



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENISULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE
ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2022.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Kenneth Wilmer Reyes Suárez

LA LIBERTAD - ECUADOR

SEPTIEMBRE – 2022



TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE
ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2022.**

AUTOR:

Reyes Suárez Kenneth Wilmer

TUTOR:

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

Resumen

La presente investigación surgió de la problemática existente dentro de la comuna San Vicente, donde no existe oferta de lugar o espacio de recreación que sirva de atractivo para los habitantes y turistas, ocasionando una demanda insatisfecha del mercado. Para ello, se plantea el objetivo de realizar un estudio de mercado para la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, así como también identificar la oferta que existe dentro de la comunidad y el nivel que demandan los mismos, además, de analizar los factores del entorno para el desarrollo del proyecto y determinar la viabilidad que este tiene para proponer un diseño del parque acuático, donde para ello, se consideró a la población como objeto de estudio a los habitantes de la comunidad y personas de exteriores considerados turistas, considerando como técnica de recolección de datos dos tipos de encuestas para cada muestra, no obstante, la finalidad de ambas es la misma. Los resultados fueron pertinentes y concretos donde se cumplieron los objetivos planteados, además, los datos recolectados por ambas muestras indicaron que es factible su implementación dentro de la comuna, y que esta cuenta con los factores y condiciones necesarias para su ejecución, donde, además, el nivel de aceptación fue favorable.

Palabras claves: Estudio de mercado, oferta, demanda, parque acuático.



TOPIC:

**MARKET STUDY FOR THE CREATION OF A WATER PARK IN THE
COMMUNE OF SAN VICENTE, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR
2022.**

AUTOR:

Reyes Suárez Kenneth Wilmer

TUTOR:

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

Abstract

The present investigation arose from the existing problem within the San Vicente commune, where there is no offer of a place or recreation space that serves as an attraction for the inhabitants and tourists, causing an unsatisfied market demand. For this, the objective of carrying out a market study for the creation of a water park in the San Vicente commune is proposed, as well as identifying the offer that exists within the community and the level that they demand, in addition to analyzing the factors of the environment for the development of the project and determine the feasibility that this has to propose a design of the water park, where for this, the population was considered as an object of study, the inhabitants of the community and people from outside considered tourists, considering two types of surveys for each sample as a data collection technique, however, the purpose of both is the same. The results were pertinent and concrete where the proposed objectives were met, in addition, the data collected by both samples indicated that its implementation within the commune is feasible, and that it has the necessary factors and conditions for its execution, where, in addition, the level of acceptance was favorable.

Keywords: Market study, supply, demand and water park.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de profesor tutor del trabajo de titulación: **“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022”**, elaborado por el Sr. **Kenneth Wilmer Reyes Suárez**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual apruebo en todas las partes.

Atentamente



Lcd. Eduardo Pico Gutiérrez MSc.

PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

En el presente Trabajo de Titulación con el Título de “**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Kenneth Wilmer Reyes Suárez**, con cédula de identidad número **2400166001**, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



KENNETH WILMER REYES SUÁREZ

C.C No.: 240016600-1

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por prestarme vida y seguir conviviendo día a día con las personas que más quiero. Además, que gracias a él he logrado superar con éxito todos los obstáculos que se me han presentado en mi corta vida, y por darme fortaleza e inteligencia para desarrollar con éxito esta investigación.

A mis padres, por su constante apoyo incondicional a lo largo de mi vida quienes me han motivado día a día a superarme en lo personal y académico. A mi familia, que gracias a ellos me veo incentivado a alcanzar grandes metas.

A los profesores que durante mi carrera académica me han brindado los conocimientos necesarios para mi formación profesional, que con paciencia y dedicación dieron cátedra en las aulas de clases. En especial a mi tutor, quien fue guía y pieza clave para la elaboración de este trabajo de integración curricular.

Y a mis compañeros y demás personas, con quienes tuve la oportunidad crear lazos de amistad mostrándome su apoyo y la calidad de personas que son, quienes me dedicaban mensajes positivos.

Kenneth Reyes Suárez

DEDICATORIA

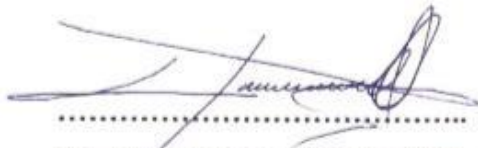
El presente trabajo de investigación, se lo dedico principalmente a Dios a quien le he tenido fe y confianza en cada toma de decisión para bien que he tomado.

A mi papá y mi mamá, por ser los pilares fundamentales de mi vida, por haberme formado con valores, principios y con ganas de superarme, ya que ellos son mi inspiración y por quienes me propongo día a día a ser una mejor persona.

A las demás personas que confiaron en mi capacidad para desarrollar el presente trabajo, en especial a esa persona quien me alentó a seguir con mi trabajo a quien le guardo mucho cariño.

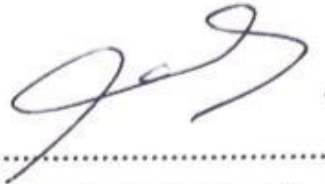
Kenneth Reyes Suárez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Lic. José X. Tomalá Uribe, MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.

PROFESORA ESPECIALISTA



Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

PROFESOR TUTOR



Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.

PROFESORA GUÍA DE LA UIC

Sandra Saltos B
.....

Lcda. Sandra Saltos Burgos

SECRETARIA

Índice

Introducción	1
Capítulo I.....	6
Marco teórico	6
1.1. Antecedentes	6
1.2. Bases teóricas	10
1.2.1. Estudio de Mercado	10
<i>1.2.1.1. Oferta</i>	11
1.2.1.1.1. Producto	12
1.2.1.1.2. Precio	13
<i>1.2.1.2. Demanda</i>	14
1.2.1.2.1. Competencia	15
1.2.1.2.2. Preferencias	16
<i>1.2.1.3. Segmentación de mercado</i>	17
1.2.1.3.1. Posicionamiento	18
1.2.1.3.2. Diversificación	19
1.2.2. Parque acuático	20
<i>1.2.2.1. Idea de negocios</i>	21
1.2.2.1.1. Emprendimiento	22
1.2.2.1.2. Innovación	23
1.2.2.1.3. Creatividad	23
<i>1.2.2.2. Recursos</i>	24
1.2.2.2.1. Materiales	24
1.2.2.2.2. Tecnológicos	25
1.2.2.2.3. Financieros	25
<i>1.2.2.3. Factores del entorno</i>	26
1.2.2.3.1. Sociales	26
1.2.2.3.2. Culturales	26
1.2.2.3.3. Ambientales	27
1.3. Fundamentos legales	27
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador	27
1.3.2. Municipio de Santa Elena	28
1.3.3. Permiso de cuerpo de bomberos	28
1.3.4. Comuna San Vicente	29
Capítulo II	30

Metodología	30
2.1 Tipo de investigación	30
2.2 Métodos de investigación	31
2.3 Población y muestra	32
2.3.1. Población	32
2.3.2. Muestra	33
2.4 Diseño de recolección de datos	34
Capítulo III	36
Resultados y discusión	36
3.1 Análisis de datos de encuesta a habitantes de la comuna	36
3.2 Análisis de datos de encuesta a turistas	50
3.3 Discusión	64
Conclusiones	65
Recomendaciones	66
Apéndice	70

Índice de tablas

Tabla 1: Población de estudio de la comuna San Vicente	32
Tabla 2: Población de estudio Turistas.....	33
Tabla 3: Muestra de estudio	33
Tabla 4: Muestra de estudio	34
Tabla 5 Edad	36
Tabla 6 Género.....	37
Tabla 7 La comuna San Vicente puede ofertar un sector recreativo	38
Tabla 8 Actividad recreativa que demandan las familias	39
Tabla 9 Preferencia de servicios.....	40
Tabla 10 Posicionamiento geográfico de la comuna	41
Tabla 11 Variedad de servicios	42
Tabla 12 Posibilidad de crear el parque acuático	43
Tabla 13 Ayudará al desarrollo de la comuna la creación del parque acuático.....	44
Tabla 14 Prioridad de uso de las redes sociales.....	45
Tabla 15 Incentiva a los habitantes a emprender un negocio.....	46
Tabla 16 Generación de demanda turística.....	47
Tabla 17 Valor agregado por la venta de souvenirs.....	48
Tabla 18 Afectación del entorno ambiental.....	49
Tabla 19 Edad turistas.....	50
Tabla 20 Género de turistas.....	51
Tabla 21 Santa Elena ofrece pocas propuestas recreativas	52
Tabla 22 Frecuencia con la que visita lugares recreacionales.....	53
Tabla 23 Con quien visita lugares turísticos.....	54
Tabla 24 Conocen un parque acuático dentro de la provincia Santa Elena.....	55
Tabla 25 Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente	56
Tabla 26 Perspectiva de la idea de negocio	57
Tabla 27 Preferencias de servicios	58
Tabla 28 Precio a pagar.....	59
Tabla 29 Ultima vez que visitó un parque acuático	60
Tabla 30 Valor inclusivo.....	61
Tabla 31 Medio de publicidad.....	62
Tabla 32 Tipos de ofertas y promociones.....	63
Tabla 33 Matriz de consistencia.....	71
Tabla 34 Matriz de operacionalización de las variables	72
Tabla 35 Cronograma.....	82

Índice de figuras

Figura 1 Edad de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente.....	36
Figura 2 Género de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente	37
Figura 3 La comuna San Vicente puede ofertar un sector recreativo	38
Figura 4 Actividad recreativa que demandan las familias	39
Figura 5 Preferencias de servicios	40
Figura 6 Posicionamiento geográfico de la comuna	41
Figura 7 Variedad de servicios	42
Figura 8 Posibilidad de crear el parque acuático	43
Figura 9 Ayudará al desarrollo de la comuna la creación del parque acuático	44
Figura 10 Prioridad de uso de las redes sociales	45
Figura 11 Incentiva a los habitantes a emprender un negocio	46
Figura 12 Generación de demanda turística	47
Figura 13 Valor agregado por la venta de souvenirs	48
Figura 14 Afectación del entorno ambiental	49
Figura 15 Edad de los turistas encuestados	50
Figura 16 Género de los turistas encuestados.....	51
Figura 17 Santa Elena ofrece pocas propuestas recreativas.....	52
Figura 18 Frecuencia con la que visita lugares recreacionales	53
Figura 19 Con quien visita lugares turísticos	54
Figura 20 Conocen un parque acuático dentro de la provincia Santa Elena	55
Figura 21 Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente	56
Figura 22 Perspectiva de la idea de negocio.....	57
Figura 23 Preferencias de servicios.....	58
Figura 24 Precio a pagar	59
Figura 25 Ultima vez que visitó un parque acuático.....	60
Figura 26 Valor inclusivo.....	61
Figura 27 Medio de publicidad	62
Figura 28 Tipos de ofertas y promociones	63
Figura 29 Primera tutoría	81
Figura 30 Segunda tutoría	81

Introducción

En un mundo donde la sociedad pone a las personas bajo situaciones de estrés por las diversas actividades que realizan, ya sea en sus estudios, trabajo o acciones cotidianas, es necesario pasar un rato de diversión y entretenimiento personal, entre amigos o familiares, por esto, emprendedores optan por dar soluciones a las necesidades que tiene la sociedad mediante proyectos enfocados en la creación de espacios que sirvan de pasatiempo y distracción personal o familiar.

En Ecuador existen diversos lugares que son de atracción para las personas, así mismo, dentro de la provincia de Santa Elena, existe una gran variedad de estos lugares que la convierten en un destino turístico, empezando por sus zonas costeras, balnearios, y paisajes naturales, hasta tal punto que es considerada la provincia como una de las capitales con mayor potencial de desarrollo turístico, y esto se ve reflejado en el aumento considerado de turistas que llegan o pasan por la conocida ruta del spondylus, el cual brinda grandes posibilidades de desarrollo mediante la implementación de emprendimientos innovadores

El estudio de mercado para la creación de un parque acuático surge de la necesidad identificada entre habitantes de la comuna y turistas, que buscan un lugar o espacio de recreación que brinde experiencias únicas en este tipo de instalaciones con una variedad de servicios y demás actividades que permitan un disfrute dentro de la Comuna San Vicente, comunidad que da paso a los turistas a las zonas costeras, actividad que al mismo tiempo puede generar un beneficio en el desarrollo económico de la comunidad y un impulso turístico del sector.

En el **planteamiento del problema**, se indica que en Ecuador, si bien es cierto, existen diversos lugares de atractivo turístico dedicados a brindar un espacio de relajamiento y entretenimiento, entre ellos sus zonas costeras, sus montañas y sus selvas, así mismo se han creado espacios artificiales en lugares donde se identifica que no existe actividad turística, y se ha optado por crear por ejemplo los parques acuáticos, que mediante el turismo se puede generar un desarrollo social y económico del sector donde se encuentre ubicado.

Por ende, de tal manera con lo expresado, dentro de la provincia Santa Elena existen comunidades que no registran actividades turísticas. Una de estas es la comuna San Vicente ubicada en la provincia de Santa Elena, que es una de las primeras comunas por donde pasan los turistas locales y extranjeros dando paso a la reconocida ruta del spondylus. El problema radica en que no existe negocio o lugar alguno que brinde algún espacio de entretenimiento, gozar de la historia de la comuna o un lugar de atracción turística que sirva de pasatiempo ya sea entre amigos, familiares o de manera individual.

La creación de un parque acuático dentro de la provincia de Santa Elena es primordial para contribuir con el crecimiento del desarrollo social, turístico y económico del sector donde desea implementar, en este caso, beneficiando a los habitantes de la comuna San Vicente mediante la demanda turística que se desea obtener con este proyecto. Para esto, es necesario realizar un estudio de mercado para establecer el nivel de aceptación que tendrá, las condiciones en que se encuentra el mercado y el posible crecimiento de la comuna.

Debido a lo planteado anteriormente, se formula **el problema** mediante la siguiente interrogante para dar continuidad a la investigación: ¿De qué manera un estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente?

Por lo consiguiente, para dar respuesta a la interrogante de investigación planteada, se definieron los siguientes objetivos. Seguidamente, se plantea el **objetivo general**:

- ✚ Realizar un estudio de mercado para la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena.

Así mismo, para obtener resultados concretos, exactos y precisos, se establecieron los objetivos específicos, mismos que son necesarios plantearlos porque servirán para el logro y cumplimiento del objetivo general, por ende, se consideraron tres objetivos que a partir de ellos se desarrollará el trabajo de investigación. A continuación, se plantean los **objetivos específicos**:

- ✚ Identificar la oferta y demanda que existe dentro de la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena.
- ✚ Analizar los factores del entorno para el desarrollo del proyecto en la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena.
- ✚ Proponer el diseño del parque acuático para la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena.

En base a lo manifestado, este trabajo tiene como **justificación** que, la realización de este trabajo investigativo, que propone realizar un estudio de mercado para la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena que está compuesta por piscinas, patio de comida, bar, toboganes, resbaladeras y espacios de convivencia social, se realiza con la finalidad de ofrecer un espacio de relax y entretenimiento a personas de la provincia, de la comuna y visitantes locales o extranjeros que buscan pasar momentos de relajación entre amigos, familiares e incluso solos.

El parque acuático, aparte de brindar a las personas un lugar de entretenimiento y satisfacer sus necesidades, también beneficiará el crecimiento en el desarrollo social, turístico y económico de la localidad, debido a que la demanda existente, se puedan generar opciones de emprendimientos que busquen satisfacer las necesidades de los visitantes con negocios o puestos de trabajos dentro o fuera del parque acuático.

El presente estudio se basa en un tipo de investigación descriptivo con un enfoque cuantitativo utilizando métodos como el analítico e inductivo, considerando como técnica de recolección de datos la encuesta.

Teniendo en cuenta lo manifestado anteriormente, se plantea la siguiente **idea a defender:**

El estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena.

Las variables comprendidas en el presente trabajo de investigación son las siguientes:

Variable Independiente: Estudio de mercado.

Variable Dependiente: Parque acuático

La estructura del presente tema de trabajo de titulación se desarrolla de esta manera:

El **capítulo I** está constituido por los antecedentes y bases teóricas que en conjunto hacen el marco teórico donde se detallan cada una de las variables, dimensiones e indicadores con el desarrollo de las conceptualizaciones relacionadas a la temática.

Así como también se encuentran los fundamentos legales.

Dentro del **capítulo II** se encuentra toda la metodología de estudios como los métodos, tipos de investigación, diseño de muestreo y las técnicas de recolección de datos para así apoyar a la propuesta y alternativas para adoptar a la problemática.

Así mismo, dentro del **capítulo III** se presentan los resultados de la investigación, el análisis de datos y discusión, con las limitaciones encontradas y alcanzadas, también la propuesta del diseño del parque acuático para la comuna San Vicente.

Finalmente, se detallan las conclusiones a lo que se llegó este trabajo de investigación con sus respectivas recomendaciones del mismo.

Capítulo I

Marco teórico

1.1. Antecedentes

Para la creación de negocios es necesario realizar un estudio de mercado para conocer la situación actual del lugar donde se desea implementar dicho proyecto, por ende, este tema ha sido tratado por varios autores que buscan establecer indicadores que sirvan de base para la realización de diagnósticos del mercado. De acuerdo a lo expresado se procede a citar a varios autores.

Según explica Rivas De la Rosa (2019) en su tesis de grado denominado *“Propuesta de creación de un parque acuático para el desarrollo económico de la comuna Libertador Bolívar, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena”* donde se planteó el objetivo de diseñar una propuesta que impulse al desarrollo de la comunidad, debido a que no existe sitio, lugar o centros recreativos en el mismo lugar que posee una demanda turística considerable, por ende, basándose en el problema, que si la creación de un parque acuático incide en el desarrollo económico de la Comuna, se llegó a resultados que, mediante la aplicación de encuestas, los individuos se muestran a favor de la elaboración de la propuesta, así también 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 y para beneficio de sus habitantes, por ende, este trabajo incentiva a seguir con la ejecución de este proyecto.

De la misma manera, manifiesta Gómez Arrebalo (2019) en tu trabajo de investigación titulado “*Propuesta para la creación de un parque acuático en el sector “ruta del Río”, cantón Quevedo, provincia de Los Ríos*” con la finalidad de generar una propuesta para la efectuación de este proyecto dentro de aquel sector, que genere beneficio en el desarrollo social, económico y turístico del sector, ofreciendo a los habitantes y turistas un lugar de distracción o recreación, sabiendo que existe un alto índice de demanda el cual se desea satisfacer y así obtener rentabilidad de los mismos. Esto debido a la problemática que hay sobre la inexistencia de propuestas similares a esta que satisfagan la demanda turística y de la misma manera a los habitantes del cantón que optan por visitar cantones vecinos para pasar un momento de diversión u ocio, lo cual provoca que los inversionistas no se vean atraídos a invertir en el cantón. De la misma manera, se utilizó un tipo de investigación de diagnóstico situacional, el cual se llevó a cabo mediante visitas de campo para determinar la situación en la que se encontraba el sector, e identificar los servicios básicos existentes que sirvan para la implementación del proyecto. Por ende, mediante encuestas y análisis económicos se llegó a los resultados de que la aceptación de la demanda es del 95,75%, además que los encuestados manifestaron que los principales servicios turísticos que desean encontrar en el sector, son piscinas, cancha sintética y bar-restaurante. En conclusión, la ruta del Río del cantón Quevedo, se encuentra en un sector idóneo para llevar a cabo la implementación de la creación del parque acuático y que, mediante un análisis económico, sé identificó que este proyecto es rentable y se podrá recuperar la inversión en su primer año de financiamiento según los datos.

Así mismo, Olivero Sánchez & Montesdeoca Peralta (2018) menciona en su artículo titulado “*Propuesta de un complejo turístico en la Parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena*” que tuvo como objetivo proponer un espacio que sirva de atracción tanto para los turistas como para los mismos habitantes de la parroquia. Sin embargo, para generar la propuesta se debe realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Chanduy, donde se podrá identificar con que elementos naturales y autóctonos cuenta la parroquia, que en conjunto pueden atraer turismo rentable y que eso puede generar beneficios para la parroquia, tales como generar fuentes de empleos a los comuneros mediante la construcción de la infraestructura que tendrá el complejo y así poder mejorar la calidad de vida de sus comuneros. Teniendo como punto de investigación la problemática existente, sobre la falta de un complejo, sector o espacio turístico que sirva de atracción, ocasiona que la parroquia no incentive a las personas a que la visiten, por ende, para la ejecución de la investigación, se utilizó una metodología descriptiva y explicativa donde permitió interpretar los fenómenos principales del problema para luego desarrollar las estrategias adecuadas para generar la propuesta, donde para el levantamiento de información se utilizaron instrumentos como la entrevista y encuestas dirigidas a la muestra donde se concluyó que, existe un mercado potencial insatisfecho frente a la oferta actual, determinando de esta manera la viabilidad del proyecto, además que la parroquia cuenta con áreas geográficas favorables para la implementación del complejo y, el nivel de aceptación por parte de los habitantes es favorable para su ejecución por lo tanto se busca convertir a la parroquia Chanduy como un destino turístico.

Y, por último, Montilla Pacheco et al. (2020) en su artículo denominado *“Diagnostico preliminar de la factibilidad de creación de un parque acuático recreacional en la ciudad de manta”* donde su objetivo es realizar un diagnóstico sobre la factibilidad que existe para la implementación de este proyecto en aquella ciudad, teniendo como registro de que los parques acuáticos brindan un lugar de esparcimiento y diversión, ya que cuentan con bares, restaurantes, canchas, toboganes, etc., los mismos que generalmente son visitados por turistas y por los mismo habitantes del sector, especialmente en grupos de familias y amigos que buscan un pasatiempo, y que este mismo, pueda contribuir en el mejoramiento del sector turístico y en el desarrollo social, cultural y económico de la ciudad. Teniendo como base la problemática existente, sobre la inexistencia de un lugar, espacio o instalaciones recreacionales, ocasiona que la ciudad no se desarrolle, tanto en lo social, turístico y económico, por ende, utilizando una metodología de diagnóstico de la situación actual del sector, y mediante un cuestionario de preguntas aplicadas a su muestra de estudio, se destacó que la creación de este parque acuático en la ciudad de Manta tendrá un impacto positivo en el incremento de las actividades turísticas y recreacionales, además de generar más puestos de trabajo, es decir, que la mayoría de los encuestados, un 70% de los mismos, ven favorable la implementación de este proyecto en la zona ya que no existe alguna instalación similar y porque lo ven novedoso y atractivo para los habitantes y turistas que visitan la ciudad. En conclusión, este tipo de infraestructura es necesaria para fortalecer la oferta turística de la ciudad de Manta, y generar un crecimiento social, turístico y económico.

1.2. Bases teóricas

Para entender mejor el tema de investigación, es necesario conocer la conceptualización de las variables y sus derivados, para saber el direccionamiento que desea llegar el proyecto, por ende.

1.2.1. Estudio de Mercado

La investigación de mercado según lo manifestado por Merino Sanz et al. (2015) facilita la recolección de información pertinente y actualizada del entorno. Por tanto, su objetivo es recopilar información que sirva de base para la toma de decisiones. De hecho, no se le debe considerar como la solución a problemas empresariales, sino como un instrumento más que permita minimizar riesgos. Por ende, realizar un estudio del mercado, permitirá conocer la situación actual en la que se encuentra el entorno, saber cuáles son los factores que influyen en el proyecto y los recursos que necesitará el mismo.

De la misma manera, Marte Alvarado & Tejada Betancourt (2019) indican que la investigación de mercado nos permite conocer la realidad de una situación, que debe ser analizado en el tiempo determinado, para dar solución de la problemática existente, en la cual no existe una certeza, o queremos estar seguros o deseamos obtener la mejor alternativa dentro de las posibilidades que surgen dentro del mercado del cual está enfocado el proyecto que se desea implementar. Además, también se tendrá una perspectiva por parte de los clientes sobre sus necesidades, y así poder determinar las mejores estrategias para la toma decisiones.

Por lo consiguiente, el estudio del mercado será base para determinar si es viable o no la creación del parque acuático dentro de la localidad, ya que permitirá la obtención, el registro y el análisis de datos relativos al entorno, mercado y operaciones de marketing que tiene como objetivo proporcionar información útil para la toma de decisiones relativas a como para dar soluciones a la problemática existente y qué oportunidades de mercado aprovechar. (Gallejo Roji et al., 2016)

En este caso, se pretende crear un parque acuático en la comuna San Vicente, por lo mismo, es necesario conocer la situación actual del mercado donde se planea implementar, el nivel de demandantes que estarían dispuestos a adquirir nuestro bien o servicio, y la oferta dirigida a los consumidores dependiendo sus necesidades, y para que esto sea posible es necesario el estudio del sector, de la demanda y oferta, para tener una base de dirección del negocio a la hora de poner en marcha el proyecto.

1.2.1.1. *Oferta*

Se describe a la oferta como la cantidad de un bien que las empresas producen y venden en un mercado, con la finalidad de satisfacer las necesidades existentes de un grupo de personas. Cabe recalcar que en cualquier mercado se puede apreciar que la cantidad de un bien que los productores están dispuestos a ofrecer depende de su precio y que cuanto más elevado sea el precio del producto o servicio, la cantidad que los productores están dispuestos a ofertar también será mayor y de la misma manera, si el precio del bien es bajo, la cantidad ofertada a producir también será baja. (Redondo Ramírez & Tarapuez Chamorro, 2018)

Por lo consiguiente, Acemoglu et al. (2017) afirman que la oferta o cantidad ofrecida es la cantidad de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a producir y vender por un precio establecido, por lo consiguiente, dentro de las instalaciones del parque acuático, se propone ofertar varios servicios a los precios existentes en el mercado, o sea en base a los parques recreativos ya existentes, sin embargo, los posibles consumidores mediante sus opiniones ayudarán a establecer el precio para los servicios ofertantes.

En efecto a base a lo mencionado anteriormente, los lugares o establecimientos de recreación, distracción o relajación como lo son los parques acuáticos, tienen buena acogida por parte de las personas, por ende, en base a lo previsto, se presentará una propuesta diversificada, para que todos los clientes sientan que el lugar cumple sus necesidades y expectativas. Sin embargo, el estudio a realizar será el encargado de definir los servicios que brindará el espacio de entretenimiento.

1.2.1.1.1. Producto

El punto de partida de una empresa es tener una idea de producir y/o vender un producto ya sea un bien o servicio, por lo que, si no hay un producto no se puede pensar en precios, ni campañas publicitarias que crear, ni canales de distribución que elegir, ya que no tiene un producto que vender. Al producto se lo define como todo aquello que las personas reciben en un intercambio que posee un valor y satisfaga sus necesidades como consumidor. También menciona que puede ser, tangible o no, puede ser un bien material o un servicio. (Rojas Lopez, 2016)

En concreto, Hair et al. (2017) manifiesta que el producto es todo aquello, propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio. Para algunos autores el producto es algo muy tangible, sin embargo, los servicios también se encuentran dentro de este término. Este trae consigo características que lo diferencian de los demás, sin embargo, lo intangible de ellos también es importante, como la imagen de la marca, la satisfacción después de adquirir, la preferencia y la reputación de la empresa.

La investigación que se llevará a cabo dentro de la comunidad de San Vicente, permitirá conocer con exactitud los bienes o servicios que requieren los consumidores y que se puedan implementar dentro del parque acuático, los mismo que tendrán la finalidad de satisfacer las necesidades mediante este centro de atracción y recreación. Dentro de estos, se tiene previsto implementar piscinas, toboganes, patio de comida, bar, además de rampas para personas con discapacidad, no obstante, los consumidores serán los que se requiere para su satisfacción.

1.2.1.1.2. Precio

Como es habitual, todo producto tiene un precio, y como indica González Domínguez & Ganaza Vargas (2015), el precio es una variable básica del marketing de una empresa, ya que como antes mencionado, todo bien o servicio que comercializa en el mercado tiene un precio de venta. En efecto, constituye el valor monetario que el comprador está dispuesto a efectuar para la adquisición de un producto que esté necesitando.

Así mismo, Rodríguez Ardura & Ammetller (2018) definen al precio como una poderosa herramienta para generar competitividad y, que, además, es la única p del marketing que aporta ingresos económicos a la empresa. Además, recalca que no solo se trata de la cantidad de dinero que el cliente paga por el producto, sino también incluye el esfuerzo que hace este último para poder adquirirlo. También, es un elemento de la oferta y que flexible pata modificarse según la situación del mercado o sus competidores.

Al momento de que se adquiere un bien o servicio dentro del mercado, este está regulado por un precio, mismo que considera que es la expresión monetaria del producto ya sea un bien o servicio, el mismo que es fijado de acuerdo al costo del producto, al margen de la utilidad esperado, a los precios de la competencia, y el mismo nivel de oferta y demanda, así como también, el comportamiento psicológico del cliente. Así mismo, el precio se establecerá una vez realizado el estudio de mercado, en el cual sabremos la cantidad adecuada para el uso de las instalaciones.

1.2.1.2. *Demanda*

La demanda estudia el comportamiento de un consumidor, en este caso a los habitantes de la comunidad, frente a la decisión de adquirir o no un bien o un conjunto de servicios que se ofertará en el parque acuático, mismo que dependerá de algunos factores, donde el consumidor analizará el precio, por lo que si el precio es alto habrá poco consumo y si el precio es bajo, se verán atraídos a adquirir el producto o hacer uso del servicio brindado. (Fraschina & Acevedo, 2020)

De la misma manera, Krugman et al. (2020) manifiesta en concreto, que la demanda muestra la relación entre cantidad y el precio, en este caso, sobre el impacto que tendrá el precio en los servicios que se ofertará dentro del parque acuático, por ende, es necesario entender que, si se genera un aumento en el precio del bien o servicio, y este sigue igual que antes, la cantidad de consumidores tiende a disminuir, por lo que conlleva a pérdida de demandantes

Por lo tanto, la demanda engloba a todas las personas que estén en la capacidad de adquirir un bien o producto con la finalidad de satisfacer sus necesidades, en este caso, parte o en su mayoría de los habitantes de la comuna San Vicente estarían dentro de este segmento, por lo que estarían en la facilidad de hacer uso del parque acuático si se llegase a implementar en la comunidad. Así mismo, turistas, visitantes y personas que pasen por la comunidad pueden hacer uso de las instalaciones considerándolos parte de la demanda que esta tendría.

1.2.1.2.1. Competencia

De acuerdo con Prettel Vidal (2016) afirma que la competencia es una de las variables más difíciles de controlar, ya que el mercado es el encargado de regular precios, etc., lo que dificulta la penetración de nuevos productos. Los competidores se agrupan por sectores de acuerdo al tipo de producto o mercado que ofertan. Cada compañía trata de hacerse más competitiva aplicando tácticas que la diferencien de los demás como la reducción de costos y por ende el precio de lo que ofertan, y así sostenerse en el sector implementando estrategias innovadoras.

Del mismo modo, la competencia se determina con los precios de cada competidor, y así estamos en condiciones de analizar cómo nos posicionamos nosotros en el mercado. También, es necesario conocer que la competencia no es estática y que siempre va a reaccionar ante todo lo que otra empresa haga. Por esta razón, que las empresas deben esforzarse en ofrecer mejores relaciones en cuanto precio y calidad para generar una ventaja de los competidores. (Joanidis, 2017)

Actualmente, existen pocos lugares como el que se propone implementar dentro de la localidad como, por ejemplo, Las piscinas de Palmar, que, en efecto, comparte parte de su demanda con su playa turística que posee, así mismo, el parque acuático de Atahualpa, se encuentra en un sector que no es tan transcurrido por visitantes, en su mayoría la demanda que posee son sus mismos habitantes. Por ende, considero que la comuna San Vicente, se encuentra en un lugar favorable en cuanto a ubicación geográfica, ya que es la primera comunidad por pasar para llegar a la ruta del spondylus, obteniendo así una ventaja de sus competidores.

1.2.1.2.2. Preferencias

Como parte de un estudio de mercado, es necesario determinar las necesidades que posee la demanda del sector donde se desea desarrollar la investigación, por lo que, Parkin (2020) afirma que las preferencias determinan el valor que los consumidores otorgan a cada bien o servicio. Éstas relacionadas con factores como la marca, calidad o imagen en inclusive el clima hablando parque acuático ya que puede cambiar la preferencia del cliente.

Así mismo, se debe conocer las preferencias de los consumidores en relación a los productos o servicios que estén demandando, por ende, Jiménez Zarco et al. (2015) menciona que las empresas no solo deben enfocarse en las ventas, sino dedicarse a que el consumidor se relacione con la marca. Al conseguir lo anteriormente manifestado, la empresa crea una conexión con el consumidor, ya que este último se verá identificado con el producto o servicio que se ofrezca ya sea por la imagen, la calidad o la marca, generando una preferencia en el mercado.

En síntesis, cuando se habla de preferencias de la demanda, este hace énfasis a los bienes o servicios que el consumidor adquiere en relación a otros productos. Es decir, se estudia el comportamiento del cliente como parte de la investigación de marketing. En concreto, el conocimiento de las preferencias de los consumidores permitirá a tomar decisiones, en este caso, al parque acuático a ofertar los tipos de servicios que mejor se crea conveniente, incrementando la posibilidad de ser aceptados en el mercado por los demandantes.

1.2.1.3. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado trata desglosar mercados grandes en segmentos de clientes que obviamente comparten características o necesidades similares, es decir, mediante este proceso de segmentación se llega a identificar el segmento específico al cual está dirigido el bien o servicio. De esta manera se tiene una idea clara de quienes serían los posibles clientes, y así poder direccionar el proyecto y evitar su fracaso. (Rojas Lopez, 2016)

De la misma manera, Toro & Villanueva (2017) plantean que, a simple vista, la gran mayoría de mercados nos hace ver la existencia de grupos de consumidores con características relativamente iguales en cuanto a percepción, comportamiento, preferencias y necesidades de un bien o servicio. Por ende, se es posible generar un segmento de mercado al cual está dirigido el parque acuático, y así poder ofertar lo adecuado a ese nicho de mercado.

Puesto que en la comunidad no existe negocio alguno que sea similar al que se propone implementar por medio de este trabajo de investigación, los habitantes de la localidad entran en la segmentación de este nicho de mercado al contar con la necesidad de un lugar atractivo y de distracción, así mismo, los visitantes al ver que hay un lugar que ofrezca un espacio de recreación y atracción, se verán incentivados a pasar un rato a gusto a solas o en familia, considerándolos así, como los posibles clientes y que estarían dentro de nuestro segmento.

1.2.1.3.1. Posicionamiento

El posicionamiento según lo define Juliao Esparragoza et al. (2016) es el lugar que debe ocupar un bien o servicio en la mente del consumidor, es decir que debe encajar en las necesidades de los clientes. En otros términos, el posicionamiento toma relevancia en la imagen de la marca construida por los consumidores, sin embargo, lo que se conoce, es que el posicionamiento del producto lo da la empresa, no obstante, es el cliente que crea ese valor acorde a la experiencia y sensaciones que brinda la marca y que hace explícita en la propuesta de valor.

Del mismo modo Juárez (2018) recalca que el posicionamiento consiste lograr estar en la mente del consumidor, y esto se da gracias a la utilización de estrategias de marketing, esto con el objetivo de lograr mayores ventas y generar más utilidad para la empresa gracias a que los clientes generan un gusto de preferencia con la marca, ya sea porque se sientan identificado con el bien o producto que adquieren, o por el hecho de que la calidad del mismo lo diferencia de la competencia generando así la empresa una ventaja competitiva.

Por lo antes mencionado, el posicionamiento no solo es posicionarse en el mercado, sino, lograr un desarrollo y crecimiento sostenible tanto en infraestructura, expansión en el mercado, reconocimiento de los competidores, lograr generar plazas de empleo para las personas de la localidad, y el logro de los objetivos planteados como organización, tanto así que los clientes generen una fidelización hacia el bien o servicio que ofrece el parque acuático.

1.2.1.3.2. Diversificación

La diversificación como lo expresa Martínez Conesa (2018) consiste en separarse del área de actividad en que la empresa se mueve, para vender productos nuevos para ella, que satisfarán nuevas misiones, es decir, se buscan nuevos productos y nuevos mercados. Normalmente, las empresas buscan la diversificación como un objetivo, aplicando estrategias como vender al mismo cliente, diferentes productos o servicios como un complemento del producto originario, en este caso, a parte de contar con piscinas, también, contará con canchas sintéticas, área de convivencia social, zona para personas con discapacidad y bar-restaurante.

En síntesis, al tratarse de un parque acuático, las instalaciones no solo contarán con piscinas como tal, sino que ofertará varios servicios dirigidos a los clientes para que se sientan a gusto y satisfagan sus necesidades. En tal caso, el atractivo propone contar con toboganes, espacios de convivencia social, un patio de comida bar-restaurante, y canchas, haciendo así un algo homogéneo en heterogéneo, es decir, que el lugar de recreación tendrá una oferta diversificada dirigida a los consumidores.

1.2.2. Parque acuático

De lo mencionado anteriormente, todo apunta para la creación de un parque acuático, por lo mismo, es importante y necesario definir y delimitar aquello. Según Gallego Igea (2022) un parque acuático es un espacio, sitio o lugar específico de acceso público o privado, que está conformado por diversas atracciones acuáticas y demás instalaciones que brindan un espacio de recreación y atracción para las personas, mismo que pueden ser considerados como un negocio o emprendimiento donde en algunas ocasiones se crean para generar ingresos.

De la misma manera, recalca De los santos (2022) que estos sitios de recreación a lo largo del tiempo, han sido y son espacios de encuentro y convivencia para las familias, amigos o pareja. También, los parques acuáticos normalmente se implementan en lugares donde existe una demanda por parte de la comunidad y no se oferta lugar similar, por lo mismo, estos últimos pueden disfrutar de un lugar que brinde diversas actividades recreativas en contacto con el agua como piscinas, toboganes, bar-restaurante, entre otros servicios que brinden las instalaciones.

En síntesis, un parque acuático es un sitio de recreación que cuenta con diversos servicios de atracción relacionadas con el agua como albercas, toboganes de diversas dimensiones, piscinas para niños, sitios aptos para personas con discapacidad y áreas de convivencia social. Por lo tanto, permite pasar un momento de diversión ya sea solo, en familia o amigos. Además, sirve como un centro de atracción turístico para el lugar donde se encuentren ubicado dando otro sitio u opción a las personas que visitan aquellos lugares. (Carrillo, 2022)

Para esto, es necesario realizar una investigación sobre las necesidades existentes mediante un estudio de mercado, que permita conocer la posibilidad que existe de implementar esta idea de negocio. La finalidad de este trabajo de investigación, es proponer un diseño del parque acuático para su respectiva implementación, el cual contribuirá al desarrollo de la comunidad de San Vicente tanto en los social, económico dándole un incentivo turístico.

1.2.2.1. *Idea de negocios*

De acuerdo con Morrillo Wellenius (2019) sostiene que la idea de negocio es el punto de partida de cualquier emprendimiento que permite conocer, a breves rasgos, de qué se trata el proyecto, en este caso, plantear la idea de la creación de un parque acuático y cobra importancia cuando se transforma en propuesta. También manifiesta, que la curiosidad es un factor importante al momento de pensar en un producto o servicio que se desea ofrecer al mercado, y para esto, es fundamental conocer la viabilidad de la idea, y los beneficios que trae consigo a futuro.

Las ideas de negocios también son vistas como inversiones afirma Moreno Castro (2016), donde menciona que tienen la finalidad de resolver los problemas de los individuos en varios ámbitos. Así mismo, manifiesta que de una idea nacen nuevos productos o servicios o mejorar los ya existentes, inventando nuevos negocios para dar solución a una problemática que, en este caso, la idea de crear un parque acuático sería una solución para el desarrollo de la comunidad.

Como se conoce, lo ideal para empezar con la planificación de una idea de negocio es crear una base como propuesta de un proyecto, es decir, recolectar todas las ideas, y conectarlas entre sí, para poder materializar la implementación del negocio o empresa. Además, la actividad comercial hacia donde esté enfocada, deberá tener como objetivo generar rentabilidad, debido que, gracias a esos ingresos, el negocio podrá mantenerse activo dentro del mercado y crear beneficios a futuro.

1.2.2.1.1. Emprendimiento

El emprendimiento es un término muy popular en todo el mundo y que ha tomado gran importancia para la economía de los países, esto ante la necesidad de superar las crisis como problemas sociales y económicos. Del mismo modo, el termino alude a la capacidad que tienen las personas para alcanzar un objetivo, así mismo, se designa el emprendimiento, la persona capaz de iniciar un nuevo proyecto o empresa, mismo que después fue aplicado a empresarios que fueron y son innovadores. (Schnarch Kirberg, 2019)

Así mismo, Schnarch Kirberg (2016) el emprendimiento está en el mercado, y las personas deben ver las oportunidades que existen dentro del mismo, por ende, es que existe un punto de convergencia entre el emprendimiento y el estudio del mercado. En sí, los emprendedores deben tener las habilidades de leer a los posibles consumidores, que, en teoría, esa debe ser la base para poder emprender, en saber conocer el estado del mercado y las necesidades de los consumidores.

1.2.2.1.2. Innovación

En la actualidad, la innovación según lo manifiesta Villamizar Jaimes (2016) es un término que ha tomado popularidad en el ámbito de los negocios y ha sido un pilar fundamental para el desarrollo de los mismos. La sociedad empresarial determina esta palabra como la acción o capacidad proponer e implementar con éxito nuevas ideas para dar soluciones a los problemas de la sociedad como económicos y sociales

La innovación va de la mano con los emprendimientos, pues el que no innova tiende a fracasar. En sí, una idea orientada al desarrollo de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio cuyo factor fundamental es el uso del conocimiento que se genera a partir de procesos de investigación, donde se detectan las necesidades de los consumidores y ahí, donde la empresa debe implementar algo innovador, cuyo fin último es su introducción en el mercado. (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2016)

1.2.2.1.3. Creatividad

La creatividad es considerada como la capacidad humana para generar ideas o conexiones imaginativas en un determinado campo, con cierto nivel de originalidad y aportación de valor. Además, uno de los temas que hoy, como siempre, debe

acompañar a la actividad empresarial es el de la creatividad, para encontrar nuevas opciones de acción y posibilidades de productos o servicios para ofrecer al mercado. (Murcia Cabra, 2015)

La creatividad es un proceso de pensamiento estratégico según lo define Luna González (2016), que se utiliza para descubrir nuevas ideas de negocios o simplemente ideas, que se asocian con dar solución a un problema existente en un lugar, sector o parte de un mercado. De la misma manera enfatiza que elementos como nuevas ideas, estrategias, necesidades y soluciones, son elementos esenciales para lograr cumplir los objetivos y llegar al éxito y así evitar fracasos en los negocios. En síntesis, la creatividad es algo útil para los negocios.

1.2.2.2. Recursos

Al momento de implementar un negocio o empresa sea grande mediana o pequeña, debemos ser consciente de que demanda ciertos recursos para su creación, mismos que se determinarán mediante un estudio de mercado, los adecuados para el tipo de producto o servicio que se va a ofertar, por ende, podemos interpretar al mercado como fuentes de información que a partir de datos relevantes se determinará los recursos necesarios para la puesta en marcha de un negocio acorde al tipo de producto o servicio que se va a ofertar. (Eggers, 2018)

1.2.2.2.1. Materiales

Los recursos materiales según indica Martínez Conesa (2018) que son los factores pasivos de la empresa, es decir, son todos aquellos bienes vinculados a la actividad productiva tanto de la materia prima como a la maquinaria utilizada para su creación. En efecto, son los bienes económicos que constituyen el patrimonio de la

empresa, como los materiales de construcción, muebles e inmuebles, materia prima y provisiones.

1.2.2.2.2. Tecnológicos

Estos recursos son pieza clave actualmente en las empresas, por lo que se evidencia que los cambios tecnológicos van avanzando a escala asombrosa. Por ejemplo, Facebook actualmente es la red social más usada en el mundo por millones de usuarios, por lo que empresas optan por crear una página digital como herramienta de publicidad, comunicación o para efectuar ventas, por lo mismo, se debe aprovechar las facilidades que la tecnología ofrece. (Klother & Keller, 2016)

Por otro lado, Panceri (2021) afirma que la constante celeridad de que como avanza la tecnología, se puede identificar que los negocios cuentan con inteligencia artificial en algunos de sus procesos y esto hace que los algoritmos empiecen a tener preponderancia en nuestras vidas. En el caso de la creación del parque acuático, el recurso tecnológico será clave, tanto en la infraestructura como en los procesos de marketing digital.

1.2.2.2.3. Financieros

Este es un recurso importante, donde influye el valor monetario para la puesta en marcha del proyecto. De tal modo Quaranta (2020), menciona que luego de realizar las investigaciones de mercado, se comienza a determinar la viabilidad económica o financiera del proyecto. Como todo negocio, se necesita de una inversión económica con la finalidad de adquirir los activos tangibles o intangibles, con lo que se generará producir ingresos para el proyecto y darle inicio a la empresa.

Además, Moreno Castro (2016) afirma que el financiamiento es parte fundamental para toda empresa, por ende, se debe definir la estructura financiera de la misma y las fuentes de adquisición de los fondos, entre ellos, fuentes propias como el capital propio o de los socios, o fuentes externas como los préstamos bancarios, no obstante, este último, si para fundar una empresa por primera vez, el crédito será bajo. Por lo mismo, lo más recomendable es una combinación de ambos tipos de financiamiento para la creación del parque acuático.

1.2.2.3. Factores del entorno

1.2.2.3.1. Sociales

El ser humano es considerado por la ciencia como un animal racional y social que pasa la mayor parte del tiempo en interacción con la sociedad. El factor social como lo menciona Eysenck (2019) trata de determinar cómo está la sociedad actualmente, en conocer las necesidades que estas demandan y así poder contribuir por su desarrollo. Así mismo dentro del trabajo de investigación, la propuesta está direccionado para aportar al desarrollo de la comunidad.

La implementación de un parque acuático tiene como fundamento social la satisfacción de las necesidades de los habitantes de la comunidad como de turistas, es decir, mediante este centro de recreación y distracción se busca que el cliente cuente con un lugar de relajación y de minimizar el estrés, y que al mismo tiempo aporte al desarrollo de la comuna, sea en el ámbito social, económico y por qué no en el entorno turístico.

1.2.2.3.2. Culturales

El entorno donde convive el ser humano no se solo es un espacio físico, también es cultural, así lo describe Faerna & Dewey (2022), además manifiesta que el

entorno cultural influye en la manera de comportarse los seres humanos. Todo proyecto que apunta a la excelencia debe cuidar el factor cultural, tanto de la comunidad como de la empresa, y una de las mejores estrategias es conocer el comportamiento, la lengua y obviamente la cultura que poseen los posibles clientes.

1.2.2.3.3. Ambientales

Un factor del cual no debe pasar desapercibido es el factor ambiental que a hoy día es uno de los principales tópicos de la agenda mundial. Actualmente, se habla mucho sobre la destrucción del medio ambiente que, en sí, a veces sucede por cuestiones de la naturaleza y, por otro lado, por la mano del hombre, por lo mismo, se debe analizar el entorno donde se las empresas proponen implementar su infraestructura, por lo que se debe minimizar el impacto negativo que vaya a tener en este caso, la creación de un parque acuático. (Agresti & Federico, 2017)

1.3. Fundamentos legales

En caso de llegarse a implementar el parque acuático dentro de la comuna San Vicente, este se basará en las normativas y leyes vigentes del Ecuador, mismos reglamentos que deberán llevarse a cabo de manera obligatoria para personas naturales o jurídicas, de tal manera que se deben aplicar como lo demanda la Ley si omisión alguna. A continuación, se detallan varios reglamentos:

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador

Según lo mencionado en la constitución de la República del Ecuador, todas las personas están en su libre derecho de hacer uso de espacios públicos, sean solo o en grupos de personas sin discriminación alguna ya que ante la ley todos son iguales y

gozarán de los mismo derechos, deberes y oportunidades, por lo tanto, el parque acuático será un sitio apto para todo público sin restricción alguna, todo lo mencionado anteriormente amparado en el art. 6 y 11 de la (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008)

1.3.2. Municipio de Santa Elena

La instalación del parque acuático consta como un negocio, por lo que se deberán obtener los respectivos permisos de funcionamiento establecidos por el gobierno autónomo descentralizado del cantón de Santa Elena de la misma provincia deberá contar con la siguiente documentación para obtener la patente municipal.

- ✚ Patente municipal.
- ✚ Copia del Ruc (Registro Único Contribuyente).
- ✚ Copia de cédula de identidad del representante legal.
- ✚ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✚ Permiso de cuerpo de bomberos.

1.3.3. Permiso de cuerpo de bomberos

Los permisos de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos son emitidos en cada ciudad, y por lo consiguiente, para obtener el respectivo funcionamiento se deberá presentar la siguiente documentación:

- ✚ Solicitud de inspección del local
- ✚ Informe favorable de la inspección
- ✚ Copia del RUC
- ✚ Copia de la calidad artesanal en caso de que la actividad la aplique

1.3.4. Comuna San Vicente

Dentro de la comuna San Vicente, existen normativas como toda institución, por lo que, para la creación de un parque acuático dentro del sector se debe obtener un permiso por parte de la directiva comunal, misma que consiste en alquiler o venta del terreno donde se desea implementar las instalaciones del proyecto, mismas que deberán ser analizadas por ambas partes.

Capítulo II

Metodología

2.1 Tipo de investigación

La investigación descriptiva es uno de los tipos de investigación más conocidos y usados popularmente por investigadores que están empezando en esta rama de actividades investigativas. Los trabajos de titulación como de grado, pregrados y maestrías son usualmente trabajos de carácter descriptivo. En los trabajos mencionados anteriormente se identifican características de un objeto de estudio donde se realizan investigaciones y diagnósticos o en tales casos se diseñan productos como ideas de negocios. (Bernal Torres, 2016)

Este tipo de investigación descriptiva se adapta al trabajo que se desarrolló por lo que permitió describir el entorno y la realidad actual del sector, que en primer caso se determinó las necesidades que demandan las familias del sector, describiendo el tipo de oferta que les gustaría se implemente en el área, también, se detalló el entorno de la localidad detallando las condiciones en la que se encuentra.

Además, se aplicó un enfoque cuantitativo que según manifiesta Villegas Martínez (2015) se basa en datos numéricos y estadísticos para presentar resultados en porcentajes, esto con la finalidad explorar nuevos mercados del cual no se conoce nada, en este caso, se pudo conocer el número de opiniones emitidas por parte turistas y personas de la comunidad, mismas que servirán para el proyecto que se pretende desarrollar dentro de la comuna San Vicente.

2.2 Métodos de investigación

El trabajo de investigación se basó en el método inductivo, ya que este empieza con la observación y la experimentación de algún problema para establecer relaciones y poder hacer predicciones. Este método tiene como finalidad el descubrimiento de generalizaciones y teorías de observaciones sistemáticas de la realidad, donde busca extraer una conclusión general en particular (Trejo Sánchez, 2021)

En palabras determinadas, este método también conocido como razonamiento, permite describir explicaciones en base a los datos recolectados en el campo de estudio, es decir, que se identificó el problema, para luego determinar y analizar sus causantes de manera específica y así de manera generalizada llegar a una conclusión y explicar el motivo de la problemática.

También, el método de investigación analítica se enfoca en la lectura y revisión de propuestas históricas, es decir, en los trabajos previos que se han realizado para analizar con el tema de estudio planteado. Este método, permite al investigador seleccionar el material bibliográfico que considere conveniente que contribuya al desarrollo de la investigación (Carhuancho Mendoza & Nolzco Labajos, 2019)

Por ende, una vez analizado es tema de investigación con trabajos previos, permitió la descomposición del problema general en partes específicas para determinar las causas, efectos y su naturaleza. Este método ayudó al trabajo de investigación detallar de manera concreta la problemática existente dentro de la comunidad, permitiendo llevar a cabo un análisis de los resultados del estudio.

2.3 Población y muestra

2.3.1. Población

Como se conoce, la población es el conjunto de elementos que poseen características similares que comúnmente son observables, y por ende forman parte del universo donde estará direccionado el tema de estudio. García Dihigo (2016). Esta parte es fundamental para los trabajos de investigación, pues es aquí donde se define el total de individuos que estarán dentro del tema a investigar y de los cuales se obtendrá información.

La presente investigación trabajó con dos poblaciones. En primera parte considerando a los habitantes de la comuna San Vicente, donde según el último censo que se realizó por parte del INEC, la comunidad albergaba 1103 habitantes hasta el 2010. Sin embargo, para realizar con éxito el estudio de mercado, se realizó una proyección sabiendo que la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Santa Elena es del 1,39% donde al 2022 la comuna tendría un aproximado de 2000 habitantes según datos publicados en el CTIG. (Travez, 2022)

Tabla 1

Población de estudio de la comuna San Vicente

Habitantes	Datos	%
Total	2000	100%

Fuente: INEC – Proyección diagnóstico CTIG

Elaborado por: Kenneth Reyes Suárez

Además, como segunda parte de la población de estudio entran habitantes fuera de la comuna o turistas, ya que la propuesta del parque acuático no solo brindará sus servicios a los habitantes de la comunidad. Por lo consiguiente, la Cámara de Turismo de Santa Elena indicó que, en el último feriado de carnaval, la provincia de santa Elena registró un aproximado de 200000 turistas, datos publicados en la página de diario Expreso. (Lino, 2022)

Tabla 2

Población de estudio Turistas

Turistas	Datos	%
Total	200000	100%

Fuente: Cámara de turismo de Santa Elena
Elaborado por: Kenneth Reyes Suárez

2.3.2. *Muestra*

Siguiendo el mismo orden, el valor representativo de la muestra fue tomado de la proyección de la población escogida de la comuna San Vicente, el cual nos dio resultados aproximados del comportamiento del total del universo estudiado, la misma que se escogió a los habitantes de la zona. Se llevó a cabo un tipo de muestreo no probabilístico por criterio, donde se consideró al 10% del total como el tamaño de la muestra donde se arrojan los siguientes datos.

Tabla 3

Muestra de estudio

M	m	%
2000	200	10

Elaborado por: Kenneth Reyes Suárez

Siguiendo el mismo procedimiento para determinar el valor de la muestra a estudiar de los turistas, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico, en específico por criterio, tomando como referencia el 0,10% del total de turistas que ingresaron a la provincia de santa Elena este último feriado de carnaval, considerando que es un número adecuado a encuestar para el levantamiento de información.

Tabla 4

Muestra de estudio

M	m	%
200000	200	0,10%

Elaborado por: Kenneth Reyes Suárez

2.4 Diseño de recolección de datos

Según lo describen (Ñaupas Paitán et al., 2018), se trata de las herramientas conceptuales o materiales, el cual permite la recolección de datos necesarios en información viable, mediante un banco de preguntas concretas que plantea el investigador para obtener las respuestas esperadas. En este caso, se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos que cumple las características anteriormente mencionados.

Del mismo modo, menciona (Merino Sanz et al., 2015) que la encuesta es lo más básico y más utilizado para el levantamiento de información de manera estructurada y homogénea de todos los individuos que conforman la muestra a estudiar, de tal manera que a todos se les pregunta lo mismo con la finalidad de obtener conclusiones representativas.

En síntesis, el tipo de investigación utilizado en este estudio de mercado es descriptivo, debido a que se realiza un levantamiento de información sobre las variables a estudiar enfocándose en la problemática detectada en la investigación, y en como la creación de un parque acuático aporta al desarrollo de la comuna San Vicente, describiendo las condiciones del entorno y el área demográfica en que se encuentra la comunidad donde será llevado a cabo el proyecto. Del mismo modo, se aplicó un método inductivo y analítico para la investigación.

De la misma manera se utiliza un enfoque cuantitativo por el hecho de que se aplicarán encuestas y por ende se obtuvieron datos estadísticos expresados en porcentajes para su respectiva interpretación. Además, que se pudo conocer las diferentes opiniones de los habitantes de la comuna como de los turistas, mismos que servirán para describir los objetivos del proyecto sobre la propuesta de implementar un parque acuático dentro de la comuna San Vicente.

Así mismo, se determinó la población con el que se trabajó que, en este caso, en el trabajo de investigación se consideró a dos poblaciones y, por ende, estructurando dos muestras de estudio. De tal forma, se elaboraron dos encuestas diferentes que a quienes serían dirigidos en este caso, fue una que se las aplicó a los habitantes de la comuna San Vicente y otra a los que no habitan dentro de la misma considerándolos como turistas, de tal manera de recolectar la información necesaria sobre la opinión interna y externa para la validación de los objetivos planteados. La encuesta se realizó de manera digital utilizando las facilidades de Google forms.

Capítulo III

Resultados y discusión

3.1 Análisis de datos de encuesta a habitantes de la comuna

Tabla 5

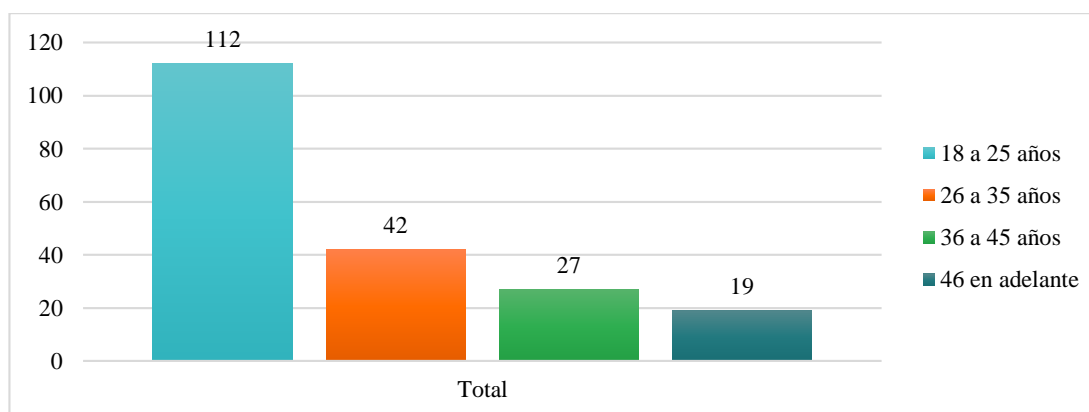
Edad de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente

Escala	Encuestados	%
18 a 25 años	112	56%
26 a 35 años	42	21%
36 a 45 años	27	13%
46 en adelante	19	10%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes S.

Figura 1

Edad de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Dentro del trabajo de investigación, se consideró cuatro rangos de edad para la recolección de datos, considerando a personas de 18 años en adelante aptos para brindar información, donde los resultados obtenidos que se muestran en la gráfica indican que 18 a 35 años tuvieron mayor participación, sin embargo, también participaron personas de 36 años en adelante que estaban dentro de la muestra de estudio.

Tabla 6

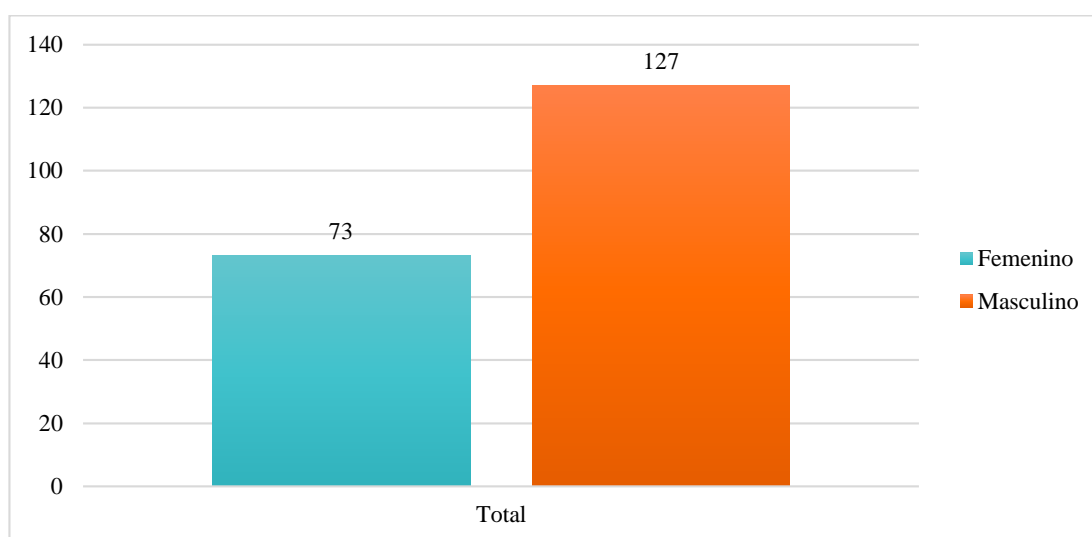
Género de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente

Descripción	encuestados	%
Femenino	73	36%
Masculino	127	64%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 2

Género de los habitantes encuestados de la comuna San Vicente



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De los datos obtenidos mediante la encuesta que se realizó a la muestra de los habitantes de la comunidad, se refleja en la gráfica que el 64% de ellos son de género masculino y un 36% de género femenino, no obstante, la información brindada por ambos géneros tiene el mismo nivel de relevancia, importancia y veracidad ya que ambos están en la capacidad de brindar información para el desarrollo con éxito de la investigación.

Pregunta 1. ¿Puede ofrecer un sector recreativo para la provincia de Santa Elena la comuna San Vicente?

Tabla 7

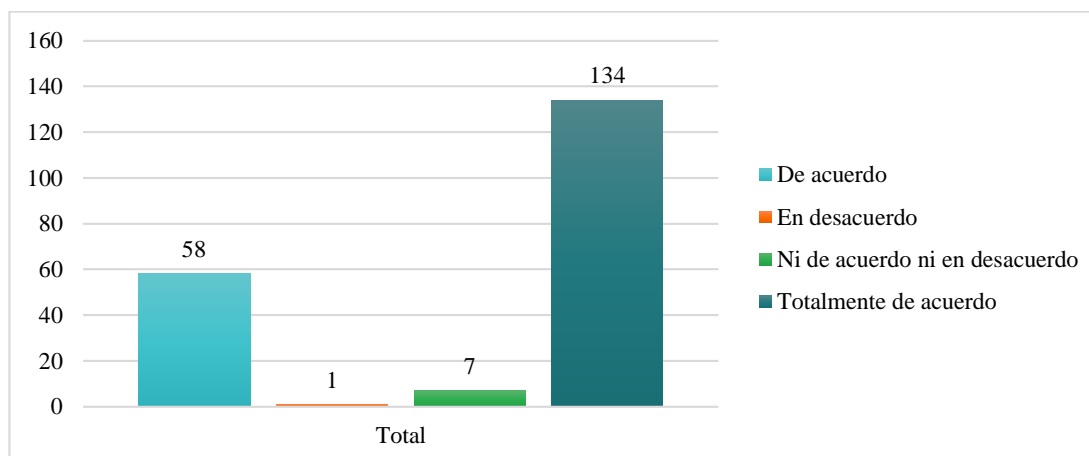
La comuna San Vicente puede ofertar un sector recreativo

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	134	67%
De acuerdo	58	29%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	4%
Desacuerdo	1	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 3

La comuna San Vicente puede ofertar un sector recreativo



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada, el 67% de los encuestados manifiesta que están totalmente de acuerdo de que la comuna San Vicente está en la posibilidad y condiciones de ofrecer un espacio recreativo no solo para la provincia de Santa Elena, sino que también sirva como atractivo turístico para personas que vienen de otras provincias e incluso otro país. Así mismo el 29 % manifiesta lo mismo, y es que la ubicación de la comuna también es favorable.

Pregunta 2. ¿Qué tan de acuerdo está que una de las actividades recreativas que demandan las familias son los parques acuáticos?

Tabla 8

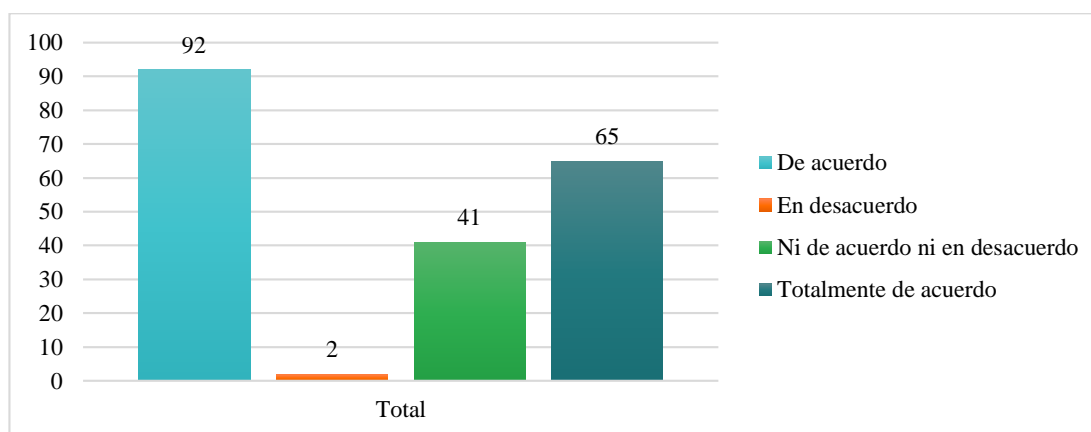
Actividad recreativa que demandan las familias

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	65	33%
De acuerdo	92	46%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	41	21%
Desacuerdo	2	1%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 4

Actividad recreativa que demandan las familias



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se recolectó la opinión vertida por los encuestados donde el 79% de los mismos representativos de la muestra, mencionan que están de acuerdo que una de las actividades que sirvan de recreación son los parques acuáticos, ya que la provincia, la mayor parte del año posee un clima cálido y, por ende, las personas demandan este tipo de instalaciones muy aparte de que poseen diversas playas. Además, este tipo de negocio, al estar en una comunidad ofrecen una gastronomía local.

Pregunta 3. ¿Qué servicios prefiere que disponga el parque acuático?

Tabla 9

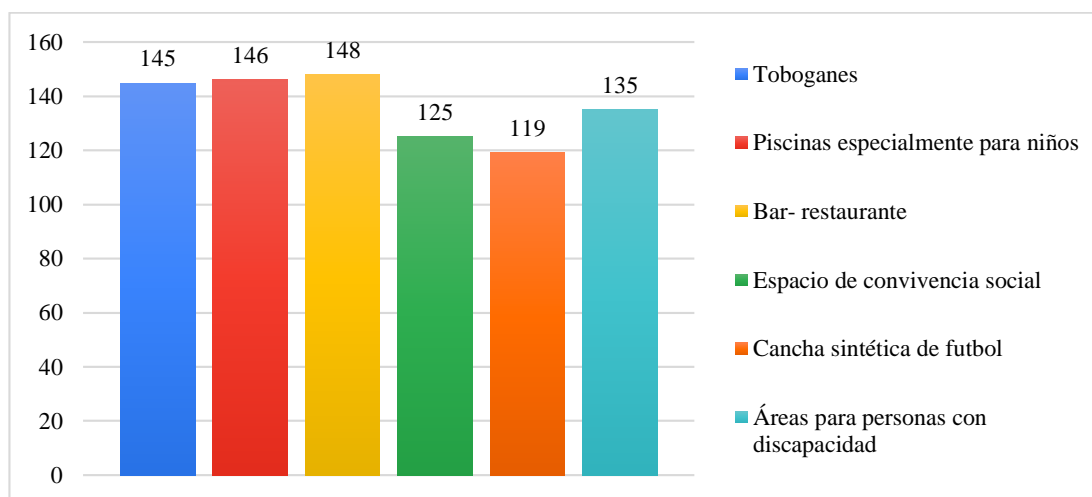
Preferencia de servicios

Escala	Recuento de Datos
Toboganes	145
Piscinas especialmente para niños	146
Bar- restaurante	148
Espacio de convivencia social	125
Cancha sintética de futbol	119
Áreas para personas con discapacidad	135
Total	200

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 5

Preferencias de servicios



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se realizó la encuesta la cual fue dirigida a los habitantes de la comunidad, para conocer la opinión sobre los diversos servicios que quisiera que disponga el parque acuático el cual se propone implementar dentro de la localidad, por lo mismo, según la gráfica, muestra un recuento donde la mayoría de los encuestados al menos indicaron uno de los servicios mencionados en la tabla, lo que se entiende que todos los servicios son bienvenidos a gusto y preferencia de cada persona.

Pregunta 4. ¿Es favorable el posicionamiento geográfico de la comuna para la implementación del parque acuático?

Tabla 10

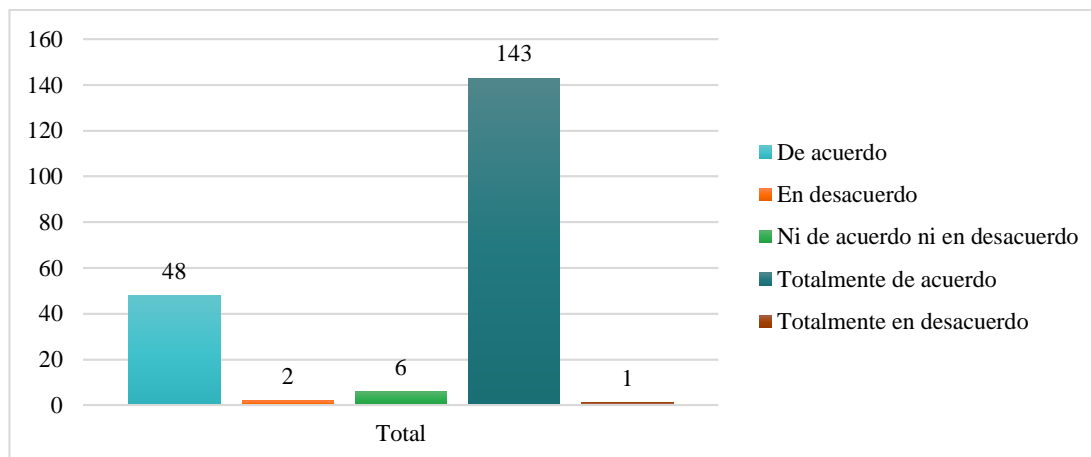
Posicionamiento geográfico de la comuna

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	71	71%
De acuerdo	48	24%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	4%
Desacuerdo	2	3%
Totalmente desacuerdo	1	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 6

Posicionamiento geográfico de la comuna



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada a la muestra de estudio, el 95% de los encuestados aseguró que la ubicación geográfica de la comuna es favorable para la implementación de un parque acuático, ya que en el sector no existe alguna instalación similar que brinde ese tipo de servicios, y, además, es una de las primeras comunas que da paso a la ruta del spondylus por donde pasan cientos de personas entre ellos turistas.

Pregunta 5. ¿Será lo principal para asistir al parque acuático la oferta de variedad de servicios?

Tabla 11

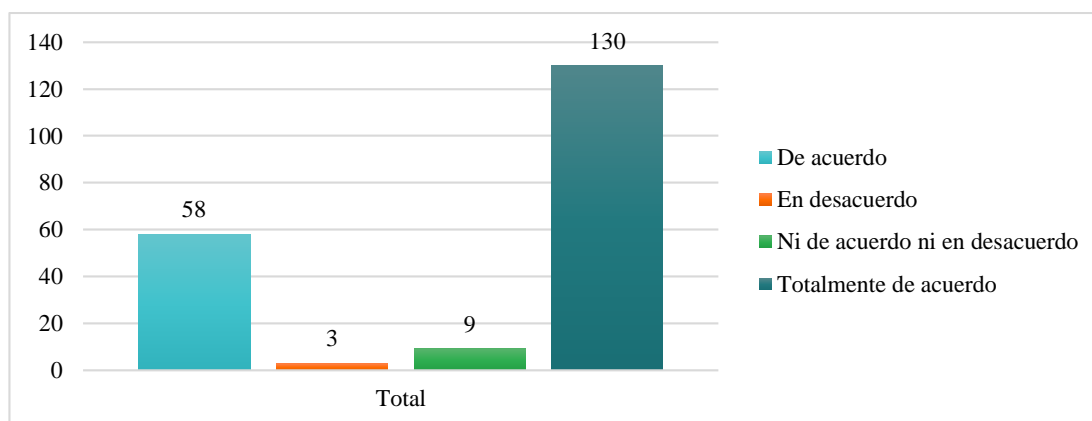
Variedad de servicios

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	130	65%
De acuerdo	58	29%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	5%
Desacuerdo	3	2%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 7

Variedad de servicios



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

La variedad de servicios es pieza clave como parte de la oferta de las empresas, por lo mismo, se realizó la encuesta a los habitantes preguntando por lo mismo, donde el 94% manifestó un gran nivel de confirmación, ya que el cliente al ver una instalación tan completa con una variedad de servicios, se verá incentivado a adquirir todo en un solo lugar sabiendo que no tendrá que ir otro lado para satisfacer sus necesidades.

Pregunta 6. ¿Es posible la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente?

Tabla 12

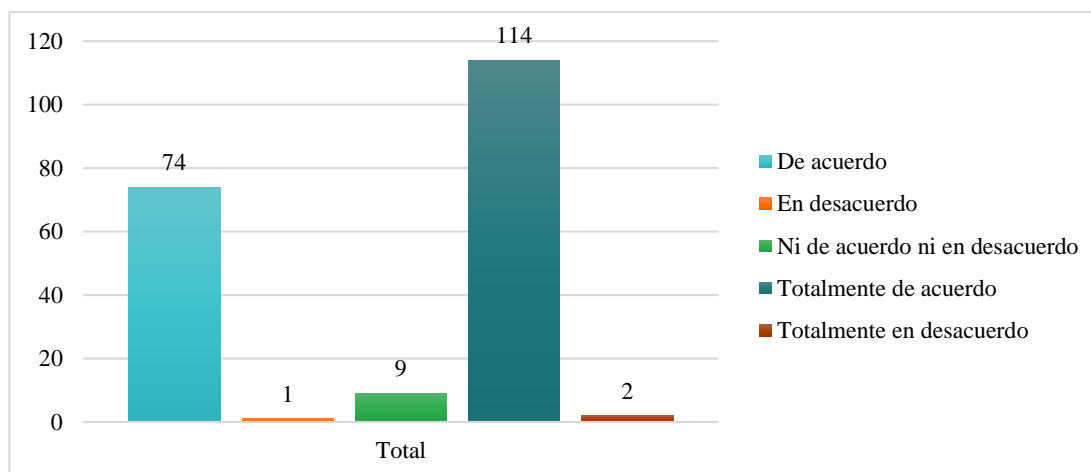
Posibilidad de crear el parque acuático

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	114	57%
De acuerdo	74	37%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	4%
Desacuerdo	2	1%
Totalmente desacuerdo	1	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 8

Posibilidad de crear el parque acuático



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Según la opinión dada por los encuestados sobre la posibilidad que existe de crear un parque acuático dentro de la comunidad, la gráfica muestra que el 94% de los mismos, afirman que están totalmente o al menos de acuerdo con la creación de este proyecto, ya que se son consiente de que estas instalaciones servirán como un atractivo turístico para la zona y a la vez, con su construcción se generarán plazas de empleos para los habitantes.

Pregunta 7. ¿Ayudará al desarrollo de la comunidad la idea de negocio de crear un parque acuático en la comuna?

Tabla 13

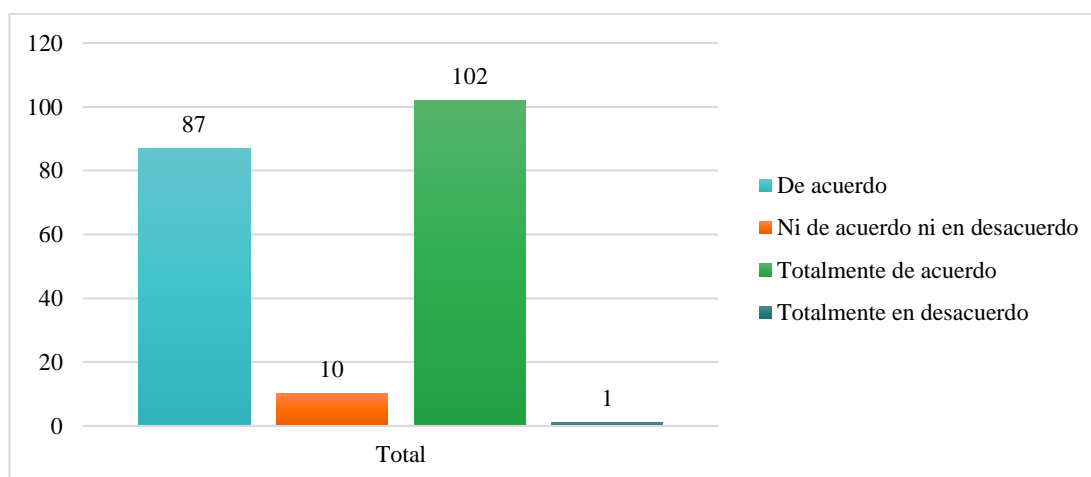
Ayudará al desarrollo de la comuna la creación del parque acuático

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	102	51%
De acuerdo	87	43%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	5%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	1	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 9

Ayudará al desarrollo de la comuna la creación del parque acuático



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada, el 94% de los encuestados manifestaron estar totalmente o al menos de acuerdo que la creación del parque acuático dentro de la comuna ayudará al desarrollo de la misma, ya que al ser una localidad que no brinde un sitio recreativo como el que se propone implementar, y este ser el primero, pues llamará la atención de las personas por lo menos a visitarlo generando así un desarrollo social dentro de la comuna.

Pregunta 8. ¿Es primordial el uso de redes sociales para publicitar el parque acuático?

Tabla 14

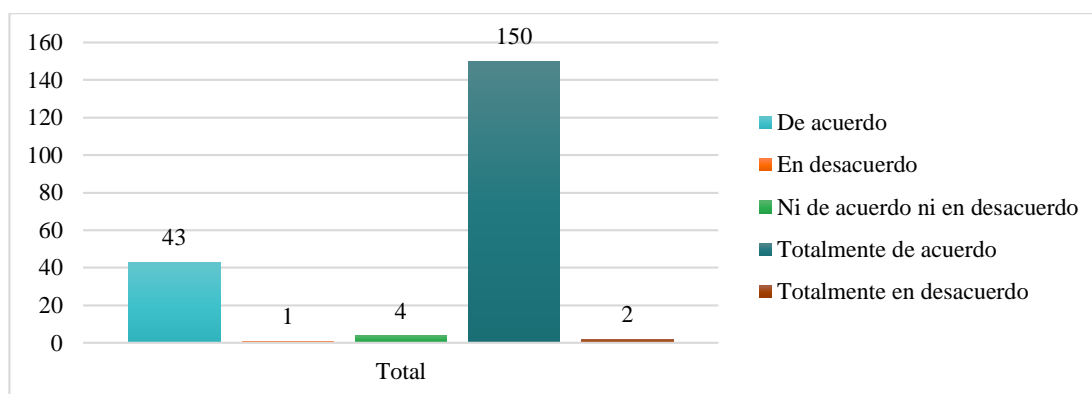
Prioridad de uso de las redes sociales

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	150	75%
De acuerdo	43	21%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	2%
Desacuerdo	1	1%
Totalmente desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 10

Prioridad de uso de las redes sociales



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada sobre el uso de las redes sociales como medio de publicidad, el 96% de los encuestados concuerdan que en efecto, en caso de implementar el parque acuático, el medio más factible para publicitar su existencia serían las redes sociales, pues como se sabe, en la actualidad la mayoría de las empresas utilizan estos medios para hacer publicidad y conectarse con el cliente. Además, las personas usan comúnmente las redes sociales como medio de comunicación para interactuar con la sociedad.

Pregunta 9. ¿Incentiva a los habitantes de la comunidad a empezar un emprendimiento mediante la creación del parque acuático?

Tabla 15

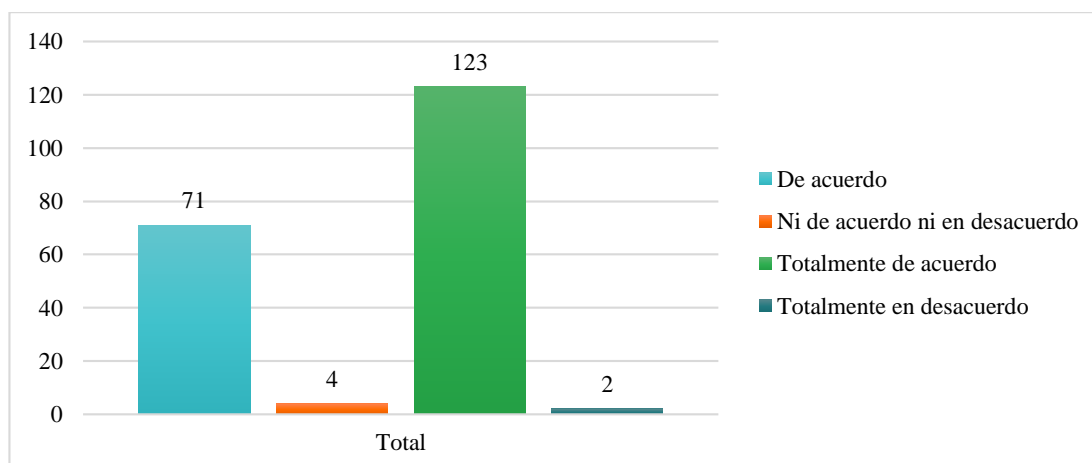
Incentiva a los habitantes a emprender un negocio

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	123	62%
De acuerdo	71	35%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	2%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 11

Incentiva a los habitantes a emprender un negocio



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

La creación del parque acuático es visto como una iniciativa para que los habitantes de la comunidad inicien un emprendimiento local, ya que al contar con sitio recreacional como el que se propone implementar dentro la comuna, generará el ingreso o visita de personas o turistas, por ende, estos emprendimientos serían suplementos dentro de la localidad para que las personas tengan otras opciones de bienes o servicios, esto según indicado por el 97% de los encuestados.

Pregunta 10. Mediante la creación del parque acuático, ¿Se generará demanda turística en la comuna San Vicente?

Tabla 16

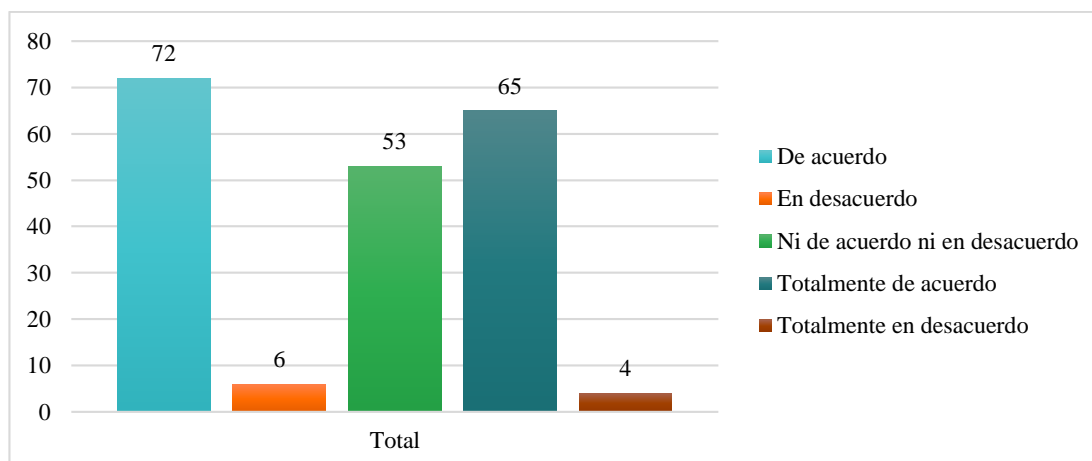
Generación de demanda turística

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	65	33%
De acuerdo	72	36%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	53	26%
Desacuerdo	6	3%
Totalmente desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 12

Generación de demanda turística



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Al generarse un emprendimiento innovador dentro de la comuna San Vicente que brinda espacios de entretenimiento y recreación, se originará demanda turística debido a que la localidad presenciara la visita de personas que son fuera de la comunidad, por ende, el 69% de los encuestados afirma que, en efecto, al implementarse el parque acuático, se obtendrá visita de turistas y por ende demanda que beneficiará a la comuna en diferentes ámbitos.

Pregunta 11. ¿Da un valor agregado al parque acuático la venta de souvenirs representativos de la cultura de la costa ecuatoriana?

Tabla 17

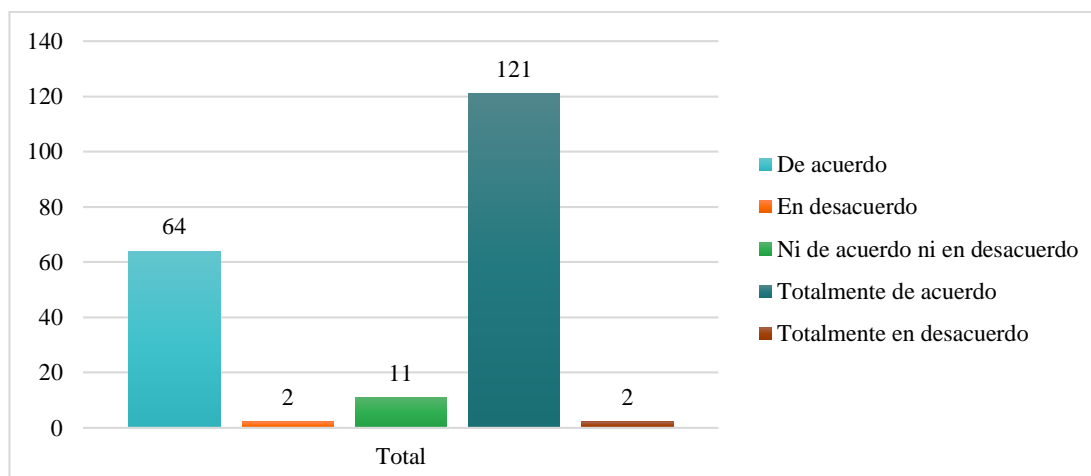
Valor agregado por la venta de souvenirs

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	121	61%
De acuerdo	64	32%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	5%
Desacuerdo	2	1%
Totalmente desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 13

Valor agregado por la venta de souvenirs



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se levantó información mediante una encuesta, donde del total de encuestados, el 93% de los mismo, afirmó que la venta de souvenir le da un valor agregado al parque acuático, ya que de esta manera se promueve el reconocimiento de la historia de la cultura costera, y, además, se da la oportunidad que las personas que visiten las instalaciones puedan llevarse un recuerdo material del lugar que visitó o de lo vivido dentro de la comunidad.

Pregunta 12. ¿Afectará el entorno ambiental de la comuna San Vicente la creación de un parque acuático?

Tabla 18

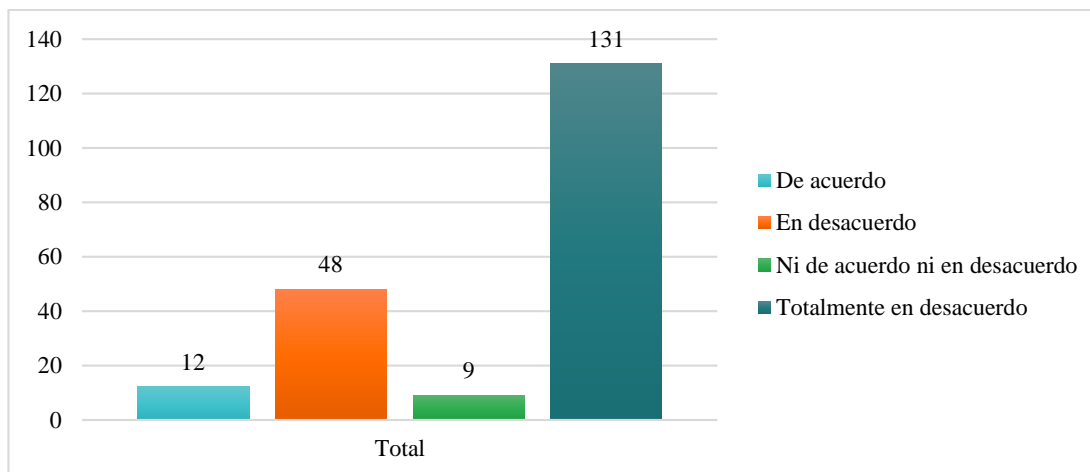
Afectación del entorno ambiental

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	12	6%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	4%
Desacuerdo	48	24%
Totalmente desacuerdo	131	66%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 14

Afectación del entorno ambiental



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Del total de encuestados de la comunidad de San Vicente, el 90% de la muestra manifestó que la propuesta de creación del parque acuático no afectará al entorno ambiental de la comuna, ya que existen lugares amplios donde se pueda implementar las instalaciones sin la necesidad de perjudicar al medio ambiente. Además, el parque acuático no emitirá contaminación, y también, la comuna no cuenta con fauna al su alrededor que se vean afectados.

3.2 Análisis de datos de encuesta a turistas

Tabla 19

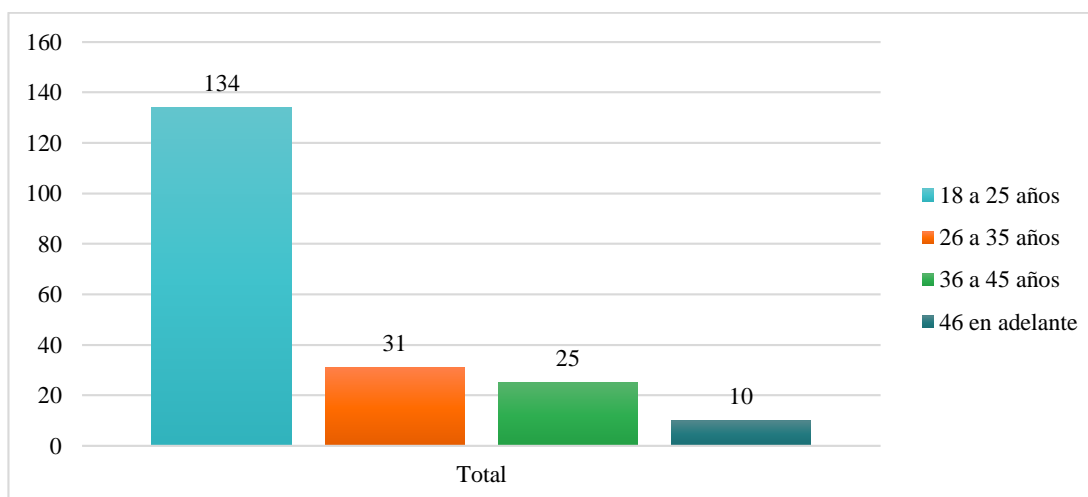
Edad de los turistas encuestados

Escala	Encuestados	%
18 a 25 años	134	67%
26 a 35 años	31	15%
36 a 45 años	25	13%
46 en adelante	10	5%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 15

Edad de los turistas encuestados



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Dentro de la encuesta dirigida a los turistas, se tomó en consideración a personas mayores de 18 considerándolos capaces y aptos de brindar una opinión concreta para el desarrollo de la investigación planteada. Se consideró cuatro rangos de edad, donde según la gráfica muestra que el 67% de los encuestados están entre los 18 y 25 años de edad, no obstante, rangos de 26 a 45 años también forman parte de la muestra de estudio. Por otro lado, personas de 46 años en adelante también manifestaron su opinión sobre el tema de investigación planteado.

Tabla 20

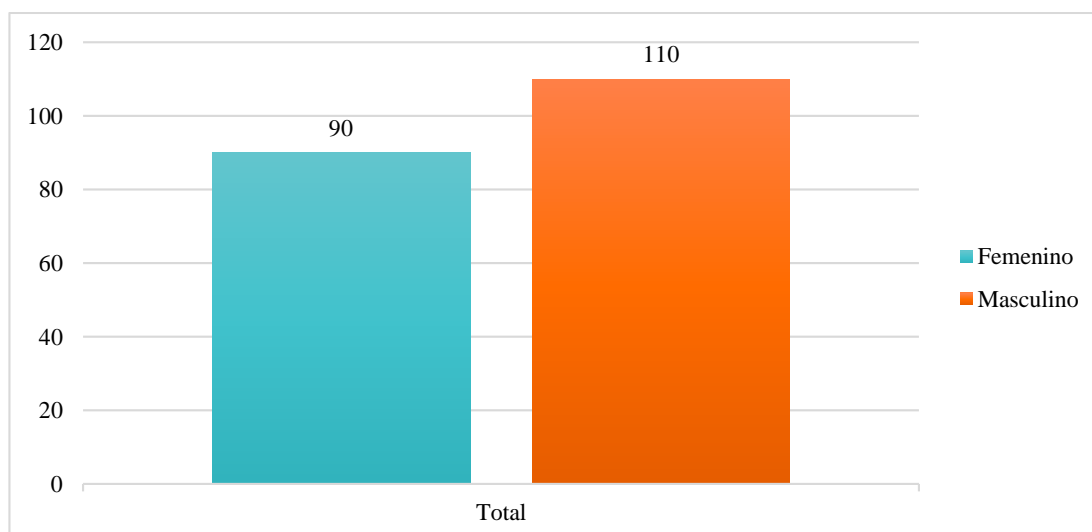
Género de turistas

Descripción	encuestados	%
Femenino	90	45%
Masculino	110	55%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 16

Género de turistas



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Según muestra la gráfica los datos obtenidos mediante la encuesta que fue dirigida a personas fuera de la comunidad considerándolas turistas, donde de ellos el 55% corresponden al género masculino y un 45% haciendo referencia al género femenino, sin embargo, cabe recalcar que ambos géneros están en la capacidad de brindar información relevante que servirá para alcanzar con éxito los objetivos planteados en el tema de investigación.

Pregunta 1. ¿Considera Ud. que en la provincia de Santa Elena se ofrece pocas propuestas recreativas que afectan al turismo?

Tabla 21

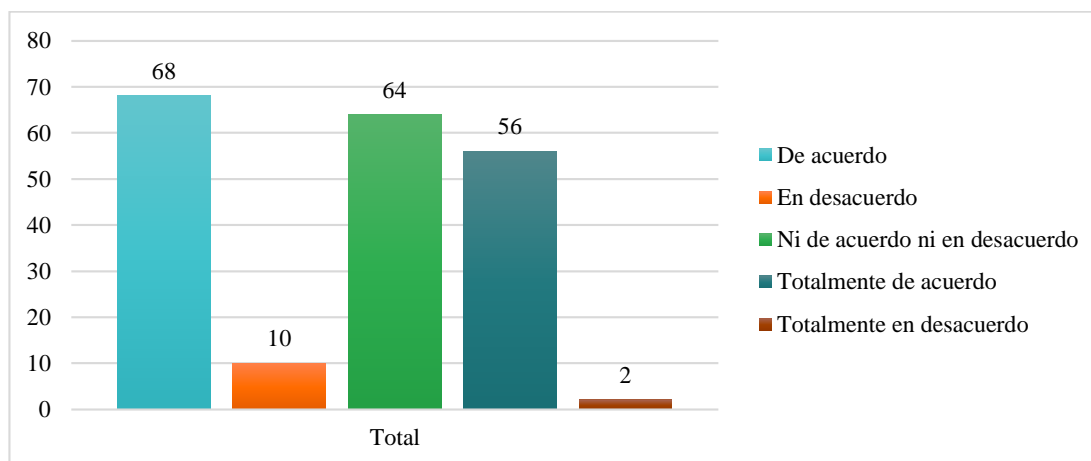
Santa Elena ofrece pocas propuestas recreativas

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	56	28%
De acuerdo	68	34%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	64	32%
Desacuerdo	10	5%
Totalmente desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 17

Santa Elena ofrece pocas propuestas recreativas



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada, el 62% de la muestra encuestada, manifestó que la provincia de Santa Elena ofrece pocas propuestas como estás en los sectores donde se las requiere, misma que perjudica al turismo, ya que las personas siempre buscan un lugar nuevo que visitar que brinde espacios recreativos. No obstante, 32% mostró una postura indecisa sobre lo planteado, y el porcentaje restando está en desacuerdo con lo manifestado en la pregunta.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia visita lugares recreacionales dentro de la provincia de Santa Elena?

Tabla 22

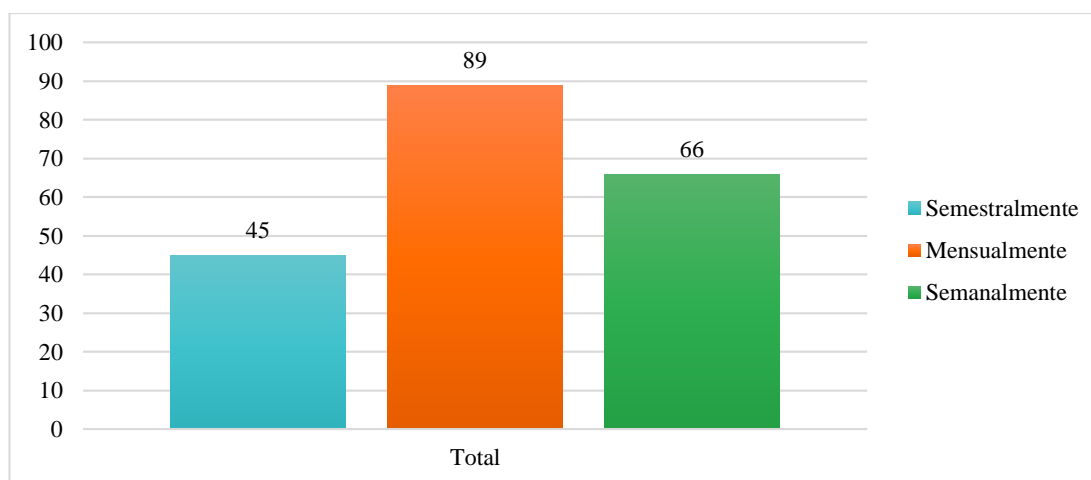
Frecuencia con la que visita lugares recreacionales

Escala	Datos	%
Semanalmente	66	33%
Mensualmente	89	45%
Semestralmente	45	22%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 18

Frecuencia con la que visita lugares recreacionales



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se llevó a cabo el levantamiento de información, donde una de las interrogantes hacía mención de que con qué frecuencia las personas visitaban lugares recreacionales dentro de la provincia de Santa Elena, misma que se obtuvieron datos donde el 45% de los encuestados manifestaron que mensualmente visitan un centro de recreación dentro de la península. Del mismo modo, un 33% de los mismo, indicaron que lo hacen semanalmente, lo que da a entender que las personas si demandan este tipo de actividades dentro de la provincia.

Pregunta 3. ¿Con quienes acude generalmente a los diferentes destinos turísticos?

Tabla 23

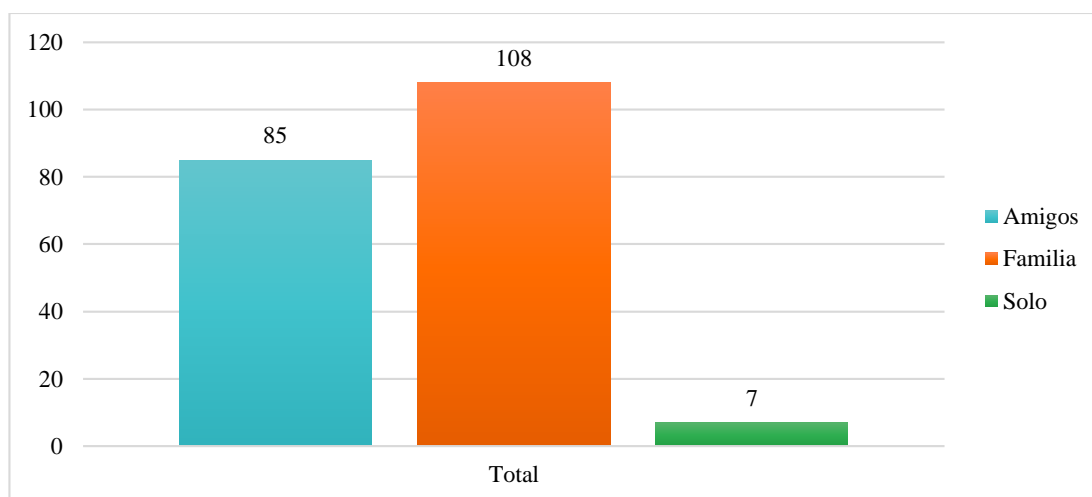
Con quien visita lugares turísticos

Escala	Datos	%
Familia	108	54%
Amigos	85	42%
Solo	7	4%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 19

Con quien visita lugares turísticos



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se realizó el levantamiento de información, donde de acuerdo a la pregunta planteada, el 96% del total de los encuestados manifestaron que generalmente acuden a lugares turísticos ya sea en familia o amigos lo que indica que van en grupo de personas, dando a entender que la demanda que poseen estos sectores es alta por el simple hecho de que una familia, mínimo está conformado por cuatro personas. Sin embargo, el otro porcentaje restante indicó que asisten solo, pero es un dato sumamente bajo en comparación a los grupos de personas.

Pregunta 4. ¿Conoce algún parque acuático dentro de la provincia de Santa Elena?

Tabla 24

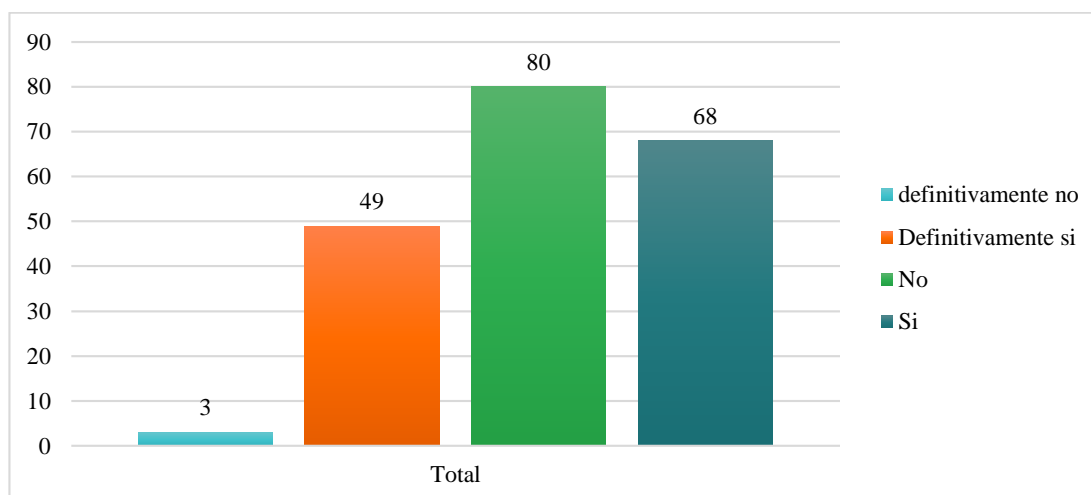
Conocen un parque acuático dentro de la provincia Santa Elena

Escala	Datos	%
Definitivamente si	49	25%
Si	68	34%
No	80	40%
Definitivamente no	3	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 20

Conocen un parque acuático dentro de la provincia Santa Elena



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Como se evidencia en la gráfica, el 59 de los encuestados manifestó que, si conocen un parque acuático dentro de la provincia de Santa Elena o al menos han escuchado sobre ello, sin embargo, el otro porcentaje restante indica que no conocen la existencia de uno de estos atractivos turísticos dentro de la provincia. Esto debido a que son contados los lugares como estos que se ofertan dentro de la provincia, mismo que indica que la competencia sería relativamente baja.

Pregunta 5. ¿Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente?

Tabla 25

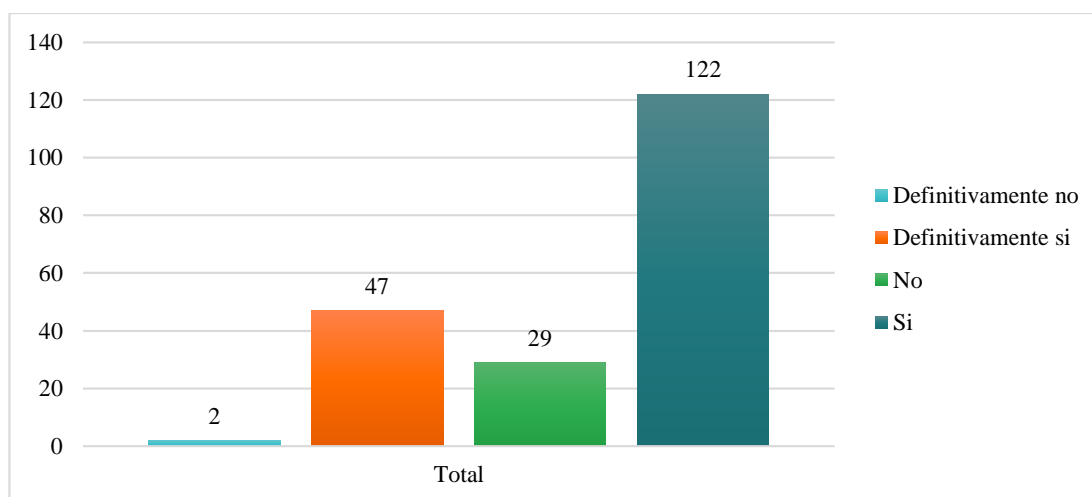
Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente

Escala	Datos	%
Definitivamente si	47	23%
Si	121	61%
No	29	15%
Definitivamente no	2	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 21

Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se llevó a cabo el levantamiento de información, donde se obtuvo datos relevantes en cuanto al conocimiento de la existencia de la comuna San Vicente, donde según la gráfica muestra que el 84% de los encuestados afirman conocer o al menos haber escuchado de la comuna, el cuál es un punto favorable para la investigación planteada, ya que se propone implementar un parque acuático en una localidad que es conocida por muchas personas sin haber un lugar recreativo o turístico que ofrecer.

Pregunta 6. ¿Le parece buena la idea de implementar un parque acuático en la provincia de Santa Elena en la comuna San Vicente?

Tabla 26

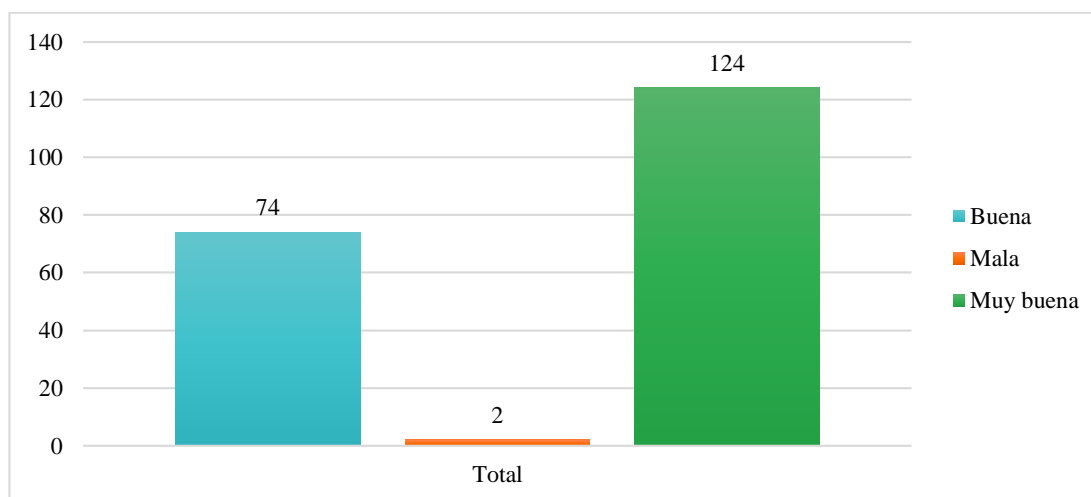
Perspectiva de la idea de negocio

Escala	Datos	%
Muy buena	124	62%
Buena	84	37%
Mala	2	1%
Pésima	0	0%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 22

Perspectiva de la idea de negocio



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Dentro del banco de preguntas, se conoció la perspectiva de las personas sobre la creación de un parque acuático dentro de la comunidad, donde el 99% de la muestra se mostró a favor indicando que es buena la idea de la propuesta, e incluso llegar a hacer muy buena, ya que la localidad no cuenta con un sitio recreativo, mismo que genera que no sea tomada en cuenta. Por lo tanto, los encuestados ven factible la implementación de estas instalaciones dentro del comuna.

Pregunta 7. ¿De los siguientes elementos qué servicios considera que debe disponer el parque acuático?

Tabla 27

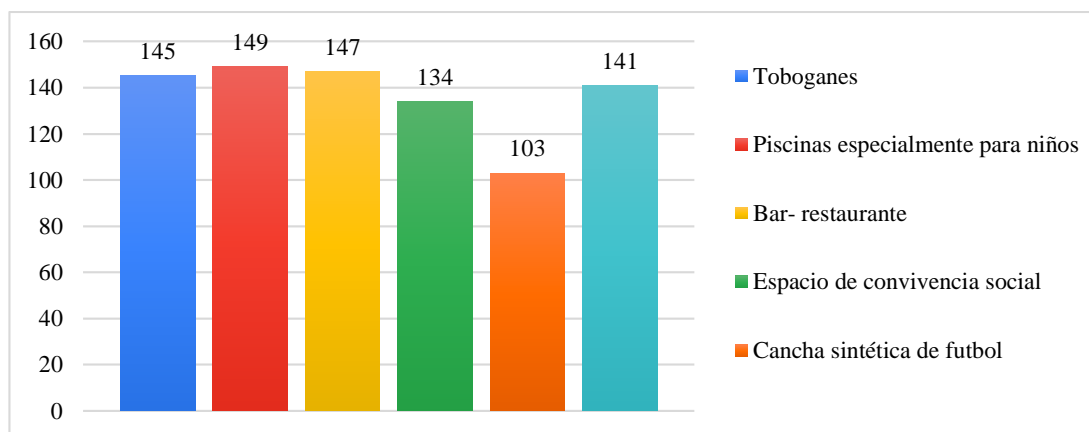
Preferencias de servicios

Escala	Reconteo de Datos
Toboganes	145
Piscinas especialmente para niños	149
Bar- restaurante	147
Espacio de convivencia social	134
Cancha sintética de futbol	103
Áreas para personas con discapacidad	141
Total	200

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 23

Preferencias de servicios



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Dentro del trabajo de investigación, es necesario conocer las preferencias de las personas, por ende, se realizó la encuesta para determinar los servicios que más demanden, donde al menos 100 de los encuestados prefiere que haya todo lo mencionado para que las personas tengan en un solo lugar la variedad de servicios ofertados. De tal manera, si se llega a implementar este sitio, es favorable agregar todos los servicios para la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Pregunta 8. ¿De la siguiente escala qué precio que está dispuesto a pagar por divertirse en un parque acuático en la comuna San Vicente?

Tabla 28

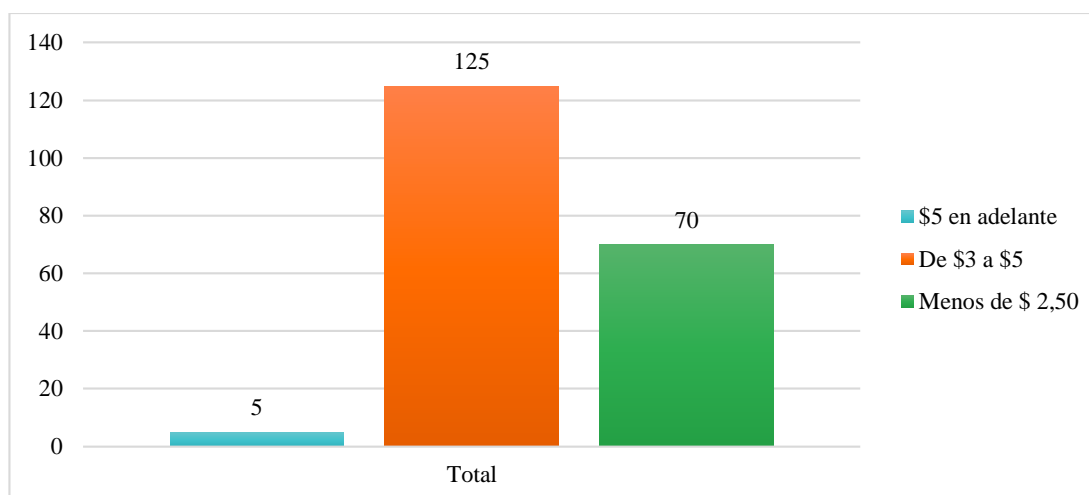
Precio a pagar

Escala	Datos	%
Menos de \$2,50	70	35%
De \$3 a \$5	125	63%
\$5 en adelante	5	2%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 24

Precio a pagar



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Del total de resultados obtenidos sobre el precio que estarían dispuestos a pagar las personas por adquirir los servicios de un parque acuático, el 63% de los encuestados indicaron que el precio justo sería de \$3 a \$5, e incluso el 35% de la muestra indicó que menos de \$2,50 estaría bien y generaría que más personas visiten las instalaciones. Sin embargo, el precio se consideraría con la competencia existente y el nivel de rentabilidad que se espera obtener.

Pregunta 9. ¿Cuándo fue la última vez que visitó un parque acuático?

Tabla 29

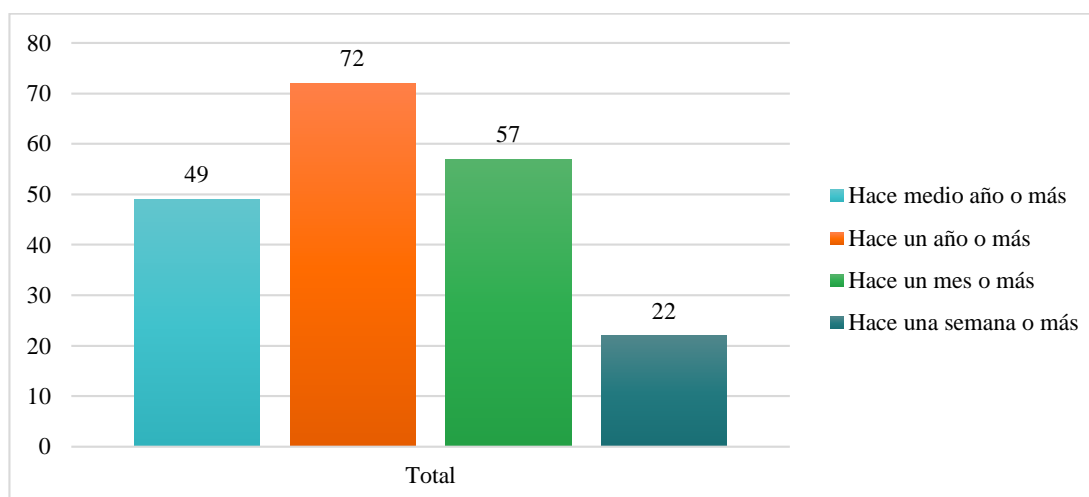
Ultima vez que visitó un parque acuático

Escala	Datos	%
Hace una semana o más	22	11%
Hace un mes o más	57	29%
Hace medio año o más	49	24%
Hace un año o más	72	36%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 25

Ultima vez que visitó un parque acuático



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Se llevó a cabo el levantamiento de información para obtener información relevante para el tema de investigación, y de acuerdo a la pregunta planteada, la gráfica muestra que 36% de la muestra manifestó que fue hace un año o más que visitó un parque acuático, del mismo modo, el otro porcentaje restante de la muestra, indicaron que la última vez que visitaron uno de estos sitios fue hace más de medio año hasta incluso hace una semana. Esto da a entender, que los parques acuáticos poseen demanda al menos una vez al año.

Pregunta 10. ¿Le da un valor inclusivo al parque acuático innovando en espacios aptos para personas con discapacidad?

Tabla 30

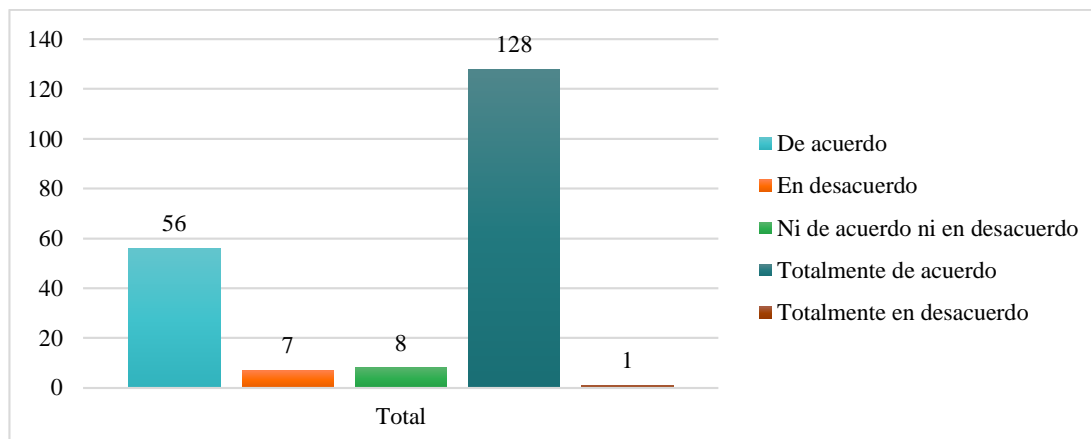
Valor inclusivo

Escala	Datos	%
Totalmente de acuerdo	128	64%
De acuerdo	56	28%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	4%
Desacuerdo	7	3%
Totalmente desacuerdo	1	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 26

Valor inclusivo



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Según los datos recolectados y plasmados en la gráfica, nos indica que el 92% de los encuestados están totalmente o al menos de acuerdo que innovando en espacios aptos para personas con discapacidad le da un valor inclusivo y que no solo aplica para los parques acuáticos sino para todos los sitios recreacionales. Esto es considerado debido a que todas las personas tienen el mismo derecho que los demás de divertirse, recrearse y hacer uso de este tipo de instalaciones

Pregunta 11. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información del parque acuático?

Tabla 31

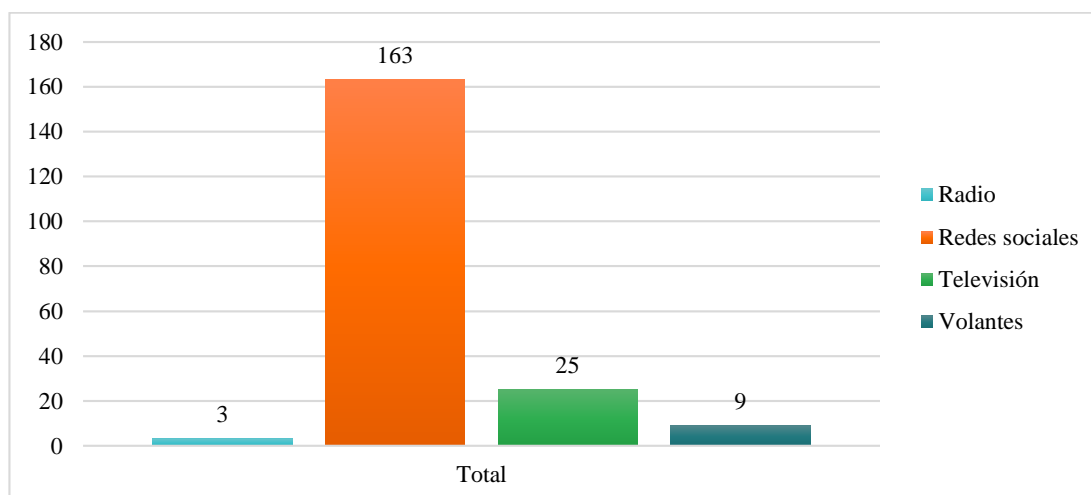
Medio de publicidad

Escala	Datos	%
Televisión	25	13%
Volantes	9	5%
Redes sociales	163	81%
Radio	3	1%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 27

Medio de publicidad



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

En la actualidad, las empresas utilizan los medios tecnológicos como medio de publicidad, así como también hay empresas que utilizan la publicidad clásica. No obstante, se realizó la encuesta a las personas consideradas turistas donde se obtuvieron datos relevantes, donde el 81% afirman que les gustaría recibir información por redes sociales, entendiendo así que la mejor manera de llegar a las personas o publicitar el parque acuático es por estos medios.

Pregunta 12. ¿Qué ofertas y promociones les gustaría recibir dentro del parque acuático?

Tabla 32

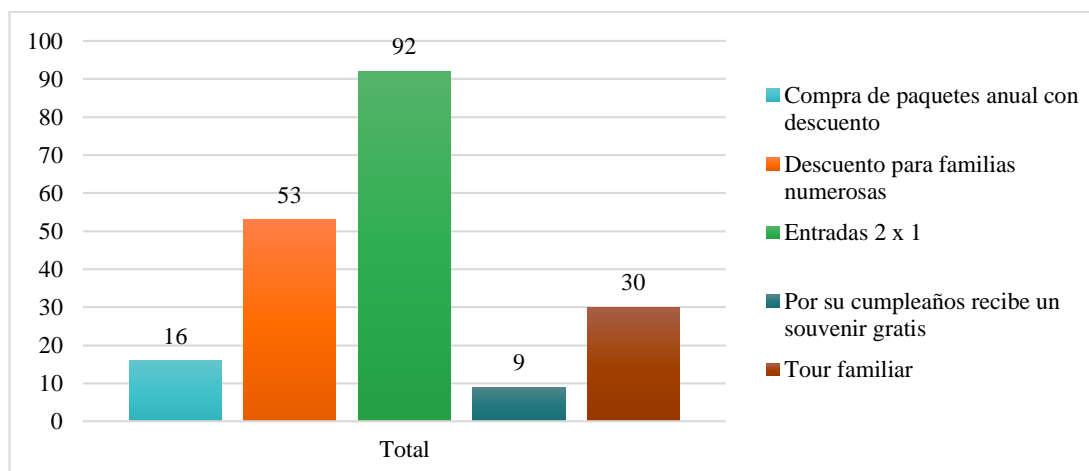
Tipos de ofertas y promociones

Escala	Datos	%
Entradas 2 x 1	92	46%
Tour familiar	30	15%
Compra de paquetes anual con descuento	16	8%
Descuento para familias numerosas	53	26%
Por su cumpleaños recibe un souvenir gratis	9	8%
Total	200	100%

Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

Figura 28

Tipos de ofertas y promociones



Nota: Elaborado por Kenneth Reyes Suárez

De acuerdo a la pregunta planteada sobre las ofertas o promociones que les gustaría a las personas que ofreciera el parque acuático, según la gráfica el 46% de los encuestados manifestaron que más atractivas son las entradas 2 x 1, de la misma manera, un 26% de la muestra indicaron que los descuentos para familias numerosas les parece atractivo ya que normalmente, las personas que visitan estos tipos de lugares lo hacen en familias y sería aceptable un descuento por su ingreso.

3.3 Discusión

Tomando como referencia al trabajo de investigación titulado “Diagnostico preliminar de la factibilidad de creación de un parque acuático recreacional en la ciudad de Manta, año 2020” donde se determinó el nivel de factibilidad que existe en implementar ese proyecto mediante estudios pertinentes enfocados en conocer principalmente la oferta y demanda que existe dentro de ese sector, por lo mismo, se puede indicar que es factible efectuar este tipo de investigaciones, como es el caso de realizar un estudio de mercado para levantar información, donde los resultados de este trabajo tuvieron el mismo fin que el antecedente mencionado.

Por lo consiguiente, el levantamiento de información sobre la creación de un sitio recreacional en la comuna, se vio incentivado a efectuarse por la problemática existente dentro de la misma, puesto que, no existe algún sitio que brinde un lugar de atracción, lo que significa que no existe oferta, sin embargo, el estudio de mercado permitió conocer las actividades recreacionales que las personas demandan y, por ende, el nivel de aceptación favorable que tuvo la propuesta.

Por último, una vez obtenidos los resultados de la presente investigación se comprueba la idea a defender en la que se menciona que un estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático, por lo mismo, siendo así, los datos recabados fueron en mayor parte favorables, lo que indica que la propuesta de su creación es aceptable, por lo mismo, recomiendo buscar los entes capaces de brindar el financiamiento adecuado para su ejecución a futuro.

Conclusiones

- ✚ En conclusión, se desarrolló la investigación de mercado donde se recolectó información pertinente para su ejecución, en que se estudió la oferta y demanda existente en la comuna San Vicente, asimismo que, si es factible o no la creación de un parque acuático, en que además se identificó el nivel de aceptación.
- ✚ De acuerdo al primer objetivo específico planteado, se concluyó que la provincia de Santa Elena ofrece pocas propuestas creativas para aumentar los sectores turísticos dentro de la misma, como evidencia, se menciona que la comuna San Vicente no oferta sitio recreativo alguno. Además, estos atractivos poseen una captación de clientes considerables, por lo que se generaría demanda turística no solo para la comunidad sino también para la provincia.
- ✚ Respecto al segundo objetivo específico, se analizó las condiciones en la que se encuentra la comuna San Vicente para el desarrollo del proyecto, donde se pudo destacar que la comunidad puede ofrecer un sector recreativo ya que su ubicación geográfica es favorable según lo manifestado por habitantes de la comunidad como de exteriores considerados turistas, además consideran muy buena la idea de crear un parque acuático dentro de la comunidad.
- ✚ En relación al último objetivo planteado, debido a que la propuesta de creación de un parque acuático es viable según los datos obtenidos, se propone un diseño de complejo atractivo y recreacional con una variedad de servicios a ofertar, innovando en espacios aptos para personas con discapacidad, además, no tendría un impacto ambiental negativo, creando expectativas positivas debido a que la comuna presenciara un desarrollo social, económico y turístico.

Recomendaciones

- ✚ Se recomienda realizar estudios de mercado con más frecuencia no solo dentro de la comuna San Vicente sino también en los diferentes sectores donde se identifique una problemática similar, ya que ayudan a determinar la oferta y demanda que existe en un sector obteniendo resultados para luego saber tomar las decisiones idóneas a la hora de emprender un bien o servicio en el mercado.
- ✚ Los sectores recreativos como los parques acuáticos son una de las actividades que demandan las familias, por ende, se recomienda realizar investigaciones de mercado, para identificar qué otras necesidades demandan las personas, del mismo modo, que, al conocer la escasez de los individuos, el investigador sabrá qué bien o servicio ofertar y a que segmento de personas estará dirigido.
- ✚ Se recomienda considerar a la comuna San Vicente por su favorable ubicación en la que se encuentra ya que es una de las primeras comunidades por donde pasan cientos de personas para la conocida ruta del spondylus; también cuenta con las condiciones y factores necesarios para ofrecer un sitio recreativo como un parque acuático y, además, no existe sitio similar en sus alrededores que brinde los servicios propuestos, por lo que la competencia es baja.
- ✚ Una vez planteada la propuesta del diseño del parque acuático, y conociendo el nivel de aceptación por parte de los encuestados, se propone crear alianzas estratégicas con entes del estado o fundaciones para que se lleve a cabo su respectiva creación con todos los servicios propuestos anteriormente, además, estas instalaciones cumplirán con toda la fundamentación legal para su implementación y por otro lado dará reconocimiento a la comuna.

Referencias

- Acemoglu, D., Laibson, D., & List, J. (2017). *Economía*. Antoni Bosch editor.
- Agresti, P., & Federico, A. (2017). *Sociedad y Estado en el mundo actual*. Eudeba.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Carhuancha Mendoza, I. M., & Nolazco Labajos, F. A. (2019). *Metodología de la investigación holística*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Carrillo, R. (2022). *Topadventure*. <https://topadventure.com/ecoturismo/Que-es-un-parque-acuatico-20220727-0001.html>
- De los santos, E. (2022). *Parques Alegres*. <https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/parques-acuaticos-definicion/>
- Eggers, F. G. (2018). *Economía*. Editorial Maipue.
- Eysenck, M. W. (2019). *Psicología básica*. Editorial El Manual Moderno.
- Faerna, Á. M., & Dewey, J. (2022). *Lógica: la teoría de la investigación (1938)*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Fraschina, S., & Acevedo, M. (2020). *Economía: uan introducción*. Ediciones Eudeba.
- Gallego Igea, M. (2022). *Consumoteca*. <https://www.consumoteca.com/ocio-y-deporte/parques-acuaticos/parque-acuatico/>
- Gallejo Roji, M. L., Aznar Santiago, J. A., & Medianero Sánchez, M. V. (2016). *Investigación y recogida de información de mercados (UF1780)*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- García Dihigo, J. (2016). *Metodología de la investigación para los administradores*. Ediciones de la U.
- Gómez Arrebalo, Y. E. (2019). *Propuesta para la creación de un parque acuático en el sector "Ruta del Río", cantón Quevedo, provincia de Los Ríos*.
- González Domínguez, F. J., & Ganaza Vargas, J. (2015). *Fundamentos de economía de la empresa*. Ediciones Pirámide.
- Hair, J. F., Lamb, C. W., & McDaniel, C. (2017). *Marketing: edición Latinoamérica*. Cengage Learning.
- Hernández Ortiz, M. J. (2016). *Administración de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2016). Ingenios. Código orgánico de la economía social, de los conocimientos, la creatividad y la innovación.

- Jiménez Zarco, A., Calderón García, H., & Delgado Ballester, E. (2015). *Dirección de productos y marcas*. Editorial UOC.
- Joanidis, C. (2017). *Plan de negocios: la película*. Pluma Digital Ediciones.
- Juárez, F. (2018). *Principios de marketing*. Editorial Universidad del Rosario.
- Juliao Esparragoza, D., Giraldo Oliveros, M., Acevedo Navas, C., Cotes Escolar, J., Martínez Díaz, D., Páramo Morales, . . . Silva Guerra, H. (2016). *Gerencia de marketing*. Universidad del Norte.
- Klother, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Krugman, P., Wells, R., & Graddy, K. (2020). *Fundamentos de Economía*. Editorial Reverté.
- Lino, J. (28 de Febrero de 2022). La reactivación económica toca a la puerta del turismo de Santa Elena. *Expreso*.
- Luna González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial González.
- Marte Alvarado, Q., & Tejada Betancourt, L. (2019). *Investigación de mercados*. República dominicana: Ediciones UAPA.
- Martínez Conesa, E. Á. (2018). *Iniciando en la economía y gestión de empresas*. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & Grande Esteban, I. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.
- Montilla Pacheco, A., Rodríguez Pincay, I., & Choez Vera, K. (2020). Diagnóstico preliminar de la factibilidad de creación de un parque acuático recreacional en la ciudad de Manta . *Cica*, IV(10), 22.
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores.
- Morrillo Wellenius, M. (2019). *Emprende ya. Guía para emprendedores*. Quito: Imprenta Mariscal.
- Murcia Cabra, H. H. (2015). *Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación - Cuantitativa Cualitativa y redacción de tesis*. Ediciones de la U.
- Olivero Sánchez, F., & Montesdeoca Peralta, M. (2018). Propuesta de un complejo turístico en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. *Redalyc*.
- Panceri, J. (2021). *Sustentabilidad: economía, desarrollo sustentable y medioambiente*. Editorial Biblos.
- Parkin, M. (2020). *Microeconomía: versión para Latinoamérica*. Pearson Educación.

- Prettel Vidal, G. (2016). *Marketing, una herramienta para el crecimiento*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.
- Redondo Ramírez, M. I., & Tarapuez Chamorro, E. I. (2018). *Economía: principios generales*. Ediciones de la U.
- Rivas De la Rosa, V. L. (2019). *Propuesta de creación de un parque acuático para el desarrollo económico de la comuna Libertado Bolívar, Cantón Santa Elena, provincia Santa Elena*. La Libertad.
- Rodríguez Ardura, I., & Ammetller, G. (2018). *Principios y estrategias de marketing. Vol. 1*. Editorial UOC.
- Rojas Lopez, M. D. (2016). *Ingeniería administrativa*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Schnarch Kirberg, A. (2016). *El marketing como estrategia de emprendimiento*. Ediciones de la U.
- Schnarch Kirberg, A. (2019). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U.
- Toro, J. M., & Villanueva, J. (2017). *Marketing estratégico*. EUNSA.
- Travez, M. W. (2022). *Diagnostico para el desarrollo de la circunscripción territorial indígena*.
- Trejo Sánchez, K. (2021). *Fundamentos de metodología para la realización de trabajos de investigación*. Ciudad de México: Editorial Parmenia, Universidad la Salle México.
- Villamizar Jaimes, M. (2016). *Macroeconomía*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Villegas Martínez, V. G. (2015). *Investigación de mercados cuantitativa y cualitativa*. Delta Publicaciones.
- Viteri Moya, J. R. (2015). *Gestión de la producción con enfoque sistémico*. Universidad Tecnológica Equinoccial.

Apéndice

Apéndice 1. Matriz de consistencia

Tabla 33

Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Estudio de mercado para la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena, año 2022.	¿De qué manera un estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente?	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Objetivo General. ✚ Realizar un estudio de mercado para la apertura de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena. ✚ Objetivos específicos ✚ Identificar la oferta y demanda que existe dentro de la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena ✚ Analizar los factores del entorno para el desarrollo del proyecto en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena ✚ Proponer el diseño del parque acuático para la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena 	El estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena.	Variable independiente	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Producto ✚ Precio 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ TIPO DE INVESTIGACIÓN Investigación descriptiva Enfoque cuantitativo ✚ MÉTODO DE INVESTIGACIÓN Método analítico e inductivo ✚ DISEÑO DE MUESTREO Población y Muestra ✚ DISEÑO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Encuesta
					Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Preferencia ✚ Competidores 	
					Segmentación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Posicionamiento ✚ Diversificación 	
				Variable dependiente	Idea de negocio	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Emprendimiento ✚ Innovación ✚ Creatividad 	
					Recursos	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Materiales ✚ Tecnológicos ✚ Financieros 	
					Factores del entorno	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Sociales ✚ Culturales ✚ Ambientales 	

Apéndice 2. Matriz de operacionalización de las variables

Tabla 34

Matriz de operacionalización de las variables

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
El estudio de mercado contribuye a la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena.	Variable independiente: Estudio de Mercado	La investigación de mercado según lo manifestado por (Merino Sanz et al., 2015) facilita la recolección de información pertinente y actualizada del entorno. Por tanto, su objetivo es recopilar información que sirva de base para la toma de decisiones.	Oferta	Producto (servicio) Precio	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La comuna San Vicente puede ofrecer un sector turístico para la provincia de Santa Elena. ✚ La posibilidad de la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente. ✚ El precio que está dispuesto a pagar. 	Encuesta
			Demanda	Competencia Preferencia	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La competencia existente dentro del mercado. ✚ Las preferencias de servicios de los clientes 	
			Segmentación de mercado	Posicionamiento Diversificación	<ul style="list-style-type: none"> ✚ El posicionamiento geográfico de la comuna es favorable para implementación del parque acuático. ✚ La captación de clientes mediante una variedad de servicios 	
	Variable dependiente: Parque acuático		Idea de negocio	Emprendimiento Innovación Creatividad	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La necesidad de las clientes en asistir a un lugar de recreación. ✚ Incentivo a las personas a emprender. ✚ La innovación de espacios para personas con discapacidad 	
			Recursos	Materiales Tecnológicos financieros	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La infraestructura del parque acuático ✚ Uso de la tecnología como medio publicitario ✚ El financiamiento del proyecto. 	
			Factores del entorno	Sociales Culturales Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Desarrollo social para la comunidad. ✚ Souvenirs representativos de la cultura costera. ✚ El impacto ambiental que tendrá el proyecto. 	

Apéndice 3. Formato de encuesta a habitantes de la comuna



Elaborado por: **Kenneth Wilmer Reyes Suárez**



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022

Objetivo: Obtener información que sirva de base para el desarrollo del trabajo de investigación en relación al tema planteado.

Estimado encuestado, a continuación, se muestra un formulario de preguntas con fines de investigación, por lo que espero pueda colaborar con su valiosa opinión en cada pregunta planteada. De antemano, agradezco su colaboración.

Edad

18 a 25 años	
26 a 35 años	
36 a 45 años	
46 en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	

1. ¿Puede ofrecer un sector recreativo para la provincia de Santa Elena la comuna San Vicente?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

2. ¿Qué tan de acuerdo está que una de las actividades que demandan las familias son los parques acuáticos??

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

3. ¿Qué servicios prefiere que disponga el parque acuático?

Toboganes	
Piscinas especialmente para niños	
Bar-restaurante	
Espacio de convivencia social	
Cancha de futbol sintética	
Áreas para personas con discapacidad	

4. ¿Es favorable el posicionamiento geográfico de la comuna para la implementación del parque acuático?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

5. ¿Será lo principal para asistir al parque acuático la oferta de la variedad de servicios?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

6. ¿Es posible la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

7. ¿Ayudará al desarrollo de la comunidad la idea de negocio de crear un parque acuático en la comuna?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

8. ¿Es primordial el uso de redes sociales para publicitar el parque acuático?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

9. ¿Incentiva a los habitantes de la comunidad a empezar un emprendimiento mediante la creación del parque acuático?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

10. Mediante la creación del parque acuático, ¿se generará demanda turística en la comuna San Vicente?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

11. ¿Da un valor agregado al parque acuático la venta de souvenirs representativos de la cultura de la costa ecuatoriana?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

12. ¿Afectará el entorno ambiental de la comuna San Vicente la creación de un parque acuático?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Apéndice 3. Formato de encuesta a turistas



Elaborado por: **Kenneth Wilmer Reyes Suárez**



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022
Objetivo: Obtener información que sirva de base para el desarrollo del trabajo de investigación en relación al tema planteado.

Estimado encuestado, a continuación, se muestra un formulario de preguntas con fines de investigación, por lo que espero pueda colaborar con su valiosa opinión en cada pregunta planteada. De antemano, agradezco su colaboración.

Encuesta a turistas

Edad

18 a 25 años	
26 a 35 años	
36 a 45 años	
46 en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	

1. ¿Considera que se ofrece pocas propuestas recreativas que afecta al turismo en la provincia de Santa Elena?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

2. ¿Con que frecuencia visita lugares recreacionales dentro de la provincia de Santa Elena?

Semanalmente	
Mensualmente	
Semestralmente	

3. ¿Con quién acude generalmente a sitios turísticos?

Familia	
Amigos	
Solo	

4. ¿Conoce algún parque acuático dentro de la provincia de Santa Elena?

Definitivamente Si	
Si	
No	
Definitivamente no	

5. ¿Conoce o ha escuchado sobre la comuna San Vicente?

Efectivamente Si	
Si	
No	
Efectivamente No	

6. ¿Qué tan buena le parece la idea de implementar un parque acuático en esta comuna ofreciendo otro atractivo recreacional para la provincia de Santa Elena?

Muy buena	
Buena	
Mala	
Pésima	

7. ¿Qué servicios considera que debe disponer el parque acuático?

Toboganes	
Piscinas especialmente a niños	
Bar-restaurante	
Espacio de convivencia social	
Cancha de futbol sintética	
Áreas para personas con discapacidad	

8. ¿Cuál sería el precio que está dispuesto a pagar en un parque acuático en la comuna San Vicente?

Menos de \$2,50	
De \$3 a \$5	
\$5 en adelante	

9. ¿Hace que tiempo fue la última vez que visitó un parque acuático?

Hace una semana o más	
Hace un mes o más	
Hace medio año o más	
Hace un año o más	

10. ¿Le da un valor inclusivo al parque acuático innovando en espacios aptos para personas con discapacidad?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

11. ¿A través de qué medio le gustaría obtener información del parque acuático?

Televisión	
volantes	
Redes sociales	
Radio	

12. ¿Qué ofertas y promociones les gustaría recibir dentro del parque acuático?

Entradas 2 x 1	
Tour familiar	
Compra de paquete anual con descuento	
Descuento para familias numerosas	
Por su cumpleaños recibe un souvenir gratis	

Apéndice 4. Validación de instrumento de recolección de datos

VALIDACIÓN ENCUESTA

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del informante:** Ing. Libi Carol Caamaño López, MBA.
- 1.2 **Institución educativa:** Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- 1.3 **Título de la investigación:** Estudio de mercado para la creación de un parque acuático de la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena, año 2022
- 1.4 **Autor del instrumento:** Kenneth Wilmer Reyes Suárez
- 1.5 **Tutor:** Ing. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.
- 1.6 **Alumno de:** Administración de Empresas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41- 60%	Muy buena 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formado con lenguaje apropiado.					x
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.				x	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					x
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.				x	
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					x

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

98

Lugar y fecha: La Libertad, 01 de agosto de 2022



Firma del Experto Informante

Ing. Libi Carol Caamaño López

C.I._0910348572_ Teléfono N°0985792662

Apéndice 5. Certificado de validación del instrumento de recolección de datos

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A quién interese certifico que:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en la tesis “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022”, planteado por el estudiante sr. **KENNETH WILMER REYES SUÁREZ**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

- Encuestas a las muestras de estudio

La herramienta anteriormente mencionada refleja pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizado al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a sus intereses.

La Libertad, 1 de agosto del 2022



Ing. Libi Caamaño López, MBA.

Docente Carrera Administración de Empresas

Apéndice 6. Fotografías de evidencia de tutorías

Figura 29

Primera tutoría



Nota: Asesoramiento por parte del tutor

Figura 30

Segunda tutoría



Nota: Revisión final de mi trabajo de titulación

Apéndice 7. Cronograma

Tabla 35

Cronograma

		UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA																			
		FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS																			
		CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS																			
		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		PERÍODO ACADÉMICO 2022-1																			
		MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16				CIERRE PAO 2022-1
No.	Actividades planificadas	2-7	9-14	16-21	23-28	30Mayo-4Junio	6-11	13-18	20-25	27Jun-2Julio	4-9	11-16	18-23	25-30	1-6	8-13	15-20	22-27	30AG-4SEPT.	5-10	12-17
1	Propuesta de temas de investigación por parte de estudiantes	■																			
2	Presentación de Cronograma de actividades	■																			
3	Revisión de temas, Distribución de tutores y especialistas		■																		
4	Presentación de Planificación TIC-2022-2			■																	
5	Aprobación de la Planificación UIC-TIC-2022-2 por Consejo de Facultad				■																
6	Entrega de resolución a tutores				■																
7	Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular:																				
8	Introducción					■															
9	Capítulo I Marco Teórico						■	■	■												
10	Capítulo II Marco Metodológico							■	■	■	■										
11	Capítulo III Resultados											■	■	■							
12	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen														■						
13	Certificado Urkund-Tutor														■						
14	Entrega de informe por parte de los tutores														■						
15	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía															■					
16	Entrega de oficios a los especialistas															■					
17	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																■	■			
18	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																		■		
19	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																			■	

La Libertad, 15 de agosto del 2022

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

TUTOR EVPG-2022

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado *“Estudio de mercado para la creación de un parque acuático en la comuna San Vicente, provincia de Santa Elena, año 2022”*, elaborado por el estudiante **Kenneth Wilmer Reyes Suárez**, de la Carrera Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema anti plagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con el 3% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MDE.

CC. 1802298669

DOCENTE TUTOR CAE-FCA.



Reporte Urkund

The screenshot displays the Urkund web interface. The main content area shows document details: Document: TIC-KENNETH WILMER REYES SUAREZ.docx (D142920756), Submitted: 2022-08-14 23:52 (-05:00), Submitted by: kenneth.reyesuarez@upse.edu.ec, Receiver: epico.upse@analysis.urkund.com, and Message: Revisión Urkund [Show full message](#). A progress indicator shows 3% of the document's text is present in 3 sources. On the right, a 'Sources' table lists the following entries:

Rank	Path/File name	Checkmark
1	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / D26590618	<input checked="" type="checkbox"/>
2	UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA / D44392426	<input type="checkbox"/>
3	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI / D14205537	<input checked="" type="checkbox"/>

Below the table are sections for 'Alternative sources' and 'Sources not used'. The bottom of the interface includes a status bar with '0 Warnings', 'Reset', and 'Share' buttons.