



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS
ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS
POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DEL
CANTÓN SANTA ELENA
AÑO 2013”.**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTORA: YOLANDA PAOLA LIMONES BORBOR
ECON. VLADIMIR JOSÉ SORIA FREIRE, MBA.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS
ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS
POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DEL
CANTÓN SANTA ELENA
AÑO 2013”.**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: YOLANDA PAOLA LIMONES BORBOR
ECON. VLADIMIR JOSÉ SORIA FREIRE, MBA.

LA LIBERTAD – ECUADOR
2013

La Libertad, 31 de marzo del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Estudio de Factibilidad para la Creación de Áreas de Distracción Temática en los Espacios Recreacionales Administrados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena Año 2013” elaborado por la Sra. Yolanda Paola Limones Borbor, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Vladimir José Soria Freire, MBA.

TUTOR

DEDICATORIA

A mi esposo Wilmer a mis hijos José Ignacio, Juan Diego y Alfreto, quienes son la razón de mi vida, ya que ellos han sido la inspiración para seguir adelante, superando cada obstáculo.

Yolanda Paola Limones Borbor

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme todo lo necesario para alcanzar las estrellas, gracias señor por la paciencia, fuerza, valor, amor y determinación que me distes para hacer las cosas siempre. Gracias por creer en mí y darme un ejemplo de vida tan grande como lo son ustedes.

A mis profesores por ser los portadores de tanta sabiduría y sobre todo por su capacidad para trasmitirla. Muchos de ustedes no solo aportan en mi vida conocimientos científicos sino también me enseñaron acerca del mundo y la vida real. A todas las personas que de una u otra manera estuvieron a mi lado, que me enseñaron y me dieron ánimo. Gracias a todos.

Yolanda Paola Limones Borbor

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
C.C. ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERIA COMERCIAL

Econ. Vladimir José Soria Freire, MBA.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Johnny Reyes, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN DE SANTA ELENA AÑO 2013”.**Autora: Paola Limones****Tutor: Ing. Roberto Lucas Saltos, Mgs.****RESUMEN**

El cantón Santa Elena cuenta con potencias de comercio, puertos marítimos, aeropuertos, centros comerciales, pero si tiene potencial en su turismo, entonces es de ahí donde se debe de iniciar proyectos atractivos y porque no con un parque con imágenes culturales, actuales e innovadoras. Dentro de la diversificación turística del cantón Santa Elena no posee un parque con áreas recreativas innovadoras, no obstante el turismo se ve promovido solo por sus playas en periodos de feriado, carnaval, fin de año, temporada entre otras fechas de descanso nacional. Sin embargo en los últimos diez años el arma turística no ha sido su plato fuerte, sigue existiendo gran preferencia por visitar playas en los diferentes cantones de Salinas, La Libertad, Ruta del Spondylus. Nuestro servicio consiste en el funcionamiento de un parque con atracciones de culturales, actuales y de moda en la ciudad de Santa Elena. Este contará en los 9 parques en áreas estratégicas dentro de los tradicionales parques. La innovación que presenta este proyecto es poder ofrecer a los turistas de esta ciudad que gustan de la diversión, un parque que cuente con innovación y confort de los últimos tiempos. El proyecto comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor servicio y brindarle un valor agregado a los clientes. Cada servicio complementario del lugar va dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas. La idea es muy atractiva para los habitantes locales porque de cierta forma generará fuentes de trabajo y podrá convertirse en un atrayente de la inversión para los posibles inversionistas. Es así como se fomentará de igual manera una nueva forma de recreación además de motivar la unión familiar, puesto que ellos elegirán la temática de preferencia para la imagen. Para promover este novedoso tipo de diversión se colocarán gigantografía muy atractivas con temas infantiles, de personajes animados películas, entre otros.

Palabras claves: Inversión, desarrollo, crecimiento, innovación

ÍNDICE

PORTADA.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
MARCO TEÓRICO.....	4
1. ANTECEDENTES DEL CANTÓN SANTA ELENA.....	4
1.1.ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN EL CANTÓN SANTA ELENA.....	5
1.1.1.ANTECEDENTES HISTÓRICOS	5
1.1.2.OFERTA TURÍSTICA	7
1.1.3.PARQUE TEMÁTICO	8
1.1.3.1.FERIAS.....	9
1.1.3.2.PARQUE DE ATRACCIONES	9
1.1.3.3.PARQUES TEMÁTICOS TRADICIONALES.....	9
1.1.3.4.RESORTS	9
1.1.3.5.RECREACIÓN	10
1.2. RECURSOS TURÍSTICOS	10
1.2.1.TURISMO.....	10
1.2.2.TURISMO ALTERNATIVO	12
1.2.3.ECOTURISMO - “ECO-AMIGABLE”	13
1.2.4.DEMOGRAFÍA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	14
1.2.5.UBICACIÓN GEOGRAFICA.....	16
1.2.6.CLIMA PREDOMINANTE	17
1.2.7.ETNIAS ASENTADAS.....	18
1.2.8.COSTUMBRES.....	19
1.2.9.INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.	19
1.2.10.MARCO LEGAL.....	20

1.3.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD).....	23
1.3.1.ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	23
1.3.2.ESTUDIO DE MERCADO	24
1.3.3.ESTUDIO TÉCNICO	26
1.3.4.ESTUDIO FINANCIERO	28
1.3.5.ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	30
1.3.6.ASPECTOS INSTITUCIONALES	30
CAPÍTULO II.....	31
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION.....	31
2.1.ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.2.ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.3.PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
2.4.MÉTODO EX POST FACTO O MÉTODO EXPERIMENTAL.....	32
2.5.POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
2.5.1.POBLACIÓN.....	33
2.5.2.UNIDAD DE ANÁLISIS	33
2.5.3.ELEMENTO TEÓRICO.....	34
2.6.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	35
2.6.1.TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	36
2.6.2.DATOS DE LA POBLACIÓN.....	37
2.6.3.MÉTODO DE MUESTREO.....	38
2.6.4.TAMAÑO DE LA MUESTRA	38
2.6.5.DISEÑO DE LA ENCUESTA	39
CAPÍTULO III.....	40
3.PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	40
3.1.ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	40
3.1.1.CONCLUSIONES	53
3.1.2.RECOMENDACIONES.....	54
3.2.ANÁLISIS DEL FOCUS GROUP	55
3.2.1.PRESUPUESTO DE INGRESOS	58
3.2.2.PRESUPUESTO DE INVENTARIOS	58
3.2.3.PRESUPUESTO DE EGRESOS	59
3.2.4.PRESUPUESTO DE CAJA.....	60
3.2.5.MÉTODO CONTABLE	61
3.2.6.ESTRUCTURA DEL CAPITAL.....	61
3.2.7.FLUJO DE CAJA	62

3.2.8.ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	64
3.2.9.PUNTO DE EQUILIBRIO	65
3.2.10.CASH FREE Y CASH FLOW	66
3.2.11.VAN.....	67
3.2.12.TASA INTERNA DE RETORNO	67
3.2.13.RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	68
3.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	68
3.3.1.ANÁLISIS DE RIESGOS-ESCENARIOS	69
CAPÍTULO IV ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2013.....	70
4.PROPOSTA.....	70
JUSTIFICACIÓN	70
4.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	71
4.1.1.FILOSOFÍA	71
4.1.1.1.VISIÓN.....	71
4.1.1.2.MISIÓN	71
4.1.1.3.OBJETIVO	72
4.1.1.4.VALORES	72
4.1.2.ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	72
4.1.2.1.FUNCIONES	75
4.1.3.ANÁLISIS FODA	79
4.2.ESTUDIO TÉCNICO	80
4.2.1.OBJETIVO DEL ESTUDIO TÉCNICO	80
4.2.2.DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	80
4.2.2.1.DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	81
4.2.3.CAPACIDAD INSTALADAS DE LAS ÁREAS	81
4.2.4.CAPACIDAD NORMAL.....	81
4.2.5.PROCESO DEL SERVICIO	82
4.2.6.UBICACIÓN DE LA EMPRESA (PLANTA).....	83
4.3. ESTUDIO DE MERCADO	86
4.3.1.DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	86
4.3.2.OFERTA Y DEMANDA.....	87
4.3.3.DEMANDA INSATISFECHA.....	88
4.3.4.SERVICIO	88

4.3.5.	PRECIO	88
4.3.6.	PLAZA.....	89
4.3.7.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	89
4.3.8.	POSIBILIDADES DEL PROYECTO	90
4.3.9.	UBICACIÓN DEL PROYECTO (ÁREA TEMÁTICA)	91
4.3.10.	ANÁLISIS Y OBSOLESCENCIA DE LA TECNOLOGÍA.....	92
4.3.11.	ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS	96
4.3.12.	LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICA DE LAS ZONAS.....	97
	CONCLUSIONES	98
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA	101
	ANEXOS	104
	GLOSARIO	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS	Pág.
Gráfico N°1 Oferta Turística	7
Gráfico N°2 Localización de la Provincia de Santa Elena.....	15
Gráfico N°3 Límites de la provincia de Santa Elena	16
Gráfico N°4 Foto de la historia y costumbre de la provincia de Santa Elena	18
Gráfico N° 5 Relación entre elementos de un proyecto de inversión	24
Gráfico N°6 Género	40
Gráfico N° 7 Edad.....	41
Gráfico N°8 Tiempo de dedicación al ocio.....	42
Gráfico N°9 Actividad en tiempos libres	43
Gráfico N° 10 Realiza actividades de distracción en compañía de otras personas	44
Gráfico N° 11Tiempo en que realiza actividades de distracción	45
Gráfico N°12 Opinión de frecuencia de visitas a lugares de distracción	46
Gráfico N°13 Existencia de una empresa de distracción temática.....	47
Gráfico N°14 Decisión de compra del servicio	48
Gráfico N°15 Disposición a pagar	49
Gráfico N°16 Horario de Realización de actividades de distracción	50
Gráfico N°17 Actividades que realiza en momentos de estrés	51
Gráfico N° 18 Existencia de imágenes animadas en fotografías	52
Gráfico N°19Estructura Organizacional	74
Gráfico N° 20 Foto de la historia y costumbre de la Provincia de Santa Elena.....	84
Gráfico N° 21Diagrama de Flujo de Procesos	85

ÍNDICE DE CUADROS

Pág.

Cuadro N°1 Densidad Poblacional	15
Cuadro N°2 Población	17
Cuadro N°3 Estadísticos Descriptivos	36
Cuadro N°4 Alfa de Crombach.....	36
Cuadro N°5 Datos de la Población de Santa Elena.....	37
Cuadro N°6 Datos de la Demanda Turística.....	37
Cuadro N°7Estratificación Muestral de la Población Total de Santa Elena y población turística nacional	39
Cuadro N° 8 Género.....	40
Cuadro N° 9 Edad	41
Cuadro N°10 Tiempo de dedicación al ocio	42
Cuadro N°11Actividad en tiempos libres	43
Cuadro N°12Realiza actividades de distracción en compañía de otras personas	44
Cuadro N°13Tiempo en que realiza actividades de distracción.....	45
Cuadro N°14Opinión de frecuencia de visitas a lugares de distracción	46
Cuadro N°15Existencia de una empresa de distracción temática	47
Cuadro N°16 Decisión de compra del servicio	48
Cuadro N° 17 Disposición a pagar.....	49
Cuadro N°18Horario de realización de actividades de distracción.....	50
Cuadro N°19Actividades que realiza en momentos de estrés.....	51
Cuadro N°20Existencia de imágenes animadas y culturales en fotografías	52
Cuadro N°21Atributos	57
Cuadro N° 22Presupuestos de Ingresos	58
Cuadro N°23 Presupuesto de Inventarios	58
Cuadro N° 24 Presupuesto de Egresos.....	59
Cuadro N° 25 Presupuesto de Caja.....	60
Cuadro N° 26 Método Contable	61
Cuadro N° 27 Inversión	61
Cuadro N° 28 Flujo de Caja Anual	63
Cuadro N° 29 Estado de Resultados Anuales	64
Cuadro N° 30 Punto de Equilibrio	65
Cuadro N° 31 Cash Free & Cash Flow	66
Cuadro N° 32 Valor Actual Neto.....	67
Cuadro N° 33 Tasa Interna de Retorno.....	67

Cuadro N°34 Escenarios	69
Cuadro N° 35 Demanda Turística Nacional	87
Cuadro N° 36 Demanda Anual	88
Cuadro N° 37Gastos Publicitarios	90
Cuadro N° 38 Determinación de ubicación del proyecto.....	91
Cuadro N° 39 Balance de Maquinarias, Equipos y Tecnologías	92
Cuadro N°40 Calendario de Reinversiones en Maquinarias.....	93
Cuadro N° 41 Calendario de Ingresos por Ventas de Maquinarias de Reemplazo.....	94
Cuadro N° 42 Balance de Personal.....	95
Cuadro N° 43 Balance de Insumos Generales	96

ÍNDICE DE ANEXOS	Pág.
Anexo 1. Guía Para El Desarrollo Del Grupo Focal.....	104
Anexo 2. Encuesta	107
Anexo 3. Demanda.....	108
Anexo 4 Demanda.....	109
Anexo 5 Estudio De Mercado	110
Anexo 6 Estudio Técnico.....	111
Anexo 7 Costos – Presupuesto.....	113
Anexo 8 Estado De Resultado	114
Anexo 9 Gastos	115
Anexo 10 Capital De Trabajo	116
Anexo 11 Valor De Desecho	117
Anexo 12 Deuda	118
Anexo 13 Flujo De Caja	119
Anexo 14 Escenarios.....	120
Anexo 15 Resumen De Escenarios	121
Anexo 16 Análisis De Sensibilidad	122
Anexo 17 Datos.....	123
Anexo 18 Método De Factibilidad.....	124
Anexo 19 Punto De Equilibrio.....	126
Anexo 20 Carta Aval	127
Anexo 21 Gramatologo.....	128

INTRODUCCIÓN

Si atendemos a la evolución a lo largo del tiempo de la actividad turística, observamos que se manifiesta como un fenómeno complejo y con una larga trayectoria. En la Antigüedad y la Edad Media se encontraban viajeros que se desplazan por motivos religiosos, de esparcimiento, de comercio, de descubrimiento. Durante los siglos XV al XVIII se puede hablar de las primicias del turismo.

En el siglo XIX y primera mitad del XX, se sientan las bases del turismo moderno, con una corriente elitista, tras la Segunda Guerra Mundial, se desarrolló el turismo de masas con un fuerte grado de democratización debido a factores económicos, sociales, culturales y la creciente urbanización, al tiempo que se diversifican las formas del turismo en la costa, montaña, nieve, rural, salud, urbano, cultural, religioso, de negocios, reuniones, con grandes disparidades entre los países desarrollados y los menos desarrollados, destacando una fuerte concentración de la demanda en Europa, América del Norte EE.UU, Canadá y Japón, especialmente de sus poblaciones urbanas y con motivaciones muy diversas, al tiempo que, recientemente, países del Caribe, Sudáfrica, Sudamérica, Costa mediterránea de África, China, Tailandia, han captado una parte, cada vez más importante de los flujos turísticos.

En Latinoamérica también se cuenta con parques temáticos o de diversiones, esta categoría resalta principalmente el número de turistas o personas recibidas en sus áreas. Los siguientes parques están situados en países latinos como: México, Brasil, Argentina, Colombia, y Chile. Mientras que Orlando concentra 8 de los 10 parques de diversiones más grandes de EEUU, todos ellos con más de 5 millones de visitantes.

Muchos kilómetros disponibles de espacio y una buena inversión de dinero se combinan para originar un gran parque temático. Aquí se pueden encontrar atracciones que giran alrededor de una consigna y que pueden ser tan pacíficas como riesgosas: desde visitar réplicas de maravillas arquitectónicas hasta subir en una montaña rusa a velocidades frenéticas.

Algunos de estos parques reciben frecuentes visitas diarias y otros no se encuentran en su mejor momento, pero sin duda son piezas históricas y valiables a la hora de explorar un nuevo destino.

Se conoce que en nuestro país, dos de cada tres parques se encuentran proporcionado está sana distracción, y es momento en el que la nueva provincia de Santa Elena ofrezca una innovadora diversión en los parques tradicionales que ayudarán al desarrollo del turismo llegando a un alto nivel. Alcanzando diversas modalidades y desglosándose en múltiples actividades, entre las cuales se encuentran los parques temáticos; que son la esencia del presente trabajo. Para una adecuada gestión de los mismos lo primero es conocer ¿qué se entiende por parque temático?

Un parque temático no es más que una propuesta de esparcimiento lúdico, que se desarrolla de acuerdo a un tema específico que resulta atractivo para un público determinado.

En su concepción existen una serie de infraestructuras e instalaciones que van dirigidas a poner de manifiesto el tema del parque. Teniendo como objetivo principal que el cliente viva una experiencia diferente a partir de las instalaciones en sí mismas, los entretenimientos y el tema en cuestión que se desarrolle.

Un parque temático puede ser visto además:

- Como un conjunto de mundos inventados, que promueven la imaginación de los visitantes.

- O bien, como un recinto lúdico, cerrado y organizado, destinado a la distracción y el aprovechamiento del esparcimiento lúdico familiar desarrollando lo cultural y lo actual.

Sin embargo existe también una definición aportada por Walt Disney conceptualizado como: “Un lugar donde la gente se pueda divertir y descubrir cosas nuevas. Un lugar donde los mayores revivirán la alegría de los tiempos pasados y los jóvenes se enfrentarán a los retos del futuro. Las maravillas del hombre y la naturaleza al alcance de todos”.

Al estar enfocados a un público objetivo determinado, es preciso que los mismos estén obligatoriamente en concordancia con las nuevas tendencias del sector turístico. Por lo que es válido analizar este aspecto en particular.

Se conoce que el sector turístico, es sumamente dinámico en lo referente a preferencias del cliente. Las que han estado condicionadas principalmente a tres aspectos fundamentales:

- Masificación de internet
- Actualidad
- Superación de expectativas

Los parques temáticos en el cantón Santa Elena en el estudio de factibilidad del proyecto son nueve, los mismos que son innovadores para ofrecer una nueva distracción a los turistas locales, nacionales y extranjeros, fortaleciendo el conocimientos sobre las culturas de la provincia, ideales para visitar en familia, y que en su recorrido disfruten de momentos especiales.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES DEL CANTÓN SANTA ELENA

Santa Elena cuenta con un clima muy agradable que puede ser disfrutado tanto en invierno como en verano, posee un clima cálido seco con una temperatura media de 24.5°C.

La población rural de Santa Elena es más poblada que la urbana debido a que la mayoría de los peninsulares viven en el corredor, más conocido como la ruta del Spondylus o ruta del sol. En ella se pueden apreciar la bien conocida Montañita que se ubica a 50 km de la Catedral de Santa Elena. Ballenita que está a 5 km de Santa Elena es el principal balneario de Santa Elena debido a su corta distancia, mientras los balnearios al norte de Ballenita son conocidos como los pueblos rurales de Santa Elena, pero dentro de la SEM (Santa Elena Metropolitano). La mayoría de sus habitantes se dedican a la pesquería y dependen del turismo también. Aparte de Montañita, Olón y Manglaralto son otras playas conocidas dentro del cantón de Santa Elena

Dentro de la SEM se pueden apreciar servicios de transporte urbano que trasladan a los peninsulares de una parroquia a otra. Están las Rutas Salinas-Montañita, La Libertad-Palmar, Santa Elena-Olón, etc. El pasaje es de 50 centavos y operan desde las 6 de la mañana hasta las 9 o 10 de la noche. El servicio más utilizado es la ruta Santa Elena- La Libertad- Salinas debido a su cercanía y área urbana conectada entre ella como una conurbación.

1.1. ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN EL CANTÓN SANTA ELENA

1.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En el Ecuador existen pocos parques con áreas de recreaciones temáticas con alternativas culturales, que brinden una sana distracción al momento de la recreación.

A pesar de esto, al investigar las leyes turísticas y de recreación lúdica se encontró que existe un reglamento que norma el funcionamiento de este tipo de recreación, que seguramente cuentan con sustento en otras legislaciones, debido a que en Ecuador no tenemos experiencias en esta actividad.

Esto lleva a realizar un estudio de los diferentes tipos de recreación similares que existen en otros países y aportan al desarrollo turístico del sector donde estén establecidos.

Se conoce como parque temático al conjunto de atracciones e instalaciones de ocio y entretenimiento, normalmente organizadas, lo cual les sirve de inspiración. Cabe recalcar que un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria, esto implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas.

Los parques temáticos existentes en España en 2004 son Universal Mediterránea, en la Costa Dorada (Tarragona), y más conocido por su nombre original Port Aventura, Isla Mágica en Sevilla, Terra Mítica en Benidorm (Alicante) y Warner Bros. Park en Madrid. A nivel internacional, también existen varios parques temáticos vinculados a Walt Disney, SixFlags y otros grandes estudios de cine como Warner, Universal o Paramount. Algunos de estos estudios de cine están implicados en la gestión de los parques españoles.

Según (Medeiros, 1969), si cada uno de nosotros hiciese un rol de sus actividades recreativas y si tales listas fuesen puestas lado a lado, encontraríamos las más diversas ocupaciones, puede ser justamente considerada recreativa, siempre que alguien se dedique a ello por su voluntad, en su tiempo libre, sin tener en vista otro fin que no sea el placer de la propia actividad y que en ella encuentre satisfacción íntima y oportunidad para recrear.

Un atractivo del segmento turístico que está creciendo con una velocidad impresionante en México es el Ecoturismo o Turismo alternativo, con el cual se contribuye a la conservación de los recursos, mediante una planeación integral sobre el uso y manejo de estos, así como establecer y desarrollar una cultura Turística medio ambiental.

Según la (Secretaría de Turismo de México, 2001) define como Turismo Alternativo los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”

Es necesario y prioritario por lo tanto, propiciar la consolidación de ésta sana modalidad del turismo considerando sustancialmente los beneficios que puede aportar a la economía de la nación en general, y con especial énfasis en nuestro cantón. Como beneficio real hacia este tipo de turismo se puede señalar que tiene la capacidad para generar empleo y mejorar el comercio del sector.

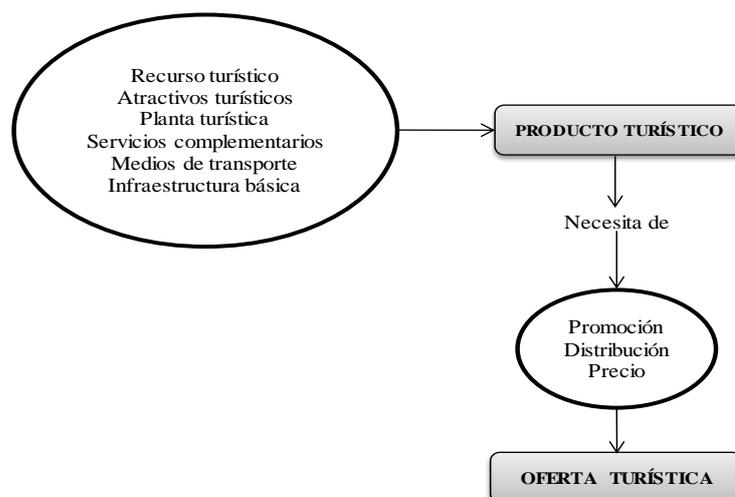
1.1.2. OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo).

La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

Los atractivos turísticos son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (Ver Gráfico N° 1)

Gráfico N°1 Oferta Turística



Fuente: Min. de Comercio Exterior, Perú Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

1.1.3. PARQUE TEMÁTICO

Según (Secall, 2006) un parque temático es un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciéndole vivir durante unas horas en un mundo mágico hecho realidad a través de todos los sentidos. Se trata en definitiva de conseguir que el visitante experimente la vivencia de un nuevo mundo hecho realidad.

Se entiende como parque a los terrenos o sitios cerrados y con plantas, para caza o recreo, generalmente inmediatos a un palacio o a una población.(Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, 2001). Por tanto en esta definición encontramos las claves del concepto «Parque». Primero es un recinto cerrado, en segundo lugar ese recinto tiene plantas, y por último su finalidad es la recreación.

Entonces se dice de un Parque Temático a un recinto cerrado de gran extensión, en el que se pretende fundamentalmente la diversión de sus visitantes por medio de la vivencia de un mundo «natural o mágico» y del disfrute de un conjunto de atracciones naturales o culturales especialmente organizadas en torno a una o varias ideas o ejes temáticos que dan homogeneidad al conjunto.

En el país y concretamente en el área motivo del estudio no existe antecedentes de estos tipos de recreación, por lo que el marco referencial tiene como referentes los que vienen funcionando en América latina y en Europa, escogiendo aquellos con similares características geográficas paisajísticas y si fuera posible idiosincráticas.

Según la Alcaldía(Alcaldia de Ibarra, 2009)clasifica a los parques temáticos en dos formas, según su tamaño y según su temática.

Según su tamaño tenemos:

- Ferias
- Parques de Atracciones
- Parques temáticos tradicionales
- Resort

1.1.3.1. FERIAS

Atracciones tradicionales, carácter temporal y pequeño tamaño.

1.1.3.2. PARQUE DE ATRACCIONES

Atracciones tradicionales con alguna de última generación basada en simuladores en la mayoría de casos, gran tamaño y emplazamiento fijo.

1.1.3.3. PARQUES TEMÁTICOS TRADICIONALES

Atracciones tradicionales adaptadas a la temática, atracciones con desarrollo narrativo, puesta en escena y entornos adaptados a la temática (inclusive el personal), espectáculos itinerantes o fijos dentro del parque de carácter teatral, desfiles, gags cómicos o demostraciones. Gran tamaño, servicios de restaurante y regalos muy desarrollados. En ocasiones adscritos a zonas turística con servicios hoteleros ajenos al parque.

1.1.3.4. RESORTS

Engloban parques temáticos con varias zonas (atracciones de tierra, zonas de parque acuático, atracciones de última generación), además disponen de zonas de ocio nocturnas, hoteles tematizados circunscritos al parque y propiedad de este.

Según su temática se clasifican en:

- Cine y personajes de animación
- Aventuras y lugares exóticos
- Históricos
- Científicos
- El mundo de la imagen y las comunicaciones
- Acuáticos

1.1.3.5. RECREACIÓN

La recreación se define como un conjunto de prácticas de índole social, realizadas colectiva o individualmente en el tiempo libre y en espacios determinados, que permite el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano y el mejoramiento de la calidad de vida. Equilibrio biológico, espiritual y social, que da como resultado una buena salud y una mejor calidad de vida tanto para el individuo como la familia y la comunidad. Se entiende por recreación a todas aquellas actividades y situaciones en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también a través de ella la relajación y el entretenimiento. (GM, 2012)

1.2. RECURSOS TURÍSTICOS

1.2.1. TURISMO

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, creando en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes por esta razón se presenta a continuación dos de los diversos conceptos que existen:

El turismo son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos conformados por un conjunto de actividades bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad con fines de consumo en lugares fuera de su residencia

habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios deportes y culturas”.(Buenas Tareas, 2012)

La (Organización Mundial del Turismo, 2013)define al turismo como las actividades que realizan las personas durante el viaje y la estancia fuera de su lugar habitual de residencia, por un periodo no mayor a doce meses por razones de ocio, salud, negocios u otros motivos, siempre que el propósito del viaje no sea ejercer una actividad remunerada en el lugar de destino”.

El ingreso de 508.170 turistas extranjeros a este país en el primer semestre del año 2010 implica un aumento neto del 9,38% en el Ecuador respecto al periodo del 2009, cuando fueron contabilizados 464.588 precisó que los principales mercados emisores fueron Estados Unidos, Colombia y Perú.

En el primer semestre del 2010, se produjo un incremento interanual superior al 20% en los arribos procedentes de países de la región como México, Colombia, Argentina y Venezuela. Desde Argentina se registró un repunte del 35,4% mientras que desde Colombia las llegadas aumentaron 32%.¹

Se debe empezar por concienciar mucho más sobre lo que es el turismo, su importancia, no solamente desde la perspectiva económica, sino su valoración social, cultural y para la preservación del Patrimonio. Se torna necesario empezar a desarrollar pequeñas acciones locales, focos a partir de los cuales se desarrolla otra cultura turística, otra forma de visualizar el turismo, otra forma de realizar turismo no solo en la provincia de Santa Elena, y a lo largo de la Ruta del Spondylus, considerando proyecciones a nivel nacional.

1.2.2. TURISMO ALTERNATIVO

Es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística.

El turismo alternativo es una conjugación de turismo natural, de aventuras, etnológico, místico etc. Enriqueciendo la cultura tanto espiritual como física. El turismo alternativo tiene como finalidad poner en contacto al turismo con las distintas actividades que se realizan en comodidades locales de país exóticos y de costumbres muy diferentes a las nuestras, el contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y lo agreste del terreno provocan que el visitante se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que los rodea y también para redescubrirse a sí mismo.(Turismo Alternativo Una Nueva Forma de Hacer Turismo, México, 2004).

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Esta definición ha facilitado, a su vez realizar una segmentación del Turismo Alternativo, basado en el tipo de interés y actividades que el turismo tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así, que la Secretaría de Turismo ha dividido al turismo alternativo en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las que puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados:

- Ecoturismo
- Turismo de aventura y
- Turismo rural

Algunas de las acciones buenas que trae consigo este tipo de turismo son que promueve el uso de los recursos bióticos en forma alternativa, favorecen la cultura ecológica, que promueve al mismo tiempo la participación y organización social de las comunidades por lo que elevan la calidad de vida comunitaria, promueve las tradiciones, crean fuentes de trabajo en las comunidades, y por último son actividades rentables.

Los parques temáticos son espacios lo suficientemente amplios para albergar una serie de servicios enfocados a la distracción y diversión de la familia. Están estructurados para que todo tipo de personas, sin importar su edad tengan acceso y disfruten un momento agradable.

Sin duda el viajar representa un sinónimo de placer y calidad de vida, por eso el turismo no puede estar estático, el turismo es una actividad económica y social que debe responder a los movimientos, cambios y principalmente exigencias que solicita el ser humano a través de sus necesidades, al mismo tiempo que satisfagan las expectativas imaginadas por un turista que busca nuevas experiencias.

1.2.3. ECOTURISMO - “ECO-AMIGABLE”

Las palabras Ecoturismo o Eco-Turismo son términos utilizados actualmente para definir diversos conceptos, algunas veces usados de forma indiscriminada y confusa en ocasiones se utilizan como sinónimo de “Desarrollo Turístico Sustentable” siendo que este concepto según el refiere a un modelo de planeación turística donde se deben observar tres ámbitos: el social, el económico y el ambiental, siendo este último el eje central del modelo, basado en detener las tendencias de deterioro de los recursos naturales. (Turismo Alternativo Una Nueva Forma de Hacer Turismo, México, 2004).

Concepto enfocado o etiquetado únicamente al turismo que se realiza en áreas naturales y cuya responsabilidad de realizar esta planificación turística ambientalmente integral, en muchas definiciones recae en el turismo.

Se considera, en este caso, que el Desarrollo Turístico Sustentable debe ser responsabilidad de quienes desarrollan y conforman el sector turístico, esto es: el gubernamental y municipal, el privado y social (prestadores de servicios turísticos y comunidades anfitrionas) haciendo coparticipe al turismo de la responsabilidad de cuidar de los recursos naturales que utiliza y del valor de respetar las culturas y tradiciones de sus anfitriones, una vez que contrató el servicio turístico.

En algunos otros casos estos términos son utilizados para calificar a una empresa turística como “eco-amigable”, entendiendo este concepto como aquellas empresas que cuentan con infraestructura y equipamiento turístico en donde los materiales y procesos constructivos que tiene son de bajo impacto ambiental, su diseño arquitectónico considera fundamentalmente las características vernáculas de la región y aplica enotécnicas y tecnológicas ambientales en sus servicios, lo que les permite además de aprovechar y conservar los recursos naturales, vincular al turista con los elementos sociales y ambientales de la localidad anfitriona a través de las instalaciones, servicios y actividades turísticas que realizan, sensibilizándolo sobre la importancia de su conservación.

1.2.4. DEMOGRAFÍA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

La provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.668,90 km², (1.46% del total nacional) y con una población residente de 144.076 habitantes (1.97% del total nacional) tomando en cuenta una parte de la Ruta del Spondylus y una población flotante superior a 200.000 personas en época alta de turismo. El cantón Santa Elena tiene cinco parroquias rurales, Salinas dos y La Libertad es totalmente urbano.

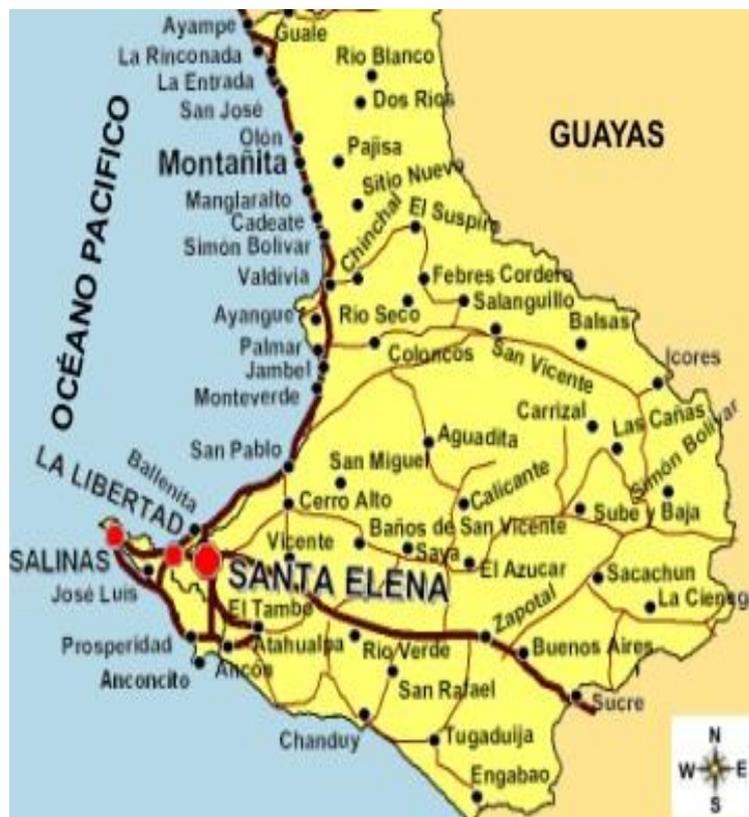
Cuadro N°1 Densidad Poblacional

CANTON	POBLACION 2010	AREA (KM2)
La Libertad	95942	26
Salinas	68675	97
Santa Elena	144076	3880
TOTAL	308693	4003

Elaborado por: Yolanda Paola Limones B. Fuente: Ins. Nac. de Estadísticas y censo (INEC) 2011

El cantón Santa Elena se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena, podemos acceder a este por medio de la autopista Guayaquil - Santa Elena y Puerto López - Santa Elena. Sus coordenadas geográficas son: 2°12'12.87" S y 80°52'02.82" O, (Ver Gráfico 2).

Gráfico N°2 Localización de la Provincia de Santa Elena



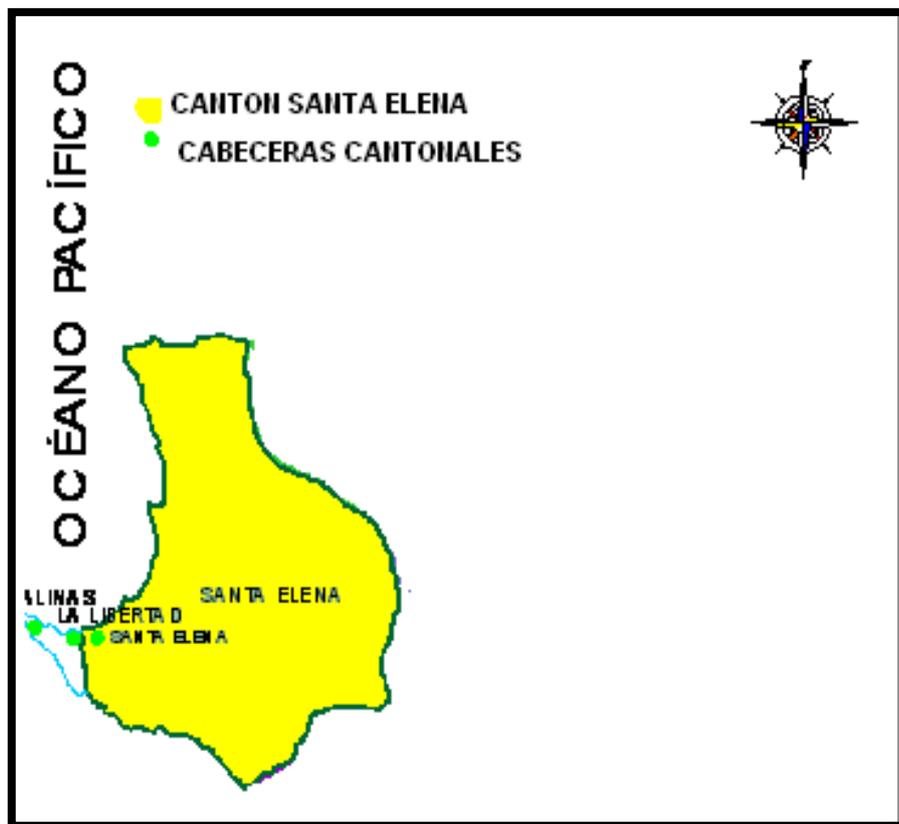
Fuente: Gob.Aut.Descentralizado Prov. de Santa Elena Elaborada por: Yolanda Paola Limones Borbor

1.2.5. UBICACIÓN GEOGRAFICA

La provincia de Santa Elena fue creada el 7 de Noviembre del 2007. Tiene una extensión de 3.762,8 km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.668,90 km², el cantón Salinas con 68,7 km² de extensión, en el cantón La Libertad tiene 25,3 km² de área territorial. Los límites del cantón Santa Elena son los siguientes: (Ver Gráfico 3)

- Norte: Cantón Puerto López (provincia de Manabí)
- Sur: Océano Pacífico y cantón General Villamil (provincia del Guayas)
- Este: Cantones Pedro Carbo y Guayaquil (provincia del Guayas)
- Al Oeste: Océano Pacífico y el cantón La Libertad (provincia Santa Elena)

Gráfico N°3 Límites de la provincia de Santa Elena



Fuente: Gob. Aut.Descentralizado Prov. de Santa Elena Elaborada por: Yolanda Paola Limones Borbor

1.2.6. CLIMA PREDOMINANTE

Usando el concepto de zonas climáticas, se puede catalogar al clima de la provincia de Santa Elena y toda la Ruta del Spondylus como un clima Subdesértico tropical, esto varía según los meses del año y los sectores como es el caso del tramo Ballenita - Manglaralto- las Dunas zona húmeda con lluvias frecuentes; y el tramo La Entrada - Ayampe - Puerto López donde las lluvias son mucho más frecuentes. La temperatura varía de acuerdo a la época del año (temperatura promedio anual máxima de 24.4°C.). Los meses más cálidos son de enero a abril con temperaturas que llegan a 30°C.

Santa Elena cuenta con un clima muy agradable que puede ser disfrutado tanto en invierno como en verano, posee un clima cálido seco con una temperatura media de 24.5°C. El cantón tiene una superficie de 3665 km², en la cual encontramos a su cabecera cantonal que se llama Santa Elena, a sus cabeceras parroquiales que son 6: Manglaralto, Colonche, Atahualpa, Simón Bolívar conocida como Julio Moreno, Chanduy y San José de Ancón. Además cuenta con sus 68 comunas.

El cantón Santa Elena cuenta con un número total de 308.693 habitantes de los cuales 156.862 son hombres y 151.831 son mujeres, casi el 25% de su población la encontramos en la zona urbana con 27.351 habitantes y 84.320 habitantes en la zona rural. (Ver Cuadro N°2)

Cuadro N°2 Población

POBLACIÓN	
HOMBRES	156862
MUJERES	151831
TOTAL	308693
POBLACION RURAL	84320
POBLACION URBANA	27351

Fuente: Censo Poblacional, 2010 Elaborada por: Yolanda Paola Limones Borbor

La provincia de Santa Elena posee una costa larga. El borde costero es bastante irregular con presencia de ensenadas, cabos y acantilados medianos y altos inestables con playas crecientes y decrecientes.

1.2.7. ETNIAS ASENTADAS

Los asentamientos o comunas son herederos ancestrales de culturas que habitaron hace miles de años tales como Las Vegas (8000 a 4000 a.C.), la Valdivia (4200 a 1500 a.C.), Chorrera, Machalilla (4200 a 500 a.C.), Guangala - Jambelí (500a.C. a 800 d.C) y Manteña - Huancavilca (800 a 1532 d.C.). Visitar la ruta del Spondylus es viajar en el tiempo, descubrir la primera cultura americana “Las Vegas”, que prosperó en la costa ecuatoriana hace más de 11,000 años, y conocer una de las primeras que utilizó el barro para sus esculturas y utensilios: la Valdivia (4000 a .C.). (Ver Figura 4)

Gráfico N°4 Foto de la historia y costumbre de la provincia de Santa Elena



Fuente: Gob. Aut.Descentralizado Prov. de Santa Elena Elaborada por: Yolanda Paola Limones Borbor

A lo largo de toda la Ruta del Spondylus existen diversos museos donde muestran más de 11.000 años de historia en museos, complejos arqueológicos y excavaciones, también su interpretación sobrenatural del entorno, muy ligada a la vida del mar. Como por ejemplo el Museo Arqueológico de Salango donde se exhibe una buena colección de piezas de cerámicas pertenecientes a las culturas Valdivia, Chorrera, Guangala.

1.2.8. COSTUMBRES

Las poblaciones desarrolladas a lo largo de la ruta del Spondylus en su mayoría han sido muy ligadas a la vida del mar. Esto ha generado costumbres propias tanto en lo religioso, en la gastronomía, en las artesanías, así como en su música. En muchos casos estas culturas son ancestrales, siendo milenarias y formando parte de las culturas vivas del Ecuador.

1.2.9. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

La provincia de Santa Elena cuenta con diversos atractivos Turísticos el Ministerio de Turismo aporto con Información sobre la Ruta del Spondylus, Santa Elena

- Acuario de Valdivia
- Aguas Termales de San Vicente
- Áreas Residencial, Operativa y Administrativa de la Shell OilCompany
- Artes gastronómica con harina de trigo
- Artesanías (orfebrería) de Sinchal
- Artesanía de Madera de la comuna de Atahualpa
- Artesanía de Marfil Vegetal
- Artesanía de Paja Toquilla
- Bosque de la comuna Dos Mangas
- Cascada de Alex

- Colección arqueológica y privada de la comuna de Valdivia/Museo de Valdivia
- Comuna de Sacachún San Biritute
- Embalse El Azúcar
- Parque Ecológico Arq. Sixto Duran Ballén
- Parque 11 De Enero
- Parque Assad Bucaram
- Parque Francisco Pizarro
- Parque Galápagos
- Parque Jimmy Candell
- Parque Vicente Roca fuerte
- Yacimiento Arqueológico Vegas en la Península de Santa Elena, Ecuador (Museo Amantes de Sumpa).

1.2.10. MARCO LEGAL

Los parques son entes regularizado por los Gobiernos Autónomos Descentralizados, por lo tanto en necesario revisar los diferentes reglamentos en cuestión del turismo como guía para su constitución.

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS (Decreto No. 3400), dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 29 de noviembre del 2002.

Título XI DE LAS POLÍTICAS DE ESTADO

Art. 208.-

El presente artículo especifica la gestión del Ministerio de Turismo como eje de referencia y coordinación.

Por lo tanto se brindan al turista nacional y extranjero las facilidades en los siguientes aspectos:

- a) Inmigración y aduana;
- b) Saneamiento ambiental y basura;
- c) Carreteras y vías de acceso público;
- d) Parques nacionales;
- e) Transporte público, aéreo y terrestre; y,
- f) Seguridad física y jurídica.

Título XII DISPOSICIONES GENERALES

Art. 218.-

Este artículo contempla que aquellas entidades como las municipalidades tienen la facultad de participar en procesos de descentralización y su vez la suscripción de convenios.

Además tienen la facultad según de conformidad con la Ley de Régimen Municipal, la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus reglamentos, para establecer, mediante ordenanzas las correspondientes tasas por concepto de habilitación y control de establecimientos o empresas turísticas.

ORDENANZAS DE GESTIÓN URBANA TERRITORIAL Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano de Quito corresponde a la codificación de los textos de las ordenanzas metropolitana N° 095 y 107, Régimen Del Suelo Del Distrito Metropolitano De Quito.

Art.II.35 Ámbito y Definición

Este artículo señala que el plan parcial contendrá la determinación de usos pormenorizados y tipologías de edificación, además del establecimiento de reservas de terrenos para equipamiento turístico, recreativo y de deportes independientemente de las superficies destinadas en el PGDT a espacios libres o zonas verdes para parques.

Art. II.100 Elementos constitutivos y complementarios

Áreas articuladoras del espacio público y de encuentro. El enunciado se refiere a aquellos parques urbanos, plazas, plazoletas, escenarios deportivos, escenarios culturales y de espectáculos al aire libre, y zonas de cesión gratuita a la Municipalidad.

Art. 615 del Código Civil

El artículo cita que la delineación y compromiso escrito del propietario del predio, de respetar la línea de fábrica y las demás condiciones establecidas por la Dirección de Obras Públicas Municipales o la oficina técnica correspondiente, cuando se trate de calles, plazas o parques.

En particular, para la instalación de un parque temático el propietario del predio tendrá que estar de acuerdo con la persona contratante, respetando las diferentes líneas y condiciones de la negociación.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTUDIO DE FACTIBILIDAD)

1.3.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

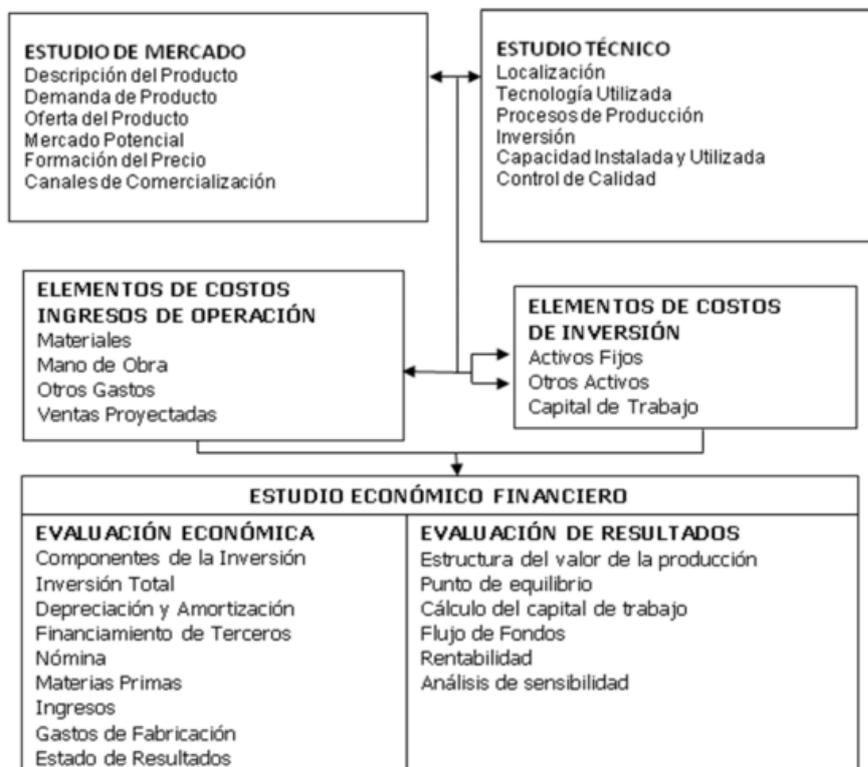
Según (Blanco, 2007), el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN).

Así mismo, (Blanco, 2007) expresa que el resultado integral de la evaluación no debe centrarse solo en los resultados que se obtengan de las herramientas financieras, ya que esto dejaría de lado los aspectos económicos y sociales. Propone entonces que se especial importancia al flujo de fondos que tenga la organización ya que de este análisis se podrá verificar el origen y su aplicación, así como el balance entre los ingresos líquidos y los egresos líquidos.

El estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se componen de:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio económico

Gráfico N° 5 Relación entre elementos de un proyecto de inversión



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor Fuente: (Blanco, 2007)

1.3.2. ESTUDIO DE MERCADO

Según (Blanco, 2007) el objetivo principal de un estudio de mercado es determinar la viabilidad de colocar productos o servicios en un mercado específico, medir los riesgos y posibilidades de éxito de dicha ocasión.

Para (Palacios, 2005), expresa que en los estudios de mercados se realizan una serie de actividades con el propósito de facilitar la toma de decisiones sobre la forma más óptima de comercializar un producto o servicio. Para ello es necesario definir el producto o servicio, analizar la demanda y la oferta, el precio y los aspectos de comercialización con el objeto de realizar una estimación de los posibles ingresos.

El estudio de mercado comprende lo siguiente, según (Palacios, 2005):

- **Descripción del producto o servicio**

Se debe definir de forma precisa el producto o servicio, para ellos se debe realizar la descripción de las características medibles (en caso de ser un producto o bien) o intangibles (en caso de un servicio), a quién está dirigido y si es para consumo intermedio o final.

- **Demanda**

Consiste en tratar de estimar la cantidad de unidades del producto o servicio que requieren los posibles consumidores al cual están orientados.

- **Oferta**

En este punto se cuantifica la cantidad de un producto que podrá estar disponible en el mercado, para esto es necesario conocer los factores cualitativos y cuantitativos de los competidores; cantidad, ubicación, capacidad instalada y utilizada, característica de sus productos. Esto permite destacar las ventajas competitivas y comparativas del producto o servicio con respecto al de los competidores.

- **Mercado Potencial**

La diferencia que se obtiene entre la demanda y la oferta indica la existencia o no de la demanda insatisfecha, si no existe demanda insatisfecha, las estrategias deben orientarse al logro de un mercado que ya está cubierto o de un mercado con posibilidad de expansión.

- **Formación del precio**

Es la determinación del valor en términos monetarios del producto o servicio. Para ello se realiza un estudio de campo de los precios de productos similares o sustitutos. Es importante considerar que este precio es el que se debe considerar en el cálculo de ingresos.

- **Canales de comercialización**

Consiste en definir la forma de colocación del producto desde su producción hasta el consumidor final debido a que esta actividad puede generar costos importantes lo que constituye la única fuente de costos relacionados al estudio de mercado.

1.3.3. ESTUDIO TÉCNICO

Para (Blanco, 2007), el objetivo principal de este estudio es determinar la infraestructura necesaria para el proyecto y así poder especificar la capacidad instalada y utilizada de la empresa. De este estudio también se obtienen los costos de inversión y de operación en los procesos de producción.

Según (Blanco, 2007) autor, el estudio técnico debe contener:

- **Cronograma de la proyección**

Consiste en indicar el tiempo de vigencia del proyecto, desde que se inicia la instalación y/o adecuación de la infraestructura del mismo, hasta el final de la proyección ya en etapa operativa.

- **Localización del proyecto**

En este punto se especifica la ubicación geográfica del proyecto; la planta u oficina y sus sucursales si las hay.

- **Infraestructura de servicios**

Se especifica la facilidad de acceso a servicios públicos como energía eléctrica, aguas blancas, sistema de cloacas, telefonía fija, telefonía móvil, vías de comunicación.

- **Tecnología utilizada**

Aquí se definen los detalles del equipamiento necesario para los procesos de producción, así como también se detalla su alcance, características, costos, beneficios que aporta y si se trata de tecnología contratada o propia.

- **Proceso de producción**

El formulador va a definir y detallar todos los pasos que conforman los procesos productivos, lo cual facilita la identificación de los costos asociados a ellos. Este punto está relacionado con los resultados del estudio de mercado y con lo obtenido del estudio técnico.

- **Desechos y pérdidas del proceso**

Aquí se identifica la existencia de desperdicios nocivos y las pérdidas en la línea de producción. Así mismo se detallan los costos que éstos generan y las medidas necesarias, tanto técnicas como financieras, para enfrentarlos.

- **Control de calidad**

Se debe especificar cuáles son los controles de calidad a aplicar, personal necesario, inversión necesaria en activos para llevarla a cabo y en que parte del proceso productivo.

- **Volumen de ocupación**

En este punto se detalla la estructura organizativa; turnos de trabajo diario, número de horas laborables por jornada, días laborables por mes y por año, definición de cargos y número de personas en cada uno, definición de sueldos por cargo durante el primer año, porcentaje de prestaciones sociales. Toda esta información es de vital importancia para la estimación de los costos operativos.

- **Capacidad instalada y utilizada**

La capacidad instalada es el máximo nivel de producción que se tiene como meta a alcanzar en algún momento de la proyección, se puede expresar de forma porcentual (100% de la capacidad) o de forma absoluta (cantidad de unidades producidas). Luego, la capacidad utilizada va a depender del comportamiento del mercado.

1.3.4. ESTUDIO FINANCIERO

Con los estudios previos se logra obtener los costos tanto de inversión como de operación y los ingresos. Según (Blanco, 2007), este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado y estudio técnico y la transforma en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de

base para su evaluación. Y para lograr aquello es necesario analizar los siguientes elementos:

- Elementos de infraestructura y estructura
- Maquinaria y equipos de producción
- Estudios y proyectos
- Inversión total
- Depreciación y amortización
- Financiamiento de terceros
- Nómina
- Materias primas
- Ingresos
- Gastos de fabricación
- Estado de resultado

Así mismo, (Blanco, 2007) indica que luego de haber obtenido las variables y los parámetros del proyecto desarrollado en los elementos anterior mente mencionados, se procede a evaluar los resultados. Para ello es necesario analizar:

- Valor agregado
- Punto de equilibrio
- Capital de trabajo
- Flujo de fondos
- Rentabilidad: Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN)

1.3.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Según (Blanco, 2007), adicional a los estudios ya mencionados, recomienda realizar el estudio de sensibilidad a fin determinar las posibles desviaciones que se pueden presentar a los resultados obtenidos cuando se somete al proyecto a ciertos factores de riesgos. Esto significa que este análisis permite observar el comportamiento de los indicadores al variar ciertas cifras claves para el resultado final, de este modo se puede observar cuan sensible es el proyecto.

1.3.6. ASPECTOS INSTITUCIONALES

Los Gobiernos Autónomos Descentralizado del cantón Santa Elena poseen el presupuesto anual para la mejora de los 9 parques existentes en el cantón.

La propuesta está orientada a la creación de un espacio de los parques tradicionales que existen en el cantón Santa Elena, el mismo que estaría adaptado en el área que se recomienda de parte del municipio además de fomentar la cultura de turismo a través del incentivo, haciendo partícipe a la misma comunidad, viéndose la parte comercial del municipio beneficiada.

CAPÍTULO II ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2013.

2. METODOLOGÍA

Cortez e Iglesias (2004), define la Metodología como una ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados, que persigue establecer las estrategias a seguir en el proceso.

En este contexto se desarrolla el estudio efectuado en correlacionados las variables en los niveles de preferencias de los parques de distracción temática, referencia con respecto de los ingresos económicos de las familias para ello serán necesario seleccionar una muestra de la población con una muestra grande para comprobar la hipótesis.

2.1. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Según Danhke (citado por Hernández, Fernández, Baptista, 2008) Esta investigación tiene un alcance descriptivo y correlación al porque se realiza una descripción de las diferentes variables como los niveles de satisfacción de las distracciones en las áreas turísticas, atención al cliente en el servicio, ingresos económicos, oferta turística, demanda turística, entre otras. El cual se relaciona los niveles de satisfacción de las distracciones lúdicas que se orienta a grupos familiares con la falta de áreas de distracción temática, midiendo la variable con una encuesta para determinar el nivel de satisfacción y el grado de aceptación de los clientes hacia la empresa.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque es cuantitativo porque obedece a una serie de secuencia lógica que permite llegar a ciertas conclusiones sobre cuál ha sido el resultado de las mediciones de las diferentes variables de los niveles de satisfacción de las distracciones en las áreas temáticas del grupo familiar, para determinar si es factible la propuesta de una empresa que cuente con áreas temáticas para la distracción familiar. Cortez e Iglesias (2004).

2.3. PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN

Este tipo de investigación está relacionada con el paradigma empírico analítico porque se podrá medir solo las variables que responderá a la situación del entorno sin modificarlas, en el caso de las distracciones temáticas se observarán la conducta de los consumidores para mejorar el tipo de servicio y cumplir con las satisfacciones de los mismos, por medio de una propuesta de creación de una empresa que preste la atención de áreas de recreación y distracción familiar.

Se direcciona a lo supuesto ontológico porque éste se define por el hecho que la realidad es independiente del investigador, lo que significa que se generará información sin que haya influencia del investigador.

2.4. MÉTODO EX POST FACTO O MÉTODO EXPERIMENTAL

El método que refleja este tipo de investigación es el método ex post facto o método pre experimental porque no se modificarán las variables, solo se tomarán en cuenta las dimensiones de las mismas para sacar conclusiones de los tipo de servicios de distracción temática que se podrían ofrecer a las familias del cantón Santa Elena.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. POBLACIÓN

La población de la provincia de Santa Elena es de 308.693 habitantes, así mismo se ha considerado como población a aquellos turistas nacionales que ingresaron a la provincia en el año anterior, siendo ésta de 1.200.000 personas. Por lo tanto la población total es de 1.508.693.

Según Latorre Rincón nos presenta dos casos la determinación de la muestra cuando la población es infinita (más de 100000 individuos) y cuando la población es finita (menos de 100 mil individuos). Por lo tanto se escoge la siguiente fórmula que es la infinita ya que población es mayor que 100000.

Formula:

n = Tamaño de muestra

N = Población o universo

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Margen de error

Z = Nivel de confianza

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

2.5.2. UNIDAD DE ANÁLISIS

“Si se propone la creación de una empresa con áreas de distracción temática, entonces contribuirá al mejoramiento en los niveles de satisfacción a los turistas del cantón Santa Elena y mejorará los ingresos económicos”.

- Unidad de análisis (Empresa de servicios)
- Variable dependiente: niveles de satisfacción
- Variable independiente: áreas de distracción temáticas
- Elemento lógico: si, entonces

2.5.3. ELEMENTO TEÓRICO

Límite Teórico

Bajo aprovechamiento de turistas en el área de recreación familiar en el cantón Santa Elena.

Característica principal del problema

Desconocimiento de áreas recreacionales familiares en el cantón Santa Elena y su relación con el bajo aprovechamiento de los ingresos en el área recreacional familiar.

Características secundarias del problema

- Pocos centros de recreación familiar en el cantón Santa Elena.
- Cantón Santa Elena: Condiciones geográficas, medio ambiente, social.
- Ciudadanos de la provincia de Santa Elena: calidad de vida, con relación al área de recreación familiar, cultura de recreación.

Como respuesta a estos problemas, se implementará un Área de Distracción Temática en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, ofreciendo, al turista local, provincial, regional y extranjero un ambiente de sana distracción familiar y así que las familias que visiten tengan un momento de calidad y no de cantidad, y nuestros visitantes cuenta con las diferentes diversiones que ofrece el sector impulse el desarrollo económico de esta localidad donde, Si se puede soñar, se puede lograr.

2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, entre otros. Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: formatos de cuestionario y FocusGroup.

Detalle:

Se realizó un FocusGroup para determinar que preguntas se incluirían en la encuesta, a que segmento realizar las encuestas y tener un previo concepto de las inquietudes de la población al momento de ejecutar las encuestas a la muestra seleccionada. (Ver Anexo 1)

Se utilizó una encuesta como herramienta para los habitantes de la población y turistas, con la finalidad de medir el grado de aceptación de la Propuesta. Además servirá para conocer lo que opina la gente sobre una situación o problema. El cuestionario sólo se le aplicará a un grupo específico, y aquí lo importante está en saber elegir a las personas que serán encuestadas para que toda la población esté representada en la muestra.

2.6.1. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

ENCUESTA: Para la prueba se aplicó una encuesta dirigida a los grupos familiares para determinar el nivel de satisfacción de las distracciones lúdicas de áreas temáticas. El cual se realizó a 136 encuestados.

Se procedió al análisis del cuestionario mediante la herramienta del Alfa de Cronbach la misma que muestra un índice de 79% como lo muestra en siguiente cuadro. (Ver Cuadro 3 y 4)

Cuadro N°3 Estadísticos Descriptivos

Estadísticos descriptivos	N	Varianza
¿Su edad está comprendida entre?	20	0,94736842
¿Cómo gasta su tiempo libre?	20	1,08157895
¿Con quién realiza su actividad de distracción?	20	0,57631579
Estaría de acuerdo con la creación de un centro de distracción que el entregue una sana diversión al momento de su visita?	20	0,23947368
¿Cada qué tiempo realiza actividades de distracción?	20	1,06315789
Sexo	20	0,23947368
Suma	20	12,0421053
N válido (según lista)	20	

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Cuadro N°4 Alfa de Crombach

K	6	factor 1	1,2	0,656
sumatoria de varianza de los ítems	4,147	factor 2	0,344	79%
varianza de las suma de los ítems	12,042	factor 3	1	

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Como se puede apreciar el resultado tiene un valor α de 79, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, validando su uso para la recolección de datos.

2.6.2. DATOS DE LA POBLACIÓN

Para la determinación de la muestra se ha tomado como base, datos de la población de la provincia de Santa Elena y la demanda turística del año 2012, tal y como lo muestra el siguiente cuadro.(Ver Cuadro 5)

Cuadro N°5 Datos de la Población de Santa Elena

Cantón	Pob. (2010)
La Libertad	95.942
Salinas	68.675
Santa Elena	144.076
TOTAL	308.693

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En el siguiente cuadro se puede mostrar índices de turistas que ingresaron la provincia por visitas familiares y por turismo cultural, lo cual se constituye como mercado objetivo del presente estudio. (Ver Cuadro 6)

Cuadro N°6 Datos de la Demanda Turística

DEMANDA TURÍSTICA 2012		
INDICADORES	PARTICIPACION	# TURISTAS ANUALES
VISITA FAMILIAR/PARIENTES	26.03%	312,360
TURISMO CULTURAL	13.70%	164,400
		476,760

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

2.6.3. MÉTODO DE MUESTREO

Para determinar el tamaño de la muestra, se seleccionó la población total de la provincia de Santa Elena y turistas nacionales. Dando un total de 785.453. Con esta población a través del probabilístico uniforme tomando en cuenta asignaciones de error y niveles de confianza, se realizó los cálculos correspondientes para obtener la estimación del tamaño de la muestra, siendo así estos datos base, los cuales nos ayudarán a extraer los estratos representativos, consiguiendo así el probabilístico estratificado por afijación proporcional.

2.6.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5,23%. Se utilizará la respectiva fórmula mostrada anteriormente para el cálculo del tamaño de la muestra.

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

Z: Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95%.

p: Probabilidad de éxito.

q: Probabilidad de fracaso.

De acuerdo a la tabla normal, el valor “Z” asociado a un nivel de confianza del 95%, es de 1.96. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad de personas de la provincia de Santa Elena y turistas nacionales utilicen el servicio sea del 50%, y por tanto la probabilidad de fracaso “q” se ubique en el 50%. Mientras que el margen de error máximo permisible es del 5%.

Z = 1.96

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$e = 0.05$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2}$$

$$n = 384$$

Con estos datos se presenta un tamaño muestral de 384 encuestas. Dicho total de encuestas se realizarán en las siguientes proporciones (Ver Cuadro 7), a partir del factor diferenciado (Fh), como se detalla a continuación:

$$Fh = n/N$$

$$Fh = 384/785.453$$

$$Fh = 0.0004$$

Cuadro N°7 Estratificación Muestral de la Población Total de Santa Elena y población turística nacional

ESTRATIFICACIÓN MUESTRAL			
ESTRATOS	N	Fh	n
Población de Santa Elena	308,693	0.00048889	151
Población Turística	476,760		233
TOTAL	785,453		384

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Por lo cual se deberá realizar 151 encuestas a habitantes de la provincia de Santa Elena y 233 a turistas nacionales.

2.6.5. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Como instrumento de recolección de información primaria se ha utilizado un cuestionario. (Ver Anexo 2)

CAPÍTULO III

3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Se realizaron 384 encuestas en la provincia de Santa Elena en lugares estratégicos como:

- Centro de los cantones Santa Elena, La Libertad y Salinas.
- Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Ruta del Spondylus.

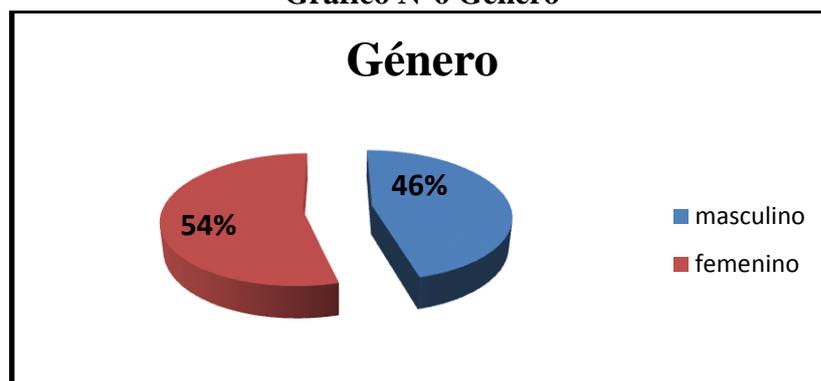
GÉNERO

Cuadro N° 8 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	176	45,83	45,83	45,83
	femenino	208	54,17	54,17	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°6 Género



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

De acuerdo a los resultados obtenidos, de las 384 personas encuestadas el 54% pertenecen al género femenino y la diferencia del 46% corresponden al género masculino, siendo en este caso el género femenino el que obtuvo un mayor resultado, por lo cual se puede deducir que la población femenina sería la más interesada en este nuevo tipo de recreación.

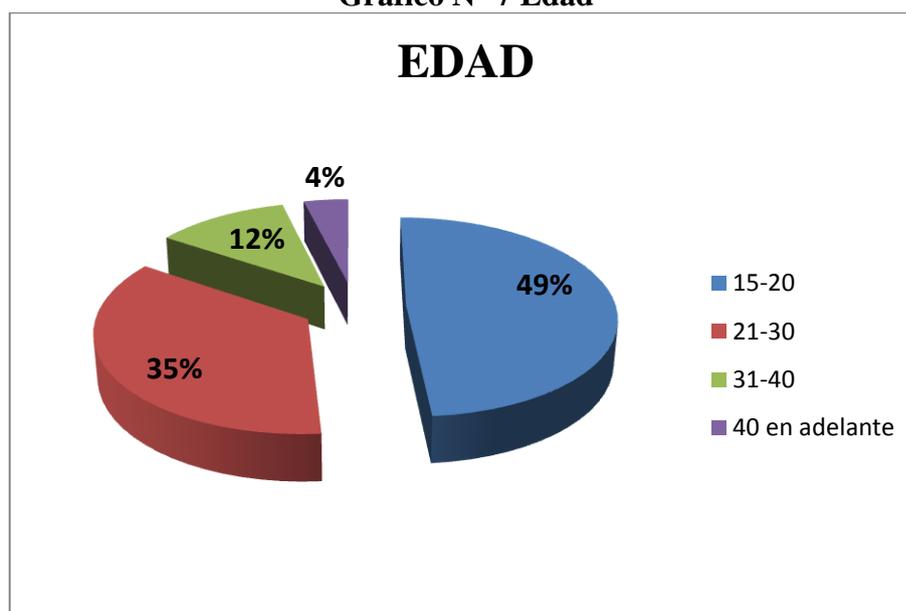
EDAD

Cuadro N° 9 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15-20	187	48,70	48,70	48,70
	21-30	137	35,68	35,68	84,38
	31-40	45	11,72	11,72	96,09
	40 en adelante	15	3,91	3,91	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N° 7 Edad



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

De los 384 encuestados El 49% de los encuestados fueron de edades comprendidas entre 15 y 20 años, mientras que el 35% oscila entre 21 y 30 años. Siendo éstos los resultados más sobresalientes, concluyendo que se cuenta con una población joven para este tipo de actividad que se requiere implementar.

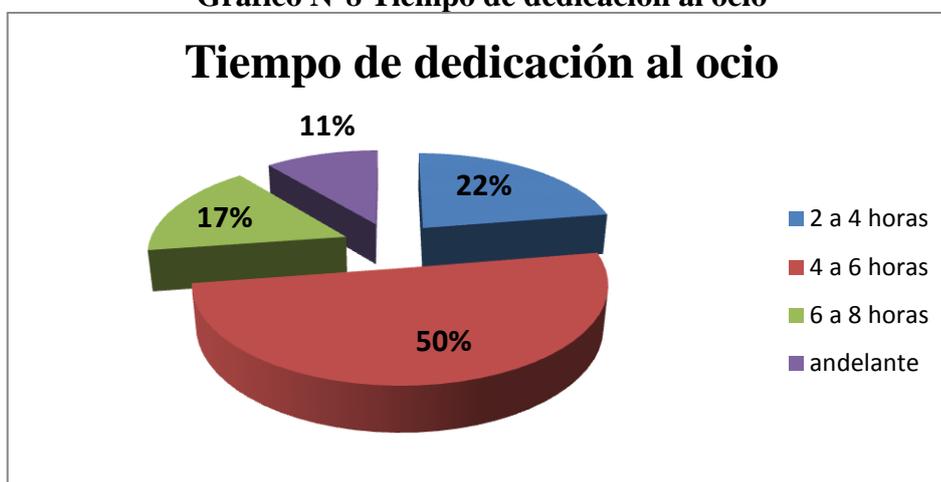
TIEMPO DE DEDICACIÓN AL OCIO

Cuadro N°10 Tiempo de dedicación al ocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2 a 4 horas	86	22,40	22,40	22,40
	4 a 6 horas	193	50,26	50,26	72,66
	6 a 8 horas	63	16,41	16,41	89,06
	andelante	42	10,94	10,94	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°8 Tiempo de dedicación al ocio



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Con respecto a la variable tiempo de dedicación al ocio, se puede apreciar que el 50% de los encuestados dedica de 4 a 6 horas de distracción, siendo este el porcentaje mayoritario, seguido del 22% entre 2 a 4 horas, el 17% entre 6 a 8 horas de recreación; siendo estos los resultados más sobresalientes

ACTIVIDAD EN TIEMPOS LIBRES

Cuadro N°11 Actividad en tiempos libres

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	leer libro	79	20,57	20,57	20,57
	recreacion	149	38,80	38,80	59,38
	cine	70	18,23	18,23	77,60
	reuniones	86	22,40	22,40	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°9 Actividad en tiempos libres



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En la encuesta realizada se puede determinar que de los 384 encuestados el 39% dedica su tiempo libre para distraerse, mientras que el 22% lo dedican en reuniones, el 21% para leer un libro y el 18% restante para ir al cine, llegando a la conclusión que se cuenta con un gran porcentaje de población para fomentar este nuevo tipo de parques temáticos.

REALIZA SUS ACTIVIDADES DE DISTRACCIÓN EN COMPAÑÍA DE OTROS PERSONAS

Cuadro N°12 Realiza actividades de distracción en compañía de otras personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	solo	141	36,72	36,72	36,72
	familia	157	40,89	40,89	77,60
	amigos	77	20,05	20,05	97,66
	otros	9	2,34	2,34	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N° 10 Realiza actividades de distracción en compañía de otras personas



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

De acuerdo a los resultados obtenidos de los 384 encuestados, el 41% realizan actividades de distracción en compañía de familiares, el 37% prefieren realizar estas actividades solos, el 20% en compañía de amigos y el 2% restante con otros; por lo tanto se puede deducir que la población está más a gusto con tipos de distracción familiares.

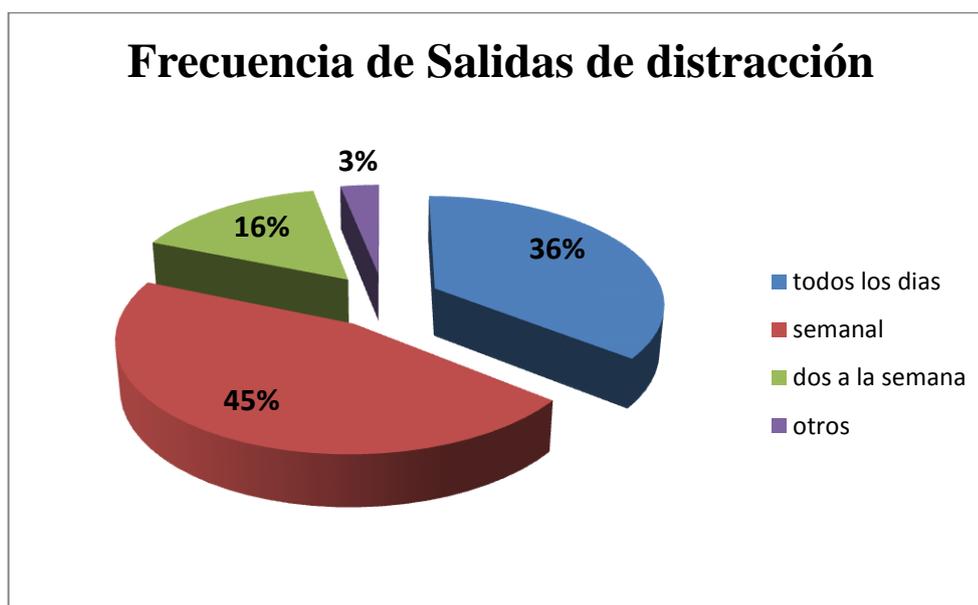
TIEMPO EN QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE DISTRACCIÓN

Cuadro N°13 Tiempo en que realiza actividades de distracción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	todos los días	137	35,68	35,68	35,68
	semanal	175	45,57	45,57	81,25
	dos a la semana	60	15,63	15,63	96,88
	otros	12	3,13	3,13	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N° 11 Tiempo en que realiza actividades de distracción



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Las actividades de distracción la realizan según la encuesta el 45% semanalmente y el 36% todos los días.

OPINIÓN DE FRECUENCIA DE VISITAS A LUGARES DE DISTRACCIÓN

Cuadro N°14 Opinión de frecuencia de visitas a lugares de distracción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	desestresarme	94	24,48	24,48	24,48
	tiempo libre	98	25,52	25,52	50,00
	me invitan	81	21,09	21,09	71,09
	me gusta	111	28,91	28,91	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°12 Opinión de frecuencia de visitas a lugares de distracción



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En la encuesta se determinó que el 29% realizan actividades de distracción porque les gusta, el 26% frecuenta lugares de distracción porque tienen tiempo libre y el 24% porque les ayuda a desestresarse.

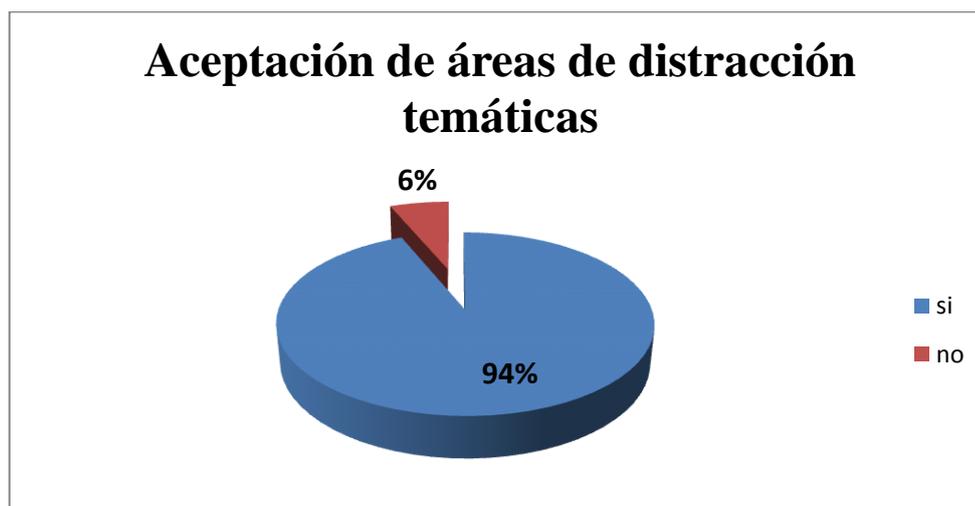
EXISTENCIA DE UNA EMPRESA DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA

Cuadro N°15 Existencia de una empresa de distracción temática

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	360	93,75	93,75	93,75
	no	24	6,25	6,25	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°13 Existencia de una empresa de distracción temática



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

El grado de aceptación de la empresa fue del 92.6 % con una respuesta de Si y el 7.4% contestó que No.

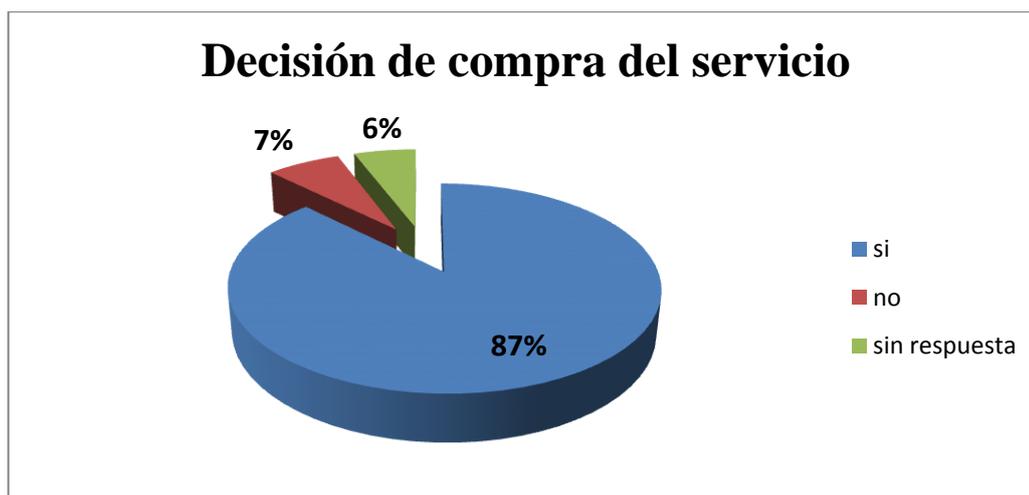
DECISIÓN DE COMPRA DEL SERVICIO

Cuadro N°16 Decisión de compra del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	336	87,50	87,50	87,50
	no	26	6,77	6,77	94,27
	sin respuesta	22	5,73	5,73	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°14 Decisión de compra del servicio



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En la encuesta se determinó que al 87% les gustaría visitar y recibir los servicios de distracción temática, mientras que el 7% comentó que no les gustaría y la diferencia no dio respuesta alguna.

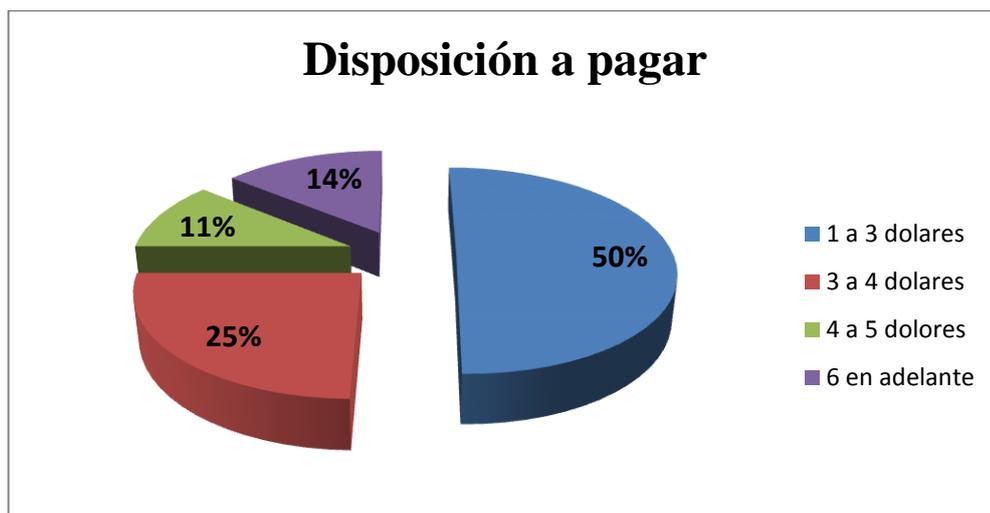
DISPOSICIÓN A PAGAR

Cuadro N° 17 Disposición a pagar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 a 3 dolares	193	50,26	50,26	14,06
	3 a 4 dolares	95	24,74	75,00	38,80
	4 a 5 dolares	42	10,94	85,94	49,74
	6 en adelante	54	14,06	100,00	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°15 Disposición a pagar



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En relación a la disposición a pagar por el servicio de distracción temática, el 52,9% cancelaría entre 2 a 3 dólares, el 23,5% prefiere un precio entre 3 y 4 dólares y el 13,2% cancelaría 6 dólares en adelante.

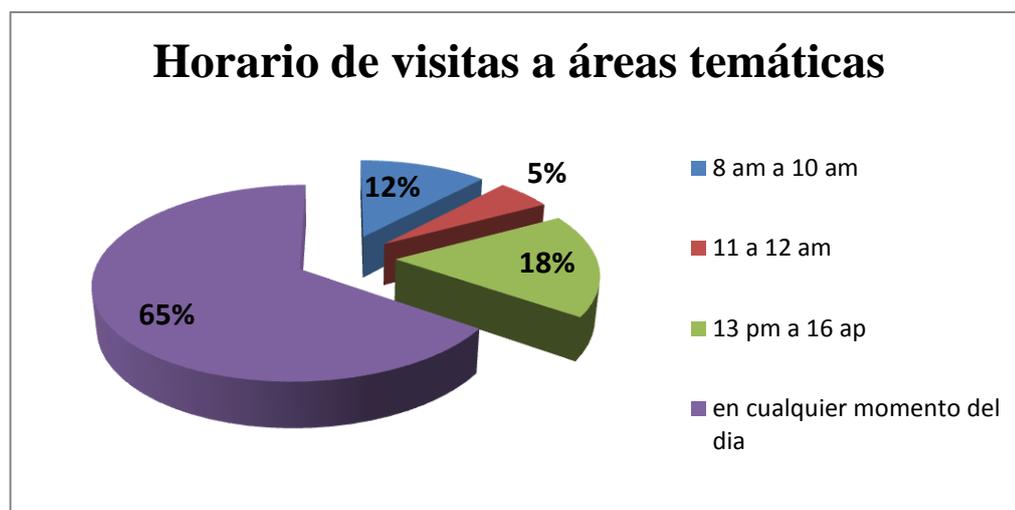
HORARIO DE REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE DISTRACCIÓN

Cuadro N°18 Horario de realización de actividades de distracción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	8 am a 10 am	46	11,98	11,98	11,98
	11 a 12 am	20	5,21	5,21	17,19
	13 pm a 16 ap	67	17,45	17,45	34,64
	en cualquier momento del día	251	65,36	65,36	100,00
Total		384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°16 Horario de Realización de actividades de distracción



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Del total de encuestados, el 65% realiza actividades de distracción en cualquier momento del día, el 18% en horarios de 13:00 a 16:00 y el 12% en horarios de 08:00 a 10:00 de la mañana.

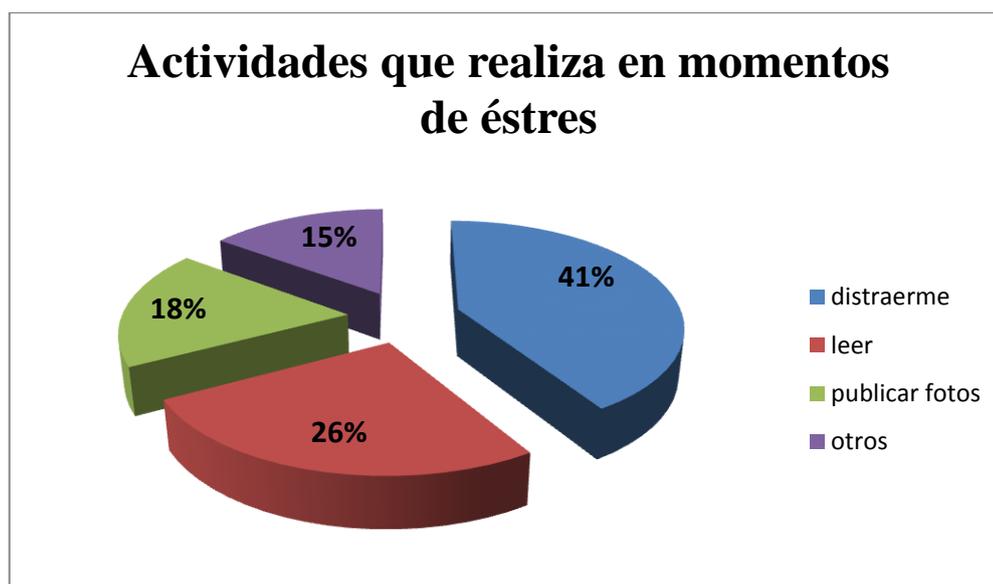
ACTIVIDADES QUE REALIZA EN MOMENTOS DE ESTRÉS

Cuadro N°19 Actividades que realiza en momentos de estrés

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	distraerme	158	41,15	41,15	41,15
	leer	100	26,04	26,04	67,19
	publicar fotos	69	17,97	17,97	85,16
	otros	57	14,84	14,84	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N°17 Actividades que realiza en momentos de estrés



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Según el grado de estrés que tenga el cliente, el 44% realiza actividades para distraerse, el 25% para leer y el 16,9% para publicar fotos.

EXISTENCIA DE IMÁGENES ANIMADAS EN FOTOGRAFÍAS

Cuadro N°20 Existencia de imágenes animadas y culturales en fotografías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	286	74,48	74,48	74,48
	no	98	25,52	25,52	100,00
	Total	384	100,00	100,00	

Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Gráfico N° 18 Existencia de imágenes animadas en fotografías



Fuente: Población de la prov. Santa Elena y turistas nacionales Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Según los resultados obtenidos, el 74% prefiere imágenes animadas para fotografías, mientras que el 26% no prefiere dichas imágenes al momento de tomarse una fotografía.

3.1.1. CONCLUSIONES

- En la provincia de Santa Elena de acuerdo a la población encuestada, las áreas de distracción temática tienen una aceptación del 94%
- En un 39% de los habitantes y turistas manifestaron que la actividad que realizan en tiempo libres es recreativa, por tanto el 41% las realiza en compañía de sus familiares
- Sobre el tiempo de dedicación al ocio, los habitantes y los turistas en un 50% consideran de 4 a 6 horas, tomando como referencia que el 46% las ejecuta los fines de semana.
- Referente a la decisión de compra el 87% de la población encuestada mencionó que si utilizaría el servicio, mientras que el 7 respondieron que no y lo restante no supieron dar una afirmación o negación.
- Con lo que respecta a la disposición a pagar el 50% de la muestra indicó que cancelarían por el servicio entre \$1,00 a \$3,00.

3.1.2. RECOMENDACIONES

- Realizar una difusión de la instalación de las Áreas de Distracción Temáticas dentro de los parques del cantón Santa Elena a nivel provincial, para mejorar el conocimiento acerca de los parques en la población en general.
- La población encuestada indicó que al no existir un área temática se disponga de una parte de los diferentes parques existentes en el cantón Santa Elena para la instalación de un área de distracción temática.
- Establecer un precio accesible para quienes visiten el parque, dado que en la encuesta se da referencia a un rango, para lo cual se recomienda el valor de entrada al área de distracción temática a \$1,00
- Realizar una correcta e indicada ubicación de los materiales temáticos, para la visualización y utilización del servicio de quienes visiten las Áreas de Distracción Temática.
- Con respecto a los colaboradores, que se creen políticas y principios de atención al cliente, en donde el trabajo en equipo sea el principio fundamental para mantener una buena relación que se refleje en la calidad del servicio brindado.

3.2. ANÁLISIS DEL FOCUS GROUP

El FocusGroup se realizó el día miércoles 6 de marzo del 2013, de acuerdo a lo siguientes consideraciones:

- Segmento: Jóvenes de 20 – 40 años.
- Tamaño de la muestra: 10 personas.
- Tiempo de duración del FocusGroup: 30 minutos

Primer paso:

La moderadora inicia su participación, en la que dio la oportunidad para que los integrantes del Focus mencionaran sus nombres y edades. Luego se procedió a dar paso sobre una pequeña introducción sobre el tema de interés como lo es el “*Parque Temático*”.

Información obtenida de la investigación cualitativa:

Al inicio del ejercicio del FocusGroup se identificó que los habitantes no dominaban el tema, es decir, no conocían sobre los parques temáticos, en escasas ocasiones, habían escuchado del tema, pero luego fueron recordando, lo cual les permitió defenderse en la formulación de preguntas.

Muchos de los integrantes del Focus han visitado diferentes parques, como por ejemplo: parque de diversiones y ecológicos, de los cuales, lo que más le atraen son la oportunidad de divertirse en familia, considerando que haya una diversidad de juegos de diversión.

El 100% del foro mencionó que no han escuchado sobre parques temáticos dentro de la provincia de Santa Elena, pero a nivel nacional si, entre ellos el River Park y el Parque de Chimbia, de los cuales en su mayoría han visitado y mantienen una buena percepción del servicio que les ofrecieron.

El 90% del foro le gustó la idea de que dentro de los parques del cantón Santa Elena se instale un área temática, debido a que les parece una buena alternativa de diversión y de distracción familiar dependiendo de las actividades y servicios diversos que ofrezca el parque, siempre y cuando en lo económico sea accesible.

En cuanto lo cultural, esperan que el parque respete las diferentes culturas que la población adopta, así mismo el tiempo en donde los asistentes mencionaron que el ideal para visitar el parque era los fines de semana, porque de lunes a viernes la población tiene actividades laborales y se limita el tiempo como para visitar el parque temático.

Los lugares idóneos para la ubicación de las áreas temáticas serían los parques de Santa Elena, debido a que son los indicados por la afluencia de público que estos perciben.

La mayoría del foro discutió el precio de ingreso del parque, entre los cuales estaban los siguientes rangos: \$1.00-\$3.00 y \$3.01-\$5.00, pero todos depende del tipo de servicio y distracción ofrezca el parque para el visitante y les gustaría que la información sobre el parque sea en todos los medios posibles,

resaltando entre ellos el internet y de las promociones de preferencia fue el 2x1 y los descuentos especiales por fechas celebres del país.

El foro calificó los atributos que influyen en su decisión de compra que a continuación se observa en la siguiente tabla:

Cuadro N°21 Atributos

ATRIBUTOS	AB	EM	PA	ME	HE	LO	MC	AT	DI	NA	PROMEDIO
Económico	2	4	3	5	3	4	3	2	5	3	4
Beneficios	5	5	4	4	5	2	3	2	2	4	5
Servicio Personalizado	4	3	3	2	4	2	3	2	2	5	4

Elaborada por Yolanda Paola Limones Borbor Fuente: FocusGroup

En donde los atributos de Beneficio y Lugar Reconocido obtuvieron los primeros lugares con una calificación de 5, seguido de el atributo Económico y el Servicio Personalizado con una calificación 4.

Para finalizar, se pudo concluir junto con los asistentes que el 80% de las personas que están en un rango de 20 – 40 años, inducido por los hijos quienes son los idóneos a disfrutar de la diversidad del parque.

ANÁLISIS FINANCIERO

3.2.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Cuadro N° 22 Presupuestos de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS														TOTAL ANUAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
Precio	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	
Ventas (q)	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	
Ventas (\$)	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	
CONTADO														
100%	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	
0%			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Ingreso Mensual	60.732													
													728.780	

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

En el presupuesto de venta está dado por los meses en las cuales no se otorgará crédito, con ventas al contado del 100%.

3.2.2. PRESUPUESTO DE INVENTARIOS

Cuadro N°23 Presupuesto de Inventarios

PRESUPUESTO DE INVENTARIOS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas (q) (pv)	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732
Inventario Final (IF)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.366
Inventario Inicial (II)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de producción (pp)	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 91.098

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

La política de inventario que se empleará será del 0%, es decir, no se realizarán compras de adicionales por tratarse de una empresa de servicio.

3.2.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Cuadro N° 24 Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS														
COSTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL	
0,72	Materia Prima	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 43.727	\$ 65.590	\$ 546.585
0,04	Mano de Obra Directa	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 2.437	\$ 3.656	\$ 30.467
-	Costos Indirectos de Fabricación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 46.164	\$ 69.246	\$ 577.052										
\$ 2.452	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 2.452	\$ 29.428
\$ 380	GASTOS SERVICIOS	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 4.560
\$ 350	GASTOS DE VENTAS	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 4.200
	EGRESO MENSUAL	\$ 49.347	\$ 72.429	\$ 615.240										

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

El Presupuesto de Egresos está dado por el costo del servicio, y esto lo podemos observar en la adquisición de la materia prima que tendrá un costo de US\$0,72 dependiendo del servicio, la mano de obra directa tendrá un valor de \$0,04 por cada servicio prestado, los gastos administrativos serán de US\$ 2.452,00, los gastos de servicios que consiste en el agua, energía eléctrica, teléfono e internet serán de US\$ 380,00 y los gastos de ventas serán de US\$ 350,00 mensual.

3.2.4. PRESUPUESTO DE CAJA

Cuadro N° 25 Presupuesto de Caja

PRESUPUESTO DE CAJA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732	\$ 60.732
EGRESO MENSUAL	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 49.347	\$ 72.429
saldo	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ 11.385	\$ (11.697)
SALDO ACUMULADO	\$ 11.385	\$ 22.770	\$ 34.155	\$ 45.541	\$ 56.926	\$ 68.311	\$ 79.696	\$ 91.081	\$ 102.466	\$ 113.851	\$ 125.237	\$ 113.540

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Las áreas de distracción temática tendrán como saldo acumulado en el mes de enero de \$11.385,00, y en el mes de diciembre de \$113.540,00, dichos saldos van creciendo proporcionalmente, considerando una tasa de crecimiento de la demanda de un 5% anual. Así también se muestran los egresos mensuales, donde en el mes de enero será de \$49.347,00 y en el mes de diciembre éste se incrementará a \$72.429,00 ya que se realizarán compras para el siguiente año en curso.

3.2.5. MÉTODO CONTABLE

El valor de desecho está dado por el valor de salvamiento el cual se recuperará al finalizar el horizonte de evaluación del proyecto es decir después de 5 años. (Ver cuadro N° 35)

Cuadro N° 26 Método Contable

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑO DEPREC.	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
Maquinarias						
Playwood	\$ 7.500	\$ 10	\$ 750	\$ 5	\$ 3.750	\$ 3.750
gigantografía diseño	\$ 6.000	\$ 3	\$ 2.000	\$ 5	\$ 10.000	\$ (4.000)
Pistas sintéticas	\$ 25.000	\$ 10	\$ 2.500	\$ 5	\$ 12.500	\$ 12.500
Juego de Mesas y Sillas (1mesa 4sillas)	\$ 900	\$ 5	\$ 180	\$ 5	\$ 900	\$ -
Máquina dispensadora de golocinas	\$ 100	\$ 3	\$ 33	\$ 2	\$ 67	\$ 33
Máquina para helados	\$ 4.500	\$ 5	\$ 900	\$ 5	\$ 4.500	\$ -
carpas	\$ 1.250	\$ 5	\$ 250	\$ 5	\$ 1.250	\$ -
Equipos de Oficina						
Teléfono fax	\$ 138	\$ 3	\$ 46	\$ 2	\$ 92	\$ 46
Aire Acondicionado	\$ 2.221	\$ 5	\$ 444	\$ 5	\$ 2.221	\$ -
Caja registradora	\$ 2.520	\$ 3	\$ 840	\$ 2	\$ 1.680	\$ 840
Muebles de Oficina						
Silla giratoria	\$ 540	\$ 5	\$ 108	\$ 5	\$ 540	\$ -
Escritorio	\$ 1.000	\$ 10	\$ 100	\$ 5	\$ 500	\$ 500
Equipos de computación						
Laptop	\$ 4.800	\$ 3	\$ 1.600	\$ 2	\$ 3.200	\$ 1.600
Depreciación Anual			\$ 9.751	Valor de Salvamiento		\$ 15.269

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.6. ESTRUCTURA DEL CAPITAL

La Inversión total del proyecto es de \$186.229,00, dicha aportación será dividida en inversión financiada por el Municipio del Cantón Santa Elena, tal y como se lo muestra en el siguiente cuadro. (Ver Cuadro N° 36)

Cuadro N° 27 Inversión

INVERSIÓN TOTAL		
MUNICIPAL		186,299
PROPIA		-
FINANCIAMIENTO		186,299

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.7. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja está dado por todos las entradas y las salidas del dinero, en este caso nos damos cuenta que el proyecto es beneficioso porque en los años proyectados los flujos responden a las obligaciones logrando utilidades.

En el año 1, las áreas de distracción temática tendrá un saldo de \$1445.752, 22; tomando en consideración el capital del préstamo en el que hay que incurrir por la inversión financiada, en el segundo año obtendrá un flujo neto efectivo de \$250.003,39; en el tercer año éste crecerá a \$20.666, en el cuarto así mismo aumentará a \$361.494,44; para finalmente en el último año se obtendrá un flujo neto efectivo de \$1´609.117.96.

Estos saldos permitirán recuperar la inversión total a corto plazo de la prestación de servicios. A continuación se muestra el detalle del efectivo durante los 10 años de actividad. (Ver Cuadro N° 36)

Cuadro N° 28 Flujo de Caja Anual

FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES										
CUENTAS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS	728.780,00	803.479,95	885.836,64	976.634,90	1.076.739,98	1.187.105,83	1.308.784,17	1.442.934,55	1.590.835,34	1.753.895,97
TOTAL INGRESOS	728.780,00	803.479,95	885.836,64	976.634,90	1.076.739,98	1.187.105,83	1.308.784,17	1.442.934,55	1.590.835,34	1.753.895,97
EGRESOS										
PAGO DE COSTOS FIJOS	29.248,21	32.246,15	35.551,39	39.195,40	43.212,93	47.642,26	52.525,59	57.909,46	63.845,18	70.389,31
PAGO DE COSTOS VARIABLES	524.721,60	578.505,56	637.802,38	703.177,13	775.252,78	854.716,19	942.324,60	1.038.912,88	1.145.401,45	1.262.805,09
PAGO DE GASTOS ADM	29.428,40	31.488,39	33.692,58	36.051,06	38.574,63	41.274,85	44.164,09	47.255,58	50.563,47	54.102,91
PAGO DE GASTOS VTAS	4.200,00	4.494,00	4.808,58	5.145,18	5.505,34	5.890,72	6.303,07	6.744,28	7.216,38	7.721,53
PAGO DE GASTOS DE SERVICIOS	4.560,00	4.879,20	5.220,74	5.586,20	5.977,23	6.395,64	6.843,33	7.322,36	7.834,93	8.383,37
PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCION	1.700,00									
PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA		26.377,21	29.689,93	32.992,77	36.652,33	40.706,44	45.196,90	50.169,89	55.676,44	61.772,90
PAGO DE PARTICIPACION TRABAJADORES		20.238,27	22.780,00	25.314,15	28.121,99	31.232,56	34.677,93	38.493,52	42.718,50	47.396,09
COMPRA DE EQUIPOS DE COMPUTACION			4.800,00			4.800,00			4.800,00	
COMPRA DE EQUIPOS DE OFICINA						4.878,40				
COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA						1.540,00				
TOTAL EGRESOS	593.858,21	698.228,78	774.345,59	847.461,88	933.297,24	1.039.077,05	1.132.035,50	1.246.807,98	1.378.056,35	1.512.571,22
SOBRANTE O FALTANTE	134.921,79	105.251,17	111.491,05	129.173,02	143.442,74	148.028,77	176.748,67	196.126,57	212.778,99	241.324,75
SALDO INICIAL	9.830,43	144.752,22	250.003,39	361.494,44	490.667,46	634.110,20	782.138,98	958.887,64	1.155.014,22	1.367.793,21
SALDO FINAL	144.752,22	250.003,39	361.494,44	490.667,46	634.110,20	782.138,98	958.887,64	1.155.014,22	1.367.793,21	1.609.117,96

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.8. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Las Áreas de distracción temáticas tendrán una utilidad neta en el primer año de \$88.306,00, en el segundo año ésta incrementará a \$99.397,00, en el tercer año será de \$110.454,00, en el cuarto así mismo crecerá a \$122.706,00 y finalmente en el último año se tendrá como utilidad neta el valor de \$229.398,0. En el siguiente cuadro se detallan los ingresos anuales y los respectivos gastos anuales, incluyendo las obligaciones tributarias y financieras. (Ver Cuadro N° 37)

Cuadro N° 29 Estado de Resultados Anuales
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

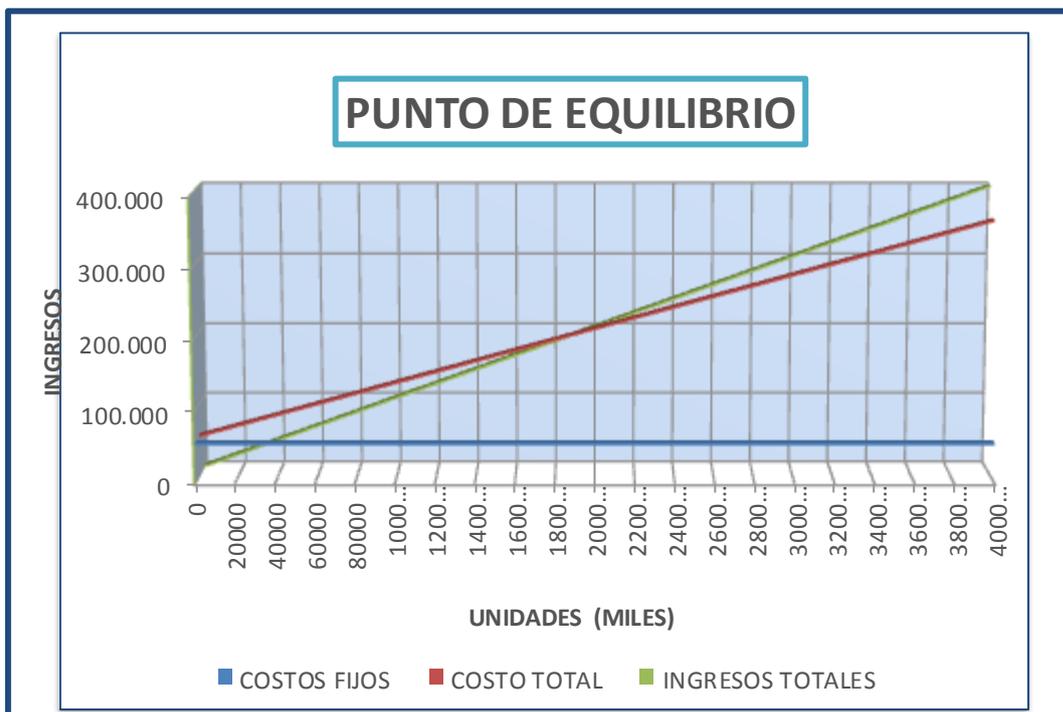
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$ 728.780	\$ 803.480	\$ 885.837	\$ 976.635	\$ 1.076.740	\$ 1.187.106	\$ 1.308.784	\$ 1.442.935	\$ 1.590.835	\$ 1.753.896
(-) Costo de Venta	\$ 553.970	\$ 610.752	\$ 673.354	\$ 742.373	\$ 818.466	\$ 902.358	\$ 994.850	\$ 1.096.822	\$ 1.209.247	\$ 1.333.194
(=) Utilidad Bruta	\$ 174.810	\$ 192.728	\$ 212.483	\$ 234.262	\$ 258.274	\$ 284.747	\$ 313.934	\$ 346.112	\$ 381.589	\$ 420.702
(-) Gastos Operacionales	\$ 39.888	\$ 40.862	\$ 43.722	\$ 46.782	\$ 50.057	\$ 53.561	\$ 57.310	\$ 61.322	\$ 65.615	\$ 70.208
Gastos de Servicios	\$ 4.560	\$ 4.879	\$ 5.221	\$ 5.586	\$ 5.977	\$ 6.396	\$ 6.843	\$ 7.322	\$ 7.835	\$ 8.383
Gastos Administrativos	\$ 29.428	\$ 31.488	\$ 33.693	\$ 36.051	\$ 38.575	\$ 41.275	\$ 44.164	\$ 47.256	\$ 50.563	\$ 54.103
Gastos de Venta	\$ 4.200	\$ 4.494	\$ 4.809	\$ 5.145	\$ 5.505	\$ 5.891	\$ 6.303	\$ 6.744	\$ 7.216	\$ 7.722
Gastos de Constitucion	\$ 1.700									
(=) Utilidad Operacional	\$ 134.922	\$ 151.867	\$ 168.761	\$ 187.480	\$ 208.217	\$ 231.186	\$ 256.623	\$ 284.790	\$ 315.974	\$ 350.494
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 20.238	\$ 22.780	\$ 25.314	\$ 28.122	\$ 31.233	\$ 34.678	\$ 38.494	\$ 42.718	\$ 47.396	\$ 52.574
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 114.684	\$ 129.087	\$ 143.447	\$ 159.358	\$ 176.985	\$ 196.508	\$ 218.130	\$ 242.071	\$ 268.578	\$ 297.920
(-) 23% Impuesto a la Renta	\$ 26.377	\$ 29.690	\$ 32.993	\$ 36.652	\$ 40.706	\$ 45.197	\$ 50.170	\$ 55.676	\$ 61.773	\$ 68.522
(=) UTILIDAD NETA	\$ 88.306	\$ 99.397	\$ 110.454	\$ 122.706	\$ 136.278	\$ 151.311	\$ 167.960	\$ 186.395	\$ 206.805	\$ 229.398

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

Si el precio de venta por servicio brindado es de \$1.00 y el costo variable unitario es de \$ 0.76, quiere decir que cada unidad que se venda, contribuirá con \$0.24 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales de las Áreas de Distracción Temáticas. Realizando el cálculo y análisis respectivo, se tendrá un punto de equilibrio de 226.768 unidades y un punto de equilibrio en dólares de \$303.183. Es decir, se tendrán que vender 226.768 servicios en el año a \$ 1,00 para poder cubrir sus costos y gastos operativos y así poder comenzar a generar utilidades.

Cuadro N° 30 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.10. CASH FREE Y CASH FLOW

Para evaluar el proyecto se presenta el Flujo de Caja Libre o Cash Free y Cash Flow, estos flujos permitirán obtener la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) del proyecto durante 10 años. A continuación se muestra el detalle del Cash Free y Cash Flow de las áreas de distracción temática (Ver Cuadro N° 38)

Cuadro N° 31 Cash Free & Cash Flow

CASH FLOW		2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
VENTAS BRUTAS		728.780,00	803.479,95	885.836,64	976.634,90	1.076.739,98	1.187.105,83	1.308.784,17	1.442.934,55	1.590.835,34	1.753.895,97
COSTO DE PRODUCCIÓN		553.969,81	610.751,72	673.353,77	738.921,20	815.014,38	898.907,12	991.398,86	1.093.371,00	1.205.795,29	1.329.743,07
GASTOS OPERATIVOS		39.888,40	40.861,59	43.721,90	46.782,43	50.057,20	53.561,21	57.310,49	61.322,23	65.614,78	70.207,82
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		8.525,73	9.866,93	11.077,49	12.426,07	13.927,81	15.599,44	17.459,49	19.528,48	21.829,09	24.386,45
IMPUESTO TOTAL		89.195,44	98.387,91	108.721,00	120.130,62	132.728,33	146.637,21	161.993,04	178.945,63	197.660,25	218.319,20
TOTAL CASH FLOW		37.200,61	43.611,81	48.962,49	58.374,57	65.012,25	72.400,85	80.622,29	89.767,21	99.935,93	111.239,43
CASH FREE											
INVERSION INFRAESTRUCTURA	(120.000,00)		-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE INFRAEST.											
INVERSION MAQUINARIAS	(45.250,00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MAQUINARIAS											4.525,00
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	(4.800,00)	-	-	(4.800,00)	-	-	(4.800,00)	-	-	(4.800,00)	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE COMP.				480,00	-	-	480,00	-	-	480,00	-
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	(4.878,40)	-	-	-	-	(4.878,40)	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE OFIC.				-	-	487,80	-	-	-	-	487,80
INVERSION MUEBLES	(1.540,00)	-	-	-	-	(1.540,00)	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MUEBLES				-	-	154,00	-	-	-	-	154,00
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(9.830,43)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.				-	-	-	-	-	-	-	9.830,43
TOTAL CASH FREE	(186.298,83)	37.200,61	43.611,81	44.642,49	58.374,57	59.235,65	68.080,85	80.622,29	89.767,21	95.615,93	126.236,67

VAN	\$ 163.868,16
TIR	27%
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.11. VAN

Básicamente hay varias condiciones que debe cumplir el índice del VAN en un proyecto para que este sea aceptado, Si el VAN es positivo el proyecto obtiene ganancias por lo tanto debe aceptarse, si es negativo no se recupera la inversión y no se obtiene utilidades por ende debe rechazarse y si el VAN es 0 solo se recupera la inversión. El VAN resultante del proyecto de inversión es de \$163.868,16. El Van tiene saldo positivo, por lo tanto el proyecto debe aceptarse. (Ver Cuadro N° 39)

Cuadro N° 32 Valor Actual Neto

VAN	\$ 163.868,16
-----	---------------

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.12. TASA INTERNA DE RETORNO

Por lo general la tasa interna de retorno debe ser mayor a la tasa de descuento o tasa del costo capital. La Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es de 27% anual, superior a la TMAR o la Tasa de Descuento que es del 12% con este índice podemos concluir que el resultado reflejado por cumplirse la condición de que la TIR es mayor a la tasa de descuento el proyecto es aceptable. (Ver Cuadro N° 40)

Cuadro N° 33 Tasa Interna de Retorno

TIR	27%
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.2.13. RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

La recuperación de la Inversión Total del proyecto considerando una Tasa Interna de Retorno del 27% y un Valor Actual Neto de \$ 163.868,16; se la obtendrá en el 5 año de la vida del proyecto.

3.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de los escenarios se consideró lo siguiente:

- ✓ Aumento del Costo Inicial a 20000.
- ✓ Aumento Flujo de caja del año 2 a 4000.
- ✓ Aumento de la tasa de descuento al 16%.
- ✓ Disminución de la tasa de descuento al 10%.
- ✓ Aumento del periodo de vida del proyecto.

3.3.1. ANÁLISIS DE RIESGOS-ESCENARIOS

La empresa de áreas de distracción temática debe proyectarse haciendo escenarios que le permitan tomar la mejor decisión ante cierta probabilidad. Es importante realizar unos escenarios que le permitan enfocarse hacia el futuro porque en el área de turismo la provincia sigue creciendo más. Por lo tanto es necesario enfocarse en escenarios optimistas y pesimistas. A continuación el siguiente cuadro muestra los escenarios aplicados.

Con un VAN de \$200.000,00 a un 40% de probabilidad se considera un escenario optimista o de expansión. Con una probabilidad del 10% y un VAN de \$80.000 se ha considerado un escenario pesimista.

A continuación se muestra el detalle de los escenarios planteados. (Ver Cuadro N° 41)

Cuadro N°34 Escenarios

ESCENARIO	VAN(X)	PROBABILIDAD	Factor	Desviación	Desviación 2	Producto
Optimista	200.000	40%	80.000	30.066	903.960.677	361.584.271
Normal	163.868	50%	81.934	(6.066)	36.795.541	18.397.771
Pesimista	80.000	10%	8.000	(89.934)	8.088.140.756	808.814.076
			169.934			1.188.796.117

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

CAPÍTULO IV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2013”.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente la recreación y el tiempo ocio de los habitantes de la provincia de Santa Elena se encuentra dividido, al existir un varias formas de distracción familiar y turísticas, en la que se suele destacar las actividades de arena y sol, actividades culturales y actividades familiares, las cuales tienen una participación representativa dentro de la provincia. Dentro de las actividades culturales y familiares suele destacar las visitas a los diferentes parques existentes dentro de la provincia, por ser lugares de sana distracción tanto para niños como para adultos.

En la provincia de Santa Elena existen parques recreativos urbanos como los ubicados en el centro de Santa Elena y Salinas, parques temáticos como el Acuario de Valdivia que a su vez debe ser mejorado radicalmente, parque ecológico como el de Santa Elena, parques barriales e infantiles con un mínimo de equipamiento para niños hasta 11 años.

Santa Elena tiene a disposición de la población 9 parques, los cuales actualmente se encuentran en un proceso de regeneración, ya que por muchos se encontraron abandonados por la negligencia de los gobiernos anteriores. Aprovechando el proceso regenerativo de los parques de Santa Elena, la presente propuesta se justifica, ya que se pretende instalar un área temática en cada uno de ellos, valiéndose de la demanda que tendrá, ya que se considera a la población total de la provincia y al flujo turístico que posee la misma.

La propuesta de las Áreas de Distracción Temática beneficiará a:

- Turismo del cantón Santa Elena, ya que se presenta como una forma de realizar turismo dentro del cantón.
- Fomentar las diferentes culturas autóctonas de la provincia.

3.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.4.1. FILOSOFÍA

3.4.1.1. VISIÓN

Las Áreas de Distracción Temática tienen como visión ser una organización modelo en el mercado a través del servicio brindado de forma eficiente y de calidad, que satisfagan las expectativas de quienes nos visitan contribuyendo con el desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena.

3.4.1.2. MISIÓN

Las Área de Distracción Temática tienen como misión proveer a la población local y turística servicios de distracción en el tiempo deseado a precios accesibles, a través del uso de materiales identificados con las diferentes culturas del sector logrando el bienestar y satisfacción de quienes nos visitan.

3.4.1.3. OBJETIVO

Brindar un servicio de distracción mediante la utilización de imágenes temáticas tradicionales y culturales que se mantienen en el sector, potenciando la actividad turística.

3.4.1.4. VALORES

Respeto: Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en cada una de las áreas de distracción temáticas.

Eficiencia: Utilizar los recursos existentes en su totalidad para los fines que han sido destinados, para poder obtener niveles de productividad según los objetivos trazados.

Calidad: El crecimiento y éxito de la organización, se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad del servicio prestado a los visitantes.

Honestidad: El servicio de calidad también se verá reflejado en la conducta entre colaborador y cliente, por ello la honestidad se percibirá en todo momento.

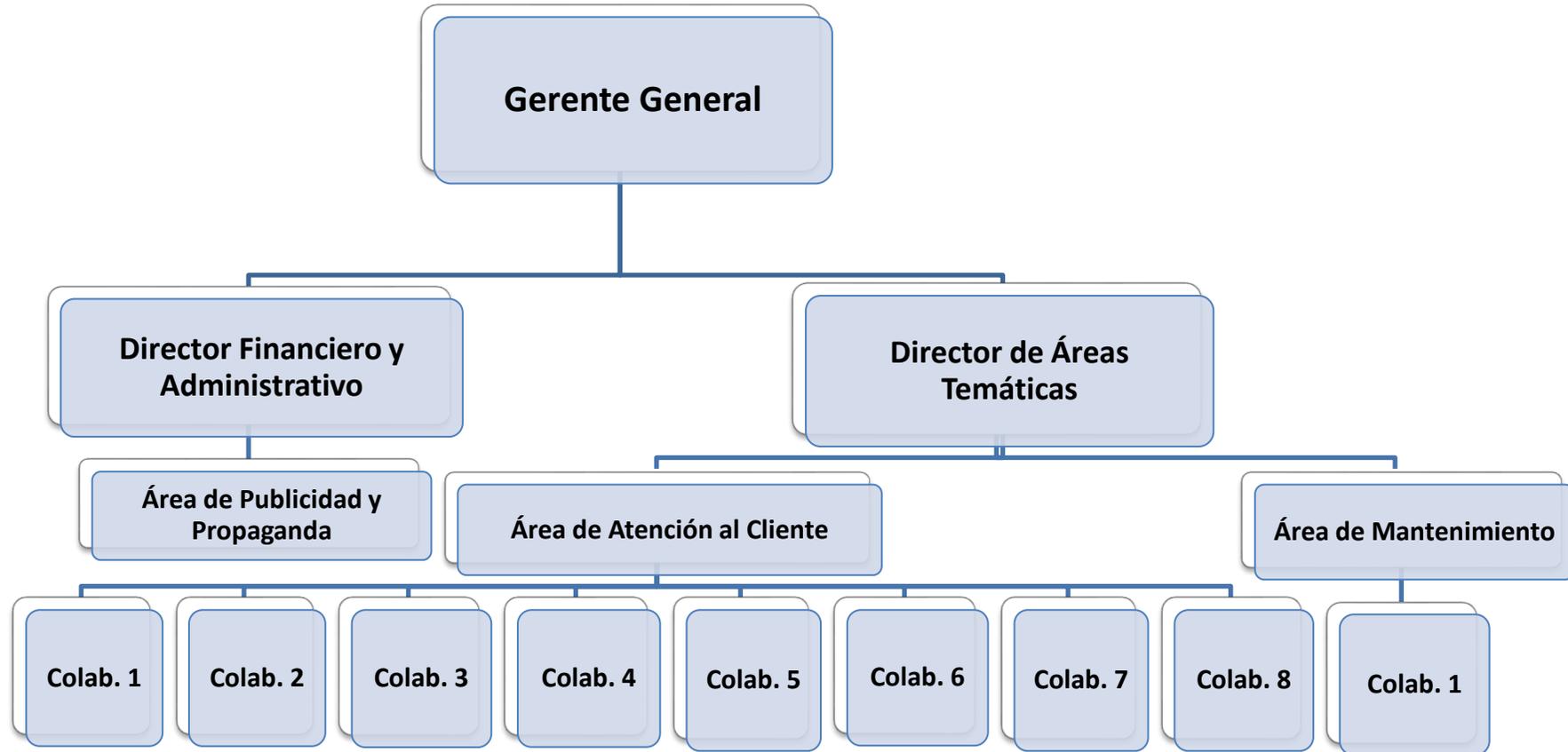
3.4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional que prevalece en el presente proyecto es lineal debido a que será un negocio familiar donde el único líder o jefe empresarial es el dueño o accionista, denominado GERENTE GENERAL.

El gerente general será quien delegará directamente funciones a las direcciones del área financiera-administrativa y de las áreas temáticas, quienes individualmente están encargados de su propio grupo de trabajo, ellos son: el área de publicidad, de atención al cliente y de mantenimiento. (Ver gráfico N° 6)

Estas áreas constarán con una persona encargada de atención al cliente, en cada parque del cantón.

Gráfico N°19 Estructura Organizacional



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.4.2.1. FUNCIONES

Gerente General

Sus funciones son:

- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas.
- Poner atención a las operaciones diarias, haciendo recomendaciones y creando cursos de acción para hacer mejoras si es necesario.
- Coordinar con el área administrativa para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, proveedoras de recursos económicos para la inversión.
- Coordinar reuniones regulares con los directores de cada área.
- Supervisar la contratación y entrenamiento de todos los colaboradores del departamento.
- Supervisar y mantener planes de remuneración para todos los empleados. Contratar y remover a los colaboradores.
- Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos y de los socios.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades. Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos.

Director de áreas temáticas

Sus funciones son:

- Dar seguimiento al programa de servicio mensual.
- Determinar lo relacionado a las nuevas maquinarias y tecnologías.
- Supervisar que el servicio cumpla con los parámetros de calidad.
- Coordinar la capacitación continua de los colaboradores de atención al cliente principalmente.
- Colaborar con el equipo de seguridad industrial e higiene ocupacional para prevenir accidentes.
- Planificar junto con el Departamento de Ventas el plan de ventas.
- Gestionar la relación con los proveedores y clientes.
- Obtener retroalimentación del personal para obtener mejoras en los procesos.
- Colaborar con el cumplimiento de proyectos de la empresa.

Director Administrativo y Financiero

Sus funciones son:

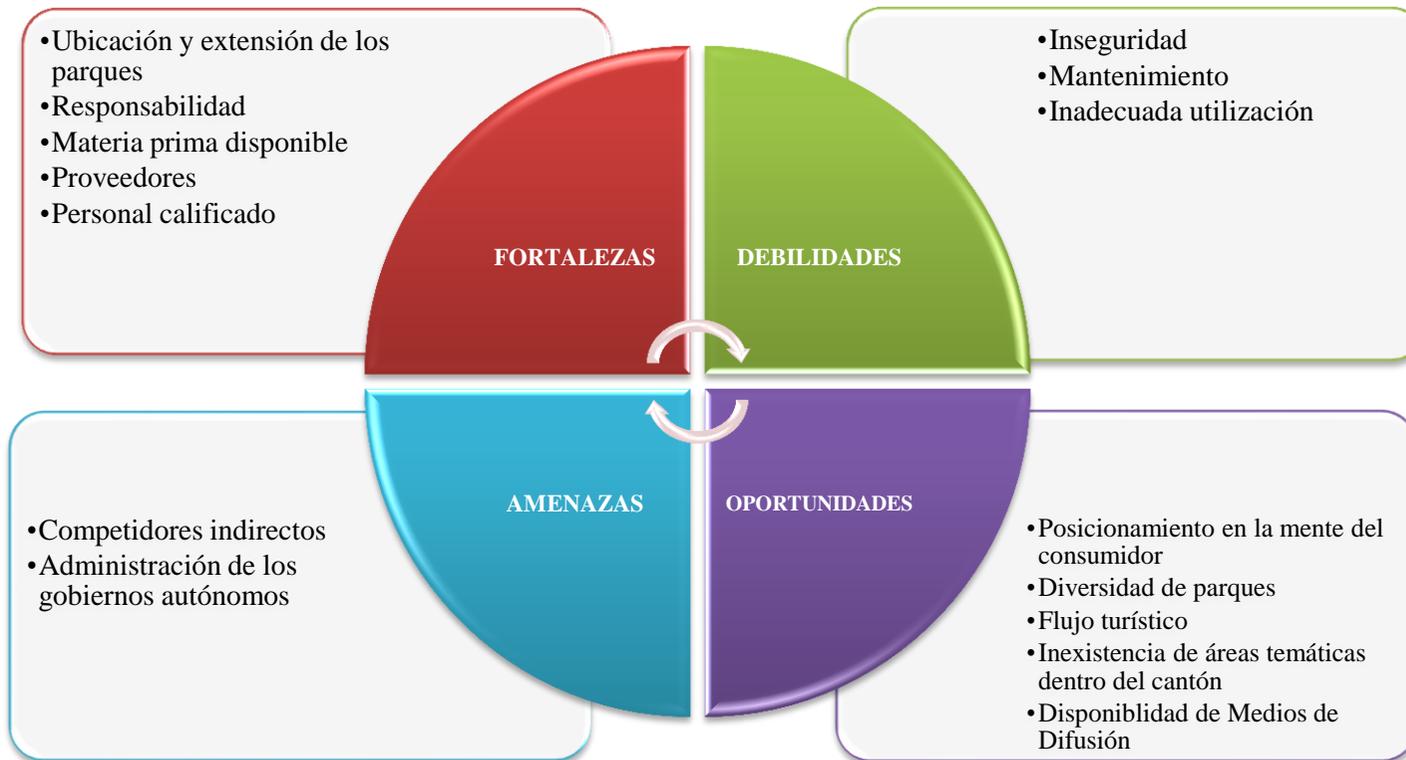
Área Financiera

- Organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las actividades administrativas y financieras de la comisión.
- Vigilar la incorporación de los procesos específicos de control interno, dentro de los sistemas de presupuesto, de determinación y recaudación de los recursos financieros, de tesorería y contabilidad.
- Asegurar el funcionamiento de control interno administrativo.
- Asegurar el funcionamiento de control interno financiero
- Adoptar medidas correctivas para el mejoramiento de los sistemas de administración financiera.
- Establecer métodos específicos de evaluación presupuestaria.
- Deberá tomar decisiones financieras y efectuar el análisis.
- Responsable de la administración de cartera de inversión. Decisiones de financiamiento a corto y largo plazo.
- Realizará el análisis de los pronósticos financieros. Preparar los planes y presupuestos financieros de la empresa.
- Arregla el financiamiento para las inversiones de nuevos activos.

Área Administrativa

- Control de la logística de los parques.
- Prospección y captación de otros clientes.
- Cumplir con las cuotas asignadas.
- Elaboración de informes cuantitativos que recogen resultados.
- Preparación de ofertas y presupuestos.
- Atención de ferias y exposiciones.
- Reportar al Gerente General los indicadores con posibles mejoras para los procesos logísticos.

3.4.3. ANÁLISIS FODA



Fuente: Estudio de Factibilidad de Parques Temáticos

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.5. ESTUDIO TÉCNICO

La diversión y recreación de las personas se ha vuelto un hito en satisfacer, ya que en ningún lugar las personas se sienten satisfechas, por lo cual no se contribuye a la formación recreativa de las personas.

En la actualidad, en Ecuador no encontramos Parques Temáticos catalogados como tales, encontramos lugares destinados a la distracción, recreación y cultural, los cuales no han sido definidos como parques temáticos.

Dentro de la provincia existen 9 parques recreativos que no son considerados como temáticos, debido a la falta de iniciativa y proyectos emprendedores que permitan el desarrollo y crecimiento de estos parques para que la población los considere como un lugar recreativo en donde pasar un día entero. Por ello el presente estudio pretende determinar la ubicación y los procesos de los parques temáticos en los 9 Parques existentes en la provincia.

3.5.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO TÉCNICO

Establecer la factibilidad técnica de efectuar en el sector de negocios una empresa de servicios que consiste en un Área de Distracción Temática, el análisis de las áreas así como del personal necesario, así como la adaptación de los mismos para el buen funcionamiento de la empresa y de su capacidad instalada para la atención de los turistas locales, nacionales y extranjeros.

3.5.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

“ÁREA DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA” es una empresa de servicio que ofrece distracción a quienes tienen la ventaja de visitarlo, dando una atención rápida eficaz cubriendo las necesidades de nuestros clientes.

3.5.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El área de distracción temática es una actividad para aquellos que le gusta dejar momentos de calidad grabados en una fotografía que les recuerde los gratos momentos vividos con las personas queridas, sean turistas locales, nacionales y extranjeros, que comprende desde la edad de 1 año en adelante, esta actividad que se realizará por empresarios innovadores que ayudan a resaltar nuestra bella provincia y el cantón Santa Elena

El área se presta para actividad recreativa para niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, área de esparcimiento y de ocio. El éxito de la actividad depende, en gran medida, de la capacidad para juegos y animación al aire libre del encargado, así como para crear entornos sugerentes y atractivos hacia la actividad.

3.5.3. CAPACIDAD INSTALADAS DE LAS ÁREAS

La capacidad instalada de las áreas temáticas es de suma importancia, porque nos permite conocer la capacidad que tendrá el mismo para satisfacer las necesidades del cliente.

3.5.4. CAPACIDAD NORMAL

Las áreas temáticas tendrán una capacidad normal de recepción de personas, tomando como referencia 2 horarios de atención al cliente, suficiente tiempo para satisfacer la necesidad del mercado.

3.5.5. PROCESO DEL SERVICIO



Cliente visita las instalaciones.-

Este proceso consiste en que el cliente visita o ingresa por primera vez al área, para luego dirigirse a la persona competente quien la atenderá gustosamente.

Encargado Informa a quien le compete.-

Este proceso consiste en la recepción de los visitantes, se les asigna un guía, el mismo que le dará las indicaciones correspondientes sobre el área.



Responsable de área espera al cliente.-

Este proceso consiste en que cada área tendrá un responsable quien será el encargado de dar las indicaciones de uso de la materia prima.

Guía al área donde el cliente selección.-

El responsable guiará al cliente al área que haya elegido para su distracción, ya sea personal o familiar.



Inspección del gerente administrativo.-

El gerente administrativo se tomará unos minutos para constatar que el servicio que están recibiendo los clientes es de calidad.



Cobro del servicio.-

Una vez el cliente satisfecho y haya hecho uso del área el encargado del áreas lo trasladar hacia el área de caja, en donde podrá cancelar el servicio prestado por el Área Temática.

Despedida del cliente por el Gerente

Administrativo.-

En este proceso el Gerente Administrativo dará las gracias y hará la invitación formal para que regresen al parque.



3.5.6. UBICACIÓN DE LA EMPRESA (PLANTA)

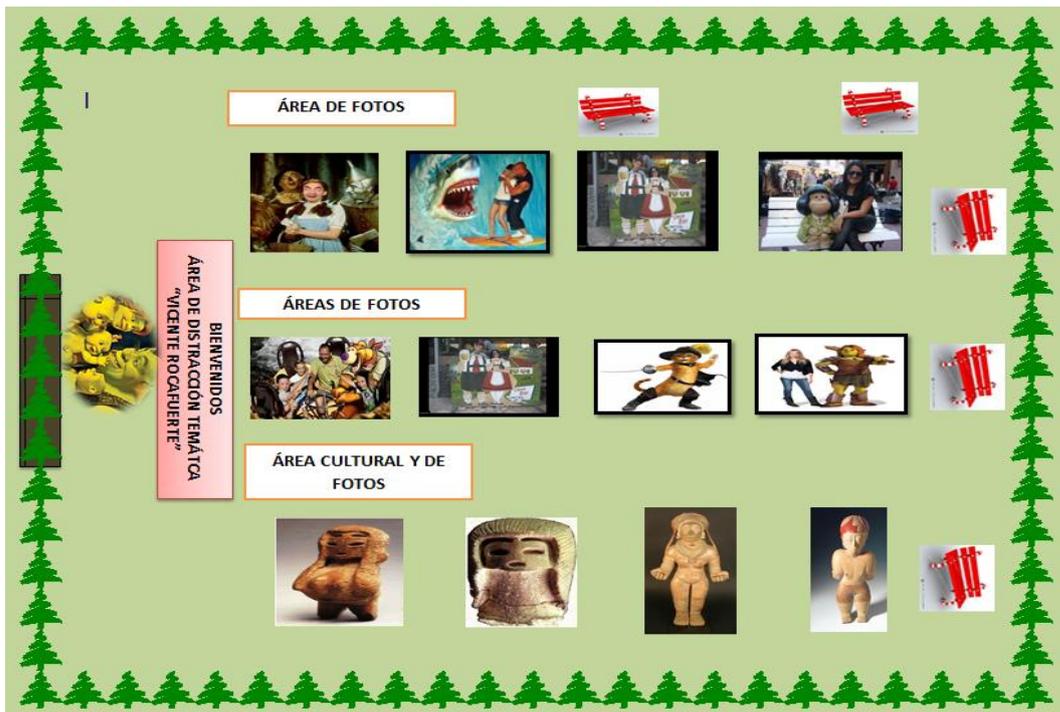
Las Áreas de Distracción Temática, se encontrarán ubicadas en los parques del cantón Santa Elena, parroquia Santa Elena, y cada una constará con un espacio significativo de 10x10 metros. Se escogió este cantón por ser un sitio estratégico, puesto que queda en la vía que viene desde la ciudad Guayaquil, la cual conecta a la Ruta del Spondylus.

Además es muy concurrida por turistas locales, nacionales y extranjeros esta parte está considerada y caracterizada por una de las más bellas playas de nuestra provincia.

La empresa constará de una oficina que estará ubicada en la calle o Av. Principal llamada Panamericana, esta cuenta con los servicios básicos: Agua y luz. Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

El peso relativo, sobre la base de una suma igual a 1, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.(Ver Gráfico 7)

Gráfico N° 20 Foto de la historia y costumbre de la Provincia de Santa Elena



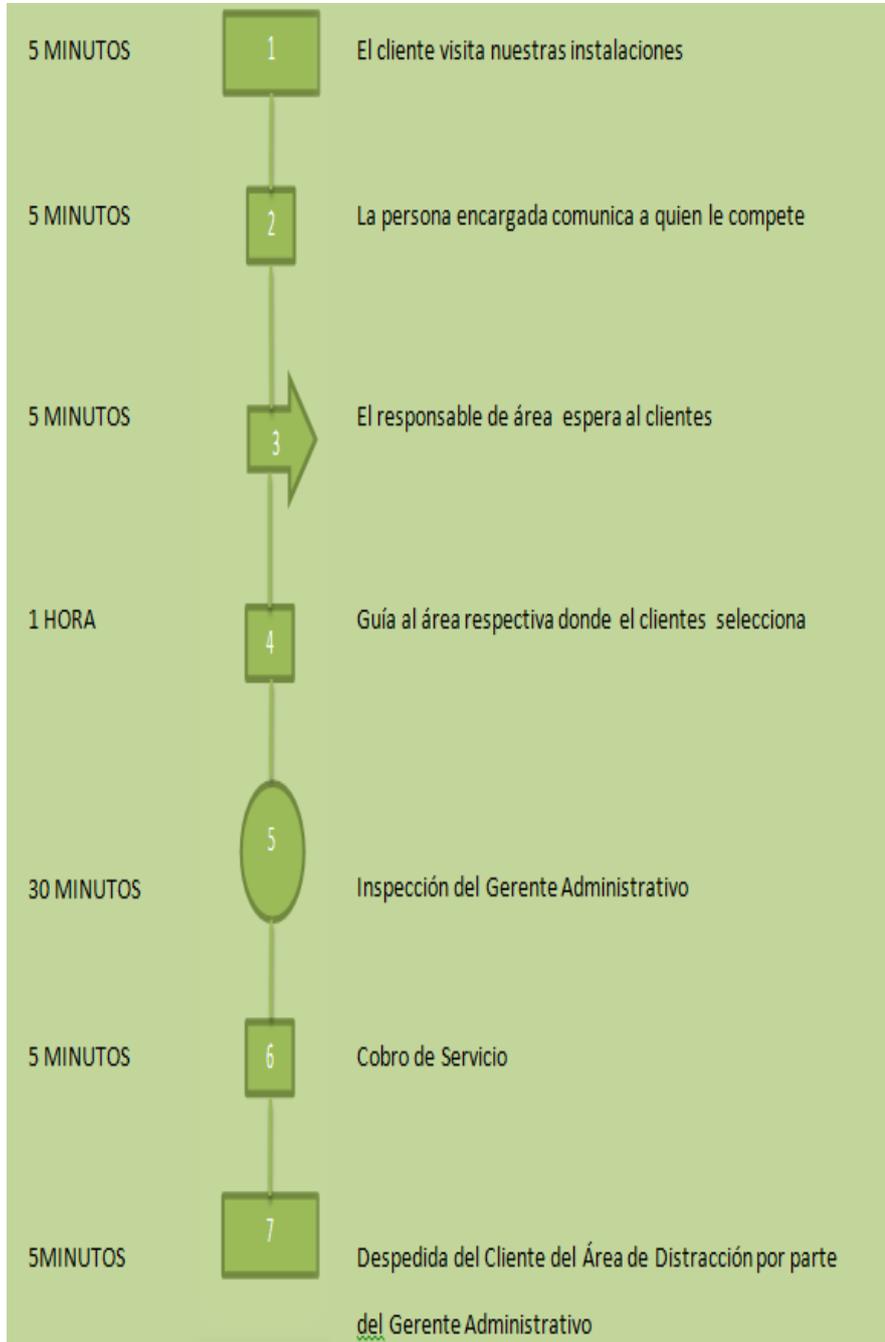
Elaborada por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.5.7. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO

Diagrama de flujo es una representación gráfica de la secuencia de etapas, operaciones, movimientos, decisiones y otros eventos que ocurren en un proceso. Además nos sirve para ver las características críticas en cada uno, la forma de evaluación, los equipos a usar, los registros y plan de reacción.



Gráfico N° 21 Diagrama de Flujo de Procesos



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.6. ESTUDIO DE MERCADO

3.6.1. DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

El estudio de mercado se realiza, para conocer la actitud y la percepción de los potenciales clientes, sus intereses y la acogida que tendría la nueva propuesta sobre la creación de áreas de distracción temáticas en los parques que se encuentran ubicados en la ciudad de Santa Elena.

La valiosa información proporcionada por los clientes, permitirá analizar, procesar y determinar resultados con respecto a la aceptación de la creación de este proyecto, conocer las necesidades en este campo y así obtener conclusiones que lleven a mejorar la creación enfocada en el nuevo estilo para darle otra perspectiva al cliente o visitante.

La presente investigación está dirigida a la población de la provincia de Santa Elena y turistas nacionales de extracto social de clase media baja y media alta, puesto que su poder adquisitivo les permite adquirir servicios como el que se menciona en el presente estudio, además por ser un servicio cultural y de diversión, está dirigido a niños, jóvenes, adultos y adultos mayores sin limitaciones.

La fuente de información que se toma como referencia para la obtención de los niveles poblacionales es el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de acuerdo al último censo realizado en el año 2010, la población de la provincia de Santa Elena es de más de 308.693 habitantes, así también se conoce que en el año 2012 arribaron 1.200.000 turistas nacionales.

3.6.2. OFERTA Y DEMANDA

Para determinar la capacidad de servicio en las áreas de distracción temática se consideró a la población total de la provincia de Santa Elena y a los turistas que arriban la provincia a visitar a sus familiares y aquellos que son gustosos de las culturas que caracterizan el entorno local, siendo éstos datos los siguientes. (Ver Cuadro N° 35)

Cuadro N° 35 Demanda Turística Nacional

DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL			
INDICADORES	# TURISTAS 2010	# TURISTAS 2011	# TURISTAS 2012
VISITA FAMILIAR/PARIENTES	253.012	281.124	312.360
TURISMO CULTURAL	133.164	147.960	164.400
TOTAL ANUAL	386.176	429.084	476.760

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Cada una de las áreas contará con espacios suficientes para recibir entre 20 y 30 personas por área, en los diferentes horarios de atención. Tomando en consideración datos históricos de visitas turísticas anuales, se pretende aumentar los servicios en un 10% anualmente.

En cuanto a la demanda del servicio, se pretende abastecer una parte significativa de la demanda del mercado local, pues los habitantes de la provincia también son considerados como mercado objetivo dentro de la propuesta.

A continuación se muestran estimaciones de demanda durante los 10 años de vida del proyecto. (Ver Cuadro N° 36)

Cuadro N° 36 Demanda Anual

POBLACIÓN OBJETIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
POBLACIÓN SANTA ELENA	201166	211224	221786	232875	244519	256744	269582	283061	297214	312074
TURISTAS NACIONALES	527614	553995	581694	610779	641318	673384	707053	742406	779526	818502
TOTAL ANUAL	728780	765219	803480	843654	885837	930128	976635	1025467	1076740	1130577

Fuente: Ministerio de Turismo e INEC

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.6.3. DEMANDA INSATISFECHA

Al momento de ofrecer el servicio se debe procurar cubrir las necesidades del consumidor mediante un servicio garantizado de calidad y a gusto del consumidor, ya que en la primera adquisición el cliente debe quedar impresionado por el servicio que está recibiendo con eficiencia y eficacia para lograr estar a la par con la competencia.

3.6.4. SERVICIO

La empresa tiene como fin la prestación de un servicio completo y de calidad a cada uno de sus clientes, mediante el cual se busca satisfacer las necesidades de estos. El servicio consiste en ofrecer un centro de distracción temática, en el cual se dará una nueva perspectiva en entretenimiento con diferente estilo temático de acuerdo al cliente.

3.6.5. PRECIO

Para la determinación del precio se deberá tomar muchos aspectos, ya que la empresa cuenta con varios presupuestos que se ajusten al modo de adquisición de los clientes mediante estudios económicos de cada familia que habita en el

sector y a nivel nacional. El precio por el ingreso a las áreas temáticas es de \$1,00, ya que es un valor al alcance del mercado objetivo.

3.6.6. PLAZA

Se ha tomado como referencia el cantón Santa Elena para definir el mercado donde abarcar el servicio, porque es aquí donde se encuentra el mayor potencial de clientes nuestros, turistas que visitan sus áreas.

3.6.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Para dar a conocer las áreas de distracción temáticas se utilizarán diferentes medios publicitarios, los mismos que se detallan a continuación:

- **Medios radiales:** La publicidad radial se realizará en 3 medios radiales que tengan un buen ranking de difusión a nivel nacional y local, dicho costo se estima en \$400 mensuales.

- **Vallas publicitarias:** Se mandará a confeccionar 3 vallas publicitarias con un costo mensual de \$ 400,00, las mismas que serán ubicadas en lugares estratégicos de los principales lugares turísticos de la provincia.

- **Volantes:** Se distribuirán volantes mensualmente, que identifiquen directamente el objetivo de visita a éstos pequeños centros de entretenimiento y cultura. Para ello se pronosticará un costo de \$200,00 mensuales.

A continuación se muestran los gastos publicitarios mensuales y anuales.
(Ver Cuadro N° 37)

Cuadro N° 37 Gastos Publicitarios

GASTOS DE VENTAS (PUBLICITARIOS)				
Concepto	CANTIDAD	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	ANUAL
Medios Radiales		200	200	2.400
Volantes		100	100	1.200
Valla publicitaria	3	200	200	600
TOTAL GASTO DE VENTA			500	4.200

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.6.8. POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Las fuentes de inversión que se ha tomado en cuenta son los préstamos que otorgan las entidades financieras para los emprendimientos y el apoyo que dan a los mismos.

3.6.9. UBICACIÓN DEL PROYECTO (ÁREA TEMÁTICA)

El cantón Santa Elena es la mejor opción, puesto que posee la mayor puntuación, tomando como referencia factores que a su vez son favorables para llevar a cabo la prestación de servicio, entre éstos: la afluencia masiva de gente, y la disponibilidad de personal.

La afluencia masiva de gente es el factor más relevante para la determinación del cantón Santa Elena, por lo que se convierte en una ventaja competitiva, la cual se muestra detalladamente a continuación en el método empleado. (Ver Cuadro N°38)

Cuadro N° 38 Determinación de ubicación del proyecto

Método Cualitativo por Punto					
		CANTÓN SANTA ELENA		CANTÓN LA LIBERTAD	
Factores	W	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de Maquinaria	0,45	5	2,25	5	2,25
Afluencia masiva de gente	0,23	9	2,07	6	1,38
Costos de máquinas	0,22	5	1,1	5	1,1
Clima	0,05	5	0,25	4	0,2
Disponibilidad de Personal	0,05	7	0,35	3	0,15
Totales	1		6,02		5,08

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.6.10. ANÁLISIS Y OBSOLESCENCIA DE LA TECNOLOGÍA

En la obsolescencia tecnológica del Área Temática, al contar con tecnología obsoleta, provocaría la pérdida de competitividad, es decir puede perder su cartera de clientes, por lo tanto se requiere realizar inversiones cada 3, 5 y 10 años para maquinarias, equipos de oficina, muebles de oficina y equipos de computación.

Así mismo para la adquisición de maquinarias y equipo realizo un balance para determinar los costos totales que estas incurren, en donde se va invertir una totalidad de \$ 176.468,40 en activos fijos para el funcionamiento del área temática, como lo detalla el siguiente cuadro. (Ver Cuadro N° 39)

Cuadro N° 39 Balance de Maquinarias, Equipos y Tecnologías

Balance de Maquinarias, Equipos y Tecnología

Máquinas	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util Años
Maquinarias y Equipo				
Playwood	50	150	7500	10
Gigantografía diseño	50	120	6000	3
Pistas sintéticas	500	50	25000	10
Juego de Mesas y Sillas (1mesa 4sillas)	5	180	900	5
Máquina dispensadora de golocinas	2	50	100	3
Máquina para helados	1	4500	4500	5
Carpas	25	50	1250	5
Equipos de Oficina				
Teléfono fax	1	137,7	137,7	3
Aire Acondicionado	2	1110,35	2220,7	5
Caja registradora	9	280	2520	3
Muebles de Oficina				
Silla giratoria	6	90	540	5
Escritorio	4	250	1000	10
Equipos de computación				
Laptop	4	1200	4800	3
INFRAESTRUCTURA				
Infraestructura	10	12000	120000	25
TOTAL			\$ 176.468,40	

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

A continuación en el siguiente gráfico se detallan los años en los que se debe realizar la reinversión de los activos fijos del Área Temática. (Ver Cuadro N°40)

Cuadro N°40 Calendario de Reinversiones en Maquinarias

EQUIPOS	2012	2013	2014	2015	2016
	1	2	3	4	5
Máquinas					
Maquinarias y Equipo					
Playwood	0	0	0	0	0
gigantografía diseño	0	0	6000	0	0
Pistas sintéticas	0	0	0	0	0
Juego de Mesas y Sillas (1mesa 4sillas)	0	0	0	0	900
Máquina dispensadora de golocinas	0	0	100	0	0
Máquina para helados	0	0	0	0	4500
carpas	0	0	0	0	1250
Equipos de Oficina					
Teléfono fax	0	0	137.70	0	0
Aire Acondicionado	0	0	0	0	2220.7
Caja registradora	0	0	2520	0	0
Muebles de Oficina					
Silla giratoria	0	0	0	0	540
Escritorio	0	0	0	0	0
Equipos de computación					
Laptop	0	0	4800.00	0	0

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

Así mismo se muestra el detalle de ingresos por ventas de maquinarias de reemplazo. (Ver Cuadro N°41)

Cuadro N° 41 Calendario de Ingresos por Ventas de Maquinarias de Reemplazo

Calendario de Ingresos por Venta de Maquinaria de Reemplazo					
EQUIPOS	2012	2013	2014	2015	2016
	1	2	3	4	5
Maquinarias y Equipo					
Playwood	0	0	0	0	0
gigantografía diseño	0	0	1500	0	0
Pistas sintéticas	0	0	0	0	0
Juego de Mesas y Sillas (1mesa 4sillas)	0	0	0	0	225
Máquina dispensadora de golocinas	0	0	25	0	0
Máquina para helados	0	0	0	0	1125
carpas	0	0	0	0	312.5
Equipos de Oficina					
Teléfono fax	0	0	34.425	0	0
Aire Acondicionado	0	0	0	0	555.175
Caja registradora	0	0	630	0	0
Muebles de Oficina					
Silla giratoria	0	0	0	0	135
Escritorio	0	0	0	0	0
Equipos de computación					
	0	0	0	0	0

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

El Parque de distracción temática constará de personal calificado, los cuales percibirán las siguientes remuneraciones. (Ver Cuadro N° 42)

Cuadro N° 42 Balance de Personal

No.	CARGO	INGRESOS			EGRESOS		TOTAL A CANCEL.	PROVISION BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL BENEF.	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
		SALARIO UNIFICADO	TOTAL ING.	SUELDO ANUAL	AP. IND. IESS 9,35%	TOTAL EGR.		13ª Sueldo	14ª Sueldo	Vacac.	F. Reserva	Aporte Pat.			
ÁREA ADMINISTRATIVA															
1	Gerente General	1.000,00	1.000,00	12.000,00	93,50	93,50	906,50	83,33	24,33	41,67	83,33	121,50	354,17	1.354,17	16.250,00
1	Director Financiero y Adm	800,00	800,00	9.600,00	74,80	74,80	725,20	66,67	24,33	33,33	66,67	97,20	288,20	1.088,20	13.058,40
Total área de Administración Y Ventas		1.800,00	1.800,00	21.600,00	168,30	168,30	1.631,70	150,00	48,67	75,00	150,00	218,70	642,37	2.442,37	29.308,40
ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE															
1	Director de areas Tematicas	800,00	800,00	9.600,00	74,80	74,80	725,20	66,67	24,33	33,33	66,67	97,20	288,20	1.088,20	13.058,40
1	Publicidad	400,00	400,00	4.800,00	37,40	37,40	362,60	33,33	24,33	16,67	33,33	48,60	156,27	556,27	6.675,20
9	Atención al Cliente	318,00	318,00	3.816,00	29,73	29,73	288,27	26,50	24,33	13,25	26,50	38,64	129,22	447,22	5.366,64
2	Mantenimiento	318,00	318,00	3.816,00	29,73	29,73	288,27	26,50	24,33	13,25	26,50	38,64	129,22	447,22	5.366,64
Total área		1.836,00	1.836,00	22.032,00	171,67	171,67	21.860,33	153,00	97,33	76,50	153,00	223,07	702,91	2.538,91	30.466,89
TOTAL GENERAL		3.636,00	3.636,00	43.632,00	339,97	339,97	23.492,03	303,00	146,00	151,50	303,00	441,77	1.345,27	4.981,27	59.775,29

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

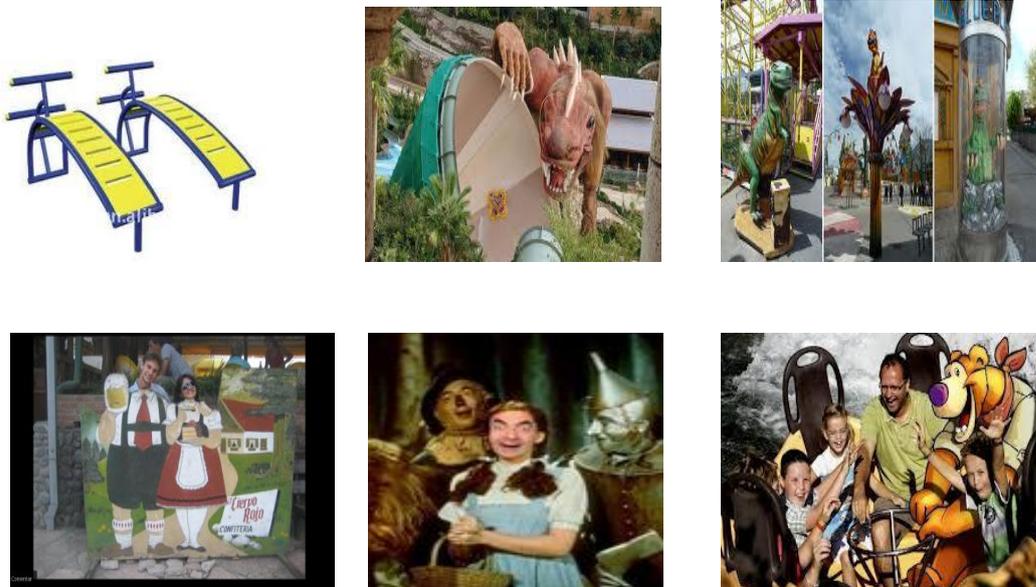
Dentro de los costos de insumos que se requerirán para la prestación de servicios se encuentran los insumos como los servicios básicos, tal como se muestra a continuación. (Ver Cuadro N° 43).

Cuadro N° 43 Balance de Insumos Generales

Balance de Insumos Generales				
INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO MES	COSTO ANUAL
			UNITARIO	TOTAL \$
Agua	m3	x	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Energía Eléctrica	Kw	x	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Teléfono e Internet	minutos	x	\$ 50,00	\$ 600,00
Total			\$ 330,00	\$ 3.960,00

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

3.6.11. ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS





3.6.12. LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICA DE LAS ZONAS

El espacio requerido por el área de distracción temática es de 500 m² esto más los arreglos que por las características del negocio requiere el local, va a representar un egreso de \$55.000 en Inversión Total de Obras Físicas.

Según el método cualitativo por puntos la ubicación del proyecto será en el cantón Santa Elena, mismo que tuvo más ponderación con relación a los factores planteados.

CONCLUSIONES

Las Áreas de distracción temáticas aportan directamente al desarrollo turístico de la provincia, pues es una alternativa que permitirá a chicos y grandes distraerse en sus momentos libres. De ésta manera se puede concluir que:

- La creación de áreas de distracción temáticas en los diferentes parques del cantón Santa Elena, tiene aceptación en el mercado local y nacional, pues según el estudio de mercado realizado a la población objetivo, el índice de aceptabilidad es del 94%.
- La gestión de venta del servicio deberá hacerse exclusivamente con personal especializado que dará los resultados adecuados y permitirá incrementar el nivel de ingresos de cada una de las áreas temáticas.
- La Inversión Inicial del presente proyecto es de \$186.298, dicho total estará compuesto por aportación propia y de aportación municipal, considerando un costo de capital del 12%.
- Según la aplicación de procesos financieros, el proyecto es aceptable, pues presente un Valor Actual Neto de \$163.868 y una tasa interna de retorno del 27%, el cual se encuentra por encima del costo de capital que es del 12%. De acuerdo a éstos resultados, la inversión total se recuperará en el segundo año de ejecución del servicio.

- El precio al ingreso de estas áreas es de \$1,00, el cual ha sido definido de acuerdo al nivel socio-económico del mercado objetivo, principalmente por los habitantes de la provincia de Santa Elena, además es asequible para los turistas nacionales.

- En cuanto a la difusión y publicidad, se utilizará periódicamente medios radiales, y folletería, logrando llamar la atención de nuevos clientes. Según datos históricos se ha proyectado una demanda de 728.780 para el año 2014.

RECOMENDACIONES

La aplicación de cada uno de los procesos mostrados en el presente proyecto resultan imprescindibles en la ejecución del mismo, por ello se recomienda lo siguiente:

- Manejar siempre tendencias actuales en cada una de las áreas de distracción temáticas, logrando mantener el nivel de aceptabilidad de los habitantes de la provincia de Santa Elena, turistas nacionales, como también de turistas internacionales, como objetivo a mediano plazo.
- La contratación del personal, debe ser definido por perfiles, de tal manera que puedan brindar un servicio de excelente calidad, logrando ser competitivos en el sector turístico. Así también se deberá entrenar periódicamente a las diferentes áreas.
- Se deberá manejar políticas de crédito bancario acorde a los estados financieros mostrados en el capítulo V de la presente propuesta.
- El proyecto es aceptable, por tal motivo el gobierno autónomo descentralizado deberá realizar las gestiones pertinentes para que éste sea ejecutado.
- Se deberá brindar un servicio con valor agregado, para que el precio inicial, tienda a aumentar en cierta proporción en los posteriores años, sin que afecte el poder adquisitivo de los clientes.
- Cumplir a cabalidad con la difusión de los servicios de las áreas temáticas, analizando correctamente cada una de las estimaciones reflejadas en los de gastos de ventas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Ibarra. (2009). *Alcaldía de Ibarra*. Recuperado el 30 de Enero de 2013, de <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/que-es-un-parque-tematico>
- Buenas Tareas. (Enero de 2012). *Buenas Tareas*. Recuperado el 30 de Enero de 2013, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Generalidades-De-Turismo/3387519.html>
- Cortés e Iglesias (2004) Generalidades sobre la Metodología de Investigación, Recuperado el 04/12/2012, de http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- GM, J. (22 de Abril de 2012). *Scribd*. Recuperado el 30 de Enero de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/90593967/Recreacion-resumen>
- Gobierno del Estado de Chihuahua. (2010). Recuperado el 6 de Febrero de 2013, de http://www.chihuahua.gob.mx/turismoweb2/Contenido/plantilla5.asp?cve_canal=12718&Portal=turismoweb2
- Hernández, Fernández, Baptista, (2008) Metodología de la Investigación, Recuperado el 04/12/2012, de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Perú*. Recuperado el 30 de Enero de 2013, de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Wikipedia*. Recuperado el 30 de Enero de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#cite_note-1
- Secall, R. E. (7 de Octubre de 2006). Recuperado el 30 de Enero de 2013, de <http://davidreinosoproducto01.blogspot.com/2006/10/definicion-parque-temtico.html>
- Turismo Alternativo Una Nueva Forma de Hacer Turismo, México. (2004). Recuperado el 30 de Enero de 2013, de <http://www.pmfs.edu.co/new/images/Biblioteca/librosescuelas/turismoalternativo.pdf>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México. Pearson ediciones.
- Blanco, A. (2007). *Formulación y Evaluación de Proyectos. Sexta edición*. Caracas: Universidad católica Andres Bello.
- Grover, R. (1992). *El Toque Mágico de Disney*. México.
- Iglesias, C. e. (2004). *Generalidades sobre la Metodología de la Investigación*.
- Medeiros, E. (1969). *Juegos de Recreación*. Buenos Aires.
- Grover, R. (1992). *El Toque Mágico de Disney*. México.
- Montaner J., A. J. (1998). *Diccionario de Turismo*.
- Nassir SapagChain, Reinaldo Sapag Chain, (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Editorial MC GRAW HILL.

- Nicolás, J. (2000). *Investigación Integral De Mercados*, Editorial MC GRAW HILL.
- Palacios, L. (2005). *Principios Esenciales para realizar proyectos. Un enfoque latino*. Caracas: Universidad Católica Andrade Bello.
- Quezada Nel (2010) *“Metodología de la Investigación”*, PERU.
- Secall, R. E. (2008). *Nuevo Segmento Emergente de Turismo*. Parques Temáticos.
- *Secretaria de Turismo*. (2001). Mexico.
- Secretaría de Turismo de México. (2001). *Secretaría de Turismo de México*. Mexico.

ANEXOS

ANEXO 1. GUÍA PARA EL DESARROLLO DEL GRUPO FOCAL

PRESENTACIÓN:

Buenas tardes, mi nombre es Paola Limones y en éste día estaremos interactuando sobre temas de interés, les agradezco por su grata presencia. El tema de hoy tiene como objetivo fundamental conocer su opinión acerca de los parques de distracción temática dentro del mercado y por ende su importancia en el desarrollo turístico de la provincia.

Este pequeño grupo focal está dirigido y organizado para los habitantes del cantón Santa Elena, por lo cual fueron escogidos todos ustedes para ser partícipes de éste pequeño foro.

DINÁMICA DE LA REUNIÓN:

Ésta conversación tendrá una duración de 30 minutos por lo cual se culminará a las 18H00. Como mencioné anteriormente el objetivo de ésta reunión es conocer sus opiniones, por lo cual su participación es lo más relevante, todos los comentarios que se realicen son válidos.

PRESENTACIÓN DE LOS PARTICIPANTES:

Antes de dar inicio al conversatorio, realizaremos una pequeña presentación (todos los participantes).

SERVICIO:

- 1.- ¿Han visitado en algún momento parques de diversiones, culturales y ecológicos?
- 2.- ¿Qué aspectos les atraen más de estos parques?
- 2.- ¿Han escuchado acerca de parques de distracción temática a nivel local?
- 3.- ¿Y a nivel nacional?
- 4.- ¿Han visitado uno de éstos parques en algún momento?
- 5.- ¿Les gustaría que en nuestra provincia se instale un área temática?
- 6.- ¿Asistiría a éstos sitios?
- 7.- ¿Qué tipo de imágenes les gustaría observar en éstos sitios?
- 8.- ¿En qué tiempo asistiría?
- 9.- ¿Qué otros servicios les gustaría recibir?

DISTRIBUCIÓN

- 10.- ¿Para Usted cuál sería el lugar indicado para la instalación de un área temática? ¿Por qué?

PRECIO

- 11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el ingreso a un área de distracción temática?

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- 12.- ¿Por medios les gustaría recibir información sobre estas áreas temáticas?
- 13.- ¿Qué tipo de promociones les gustaría recibir en estos servicios?

DECISIÓN DE COMPRA

Califique del 1 al 5 los siguientes factores que influyen en su decisión de compra.

Atributo:

- Económico
- Que brinde beneficios
- Que el servicio sea personalizado
- Que se encuentre en un lugar reconocido

ANEXO 2. ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL



Buenos días, soy Egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por favor dedique unos momentos a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será de valiosa importancia para el encuestador, la misma que será tratada de forma confidencial y no será utilizada para ningún propósito distinto a la investigación.

Género:		Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
1. ¿Su edad esta comprendida entre?					
15-20 años	21 - 30	31 - 40	50 en adelante		
2. ¿Cuántas horas semanales dedica al ocio?					
de 2 a 4 horas	de 4 a 6 horas	de 6 a 8 horas	de 9 en adelante		
3. ¿Cómo gasta Su tiempo libre?					
leer un libro	recreación al aire libre	cine o película	Reunión o encuentro de amigos		
4. ¿Realizas sus actividades de distracción en compañía de otras personas?					
solo	familiares	Amigos	otros		
5. ¿Realizas actividades de distracción?					
Todos los días	Una vez a la semana	Dos o más veces a la semana	otros		
6. ¿Por qué frecuente estos lugares de distracción?					
me gusta desestresarme	cuando tengo un tiempo libre	Porque me invitan	Porque simplemente me gusta hacerlo.		
7. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de áreas distracción temática que le entregue una sana diversión al momento de su visita?					
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo		
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por este servicio?					
\$1,00 a \$3,00 dólares	\$3,00 a \$5,00 dólares	\$5,00 a \$7,00 dólares	\$7,00 en adelante		
9. ¿En qué momentos del día realiza actividades de distracción en sus días libres?					
8:00 a.m. a 10:00 a.m.	11:00 a.m. a 12:00 a.m.	13:00 pm. a 16:00 a.m.	en cualquier momento del día		
10. ¿Cuantos días de la semana en promedio destina para divertirse?					
1 día del fin de semana.	el fin de semana	1 día a la semana	cuando se presente la ocasión		
11. ¿Usted cuando tiene un grado de estrés en que piensa?					
distraerse	publicar fotos de las actividades de distracción en el internet	leer	Otros		
12. ¿Usted utiliza las diferentes redes sociales que brinda el internet?					
Siempre	Frecuentemente	Casi nunca	Nunca		
13. ¿A Usted le gustaría utilizar imágenes de animación al momento de obtener una fotografías?					
SI	TALVEZ	NO	NUNCA		
14. ¿En los lugares que visita existen áreas de distracción?					
Muchos	Unos que otros	Pocos	No existen		
15. ¿Los lugares que visitaste cubrieron sus expectativas de distracción?					
Si	No	Poco	Otros		

¡Muchas Gracias!
Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 3. DEMANDA

BASE DE POBLACION 2011				
N° de habitantes	(a)			308.693
(-) Emigración	39%(b) = (a*39%)		39%	120.390
	(c) = (a-b)		Población	188.303
Población Actualizada				
(+) Migración	39%(d) = (c*39%)		39%	73.438
(+) Inmigración	6,18%(e) = 308693*6,18%	19.077	6,18%	1.179
	(f) = (c+d+e)		Población	262.920
Población Flotante				
(-) Defunciones	5,01%(g) = (f*5,01%)		5,01%	13.172
	(h) = (f-g)			249.747
Número Mujeres y niñas	(i) = (h*49%)		49%	122.376
Mujeres entre 12 y 50 años	(j) = (i*66%)		66,00%	80.768
Número Hombres y niños	(i) = (h*51%)		51%	127.371
Hombres entre 12 y 50 años			34,00%	43.306
(+) Niños	(k) = (j*33,8%)		33,80%	27.300
Base Población 2011	(l) = (h+k)			277.047
BASE DE POBLACION 2012				
N° de habitantes	(a)			277.047
(-) Emigración	39%(b) = (a*39%)		39%	108.048
	(c) = (a-b)		Población	168.999
Población Actualizada				
(+) Migración	39%(d) = (c*39%)		39%	65.910
(+) Inmigración	6,18%(e) = 17122*6,18%	17.122	6,18%	1.058
	(f) = (c+d+e)		Población	235.966
Población Flotante				
(-) Defunciones	5,01%(g) = (f*5,01%)		5,01%	11.822
	(h) = (f-g)			224.145
Número Mujeres	(i) = (h*49%)		49%	109.831
Mujeres entre 12 y 50 años	(j) = (i*66%)		66,00%	72.488
(+) Niños	(k) = (j*33,8%)		33,80%	24.501
Base Población 2012	(l) = (h+k)			248.646
BASE DE POBLACION 2013 Y DEMANDA POTENCIAL 2013				
N° de habitantes	(a)			248.646
(-) Emigración	39%(b) = (a*39%)		39%	96.972
	(c) = (a-b)		Población	151.674
Población Actualizada				
(+) Migración	39%(d) = (c*39%)		39%	59.153
(+) Inmigración	6,18%(e) = 15366*6,18%	15.366	6,18%	950
	(f) = (c+d+e)		Población	211.776
Población Flotante				
(-) Defunciones	5,01%(g) = (f*5,01%)		5,01%	10.610
	(h) = (f-g)			201.166
Número Mujeres	(i) = (h*66%)		66%	132.770
Número niños			33,80%	67.994
Número hombres			34%	68.397
Flujo turístico Santa Elena				1.428.161
2010 - 2011				423.787
2011 - 2012				476.760
2012 - 2013				527.614
Demanda potencial para parques temáticos				728.780

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 4 DEMANDA



ANEXO 5 ESTUDIO DE MERCADO

CÁLCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA	
POBLACION OBJETIVO	1,081,528
RESULTADO PREGUNTA 12 EM	86%
DEMANDA EFECTIVA	930,114
MERCADO META	10%
DEMANDA EFECTIVA TOTAL (año 1)	93,011
CRECIMIENTO DE LA POBLACION	5%

PREGUNTA 8 ¿Le gustaría que una empresa preste servicios de distraccion te

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	126	86%
NO	10	14%
TOTAL	136	100%

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
PROYECCION DEMANDADA	728,780	765,219	803,480	843,654	885,837	930,128	976,635	1,025,467	1,076,740	1,130,577	1,187,106

Precio
\$ 1.00.

AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2012	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732	60732



Turistas Nacionales
Turistas Locales

POBLACIÓN OBJETIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
POBLACIÓN SANTA ELENA	201166	211224	221786	232875	244519	256744	269582	283061	297214	312074
TURISTAS NACIONALES	527614	553995	581694	610779	641318	673384	707053	742406	779526	818502
TOTAL ANUAL	728780	765219	803480	843654	885837	930128	976635	1025467	1076740	1130577

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 6 ESTUDIO TÉCNICO

ESTUDIO TECNICO																			
INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO																			
Balance de Maquinarias, Equipos y Tecnología					Calendario de Reinversiones en Maquinaria					Calendario de Ingresos por Venta de Maquinaria de Reemplazo									
Maquinarias	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util Años	EQUIPOS	2012	2013	2014	2015	2016	EQUIPOS	2012	2013	2014	2015	2016			
						1	2	3	4	5		1	2	3	4	5			
Maquinarias y Equipo					Maquinarias y Equipo					Maquinarias y Equipo									
Playwood	50	150	7500	10	Playwood	0	0	0	0	0	Playwood	0	0	0	0	0			
gigantografía diseño	50	120	6000	3	gigantografía diseño	0	0	6000	0	0	gigantografía diseño	0	0	1500	0	0			
Pietas sintéticas	500	50	25000	10	Pietas sintéticas	0	0	0	0	0	Pietas sintéticas	0	0	0	0	0			
Juego de Mesas y Sillas (Mesa 4sillas)	5	180	900	5	Juego de Mesas y Sillas (Mesa 4sillas)	0	0	0	0	300	Juego de Mesas y Sillas (Mesa 4sillas)	0	0	0	0	225			
Máquina dispensadora de golocinas	2	50	100	3	Máquina dispensadora de golocinas	0	0	100	0	0	Máquina dispensadora de golocinas	0	0	25	0	0			
Máquina para helados	1	4500	4500	5	Máquina para helados	0	0	0	0	4500	Máquina para helados	0	0	0	0	1125			
carpas	25	50	1250	5	carpas	0	0	0	0	1250	carpas	0	0	0	0	312.5			
Equipos de Oficina					Equipos de Oficina					Equipos de Oficina									
Teléfono fax	1	137.7	137.7	3	Teléfono fax	0	0	137.70	0	0	Teléfono fax	0	0	34.425	0	0			
Aire Acondicionado	2	1110.35	2220.7	5	Aire Acondicionado	0	0	0	0	2220.7	Aire Acondicionado	0	0	0	0	555.175			
Caja registradora	3	280	2520	3	Caja registradora	0	0	2520	0	0	Caja registradora	0	0	630	0	0			
Muebles de Oficina					Muebles de Oficina					Muebles de Oficina									
Silla giratoria	6	90	540	5	Silla giratoria	0	0	0	0	540	Silla giratoria	0	0	0	0	135			
Escritorio	4	250	1000	10	Escritorio	0	0	0	0	0	Escritorio	0	0	0	0	0			
Equipos de computación					Equipos de computación					Equipos de computación									
Laptop	4	1200	4800	3	Laptop	0	0	4800.00	0	0	Laptop	0	0	1200	0	0			
INFRAESTRUCTURA																			
Infraestructura	10	12000	120000	25															
TOTAL			\$ 176,468.40																
GASTOS DE SERVICIOS		\$ 1,140.00																	
GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 283.33																	
		\$ 3,830.43																	
			\$ 186,298.83																

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

is Físicas

CANTIDAD	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL (M\$)
500	200	100000
100	110	11000
Total de Obras Físicas 111000		

Balance de Personal			
CARGO	NUMERO DE PUESTOS	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
Gerente General	1	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00
Director Financiero	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Director de áreas Técnicas	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
publicidad	1	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Atención al Cliente	3	\$ 318.00	\$ 34,344.00
Mantenimiento	2	\$ 400.00	\$ 3,600.00
Total		\$ 4,518.00	\$ 83,544.00

Balance de Insumos Generales				
INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO MES	COSTO ANUAL
			UNITARIO \$	TOTAL \$
Agua	m3	x	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Energía Eléctrica	Kw	x	\$ 160.00	\$ 1,920.00
Teléfono e Internet	minutos	x	\$ 50.00	\$ 600.00
Total			\$ 330.00	\$ 3,960.00

No.	CARGO	INGRESOS			EGRESOS		TOTAL A CANCEL.	PROVISION BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL BENEF.	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
		SALARIO UNIFICADO	TOTAL INS.	SUELDO ANUAL	AP. IND. IESS 9.35%	TOTAL EGB.		13' Sueldo	14' Sueldo	Vacac.	F. Reserva	Aparto Pat.			
AREA ADMINISTRATIVA															
1	Gerente General	1,000.00	1,000.00	12,000.00	93.50	93.50	906.50	83.33	24.33	41.67	83.33	121.50	354.17	1,354.17	16,250.00
1	Director Financiero y Adm.	800.00	800.00	9,600.00	74.80	74.80	725.20	66.67	24.33	33.33	66.67	97.20	288.20	1,088.20	13,058.40
Total área de Administración y Vent.		1,800.00	1,800.00	21,600.00	168.30	168.30	1,631.70	150.00	48.67	75.00	150.00	218.70	642.37	2,442.37	29,308.40
ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE															
1	Director de áreas Técnicas	800.00	800.00	9,600.00	74.80	74.80	725.20	66.67	24.33	33.33	66.67	97.20	288.20	1,088.20	13,058.40
1	publicidad	400.00	400.00	4,800.00	37.40	37.40	362.60	33.33	24.33	16.67	33.33	48.60	156.27	556.27	6,675.20
3	Atención al Cliente	318.00	318.00	3,816.00	29.73	29.73	288.27	26.50	24.33	13.25	26.50	38.64	129.22	447.22	5,366.64
2	Mantenimiento	318.00	318.00	3,816.00	29.73	29.73	288.27	26.50	24.33	13.25	26.50	38.64	129.22	447.22	5,366.64
Total área		1,836.00	1,836.00	22,032.00	171.67	171.67	21,860.33	153.00	97.33	76.50	153.00	223.07	702.91	2,508.91	30,466.88
TOTAL GENERAL		3,636.00	3,636.00	43,632.00	339.97	339.97	23,492.03	303.00	146.00	151.50	303.00	441.77	1,345.27	4,951.27	59,775.28

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 7 COSTOS – PRESUPUESTO

COSTOS DEL SERVICIO				SUPUESTOS													
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES DE MEDIDA	PRECIO DEL USO DE EQUIPO														
servicios de distraccion temetica	60732	unidades	0.72	INFLACIÓN	5%												
Total			\$ 0.72	% VENTAS DE MAQUINARIA DE REEMPLAZO	25%												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">ESTRUCTURA DE COSTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MATERIALES DIRECTOS (MD)</td> <td>Valor</td> </tr> <tr> <td>MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 0.72</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)</td> <td>Valor</td> </tr> <tr> <td>SERVICIO</td> <td>0.040</td> </tr> </tbody> </table>				ESTRUCTURA DE COSTOS		MATERIALES DIRECTOS (MD)	Valor	MATERIA PRIMA	\$ 0.72			MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)	Valor	SERVICIO	0.040	POBLACIÓN	258439
				ESTRUCTURA DE COSTOS													
				MATERIALES DIRECTOS (MD)	Valor												
				MATERIA PRIMA	\$ 0.72												
				MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)	Valor												
SERVICIO	0.040																
			INCREMENTO POBLACIONAL	0.0179													
			INCREMENTO EN LOS COSTOS	0.06													

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 8 ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
100%	Ingresos	\$ 728,780	\$ 803,480	\$ 885,837	\$ 976,635	\$ 1,076,740	\$ 1,187,106	\$ 1,308,784	\$ 1,442,935	\$ 1,590,835	\$ 1,753,896
76%	(-) Costo de Venta	\$ 553,970	\$ 610,752	\$ 673,354	\$ 742,373	\$ 818,466	\$ 902,358	\$ 994,850	\$ 1,096,822	\$ 1,209,247	\$ 1,333,194
24%	(=) Utilidad Bruta	\$ 174,810	\$ 192,728	\$ 212,483	\$ 234,262	\$ 258,274	\$ 284,747	\$ 313,934	\$ 346,112	\$ 381,589	\$ 420,702
	(-) Gastos Operacionales	\$ 39,888	\$ 40,862	\$ 43,722	\$ 46,782	\$ 50,057	\$ 53,561	\$ 57,310	\$ 61,322	\$ 65,615	\$ 70,208
	Gastos de Servicios	\$ 4,560	\$ 4,879	\$ 5,221	\$ 5,586	\$ 5,977	\$ 6,396	\$ 6,843	\$ 7,322	\$ 7,835	\$ 8,383
	Gastos Administrativos	\$ 29,428	\$ 31,488	\$ 33,693	\$ 36,051	\$ 38,575	\$ 41,275	\$ 44,164	\$ 47,256	\$ 50,563	\$ 54,103
	Gastos de Venta	\$ 4,200	\$ 4,494	\$ 4,809	\$ 5,145	\$ 5,505	\$ 5,891	\$ 6,303	\$ 6,744	\$ 7,216	\$ 7,722
	Gastos de Constitucion	\$ 1,700									
	(=) Utilidad Operacional	\$ 134,922	\$ 151,867	\$ 168,761	\$ 187,480	\$ 208,217	\$ 231,186	\$ 256,623	\$ 284,790	\$ 315,974	\$ 350,494
	(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 20,238	\$ 22,780	\$ 25,314	\$ 28,122	\$ 31,233	\$ 34,678	\$ 38,494	\$ 42,718	\$ 47,396	\$ 52,574
	(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 114,684	\$ 129,087	\$ 143,447	\$ 159,358	\$ 176,985	\$ 196,508	\$ 218,130	\$ 242,071	\$ 268,578	\$ 297,920
	(-) 23% Impuesto a la Renta	\$ 26,377	\$ 29,690	\$ 32,993	\$ 36,652	\$ 40,706	\$ 45,197	\$ 50,170	\$ 55,676	\$ 61,773	\$ 68,522
	(=) UTILIDAD NETA	\$ 88,306	\$ 99,397	\$ 110,454	\$ 122,706	\$ 136,278	\$ 151,311	\$ 167,960	\$ 186,395	\$ 206,805	\$ 229,398

FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES

CUENTAS		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
100%	INGRESOS	728,780.00	803,479.95	885,836.64	976,634.90	1,076,739.98	1,187,105.83	1,308,784.17	1,442,934.55	1,590,835.34	1,753,895.97
76%	TOTAL INGRESOS	728,780.00	803,479.95	885,836.64	976,634.90	1,076,739.98	1,187,105.83	1,308,784.17	1,442,934.55	1,590,835.34	1,753,895.97
24%	EGRESOS										
	PAGO DE COSTOS FIJOS	29,248.21	32,246.15	35,551.39	39,195.40	43,212.93	47,642.26	52,525.59	57,909.46	63,845.18	70,389.31
	PAGO DE COSTOS VARIABLES	524,721.60	578,505.56	637,802.38	703,177.13	775,252.78	854,716.19	942,324.60	1,038,912.88	1,145,401.45	1,262,805.09
	PAGO DE GASTOS ADM	29,428.40	31,488.39	33,692.58	36,051.06	38,574.63	41,274.85	44,164.09	47,255.58	50,563.47	54,102.91
	PAGO DE GASTOS VTAS	4,200.00	4,494.00	4,808.58	5,145.18	5,505.34	5,890.72	6,303.07	6,744.28	7,216.38	7,721.53
	PAGO DE GASTOS DE SERVICIOS	4,560.00	4,879.20	5,220.74	5,586.20	5,977.23	6,395.64	6,843.33	7,322.36	7,834.93	8,383.37
	PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCION	1,700.00									
	PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA		26,377.21	29,689.93	32,992.77	36,652.33	40,706.44	45,196.90	50,169.89	55,676.44	61,772.90
	PAGO DE PARTICIPACION TRABAJADORES		20,238.27	22,780.00	25,314.15	28,121.99	31,232.56	34,677.93	38,493.52	42,718.50	47,396.09
	COMPRA DE EQUIPOS DE COMPUTACION			4,800.00			4,800.00			4,800.00	
	COMPRA DE EQUIPOS DE OFICINA						4,878.40				
	COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA						1,540.00				
	TOTAL EGRESOS	593,858.21	698,228.78	774,345.59	847,461.88	933,297.24	1,039,077.05	1,132,035.50	1,246,807.98	1,378,056.35	1,512,571.22
	SOBRANTE O FALTANTE	134,921.79	105,251.17	111,491.05	129,173.02	143,442.74	148,028.77	176,748.67	196,126.57	212,778.99	241,324.75
	SALDO INICIAL	9,830.43	144,752.22	250,003.39	361,494.44	490,667.46	634,110.20	782,138.98	958,887.64	1,155,014.22	1,367,793.21
	SALDO FINAL	144,752.22	250,003.39	361,494.44	490,667.46	634,110.20	782,138.98	958,887.64	1,155,014.22	1,367,793.21	1,609,117.96

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 9 GASTOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Concepto	CANTIDAD	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	ANUAL
SUELDOS				
Gerente General	1	\$ 1,354.17	\$ 1,354.17	\$ 16,250.00
Director Financiero y Adm	1	\$ 1,088.20	\$ 1,088.20	\$ 13,058.40
Servicios Básicos	1	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 2,452.37	\$ 2,452.37	\$ 29,428.40
GASTOS DE VENTAS				
Concepto	CANTIDAD	MENSUAL	TOTAL MENSUAL	ANUAL
Medios Radiales		200	200	2,400
Volantes		100	100	1,200
Valla publicitaria	3	200	200	600
TOTAL GASTO DE VENTA			500	4,200
GASTOS DE SERVICIOS				
Concepto	MENSUAL	TIEMPO	ANUAL	
Agua	120	12	1440	
Energía Eléctrica	180	12	2160	
Teléfono e Internet	80	12	960	
TOTAL GASTOS DE SERVICIOS	380		4560	
Gastos de Constitución				
REQUISITOS	TOTAL			
TRAMITE EN EL MUNICIPIO	200			
TRAMITE SRI	500			
OTROS	1000			
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1700			

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 10 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO MÁXIMO DEFICIT ACUMULADO													
PRESUPUESTO DE INGRESOS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
Precio	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1	\$ 1
Ventas (q)	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732
Ventas (\$)	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732
CONTADO													
contado	100%	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732
30 días	0%												
Ingreso Mensual	60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	728,780
PRESUPUESTO DE INVENTARIOS													
Política	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
\$ - Ventas (q) (pv)	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732
Inventario Final (IF)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,366
Inventario Inicial (II)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa de producción (pp)	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 91,098
PRESUPUESTO DE EGRESOS													
COSTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL
0.72 Materia Prima	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 43,727	\$ 65,590
0.04 Mano de Obra Directa	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 2,437	\$ 3,656
- Costos Indirectos de Fabricación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 46,164	\$ 46,164	\$ 46,164	\$ 46,164	\$ 69,246								
\$ 2,452 GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 2,452	\$ 29,428
\$ 380 GASTOS SERVICIOS	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 4,560
\$ 360 GASTOS DE VENTAS	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 4,200
EGRESO MENSUAL	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 72,429								
PRESUPUESTO DE CAJA													
INGRESO MENSUAL	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732	\$ 60,732
EGRESO MENSUAL	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 49,347	\$ 72,429
saldo	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,385	\$ 11,697
SALDO ACUMULADO	\$ 11,385	\$ 22,770	\$ 34,155	\$ 45,541	\$ 56,926	\$ 68,311	\$ 79,696	\$ 91,081	\$ 102,466	\$ 113,851	\$ 125,237	\$ 136,622	\$ 148,007
MÁXIMO DEFICIT ACUMULADO													

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 11 VALOR DE DESECHO

MÉTODO CONTABLE

ACTIVO	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPREC. ANUAL	AÑO DEPREC.	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
Maquinarias						
Playwood	\$ 7.500	\$ 10	\$ 750	\$ 5	\$ 3.750	\$ 3.750
Gigantografía diseño	\$ 6.000	\$ 3	\$ 2.000	\$ 5	\$ 10.000	\$ (4.000)
Pistas sintéticas	\$ 25.000	\$ 10	\$ 2.500	\$ 5	\$ 12.500	\$ 12.500
Juego de Mesas y Sillas (1mesa 4sillas)	\$ 900	\$ 5	\$ 180	\$ 5	\$ 900	\$ -
Máquina dispensadora de golosinas	\$ 100	\$ 3	\$ 33	\$ 2	\$ 67	\$ 33
Máquina para helados	\$ 4.500	\$ 5	\$ 900	\$ 5	\$ 4.500	\$ -
Carpas	\$ 1.250	\$ 5	\$ 250	\$ 5	\$ 1.250	\$ -
Equipos de Oficina						
Teléfono fax	\$ 138	\$ 3	\$ 46	\$ 2	\$ 92	\$ 46
Aire Acondicionado	\$ 2.221	\$ 5	\$ 444	\$ 5	\$ 2.221	\$ -
Caja registradora	\$ 2.520	\$ 3	\$ 840	\$ 2	\$ 1.680	\$ 840
Muebles de Oficina						
Silla giratoria	\$ 540	\$ 5	\$ 108	\$ 5	\$ 540	\$ -
Escritorio	\$ 1.000	\$ 10	\$ 100	\$ 5	\$ 500	\$ 500
Equipos de computación						
Laptop	\$ 4.800	\$ 3	\$ 1.600	\$ 2	\$ 3.200	\$ 1.600
Depreciación Anual			\$ 9.751	Valor de Salvamento		\$ 15.269

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 12 DEUDA

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">INVERSIÓN TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 30%;">MUNICIPAL</td> <td style="width: 30%;"></td> <td style="width: 40%; text-align: right;">186,299</td> </tr> <tr> <td>PROPIA</td> <td></td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>FINANCIAMIENTO</td> <td></td> <td style="text-align: right;">186,299</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="5" style="text-align: center;">AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 5%;">0</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 55%; text-align: right;">\$ 186,299</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td style="text-align: right;">\$ 51,681</td> <td style="text-align: right;">\$ 22,356</td> <td style="text-align: right;">\$ 29,325</td> <td style="text-align: right;">\$ 156,974</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td style="text-align: right;">\$ 51,681</td> <td style="text-align: right;">\$ 18,837</td> <td style="text-align: right;">\$ 32,844</td> <td style="text-align: right;">\$ 124,129</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td style="text-align: right;">\$ 51,681</td> <td style="text-align: right;">\$ 14,896</td> <td style="text-align: right;">\$ 36,786</td> <td style="text-align: right;">\$ 87,344</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td style="text-align: right;">\$ 51,681</td> <td style="text-align: right;">\$ 10,481</td> <td style="text-align: right;">\$ 41,200</td> <td style="text-align: right;">\$ 46,144</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td style="text-align: right;">\$ 51,681</td> <td style="text-align: right;">\$ 5,537</td> <td style="text-align: right;">\$ 46,144</td> <td style="text-align: right;">\$ (0)</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">PAYBACK</th> <th style="width: 15%;">Saldo Inicial</th> <th style="width: 15%;">Flujo de Caja</th> <th style="width: 15%;">Rentabilidad</th> <th style="width: 45%;">Recuperación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td style="text-align: right;">89784</td> <td style="text-align: right;">-116375</td> <td style="text-align: right;">10774</td> <td style="text-align: right;">-105601</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td style="text-align: right;">-15816</td> <td style="text-align: right;">67843</td> <td style="text-align: right;">-1898</td> <td style="text-align: right;">65945</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td style="text-align: right;">-81762</td> <td style="text-align: right;">63792</td> <td style="text-align: right;">-9811</td> <td style="text-align: right;">53981</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td style="text-align: right;">-135743</td> <td style="text-align: right;">83099</td> <td style="text-align: right;">-16289</td> <td style="text-align: right;">66810</td> </tr> </tbody> </table>					INVERSIÓN TOTAL			MUNICIPAL		186,299	PROPIA		-	FINANCIAMIENTO		186,299	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					0				\$ 186,299	1	\$ 51,681	\$ 22,356	\$ 29,325	\$ 156,974	2	\$ 51,681	\$ 18,837	\$ 32,844	\$ 124,129	3	\$ 51,681	\$ 14,896	\$ 36,786	\$ 87,344	4	\$ 51,681	\$ 10,481	\$ 41,200	\$ 46,144	5	\$ 51,681	\$ 5,537	\$ 46,144	\$ (0)	PAYBACK	Saldo Inicial	Flujo de Caja	Rentabilidad	Recuperación	1	89784	-116375	10774	-105601	2	-15816	67843	-1898	65945	3	-81762	63792	-9811	53981	4	-135743	83099	-16289	66810
INVERSIÓN TOTAL																																																																												
MUNICIPAL		186,299																																																																										
PROPIA		-																																																																										
FINANCIAMIENTO		186,299																																																																										
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO																																																																												
0				\$ 186,299																																																																								
1	\$ 51,681	\$ 22,356	\$ 29,325	\$ 156,974																																																																								
2	\$ 51,681	\$ 18,837	\$ 32,844	\$ 124,129																																																																								
3	\$ 51,681	\$ 14,896	\$ 36,786	\$ 87,344																																																																								
4	\$ 51,681	\$ 10,481	\$ 41,200	\$ 46,144																																																																								
5	\$ 51,681	\$ 5,537	\$ 46,144	\$ (0)																																																																								
PAYBACK	Saldo Inicial	Flujo de Caja	Rentabilidad	Recuperación																																																																								
1	89784	-116375	10774	-105601																																																																								
2	-15816	67843	-1898	65945																																																																								
3	-81762	63792	-9811	53981																																																																								
4	-135743	83099	-16289	66810																																																																								

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 13 FLUJO DE CAJA

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 728,780	\$ 803,480	\$ 885,837	\$ 976,635	\$ 1,753,896
Ingresos por venta de maquinaria de remplazo		\$ -	\$ -	\$ 3,389	\$ -	\$ 2,353
(-) Costo de Venta		\$ 553,970	\$ 610,752	\$ 673,354	\$ 742,373	\$ 1,333,194
(=) Utilidad Bruta		\$ 174,810	\$ 192,728	\$ 215,872	\$ 234,262	\$ 423,054
(-) Gastos Operacionales		\$ 39,888	\$ 40,862	\$ 43,722	\$ 46,782	\$ 70,208
Gastos de Servicios		\$ 4,560	\$ 4,879	\$ 5,221	\$ 5,586	\$ 8,383
Gastos Administrativos		\$ 29,428	\$ 31,488	\$ 33,693	\$ 36,051	\$ 54,103
Gastos de Venta		\$ 4,200	\$ 4,494	\$ 4,809	\$ 5,145	\$ 7,722
(=) Utilidad Operacional		\$ 136,622	\$ 151,867	\$ 172,150	\$ 187,480	\$ 352,846
(-) Gastos No Operacionales						
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impets		\$ 136,622	\$ 151,867	\$ 172,150	\$ 187,480	\$ 352,846
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 20,493	\$ 22,780	\$ 25,823	\$ 28,122	\$ 52,927
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 116,129	\$ 129,087	\$ 146,328	\$ 159,358	\$ 299,919
(-) 23% Impuesto a la Renta		\$ 26,710	\$ 28,399	\$ 32,192	\$ 35,059	\$ 65,982
(=) UTILIDAD NETA		\$ 89,419	\$ 100,688	\$ 114,136	\$ 124,299	\$ 233,937
(-) Inversión	\$ (287,468)	\$ (176,468)	\$ -	\$ (13,558)	\$ -	\$ (9,411)
(+) Préstamo	\$ 186,299					
(-) Amortización Capital del Prestamo		\$ (29,325)	\$ (32,844)	\$ (36,786)	\$ (41,200)	\$ (46,144)
(-) Capital de Trabajo	\$ 11,385					
(+) Recuperación Capital de Trabj.						\$ (11,385)
(+) Valor de Desecho						\$ 15,269
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ (89,784)	\$ (116,375)	\$ 67,843	\$ 63,792	\$ 83,099	\$ 182,267

Tmar = CAPM	12%
VAN	\$ 80,252
TIR	22.1%
IR	1.69
PAYBACK	2 Años



Según los indicadores económicos, el proyecto se acepta debido a que el VAN es mayor que cero, lo que nos quiere decir que se recupera la inversión, además se esta obteniendo una utilidad relevante, esto lo corrobora la TIR siendo esta mayor que la TMAR, además el índice de rentabilidad (IR) es mayor a 1, con respecto al periodo de recuperación de la inversión, podemos concluir que se recupera la inversión en aproximadamente 3 años debido a que en este año la recuperación es mayor al saldo de la inversión.

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 14 ESCENARIOS

ESCENARIO	VAN(X)	PROBABILIDAD	Factor	Desviación	Desviación 2	Producto
Optimista	200,000	40%	80,000	30,066	903,960,677	361,584,271
Normal	163,868	50%	81,934	(6,066)	36,795,541	18,397,771
Pesimista	80,000	10%	8,000	(89,934)	8,088,140,756	808,814,076
			169,934			1,188,796,117

$$\sigma = \sqrt{\sum_{k=1}^n (re_k - rep)^2 * p(k)}$$

$$\sigma = 34478.92$$

68%	L.I.	135,455
	L.S.	204,413

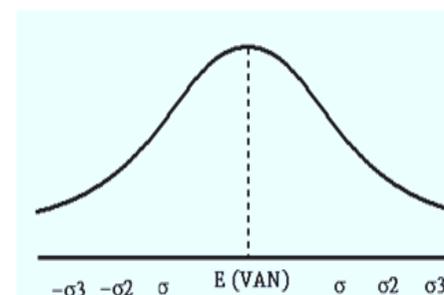
Existe un 68% de probabilidad de que el VAN este entre

95%	L.I.	100,976
	L.S.	238,892

Existe un 95% de probabilidad de que el VAN este entre

99%	L.I.	66,497
	L.S.	273,371

Existe un 99% de probabilidad de que el VAN este entre



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 15 RESUMEN DE ESCENARIOS

Resumen de escenario							
	Valores actuales:	aumento del costo inicial	aumento del flujo caja	aumento de la tasa de descuento	disminucion de la tasa de descuento	aumento del periodo del proyecto	
		Creado por pc el 11/03/2012	Creado por pc el 11/03/2012	Creado por pc el 11/03/2012	Creado por pc el 11/03/2012	Creado por pc el 11/03/2012	
Celdas cambiantes:							
SBS11	14,067	20,000	14,067	14,067	14,067	14,067	14,067
SBS12	11,997	11,997	15,000	11,997	11,997	11,997	11,997
SBS14	12%	12%	12%	16%	10%	12%	12%
SBS13	5	5	5	5	5	5	8
Celdas de resultado:							
SBS16	29179.50	23246.50	40004.64	25214.70	31411.07	45529.77	

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Supuestos	
ü Aumento del Costo Inicial a 20000.	
ü Aumento Flujo de caja del año 2 a 15000.	
ü Aumento de la tasa de descuento al 16%.	
ü Disminución de la tasa de descuento al 10%.	
ü Aumento del periodo de vida del proyecto.	

Análisis de Sensibilidad	
Costo Total Inicial	14,067
flujo de caja AÑO 2	11,997
tiempo	5
tasa de descuento	12%
van	43246.50
van	29179.50

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 17 DATOS

año de vida del proyecto	5	Inversion infraestructura	120000
demanda	728,780	año de inversion infraestructura	25
tasa de crecimiento de la demanda	5%	valor residual infraestructura	
precio	1	vida útil infraestruct	
inflacion	5%	inversion equipos de computo	4800
costo variable	0.72	año de inversion equipos de comp.	0
costo fijo	0.04	valor residual equipos de computo	1,599.84
tasa de crecimiento de los gastos	7%	vida útil equipos de computo	3
Gastos Administrativos	\$ 29,428.40	inversion equipos de oficina	4878.4
Gastos de ventas	4200	año de inversion equipos de oficina	0
Gastos de servicios	4560	valor residual equipos de oficina	975.68
Gastos de constitución	1700	vida útil equipos de oficina	5
	728780	Inversion muebles y enseres	1540
		año de inversion muebles	0
		valor residual muebles	308.00
		vida útil muebles	5
		Inversion capital de trabajo	\$ 9,830.43
		año de inversion	0
		Inversion maquinarias	45250
		año de inversion maquinarias	0
		valor residual maquinarias	4,525.00
		vida útil maquinarias	10

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 18 MÉTODO DE FACTIBILIDAD

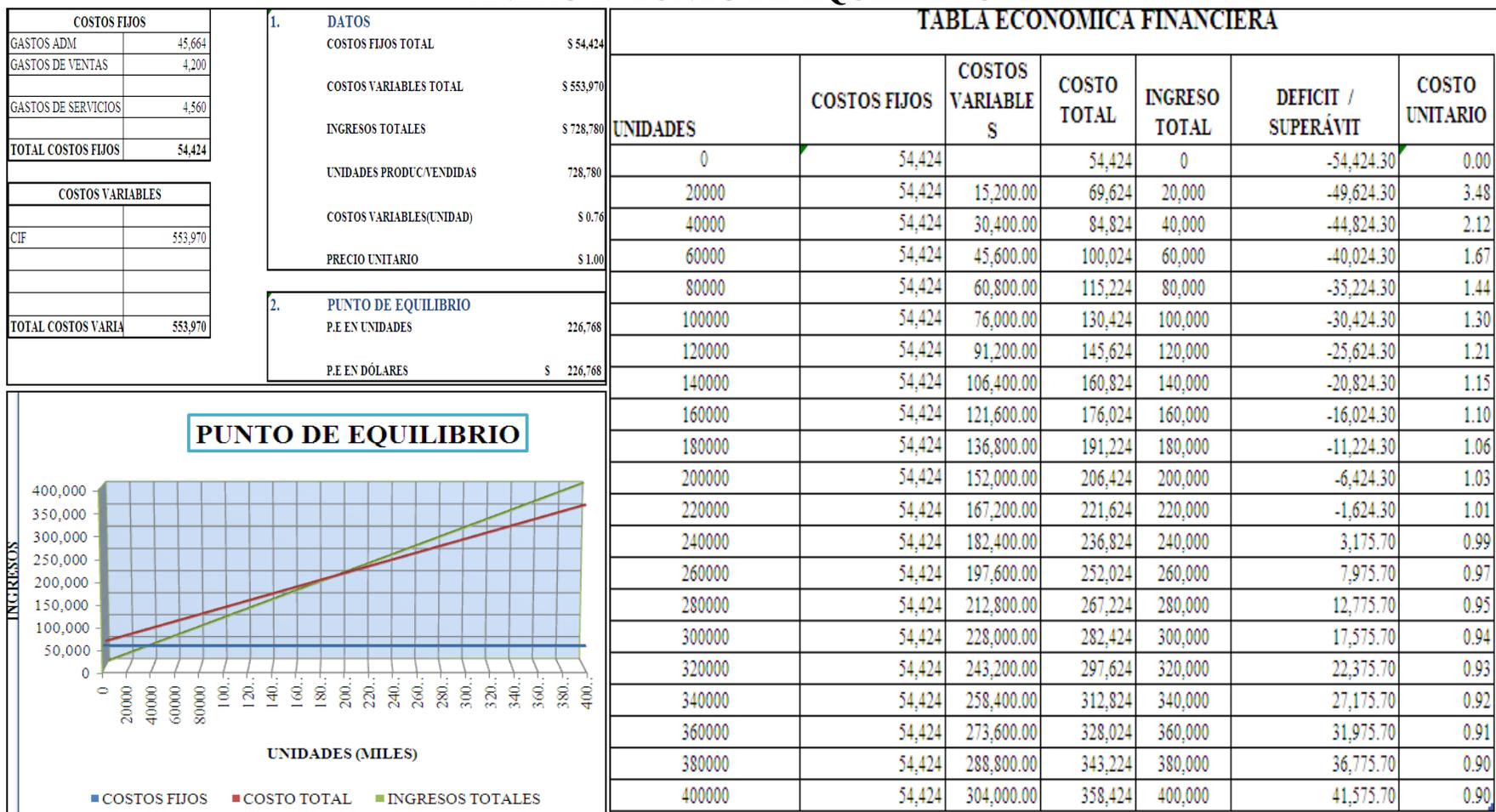
CENTRO DE CAPACITACION FACTIBILIDAD											
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
INVERSION INFRAESTRUCTURA	(120,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION MAQUINARIA	(45,250.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	(4,878.40)	-	-	-	-	(4,878.40)	-	-	-	-	-
INVERSION MUEBLES DE OFICINA	(1,540.00)	-	-	-	-	(1,540.00)	-	-	-	-	-
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(9,830.43)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INVERSION TOTAL	(186,298.83)										
DEMANDA		728,780.00	765,219.00	803,479.95	843,653.95	885,836.64	930,128.48	976,634.90	1,025,466.65	1,076,739.98	1,130,576.98
Estado de Resultados											
INGRESOS BRUTOS		728,780.00	803,479.95	885,836.64	976,634.90	1,076,739.98	1,187,105.83	1,308,784.17	1,442,934.55	1,590,835.34	1,753,895.97
IVA		78,083.57	86,087.14	94,911.07	104,639.45	115,365.00	127,189.91	140,226.88	154,600.13	170,446.64	187,917.42
INGRESOS NETOS		650,696.43	717,392.81	790,925.58	871,995.45	961,374.98	1,059,915.92	1,168,557.30	1,288,334.42	1,420,388.70	1,565,978.54
COSTOS DE SERVICIOS											
COSTOS FIJOS		29,248.21	32,246.15	35,551.39	39,195.40	43,212.93	47,642.26	52,525.59	57,909.46	63,845.18	70,389.31
COSTOS VARIABLES		524,721.60	578,505.56	637,802.38	703,177.13	775,252.78	854,716.19	942,324.60	1,038,912.88	1,145,401.45	1,262,805.09
TOTAL COSTOS DE SERVICIOS		553,969.81	610,751.72	673,353.77	742,372.53	818,465.72	902,358.45	994,850.19	1,096,822.34	1,209,246.63	1,333,194.41
UTILIDAD BRUTA		96,726.62	106,641.09	117,571.81	129,622.92	142,909.27	157,557.47	173,707.11	191,512.08	211,142.07	232,784.13
GASTOS OPERATIVOS											
Gastos administrativos		29,428.40	31,488.39	33,692.58	36,051.06	38,574.63	41,274.85	44,164.09	47,255.58	50,563.47	54,102.91
Gastos de servicios		4,560.00	4,879.20	5,220.74	5,586.20	5,977.23	6,395.64	6,843.33	7,322.36	7,834.93	8,383.37
Gastos de ventas		4,200.00	4,494.00	4,808.58	5,145.18	5,505.34	5,890.72	6,303.07	6,744.28	7,216.38	7,721.53
Gastos de constitución		1,700.00									
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		39,888.40	40,861.59	43,721.90	46,782.43	50,057.20	53,561.21	57,310.49	61,322.23	65,614.78	70,207.82
UTILIDAD ANTES DE IMPE INT.		56,838.22	65,779.51	73,849.91	82,840.48	92,852.06	103,996.26	116,396.61	130,189.86	145,527.29	162,576.32
INTERESES		-									
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTICIP.		56,838.22	65,779.51	73,849.91	82,840.48	92,852.06	103,996.26	116,396.61	130,189.86	145,527.29	162,576.32
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		8,525.73	9,866.93	11,077.49	12,426.07	13,927.81	15,599.44	17,459.49	19,528.48	21,829.09	24,386.45
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		48,312.48	55,912.58	62,772.42	70,414.41	78,924.25	88,396.82	98,937.12	110,661.38	123,698.20	138,189.87
IMPUESTOS		11,111.87	12,300.77	13,809.93	15,491.17	17,363.34	19,447.30	21,766.17	24,345.50	27,213.60	30,401.77
UTILIDAD NETA		37,200.61	43,611.81	48,962.49	54,923.24	61,560.92	68,949.52	77,170.96	86,315.88	96,484.59	107,788.10

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

CASH FLOW		2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2,020	2,021	2,022
VENTAS BRUTAS		728,780.00	803,479.95	885,836.64	976,634.90	1,076,739.98	1,187,105.83	1,308,784.17	1,442,934.55	1,590,835.34	1,753,895.97
COSTO DE PRODUCCIÓN		553,969.81	610,751.72	673,353.77	738,921.20	815,014.38	898,907.12	991,398.86	1,093,371.00	1,205,795.29	1,329,743.07
GASTOS OPERATIVOS		39,888.40	40,861.59	43,721.90	46,782.43	50,057.20	53,561.21	57,310.49	61,322.23	65,614.78	70,207.82
PARTICIPACION TRABAJADORES		8,525.73	9,866.93	11,077.49	12,426.07	13,927.81	15,599.44	17,459.49	19,528.48	21,829.09	24,386.45
IMPUESTO TOTAL		89,195.44	98,387.91	108,721.00	120,130.62	132,728.33	146,637.21	161,993.04	178,945.63	197,660.25	218,319.20
TOTAL CASH FLOW		37,200.61	43,611.81	48,962.49	58,374.57	65,012.25	72,400.85	80,622.29	89,767.21	99,935.93	111,239.43
CASH FREE											
INVERSION INFRAESTRUCTURA	(120,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE INFRAEST.											
INVERSION MAQUINARIAS	(45,250.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MAQUINARIAS											4,525.00
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-	-	(4,800.00)	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE COMP.				480.00	-	-	480.00	-	-	480.00	-
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	(4,878.40)	-	-	-	-	(4,878.40)	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE OFIC.				-	-	487.80	-	-	-	-	487.80
INVERSION MUEBLES	(1,540.00)	-	-	-	-	(1,540.00)	-	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MUEBLES				-	-	154.00	-	-	-	-	154.00
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(9,830.43)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.				-	-	-	-	-	-	-	9,830.43
TOTAL CASH FREE	(186,298.83)	37,200.61	43,611.81	44,642.49	58,374.57	59,235.65	68,080.85	80,622.29	89,767.21	95,615.93	126,236.67
VAN	\$ 163,868.16										
TIR	27%										
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR										
IR	1.89										

Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 19 PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Yolanda Paola Limones Borbor

ANEXO 20 CARTA AVAL



ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA

OFICIO 0204-IMSE-A-2013.-
Santa Elena, junio 20 de 2013.-

Economista
Félix Tigero
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA
EN DESARROLLO EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA-UPSE**

Apreciado Director:

Saludo a usted atentamente, a la vez que me permito expresar lo siguiente:

La señora PAOLA LIMONES BORBOR, estudiante egresada de la Carrera de su digna Dirección, ha presentado en esta Municipalidad una propuesta de desarrollo de Grado con el tema "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA AÑO 2013"

El Ing. Otto Vera Palacios, Alcalde del Cantón, ha dispuesto se le comunique que esta Administración Pública otorga el correspondiente aval para el desarrollo de ésta tesis, además que brindará las facilidades del caso a la señora Paola Limones Borbor para la ejecución y culminación de su Proyecto.

Lo que comunico a usted para los fines de ley.

Cordialmente


Enrique Estibel Cumbe
SECRETARIO GENERAL MUNICIPAL



EEC/rosario



AV. 18 DE AGOSTO Y CALLE 10 DE AGOSTO
TELE: 2940869 - FAX: 2940374
SANTA ELENA - ECUADOR

ANEXO 21 GRAMATOLOGO

RUTH ESPINOZA ALMEIDA
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
0991582744

CERTIFICO

Que, he revisado la redacción y ortografía del trabajo de titulación con el tema: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DISTRACCIÓN TEMÁTICA EN LOS ESPACIOS RECREACIONALES ADMINISTRADOS POR EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN DE SANTA ELENA AÑO 2013** elaborada por la señora **YOLANDA PAOLA LIMONES BORBOR** para optar por el título de **Ingeniera en Desarrollo Empresarial**, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Quien, luego de realizar las correcciones pertinentes de la tesis de grado en mención, podrá hacer uso de este certificado, como considere conveniente a sus intereses.

Santa Elena, junio 18 de 2013



Lcda. Ruth Espinoza Almeida

GLOSARIO

OMT (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO): En la actualidad es una de las Agencias Especializadas de Naciones Unidas cuyas actividades, como el programa “Turismo Sostenible – Eliminación de la pobreza”, contribuyen a reforzar la colaboración en el sistema de la ONU con el fin de promover un turismo que sea sostenible en lo social, en lo económico y en lo ecológico, y se encamine a reducir la pobreza y a llevar empleo a los habitantes de los países en desarrollo. Sus objetivos son plenamente coherentes con las conclusiones de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible y con los objetivos señalados en la Declaración del Milenio.

OFERTA TURÍSTICA: Puede ser considerada como “el conjunto de recursos a disposición: servicios, equipamientos e infraestructuras turísticas junto con los productos específicos estructurados y realmente comercializados”. Todo lo que se pone a la disposición de los turistas en un destino, ya sean instalaciones o servicios. Ha de tener en cuenta el valor añadido y el precio que ha de adquirir el destino para entrar en el mercado turístico.

PRODUCTO TURÍSTICO: Es ante todo un producto de servicio (donde se necesita aportar un valor añadido), pero que se encuentra asociado a unas materias básicas. Se puede definir como el conjunto de prestaciones tanto materiales como inmateriales, que se ofrecen al mercado con el objetivo de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

TURISTA: Aquel visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

VISITANTE: Toda persona que viaja por un período no superior a doce meses a un lugar distinto a aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su

entorno habitual. Se aplica cuando la finalidad del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

CULTURA DE CALIDAD: Es el sistema de valores, principios, creencias, normas y costumbres que determinan una forma de vida en la que todos los miembros que conforman el sector turístico y aquellos que se relacionan directamente con él, se ocupen de hacer las cosas bien a la primera, con la satisfacción de ser útiles a sus semejantes y considera que para que la calidad sea total, ésta debe estar presente en todos los procesos dentro de la empresa y en todas sus áreas y en todos los organismos públicos y sociales que participan en la actividad, pues todos ellos son a final de cuentas, elementos que están vinculados en una secuencia continua de proveedores y consumidores de servicios y satisfactores turísticos y recreativos.

DEMANDA: Pedido o encargo de mercancías. En términos económicos es: cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir para un precio dado.

OFERTA: Promesa que se hace dar, cumplir o ejecutar una cosa (mercancía que se pone a la venta)

INFRESTRUCTURA: Acervo físico y material que permite el desarrollo de la actividad económica y social, el cual está representado por las obras relacionadas con las vías de comunicación y el desarrollo urbano y rural tales como: carreteras, ferrocarriles, caminos, puentes, presas, sistemas de riego, suministro de agua potable, alcantarillado, viviendas, escuelas, hospitales, energía eléctrica, etc.

SERVICIO: Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo

VAN: Procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

TIR: Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

TIEMPO DE RECUPERACIÓN: Método que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

PRESUPUESTO: Se le llama presupuesto al cálculo y negociación anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual.

CESPED SINTETICO: Moqueta industrial que se asemeja al césped natural, pero fabricada con plástico y materiales sintéticos. Actualmente es muy frecuente su uso en terrenos deportivos en los que originalmente se utilizaba césped natural. Aunque su uso es mayoritariamente deportivo, también es usado en zonas residenciales y comerciales.

ETNIA: Conjunto de personas que comparten rasgos culturales, lengua, religión, celebración de ciertas festividades, música, vestimenta, tipo de alimentación, etc. y, muchas veces, un territorio. Dichas comunidades, excepcionalmente, reclaman para sí una estructura política y el dominio de un territorio.

TURISMO: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.

PROGRAMA TURÍSTICO: En él se señala en forma detallada lo que se ofrecerá y las actividades que se desarrollaran durante el viaje día por día indicándose los horarios. Suele incorporarse algunas reseñas de los lugares a visitar, las actividades a desarrollar, los servicios que incluye, los precios, así como recomendaciones y sugerencias para cada caso. El programa debe ser cumplido estrictamente, si se diera lo contrario, el cliente tiene derecho a reclamar por incumplimiento de contrato.