$ 12,13	\$ 4.801,46
					\$ 89.408,13
INSTALACIONES HIDRAULICAS					
9.01	INSTALACIONES HIDRAULICAS	GBL	1,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
					\$ 2.500,00
INSTALACION ELECTRICA					
10.01	INSTALACION ELECTRICA	GBL	1,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
					\$ 2.000,00
SUBTOTAL 0,1					\$ 702.046,66
OTROS					
11.01	BOTES DE PEDAL CON CARPA	U	5,00	\$ 1.812,50	\$ 9.062,50
11.02	BOTES DE PEDAL	U	4,00	\$ 1.600,00	\$ 6.400,00
11.03	ESFERAS ACUATICAS IMPORTADAS DIAMETRO 1,50	U	4,00	\$ 457,50	\$ 1.830,00
11.04	ESFERAS ACUATICAS IMPORTADAS DIAMETRO 2,50	U	3,00	\$ 532,50	\$ 1.597,50
11.06	TOBOGAN	U	4,00	\$ 1.500,00	\$ 6.000,00
11.07	PALMERAS	U	25,00	\$ 750,00	\$ 18.750,00
					\$ 43.640,00
SUBTOTAL 1					\$ 745.686,66

AREA SOCIAL-RESTAURANTE

RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO					
1,1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	192,00	\$ 1,20	\$ 230,40
					\$ 230,40

MOVIMIENTO DE TIERRAS					
2,1	EXCAVACION A MANO	M3	26,98	\$ 18,81	\$ 507,57
2,2	RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO	M3	61,92	\$ 21,37	\$ 1.323,23
					\$ 1.830,80

ESTRUCTURA					
3,01	REPLANTILLO DE H.S 140 KG/CM2. e= 5 cm	m3	1,04	\$ 175,84	\$ 182,73
3,02	HORMIGON CICLOPEO CIMENTACION	m3	15,01	\$ 199,09	\$ 2.988,02
3,03	HORMIGON SIMPLE ZAPATA F'C=240 KG/CM2	m3	4,46	\$ 198,67	\$ 885,43
3,04	HORMIGON SIMPLE RIOSTRAS F'C=240 KG/CM2	m3	7,07	\$ 245,28	\$ 1.734,23
3,05	HORMIGON SIMPLE CONTRAPISO Y ACERA F'C=210KG/CM2 E= 10 cm	m2	69,88	\$ 10,76	\$ 751,90
3,06	HORMIGON SIMPLE F'C=240KG/CM2. COLUMNAS	m3	6,01	\$ 275,34	\$ 1.654,23
3,07	HORMIGON SIMPLE F'C=240 KG/CM2. VIGAS	m3	10,83	\$ 300,00	\$ 3.247,56
3,08	ACERO DE REFUERZO FY= 4200KG/CM2	Kg	3.333,14	\$ 3,11	\$ 10.366,07
3,09	MALLA ELECTROSOLDADA φ 6	m2	213,44	\$ 6,08	\$ 1.297,72
					\$ 23.107,89

MAMPOSTERIA					
4,1	MAMPOSTERIA DE BLOQUE PL9	m2	326,28	\$ 21,63	\$ 7.057,44
4,2	ENLUCIDO VERTICAL. INCLUYE FILOS	m2	604,56	\$ 15,30	\$ 9.246,75
4,4	CUADRADA DE BOQUETES	m	34,90	\$ 8,52	\$ 297,35
					\$ 16.601,53

REVESTIMIENTO DE PISOS, PAREDES Y TUMBADO					
5,2	CERAMICA EN PARED BAÑO	m2	30,22	\$ 31,59	\$ 954,65
5,3	TUMBADO	m2	170,52	\$ 20,46	\$ 3.488,90
5,4	PORCELANATO EN PISOS	m2	204,42	\$ 45,46	\$ 9.292,71
5,5	CERAMICA ANTIDESLIZANTE BAÑOS	m2	29,51	\$ 31,59	\$ 932,11
5,6	FACHALETA	m2	132,00	\$ 9,39	\$ 1.239,81
					\$ 15.908,18

PUERTAS Y VENTANAS					
6,1	VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO FIJA	m2	9,20	\$ 117,27	\$ 1.078,88
6,2	PUERTA DE MADERA + CERRADURA 0,70 X 2,00	U	18,00	\$ 250,00	\$ 4.500,00
					\$ 5.578,88

PINTURA					
7,1	PINTURA SUPERFICIE INTERIOR (INCLUYE EMPASTE)	m2	485,92	\$ 6,56	\$ 3.187,64
7,2	PINTURA EXTERIOR (INCLUYE EMPASTE)	m2	193,84	\$ 7,75	\$ 1.502,26
					\$ 4.689,90

CUBIERTA					
8,1	CUBIERTA DURAMIL (INCL. ESTRUCTURA DE METALICA)	m2	321,05	\$ 34,61	\$ 11.112,06
8,2	PERGOLA	m2	32,40	\$ 120,00	\$ 3.888,00
					\$ 15.000,06

INSTALACIONES SANITARIAS Y AGUAS LLUVIAS					
9,01	BAJANTE AGUA LLUVIA PVC (3")	m	33,75	\$ 5,98	\$ 201,83
9,02	CANALON H.A.	m	12,00	\$ 7,55	\$ 90,58
9,03	TUBERIA PVC DESAGUE 50MM (2")	m	12,00	\$ 11,46	\$ 137,52
9,04	TUBERIA PVC DESAGUE 110MM (4")	m	12,50	\$ 13,57	\$ 169,63
9,05	SALIDA DE AGUA POTABLE	PTO	22,00	\$ 18,72	\$ 411,84
9,06	PUNTO DE DESAGUE DE 2" PARA LAVABO / URINARIO	PTO	12,00	\$ 29,96	\$ 359,52
9,07	PUNTO DE DESAGUE DE 4" PARA INODOROS	PTO	6,00	\$ 37,82	\$ 226,92
9,08	TUBERIA PLASTIGAMA DE 3/4"	m	45,00	\$ 12,00	\$ 540,00
9,09	TUBERIA PLASTIGAMA DE 1/2"	m	11,00	\$ 8,93	\$ 98,23
9,1	LLAVES DE PASO	U	22,00	\$ 11,42	\$ 251,24
9,11	INODORO MARCA FV MODELO ISCHIA	U	6,00	\$ 200,00	\$ 1.200,00
9,12	LAVAMANOS DE PARED MARCA FV MODELO ROMA	U	6,00	\$ 100,00	\$ 600,00
9,13	Cajas de revisión 0,60 X 0,60 int. de hormigon armado con marco y contramarco metálico y tapa de hormigón armado.	U	12,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
					\$ 6.087,30

INSTALACION ELECTRICA					
10,01	LAMPARA TIPO OJO DE BUEY	U	18,00	\$ 21,55	\$ 387,90
10,02	LAMPARA FLOURESCENTE 3X32W	U	20,00	\$ 38,54	\$ 770,80
10,03	PUNTO DE ILUMINACION	PTO	38,00	\$ 36,79	\$ 1.398,02
10,04	PUNTO TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	6,00	\$ 45,37	\$ 272,22
10,05	ACOMETIDA ELECTRICA	m	300,00	\$ 10,80	\$ 3.240,00
					\$ 6.068,84

SUBTOTAL 0,2 **\$ 95.103,87**

OTROS					
11,01	MESAS MAS 4 SILLAS	U	8,00	\$ 156,25	\$ 1.250,00
11,02	PARASOLES	U	8,00	\$ 120,00	\$ 960,00
					\$ 2.210,00

SUBTOTAL 2 **\$ 97.313,87**

GARITA DE INGRESO Y BOLETERIA					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO					
1,1	REPLANTEO Y NIVELACION	M2	13,76	\$ 1,20	\$ 16,51
					\$ 33,22
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
2,1	EXCAVACION A MANO	M3	4,25	\$ 18,81	\$ 79,86
2,2	RELLENO COMPACTADO - MATERIAL DE MEJORAMIENTO	M3	2,12	\$ 21,37	\$ 45,27
					\$ 69,26
ESTRUCTURA					
3,01	REPLANTILLO DE H.S 140 KG/CM2. e= 5 cm	m3	0,10	\$ 175,84	\$ 17,23
3,02	HORMIGON CICLOPEO CIMENTACION	m3	0,69	\$ 199,09	\$ 137,07
3,03	HORMIGON SIMPLE ZAPATA F'C=240 KG/CM2	m3	0,38	\$ 198,67	\$ 75,10
3,04	HORMIGON SIMPLE RIOSTRAS F'C=240 KG/CM2	m3	0,41	\$ 245,28	\$ 100,07
3,05	HORMIGON SIMPLE CONTRAPISO Y ACERA F'C=210KG/CM2 E= 10 cm	m2	17,14	\$ 10,76	\$ 184,38
3,06	HORMIGON SIMPLE F'C=240KG/CM2. COLUMNAS	m3	1,08	\$ 275,34	\$ 298,36
3,07	HORMIGON SIMPLE F'C=240 KG/CM2. VIGAS	m3	0,86	\$ 300,00	\$ 257,04
3,08	ACERO DE REFUERZO FY= 4200KG/CM2	Kg	414,14	\$ 3,11	\$ 1.287,98
3,09	MALLA ELECTROSOLDADA ϕ 6	m2	17,39	\$ 6,08	\$ 105,70
3,10	PILARETES	m	2,00	\$ 12,29	\$ 24,58
					\$ 2.487,52
MAMPOSTERIA					
4,1	MAMPOSTERIA DE BLOQUE PL9	m2	48,31	\$ 21,63	\$ 1.044,86
4,2	ENLUCIDO VERTICAL. INCLUYE FILOS	m2	88,70	\$ 15,30	\$ 1.356,73
4,4	CUADRADA DE BOQUETES	m	23,70	\$ 8,52	\$ 201,92
4,5	MESON HORMIGON ARMADO	m	1,20	\$ 72,85	\$ 87,19
					\$ 2.690,70
REVESTIMIENTO DE PISOS, PAREDES Y TUMBADO					
5,2	CERAMICA EN PARED BAÑO	m2	6,01	\$ 31,59	\$ 189,73
5,3	TUMBADO	m2	5,39	\$ 20,46	\$ 110,19
5,4	PORCELANATO EN PISOS	m2	3,59	\$ 45,46	\$ 163,21
5,5	CERAMICA ANTIDESLIZANTE BAÑOS	m2	1,58	\$ 31,59	\$ 50,04
5,6	FACHALETA	m2	26,50	\$ 9,39	\$ 248,90
					\$ 762,07
PUERTAS Y VENTANAS					
6,1	VENTANA DE ALUMINIO Y VIDRIO FIJA	m2	3,58	\$ 117,27	\$ 419,36
6,2	PUERTA DE MADERA + CERRADURA 0.70 X 2.00	U	1,00	\$ 250,00	\$ 250,00
					\$ 669,36
PINTURA					
7,1	PINTURA SUPERFICIE INTERIOR (INCLUYE EMPASTE)	m2	22,68	\$ 6,56	\$ 148,81
7,2	PINTURA EXTERIOR (INCLUYE EMPASTE)	m2	30,72	\$ 7,75	\$ 238,11
					\$ 386,92
CUBIERTA					
8,1	CUBIERTA DURAMIL (INCL. ESTRUCTURA DE METALICA)	m2	5,39	\$ 34,61	\$ 186,41
					\$ 186,41
INSTALACIONES SANITARIAS Y AGUAS LLUVIAS					
9,01	BAJANTE AGUA LLUVIA PVC 110MM (3")	m	0,75	\$ 5,98	\$ 4,49
9,02	CANALON H.A.	m	1,76	\$ 7,55	\$ 13,28
9,03	TUBERIA PVC DESAGUE 50MM (2")	m	1,00	\$ 11,46	\$ 11,46
9,04	TUBERIA PVC DESAGUE 110MM (4")	m	3,00	\$ 13,57	\$ 40,71
9,05	SALIDA DE AGUA POTABLE	PTO	2,00	\$ 18,72	\$ 37,44
9,06	PUNTO DE DESAGUE DE 2" PARA LAVABO	PTO	1,00	\$ 29,96	\$ 29,96
9,07	PUNTO DE DESAGUE DE 4" PARA INODOROS	PTO	1,00	\$ 37,82	\$ 37,82
9,08	TUBERIA PLASTIGAMA DE 3/4"	m	4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
9,09	TUBERIA PLASTIGAMA DE 1/2"	m	3,00	\$ 8,93	\$ 26,79
9,1	LLAVES DE PASO	U	1,00	\$ 11,42	\$ 11,42
9,11	INODORO MARCA FV MODELO ISCHIA	U	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
9,12	LAVAMANOS DE PARED MARCA FV MODELO ROMA	U	1,00	\$ 100,00	\$ 100,00
					\$ 561,37

INSTALACION ELECTRICA					
10.03	LAMPARA TIPO OJO DE BUEY	U	5,00	\$ 21,55	\$ 107,75
10.04	PUNTO DE ILUMINACION	PTO	5,00	\$ 36,79	\$ 183,95
10.05	PUNTO TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	1,00	\$ 45,37	\$ 45,37
10.07	ACOMETIDA ELECTRICA	m	10,00	\$ 10,80	\$ 108,00
					\$ 445,07
SUBTOTAL 0,3					\$ 8.291,89
OTROS					
11.01	ISLAS	U	2,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
11.02	AREAS DE DESCANSO AMOBLADO	U	3,00	\$ 10.000,00	\$ 30.000,00
					\$ 31.000,00
SUBTOTAL 3					\$ 39.291,89
TOTAL SIN INCL. IVA					\$ 882.292,42

Anexo 13: Sueldos

Los sueldos tomados en cuenta al inicio de las operaciones se determinaron de acuerdo al cargo que posee cada integrante de la empresa.

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Fondo de Reserva	Total Año 1 Remuneración
Administrador General	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 800.00	\$ 389.00	\$ 400.00	\$ 1,166.40	\$ 799.68	\$ 13,155.08
Asistente Financiero	1	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ 450.00	\$ 389.00	\$ 225.00	\$ 656.10	\$ 449.82	\$ 7,569.92
Asistente Administrativo	1	\$ 450.00	\$ 5,400.00	\$ 450.00	\$ 389.00	\$ 225.00	\$ 656.10	\$ 449.82	\$ 7,569.92
Trabajador de limpieza 1	1	\$ 386.00	\$ 4,632.00	\$ 386.00	\$ 389.00	\$ 193.00	\$ 562.79	\$ 385.85	\$ 6,548.63
Trabajador de limpieza 2	1	\$ 386.00	\$ 4,632.00	\$ 386.00	\$ 389.00	\$ 193.00	\$ 562.79	\$ 385.85	\$ 6,548.63
Guardia de seguridad	1	\$ 386.00	\$ 4,632.00	\$ 386.00	\$ 389.00	\$ 193.00	\$ 562.79	\$ 385.85	\$ 6,548.63
Total	1	\$ 2,858.00	\$ 34,296.00	\$ 2,858.00	\$ 2,334.00	\$ 1,429.00	\$ 4,166.96	\$ 2,856.86	\$ 47,940.82

Anexo 14: Activos Fijos

En este espacio se detallan los activos que la empresa requerirá al inicio de sus actividades que forman parte de la inversión inicial para el capital de trabajo, estos activos se presentan con sus respectivas depreciaciones.

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."									
ACTIVOS FIJOS									
GRUPO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	
Infraestructura									
Equipo de Computación	3	Computadoras	500.00	1,500.00	3	33.33%	500.00	41.67	
Equipo de Computación	1	Impresora Multifuncional	250.00	250.00	3	33.33%	83.33	6.94	
Equipo de Oficina	1	Proyectores	500.00	500.00	10	10%	50.00	4.17	
Equipo de Oficina	1	Parlante y Microfono	200.00	200.00	10	10%	20.00	1.67	
Equipo de Oficina	1	Aire Acondicionado	350.00	350.00	10	10%	35.00	2.92	
Maquinaria y Equipo	5	Botes de Pedal con Carpa	1,812.50	9,062.50	10	10%	906.25	75.52	
Maquinaria y Equipo	4	Botes de Pedal	1,600.00	6,400.00	10	10%	640.00	53.33	
Maquinaria y Equipo	4	Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 1,50	457.50	1,830.00	10	10%	183.00	15.25	
Maquinaria y Equipo	3	Esferas Acuáticas Importadas Diámetro 2,50	532.50	1,597.50	10	10%	159.75	13.31	
Muebles y enseres	4	Escritorios y sillas	170.00	680.00	10	10%	68.00	5.67	
Edificio	1	Edificio	894,265.00	894,265.00	20	5%	44,713.25	3,726.10	
TOTALES				916,635.00			47,358.58	3,946.55	

Anexo 15: Tabla de Amortización

El préstamo bancario que se requiere para cubrir el capital social se realizará en el Banco Pacífico que brinda facilidades para emprendimientos y de tal préstamo se presenta la amortización Alemán.

TABLA DE AMORTIZACION				
BENEFICIARIO				
PRÉSTAMO		\$ 300,000.00		
AÑOS		10		
TASA DE INTERES		10.21%		
INTERES DEL PRESTAMO		\$ 192,649.36		
<u>CUOTA</u>	<u>DIVIDENDO</u>	<u>INTERES</u>	<u>CAPITAL</u>	<u>SALDO</u>
0				\$ 300,000.00
1	\$ 49,264.94	\$ 30,630.00	\$ 18,634.94	\$ 281,365.06
2	\$ 49,264.94	\$ 28,727.37	\$ 20,537.56	\$ 260,827.50
3	\$ 49,264.94	\$ 26,630.49	\$ 22,634.45	\$ 238,193.05
4	\$ 49,264.94	\$ 24,319.51	\$ 24,945.42	\$ 213,247.63
5	\$ 49,264.94	\$ 21,772.58	\$ 27,492.35	\$ 185,755.28
6	\$ 49,264.94	\$ 18,965.61	\$ 30,299.32	\$ 155,455.96
7	\$ 49,264.94	\$ 15,872.05	\$ 33,392.88	\$ 122,063.07
8	\$ 49,264.94	\$ 12,462.64	\$ 36,802.30	\$ 85,260.78
9	\$ 49,264.94	\$ 8,705.13	\$ 40,559.81	\$ 44,700.97
10	\$ 49,264.94	\$ 4,563.97	\$ 44,700.97	\$ 0.00
TOTALES	\$ 492,649.36	\$ 192,649.36	\$ 300,000.00	\$ 1,886,869.30

Anexo 16: Pagos Mensuales

PAGOS MENSUALES	
1	\$ 4,105.41
2	\$ 4,105.41
3	\$ 4,105.41
4	\$ 4,105.41
5	\$ 4,105.41
6	\$ 4,105.41
7	\$ 4,105.41
8	\$ 4,105.41
9	\$ 4,105.41
10	\$ 4,105.41
11	\$ 4,105.41
12	\$ 4,105.41
TOTAL	\$ 49,264.94

Anexo 17: Ingresos Adicionales

El servicio de alimentación y venta de suvenires estará encargado por los habitantes de la comuna, debido a que se les arrendarán las instalaciones para su posterior y correcto uso; dichos valores monetarios serán tomados en cuenta como otros ingresos para el parque acuático.

INGRESO POR ALQUILER			
Detalle	Cant	Mensual	Anual
Restaurant	2	\$ 2,000.00	\$ 48,000.00
Islas	2	\$ 250.00	\$ 6,000.00
TOTAL		\$ 2,250.00	\$ 54,000.00

Anexo 18: Estado de Resultados

En el estado de resultado se presenta los ingresos y egresos de las operaciones realizadas en la organización en un tiempo determinado, de esta manera se determina si al final del año fiscal se obtuvo utilidad o pérdida.

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."					
ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso del servicio	171,272.54	224,194.85	279,292.05	345,634.32	397,479.46
Ingreso por alquiler	54,000.00	62,100.00	71,415.00	78,556.50	78,556.50
(-) Costo del servicio	94,365.04	113,238.04	130,223.75	152,226.13	175,060.05
UTILIDAD BRUTA	130,907.50	173,056.81	220,483.30	271,964.69	300,975.92
Gastos administrativos					
Suministros de Oficina	336.00	336.00	346.08	346.08	356.46
Suministros de Limpieza	1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
Software	120.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Internet	600.00	600.00	618.00	618.00	618.00
Servicios Basicos	17,424.00	17,424.00	18,120.96	18,120.96	18,845.80
Gastos de Constitucion	1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sueldos Administrativos	27,444.92	27,444.92	30,189.41	30,189.41	31,698.88
Depreciación de activos	47,358.58	47,358.58	47,358.58	47,387.75	47,387.75
Total Gastos Administrativos	95,723.50	94,675.50	98,220.64	98,329.18	100,657.22
Gastos de servicios					
Sueldos operativos	19,066.90	19,066.90	20,973.59	20,973.59	22,022.27
Publicidad y movilización	2,370.00	2,370.00	2,464.80	2,464.80	2,464.80
Total Gastos de Servicios	21,436.90	21,436.90	23,438.39	23,438.39	24,487.07
Utilidad antes de Intereses e Imp.	13,747.10	56,944.40	98,824.27	150,197.12	175,831.62
(-) Gastos financieros					
Intereses bancarios	30,630.00	28,727.37	26,630.49	24,319.51	21,772.58
Utilidad antes de Impuestos	-16,882.90	28,217.03	72,193.78	125,877.60	154,059.04
(-)Utilidad Participación Trabajadores	0.00	4,232.55	10,829.07	18,881.64	23,108.86
(-)Impuesto a la Renta	0.00	6,207.75	15,882.63	27,693.07	33,892.99
(-)Reserva Legal	0.00	2,821.70	7,219.38	12,587.76	15,405.90
UTILIDAD NETA	-16,882.90	14,955.03	38,262.70	66,715.13	81,651.29

Anexo 19: Fijación de Precio

Para obtener el precio de ingreso a los usuarios a las instalaciones del parque acuático se llevan a cabo una serie de fórmulas, de esta manera se determina el precio para cubrir los costos de la empresa.

PARQUE ACUÁTICO "SPLASH CIA. LTDA."									
FIJACIÓN DE PRECIOS									
N°	DETALLES	COSTO DE PRODUCCIÓN				COSTO DE DISTRIBUCIÓN			
		COSTO PRIMO		CIF		GA	GV	GF	
		MPD	MOD	MPI	MOI				OTROS CIF
1	Movilización						1,200.00		
2	Volantes						90.00		
3	Tarjetas de presentación						120.00		
4	Prensa escrita						450.00		
5	Prensa Radial						360.00		
6	Banners						150.00		
7	Resmas A4					216.00			
8	Esferos (Cajas)					60.00			
9	Folders					60.00			
10	Software Contable					120.00			
11	Internet					600.00			
12	Agua potable (m3)	13,824.00							
13	Energía eléctrica (kHh)	3,600.00							
14	Implementos de Aseo y Limpieza	1,440.00							
15	Kit Medidor PH y Cloro	60.00							
16	Pastillas de cloro tabletas	79.20							
17	Satélite Flotador Dosificador de pastillas	60.00							
18	Clarificador Natural Biodegradable	96.00							
19	Cernidera Recogedor de Hojas	48.00							
20	Cepillo de Acero para Limpieza de Piscinas	90.00							
21	Aspiradora de ruedas para piscinas	100.00							
22	Mesas + 4 Sillas			1,250.00					
23	Parasoles			960.00					
24	Trabajador de limpieza 1		6,355.63						
25	Trabajador de limpieza 2		6,355.63						
26	Guardia de seguridad		6,355.63						
27	Interés bancario							49,264.94	
28	Gastos de constitución					1,000.00			
Total		\$ 19,397.20	\$ 19,066.90	\$ 2,210.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 2,056.00	\$ 2,370.00	\$ 49,264.94

	Costo primo	CIF	C.Distr.
Costo Primo+Cif+Costo de distribucion + otros gastos	38,464.10	2,210.00	53,690.94

Costo de Producción (Servicio)	40,674.10
---------------------------------------	-----------

Costo Total	94,365.04
--------------------	-----------

PUNTO EQUILIBRIO									
Distribución	PVU	CVU	MEZCLA/ VENTA	MARGEN RENTABI LIDAD	MARGEN DE CONTRIBU CION	UNIDADES	INGRESOS	COSTOS VARIABLES	UTILIDAD BRUTA
Parque Acuático	\$ 5.50	\$ 3.03	1.00	\$ 2.47	\$ 2.47	959	\$ 5,279.16	\$ 2,908.63	\$ 2,370.53
TOTAL			1.00	\$ 2.47	\$ 2.47	959	\$ 5,279.16	\$ 2,908.63	\$ 2,370.53

PARQUE ACUÁTICO "SPASH CIA. LTDA."
FIJACIÓN DE PRECIO

COSTO PRIMO	
MPD + MOD	
Materia prima directa	19,397.20
Mano de obra directa	19,066.90
Total costo primo	38,464.10

COSTO TOTAL	
COSTOS DE PRODUCCIÓN + COSTOS DE DISTRIBUCIÓN + OTROS GASTOS	
Costo de producción	40,674.10
Costo de distribución	53,690.94
Otros gastos	0.00
COSTO TOTAL	94,365.04

COSTO DE CONVERSIÓN	
MOD + CIF	
Mano de Obra Directa	19,066.90
CIF	2,210.00
Total Costo De Conversión	21,276.90

COSTO UNITARIO	
COSTO TOTAL / # DE UNIDADES PRODUCIDAS	
Costo Total	94,365.04
N. de Unidades Producidas	31,113.00
Total Costo Unitario	3.03

COSTO DE PRODUCCIÓN	
MPD + MOD + CIF	
Materia Prima Directa	19,397.20
Mano de Obra Directa	19,066.90
CIF	2,210.00
Total Costo De Producción	40,674.10

PRECIO DE VENTA TOTAL	
COSTO TOTAL + %	
Costo Total	94,365.04
0.82	76,907.50
Precio de Venta Total	171,272.54

COSTO DE DISTRIBUCIÓN	
G. DE ADM. + G. DE VENTAS + G. FINANCIEROS	
Gastos de Administración	2,056.00
Gastos de Ventas	2,370.00
Gastos Financieros	49,264.94
Total Costos de Distribución	53,690.94

PRECIO DE VENTA UNITARIO	
PRECIO DE VENTA TOTAL / # DE UNIDADES PRODUCIDAS	
Precio de Venta Total	171,272.54
Número de Unidades Producidas	31,113.00
Precio de Venta Unitario	5.50

GANANCIA POR UNIDAD	
PRECIO DE VENTA - COSTO UNITARIO	
PRECIO DE VENTA	5.50
COSTO UNITARIO	3.03
GANANCIA POR UNIDAD	2.47