



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
RECREATIVO EN EL SECTOR LOS CARACOLES, SANTA
ELENA**

AUTOR

Camponverde Guerrero Edison Rafael

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del grado académico en
**MAGÍSTER EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN GESTIÓN
DE LA CONSTRUCCIÓN**

TUTOR

Ing. Valdez Guzmán Luis Rafael, MSc.

Santa Elena, Ecuador

Año 2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**



Pirmado electrónicamente por:
LUIS RAFAEL VALDEZ
GUZMAN

**Ing. Álex Tenicota García, Mgs.
COORDINADOR DEL PROGRAMA**

**Ing. Valdez Guzmán Luis Rafael, MSc.
TUTOR**

**Ing. Jorge Arroyo Orozco, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA 1**

**Ing. Vianna Pinoargote Rovello, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA 2**

**Ab. María Rivera González, Mgtr
SECRETARIA GENERAL**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Ing. Edison Rafael Campoverde Guerrero, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Ingeniería Civil con Mención en Gestión de la Construcción.

TUTOR



Firmado electrónicamente por:
**LUIS RAFAEL VALDEZ
GUZMAN**

Ing. Valdez Guzmán Luis Rafael, MSc.

16 días del mes de abril del año 2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Edison Rafael Campoverde Guerrero**

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO EN EL SECTOR LOS CARACOLES, SANTA ELENA” previo a la obtención del título en Magíster en Ingeniería Civil con Mención en Gestión de la Construcción, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 16 días del mes de abril del año 2024

EL AUTOR



Firmado electrónicamente por:
**EDISON RAFAEL
CAMPOVERDE GUERRERO**

Ing. Edison Rafael Campoverde Guerrero



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado (Titulo del trabajo), presentado por el estudiante, Edison Rafael Campoverde Guerrero fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 6%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



TUTOR



Firmado electrónicamente por:
LUIS RAFAEL VALDEZ
GUZMAN

Ing. Valdez Guzmán Luis Rafael, MSc.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Edison Rafael Campoverde Guerrero**

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales del informe de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor

Santa Elena, a los 16 días del mes de abril del año 2024

EL AUTOR



Firmado electrónicamente por:
**EDISON RAFAEL
CAMPOVERDE GUERRERO**

Ing. Edison Rafael Campoverde Guerrero

AGRADECIMIENTO

En primer lugar y sobre todo quiero agradecer a Dios por guiarme y darme el conocimiento, sentido y fortaleza para poder llegar al final de esta maestría, por no haber dejado que me rindiera en ningún momento e iluminarme para continuar adelante en mi preparación de especialización.

Un agradecimiento muy especial a mis padres José y Sandra por su apoyo incondicional y por ellos soy lo que soy, a mis hermanos y el resto de mi familia por estar conmigo siempre en mis buenos y malos momentos, a mis queridos maestros por brindarme sus conocimientos en esta especialidad. Gracias a todas las personas que participaron y ofrecieron su ayuda para lograr este objetivo.

Edison Rafael, Campoverde Guerrero

DEDICATORIA

A nuestro Padre Celestial, mi fuente de amor y sabiduría.

Dedico este informe de investigación a mis padres José y Sandra, a quienes amo profundamente, por su apoyo incondicional durante esta maestría, por sus buenos consejos que siempre me han orientado a tomar las mejores decisiones y por creer en mí.

A mis queridos hermanos Juan Carlos, Ariel, Arens, Génesis, y mi novia Erika quienes han sido mi inspiración y motivación. También dedico esta investigación a mis docentes cuyas enseñanzas me guiaron en la elaboración de este documento, al igual que mis amigos y colegas, que compartieron este curso conmigo.

Edison Rafael, Campoverde Guerrero

ÍNDICE GENERAL

TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	I
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
DECLARO QUE:	IV
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	V
AUTORIZACIÓN.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
RESUMEN	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	9
1.1. Revisión de literatura	9
1.1.1. El Negocio	10
1.1.2. Tipos de negocio	10
1.1.3. Oportunidad de Negocio	11
1.1.4. El modelo de negocio	11
1.2. Desarrollo teórico y conceptual	11

1.2.1. Plan de negocios	11
1.2.2. Características del plan de negocio.....	12
1.2.3. Objetivos de un plan de negocio.....	12
1.2.4. Elementos de un plan de negocio	13
1.2.5. Análisis Macroeconómico	14
1.2.6. Análisis del Entorno.....	16
1.2.7. Cinco Fuerzas de Porter.....	17
1.2.8. Análisis FODA	20
1.2.9. Estudio del Mercado	21
1.2.10. Evaluación de componente técnico y arquitectónico.....	24
1.2.11. Análisis de Costos.....	27
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	30
2.1. Contexto de la investigación	30
2.2. Diseño y alcance de la investigación	30
2.3. Tipo y métodos de investigación.....	31
2.4. Población y muestra.....	31
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
2.5.1 Encuesta Piloto Demanda	32
2.5.2. Encuesta Piloto Oferta	34
2.6. Procesamiento de la evaluación: Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados para el levantamiento de información.....	35
CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36
3.1. Análisis de demanda del servicio.....	36
3.1.1. Resultados de la encuesta	36
3.1.2. Análisis de Encuesta Oferta.....	43
3.2. Tamaño del proyecto.....	49
3.3. Análisis Administrativo	49

3.3.1.	Estructura Organizacional.....	49
3.3.2.	Organigrama Empresarial	50
3.3.3.	Selección de personal y perfiles profesionales para los puestos de trabajo 51	
3.4.	Análisis Económico	52
3.4.1.	Análisis del Costo de Inversión Inicial	52
3.4.2.	Ingresos del proyecto	53
3.4.3.	Análisis de remuneraciones al personal.....	54
3.4.4.	Egresos del Proyecto.....	56
3.4.5.	Análisis de Depreciación	58
3.4.6.	Costos de Financiamiento	59
3.4.7.	Flujo de caja.....	60
3.4.8.	Tasa de descuento	61
3.4.9.	Indicadores de Evaluación Financiera	61
	CONCLUSIONES	63
	RECOMENDACIONES.....	65
	REFERENCIAS	66
	ANEXOS.....	2

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	30
Tabla 2	36
Tabla 3	37
Tabla 4	38
Tabla 5	39
Tabla 6	41
Tabla 7	42
Tabla 8	43
Tabla 9	44
Tabla 10	45
Tabla 11	46
Tabla 12	47
Tabla 13	48
Tabla 14	52
Tabla 15	53
Tabla 16	54
Tabla 17	54
Tabla 18	55
Tabla 19	55
Tabla 20	56
Tabla 21	56
Tabla 22	57
Tabla 23	57

Tabla 24	58
Tabla 25	58
Tabla 26	59
Tabla 27	59
Tabla 28	60
Tabla 29	60
Tabla 30	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	10
Figura 2	14
Figura 3	15
Figura 4	16
Figura 5	17
Figura 6	19
Figura 7	20
Figura 8	23
Figura 9	24
Figura 10	26
Figura 11	28
Figura 12	37
Figura 13	38
Figura 14	39
Figura 15	40
Figura 16	41
Figura 17	42
Figura 18	43
Figura 19	44
Figura 20	45
Figura 21	46
Figura 22	47
Figura 23	48

Figura 24..... 50

RESUMEN

El presente “Plan de Negocios de la Creación de un Centro de Recreativo en el Sector Los Caracoles, Santa Elena”. Tiene como propósito principal, analizar la oferta y demanda de los centros recreacionales a través de encuestas, se efectúan los respectivos análisis legales, administrativos, cálculos de los gastos y un análisis financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto. Un Plan de Negocio que tiene como base fundamental la factibilidad de este, una de las conclusiones más importantes, la evaluación financiera del proyecto mostró cifras que comprueban que es financieramente viable, ya que los indicadores como el VAN da positiva de \$ 50.241,66 y una TIR 12,11%, generando utilidades y recuperando lo invertido. De esta manera, la inversión de cada actividad asignada logrará generar una rentabilidad, mientras concluye la implementación en su totalidad, caso contrario la inversión no se consideraría segura, hasta que el proyecto no esté completo en su totalidad.

Palabras claves: plan de negocios, centro de recreación, análisis financieros.

ABSTRACT

The present “Business Plan for the Creation of a Recreational Center in the Los Caracoles Sector, Santa Elena” has the main purpose of analyzing the supply and demand for recreational centers through surveys. The respective legal and administrative analyses are conducted, expenses are calculated, and the necessary financial analyses to carry out the project are performed. This Business Plan is fundamentally based on its feasibility. One of the most important conclusions is that the financial evaluation of the project showed figures proving it is financially viable, as indicators like the NPV (Net Present Value) are positive at \$50,241.66 and an IRR (Internal Rate of Return) of 12.11%, generating profits and recovering the investment. In this way, the investment in each assigned activity will generate profitability while the implementation is fully completed; otherwise, the investment would not be considered secure until the project is entirely completed.

Keywords: business plan, recreational center, financial analyses.

INTRODUCCIÓN

Dicho con palabras de Ece et al., (2022), paralelamente al aumento del tiempo libre, se han iniciado búsquedas para hacerlo productivo, y en este punto ha surgido el concepto de recreación proviene de la palabra latina “recreatio”, que significa renovar, recrear o reconstruir. La definición de recreación en la literatura se ha tratado de explicar considerando diferentes aspectos por parte de cada investigador. La conciencia recreativa es un concepto relacionado con la conciencia de las ventajas de las actividades recreativas para los individuos. Se ha determinado que la participación en actividades de ocio tiene beneficios físicos, psicológicos y sociales para los individuos.

Desde la posición de Wash & Badaruddin, (2019), el factor más significativo que ayudará al individuo a vivir saludablemente por muchos años es el nivel de actividad física. Históricamente, la construcción de centros recreativos es fundamental para satisfacer y mantener las necesidades recreativas básicas, pero representa una gran parte de los ingresos relacionados con el turismo, principalmente en las ciudades donde es un importante eje económico.

En el ámbito internacional, se puede citar el estudio de Estrada Corea & González Varela, (2018), con el tema titulado “Plan de negocio para la creación de un centro recreativo ubicado en el municipio de Nandaime en el periodo 2018-2023”, Investigación de tipo exploratoria que tuvo como objetivo la realización de un estudio de prefactibilidad para la creación de un parque de diversiones para niños y adultos, ubicado en la ciudad de Granada. Se elaboraron y aplicaron encuestas que permitieron conocer el mercado objeto, se describió detalladamente el flujo del proceso de servicio, los factores de relevancia en la localización de las instalaciones, se consideraron medidas preventivas para reducir el impacto ambiental y finalmente se calcularon los ingresos y los costos del negocio.

Los resultados obtenidos al analizar el proyecto mediante las herramientas TIR y VAN, demostraron que el proyecto es rentable en su totalidad. Los autores concluyen que se logró apreciar la existe de una demanda potencial en el municipio de Nandaime con respecto a la creación del centro recreativo, con un porcentaje de aceptación del 98%. Finalmente recomiendan que la inversión inicial se la realice con financiamiento, dado que la aportación de capital del inversionista es más aplicable.

Por otra parte, se puede mencionar el estudio de Tirado Mires, (2023), “Plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura el rancho de gallito, Chiclayo 2018”. Investigación de tipo propositivo, descriptivo / no experimental. Este estudio tuvo como objetivo proponer un plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional cuyo fin es ofrecer distintas actividades de recreación. Se realizó la recolección de datos a través de técnicas cuantitativas como las encuestas. Los resultados de varias encuestas indicaron que del 100% de los encuestados el 98.4% les gusto la idea de aperturar un centro campestre recreacional en el distrito de San José mientras que solo 1.6% indicaron lo contrario. El autor concluye que los pobladores del distrito de San José están de acuerdo con un total del 100% con la ubicación de dicho centro recreacional, ya que está cerca de sus hogares. Finalmente recomienda que se desarrolle todas las actividades planteadas en el proyecto, para beneficiar, no solamente a los pobladores del distrito de San José, sino también a visitantes de otras ciudades o países.

En el ámbito nacional, se puede resaltar trabajo de investigación de Silva Galarza, (2014), basado en “Plan de negocios para la creación de un centro recreacional en el Sector Suroriente del Distrito Metropolitano de Quito”, tuvo como objetivo determinar la viabilidad y factibilidad de un Centro Recreacional que brinde una infraestructura y servicios para el entretenimiento en el sector sur-oriente de Quito. Se llevo a cabo una investigación cuantitativa, cualitativa y observacional mediante una investigación de mercado que demostró que en el sector sur de Quito un 75% de la población tiene la predisposición de acceder a un servicio de calidad a cambio de una cuota mensual o membresía, lo que facilitaría la viabilidad del proyecto a largo plazo. Se concluye que la factibilidad del proyecto a través de los principales índices financieros son el TIR y VAN, garantizando a los socios la rentabilidad por parte del mercado al corto y largo plazo.

Asimismo, se puede citar la tesis de Carrillo & Gómez, (2023), con el tema “Plan de negocio para la creación de un centro recreacional infantil, en el sector de la Aurora del Cantón Daule”, investigación de tipo descriptivo y enfoque cuantitativo. Se utilizó la entrevista cerrada como técnica de recolección de datos, a través de una encuesta que permitió conocer las exigencias que demanda la población. Los resultados del estudio indican que los análisis efectuados sobre las preguntas claves de las encuestas generadas

dieron camino a una línea de negocio que no había sido tomada en cuenta en la zona, además, los resultados arrojados en los estados financieros elaborados y los índices económicos declarados en el plan financiero afirman que la creación de un centro recreacional infantil prevalece como una opción atractiva para ejecutar en el sector La Aurora. Se concluye que el plan de negocios expuesto, mejora e incentiva las actividades lúdicas en el sector.

En el ámbito local, se puede destacar la investigación de Panchana, (2013), basado en “Creación de un centro recreacional para el desarrollo social y turístico en la comuna Río Verde de la provincia de Santa Elena, año 2013”, cuyo objetivo fue fortalecerse como excelente líder en la recreación, obteniendo una gran demanda del servicio, generando fuentes de trabajo, aportando tanto al desarrollo social como turístico de la provincia y su comunidad fomentando las relaciones personales e interpersonales. La metodología usada a lo largo de este proyecto fueron los siguientes métodos y técnica: método deductivo, inductivo, analítico, encuestas dirigidas al conocimiento de gustos y preferencia específicas para la aceptación y motivación de quienes utilicen el centro recreacional, para ello se contará con promociones, vallas publicitarias y anuncios en la radio. Los resultados indicaron que de los 384 encuestados que frecuentan un centro recreacional un 27% asiste los días feriados y fin de mes, un 25% días ordinarios y 21% fin de semanas, es decir que los días que más tendría demanda el negocio es en días feriados, además que un 60% no conoce de centros recreativos ya que dentro de la provincia existen pocos. La autora concluye que la inversión será de \$363,755.99, de los cuales el 60% es de financiamiento y el 40% de capital propio, son un TIR del 53.19% del proyecto con el periodo de recuperación del proyecto 4 años.

También como lo hace notar el estudio de Villao, (2021), “Plan de negocio para la creación de un parque de atracciones en la comuna San Pablo, provincia de Santa Elena: información del negocio/marco legal”, la investigación tuvo como objetivo determinar la viabilidad y rentabilidad al invertir en el diseño del plan de negocio para la creación de un parque de atracciones Adrenaline Aqua Park que permitan mejorar los servicios turísticos. Para la construcción de la empresa se realizarán alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas que estén inmersos en el área turística a su vez se contara con socios accionistas que aportarán al desarrollo del parque de atracciones Adrenaline Aqua Park para sí poder llevar este proyecto al éxito. Los resultados muestran que Santa

Elena en la actualidad cuenta con pocas alternativas de diversión tanto para niños como para adultos o para familias en general, esto representa la existencia de un mercado potencial favorable para el plan de negocio planteado en este estudio. Por último, concluye que se deben emplear varias atracciones para crear nuevos puntos de entretenimiento de tal manera exista diferentes actividades para todas las personas en general.

En el desarrollo actual en el sector los Caracoles se evidencia que no existe un sitio que oferte una amplia zona de recreación donde los habitantes y turistas se sientan cómodos y satisfechos con los servicios que promocionen, el no contar con todas las opciones necesarias para la distracción de los visitantes para contrarrestar esto se ofrecerá diversos servicios, permitiendo que los turistas encuentren más y variadas formas de recreación y al mismo tiempo de relajamiento, en un lugar alejado del ruido de la ciudad esmerada atención, promoviendo la unidad de la familia, base de la sociedad.

La investigación se realizará en el sector Los Caracoles ubicado en la vía principal Ballenita - Santa Elena, frente al Terminal Terrestre Regional Sumpa con un alcance geográfico y un muestreo claros. Se conoce el número de centros recreativos registrados en la provincia y en el cantón, lo que da una idea de la capacidad disponible. De la misma manera, se analizará la oferta y demanda de los servicios de los otros centros recreacionales en el sector. Esto facilitará identificar las posibles debilidades en el mercado y oportunidades de negocio.

Se realizará un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) que existen en el mercado de centros recreativos en el área de investigación. Este análisis nos permitirá comprender el entorno competitivo y de las ventajas y desventajas para el proyecto.

Se realizará un análisis minucioso del mercado local, que incluya una evaluación de la competencia y las necesidades de los futuros clientes a través de encuestas y entrevistas. Con base en los resultados de este estudio, se planteará un diseño óptimo para la creación del centro recreacional, que considerará las necesidades y expectativas del mercado. También, se elaborarán directrices legales necesarias y se creará un organigrama eficaz que garantice el funcionamiento eficiente del centro recreacional y la capacidad para alcanzar a una amplia gama de consumidores. De esta manera, se

busca asegurar que el centro recreacional esté apto para satisfacer las demandas del mercado y brindar un servicio de alta calidad.

La metodología utilizada en este estudio es de naturaleza mixta, incluyendo aspectos cuantitativos como cualitativos. En el análisis cuantitativo, se realizará un análisis financiero completo que contendrá medidas como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y la rentabilidad del proyecto. Estas medidas darán una conclusión decisiva sobre la viabilidad del negocio. Esto tiene en cuenta los costos operativos, los ingresos proyectados y otros factores importantes para evaluar con precisión la rentabilidad a largo plazo del uso y servicio del centro recreacional. Este enfoque respaldará una percepción completa de la viabilidad financiera del proyecto y proporcionará una base sólida para la toma de decisiones.

Los resultados obtenidos a través del plan de negocios servirán como base para identificar oportunidades de generar ingresos y ampliar la base de clientes que afluirán al centro recreacional. Estos resultados guiarán el diseño de la infraestructura y las áreas de estar y juegos necesarios para garantizar el óptimo funcionamiento del negocio. El desarrollo sostenible y el acceso efectivo al mercado son las piedras angulares de la ejecución exitosa del plan de negocios.

El objetivo principal del plan de negocios reside en evaluar la viabilidad económica mediante un análisis financiero que permita la factibilidad para la construcción y operación del proyecto. Para alcanzarlo, se realizará un análisis exhaustivo de la oferta como la demanda del mercado, se realizará una evaluación financiera integral.

Lograr este objetivo no sólo será la base para la tomar decisiones importantes, sino que también facilitará el desarrollo exitoso del negocio y la atracción de más turistas. En definitiva, el plan de negocios se centra en garantizar la viabilidad económica y la creación del diseño de las áreas del centro recreacional.

Formulación del problema de investigación

¿Cómo influye el diseño de un plan de negocios para la creación de un centro recreativo destinado a los habitantes del sector Los Caracoles en el cantón Santa Elena, con el objetivo de identificar la situación actual de la oferta y demanda,

diseñar el centro de recreación y evaluar la viabilidad económica a través de un análisis financiero?

Objetivo General:

Diseñar un plan de negocios para la creación de un centro recreativo en el sector Los Caracoles en el cantón Santa Elena.

Objetivos Específicos:

1. Identificar la situación actual de la oferta y demanda de los centros recreacionales en el barrio los Caracoles, mediante encuestas, permitiendo conocer cuáles serían sus posibles competidores y consumidores.
2. Diseñar el modelo arquitectónico eficiente y funcional para la distribución de áreas dentro del centro de recreativo.
3. Evaluar la viabilidad económica mediante un análisis financiero que permita la factibilidad para la construcción y operación del proyecto.

Hipótesis General

El diseño de un plan de negocios eficaz puede facilitar la creación de un centro recreativo exitoso en el sector Los Caracoles en el cantón Santa Elena, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de la región.

Hipótesis Específica

HE1.- La identificación de la situación actual de la oferta y demanda de un centro recreacional en el barrio los Caracoles, mediante encuestas, permitirá conocer cuáles serían sus posibles competidores y consumidores.

HE2.- El diseño del centro de recreación sustentándose en los reglamentos y normas de construcción vigente garantizará la calidad, seguridad y durabilidad de la infraestructura.

HE3.- La evaluación de la viabilidad económica mediante un análisis financiero permitirá la factibilidad para la construcción y operación del proyecto.

Planteamiento hipotético

Considerar los elementos claves al realizar el plan de negocios para la creación de un centro recreativo implica un análisis integro de la oferta y demanda, implementar una infraestructura diseñada en los reglamentos y normas de construcción y evaluar un análisis financiero, que permitirá la factibilidad para la construcción y operación del proyecto.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Revisión de literatura

Según Gaytán Cortés, (2020) un plan de negocios es una herramienta de planificación estratégica que permite a una organización planificar su futuro enfocándose en las mejores oportunidades de negocio, definiendo su alcance, determinando en qué negocios incursionar y, sobre todo, visualizando. y al cuantificar la cantidad de recursos materiales e inmateriales asignados al proyecto, estos recursos trabajan para establecer metas y reclamar los beneficios y ganancias resultantes.

De acuerdo con Rosales Ramírez, (2018) el plan de negocios que tiene previsto un liderazgo fuerte atrae tanto a los inversionistas potenciales como al personal gerencial en potencia. Es evidente que el equipo gerencial puede tener un profundo impacto sobre el desempeño de la empresa, y los fundadores tienen un control mucho mayor sobre este factor del que tienen sobre otros, incluidas las condiciones del mercado y las reacciones de los competidores.

Como dicen Cuzco Simbaña et al., (2019), el plan de negocios es importante para el éxito de toda organización. Los empresarios escriben planes de negocios que les ayuden a lograr sus objetivos planteados. Preparar un plan de negocios te ayuda a organizar y analizar datos fundamentales. Investigar costos y desarrollar estrategias sobre las operaciones y los mercados puede revelar problemas que no habías visto antes.

Según Agila Maldonado et al., (2018) la metodología involucra el proceso de generación de ideas, recopilación y análisis de información, evaluación de oportunidades y riesgos, toma de decisiones sobre el establecimiento de nuevas empresas y posibles cambios a planes en cadenas y empresas ya establecidas estrechamente relacionadas con la planificación estratégica. lo cual es una oportunidad viable para alcanzar metas más altas en términos de expansión y progreso organizacional.

Citando a Andía & Paucara, (2013) el desarrollo de un plan de negocios es muy importante para mejorar tu competitividad en el mercado. Para lograrlo, es importante determinar la planificación y gestión que se aplicará al negocio, con el beneficio de

explicar el negocio a través de sus antecedentes, estrategia y condiciones de éxito o fracaso.

1.1.1. El Negocio

Un negocio consiste en un conjunto de actividades que una o más personas realizan para obtener ganancias financieras.

Tal como indica Redacción CN, (2023) un negocio es una actividad, profesión, sistema o método diseñado para obtener beneficios económicos, generalmente a través de la producción, distribución o prestación de servicios que benefician a personas u otras empresas.

1.1.2. Tipos de negocio

Las empresas se pueden clasificar según varios criterios, como tamaño, forma jurídica, campo de actividad, actividad principal y otras características.

A continuación, se detallan los principales clasificadores de empresas.

Figura 1

Tipos de negocios o empresa según su actividad

Según el Tamaño	<ul style="list-style-type: none">• Grande• Mediana• Pequeña• Microempresa
Actividad	<ul style="list-style-type: none">• Producen bienes• ofrecen servicios
Área geográfica	<ul style="list-style-type: none">• Local• Regional• Multinacionales y transnacionales
Sector Económico	<ul style="list-style-type: none">• Primario• Secundario• Terciario• Cuaternario
Titularidad	<ul style="list-style-type: none">• Pública• Privada• Mixta
Jurídica	<ul style="list-style-type: none">• Empresario Individual• Sociedad Limitada• Sociedad anónima• Comunidad de bienes• Sociedades laborales
Estrategia de negocio	<ul style="list-style-type: none">• Líder en costes• Con diferenciación de su producto• Diferenciación en un segmento exclusivo• Posicionamiento en un segmento de bajo coste

Nota: Tomado de Tipos de negocios. Economipedia (Westreicher, 2020)

1.1.3. Oportunidad de Negocio

Una oportunidad de negocio se refiere a la oportunidad de lanzar una idea de negocio, ingresar a un nuevo sector laboral o lanzar una nueva gama de productos.

El concepto de oportunidad de negocio siempre está presente en el ámbito empresarial.

Las empresas están constantemente dispuestas a descubrir nuevas necesidades de los consumidores y presentarles un producto o servicio que satisfaga sus necesidades y así beneficiarse de la idea (Muñoz, 2022).

1.1.4. El modelo de negocio

En la práctica, las empresas más nuevas están dispuestas a utilizar modelos de negocio como herramientas de modelado para planificar, diseñar y construir nuevos proyectos. Sin embargo, las empresas establecidas y reconocidas también los utilizan para respaldar su proceso de innovación para desarrollarse y tener éxito (Djuraeva, 2021).

1.2. Desarrollo teórico y conceptual

1.2.1. Plan de negocios

Un plan de negocios es un documento escrito de forma clara, precisa y sencilla que es el resultado de un proceso de planificación. Este plan de negocios guía el negocio porque muestra todo, desde las metas que desea alcanzar hasta las actividades diarias que se realizarán para lograrlas. El propósito de este documento es combinar forma y contenido. El formato hace referencia a la estructura, letra e ilustración, cuánto llama la atención, qué tan “amigable” se relaciona el contenido con el plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado. (Uribe Palacios, 2021)

González Carvajal et al., (2019) las secciones siguientes describen el proceso de lanzamiento de esta empresa. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad y desarrolla estrategias y procedimientos para convertir esa oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Según Zorita LLoreda, (2015), el plan de negocios engloba el contenido de un proyecto empresarial y abarca todos los aspectos desde la conceptualización hasta la implementación y observa su desarrollo”.

1.2.2. Características del plan de negocio

Al ser una herramienta que se adapta a cualquier tipo de negocio y su aplicación tiene varias estructuras, su contenido debe tener características que la conviertan en una herramienta útil.

(Zorita LLoreda, 2015) define 3 características en el plan de negocios para lograr una financiación, para ello deben ser:

- **Eficaz:** Debe facilitar toda la información que los promotores del proyecto puedan utilizar para analizar en profundidad todas las implicaciones de poner en marcha su proyecto, así como la información que un potencial inversor espera recibir.
- **Estructurado:** Debe tener una estructura sencilla y clara que facilite su seguimiento.
- **Comprensible:** Debe estar escrito con claridad, utilizando un vocabulario preciso y evitando jergas y términos muy técnicos. Las figuras y tablas deben ser simples y fáciles de entender. En resumen, debería ser fácil de leer.

1.2.3. Objetivos de un plan de negocio

La investigación de (Zorita LLoreda, 2015) nos dice que hay dos tipos de objetivos al crear un plan de negocios:

- **Objetivos internos:** Esto permite al iniciador de una oportunidad de negocio realizar un estudio exhaustivo de todas las variables que pueden afectar la oportunidad, proporcionando la información necesaria para determinar con suficiente certeza la viabilidad del proyecto. Además, después del lanzamiento, el plan de negocios sirve como herramienta interna para evaluar su progreso y desviaciones del plan.
- **Objetivos externos:** Ser una carta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceros como: bancos, inversionistas institucionales y privados, empresas de capital riesgo, organismos de control y otros actores relacionados, quienes pueden solicitar todo tipo de cosas, cooperación y apoyo financiero.

La idea de negocio debe parecer atractiva al inversor. No consiste en un folleto promocionando un producto supuestamente maravilloso, ni una especificación técnica

sino un documento de decisión que debe responder a las siguientes tres preguntas que nos hacen estos inversores o futuros socios.

1.2.4. Elementos de un plan de negocio

Según (Caurin, 2023), elaborar un plan de negocio es fundamental antes de iniciar un negocio, independientemente del ámbito de actividad o de la región donde se desarrolle la actividad. Un plan de negocios es el núcleo de nuestro negocio porque crea su base y dirección a través del análisis, la investigación, la reflexión, la organización y la planificación. La estructura de un plan de negocios consta de seis partes: resumen ejecutivo, descripción, estudio de mercado, análisis de la competencia, estrategias de marketing y financiación empresarial.

- **Resumen ejecutivo**

Esta parte del plan de negocio debe definir las necesidades de nuestra empresa, tanto en términos de capital y financiación, como de recursos materiales y humanos, y los objetivos que queremos alcanzar. Por lo tanto, independientemente de lo que se debe hacer primero, se recomienda completarlo después de haber analizado y completado el resto del plan de negocio.

- **Descripción del negocio**

Debe cubrir todo lo que hacemos, desde nuestros productos o servicios hasta el contexto actual de la industria, incluidas las proyecciones futuras.

- **Estudio de mercado**

Necesitamos involucrarnos con nuestro mercado objetivo y analizar otras empresas de la industria para descubrir qué nos destaca y qué nos diferencia. Aparte de las estrategias de marketing que debemos implementar para llegar a nuestro público objetivo.

- **Análisis de la competencia**

Identificar las fortalezas y debilidades de los competidores clave para que podamos desarrollar estrategias favorables para nuestro negocio e identificar debilidades que pueden convertirse en obstáculos a superar.

- **Estrategias de marketing**

Definir las actividades promocionales es clave para incrementar el alcance de nuestro producto y llegar a clientes potenciales. Si queremos vender, tienen que conocernos. Para ello, todas estas decisiones deben convertirse en un plan de marketing para alcanzar los objetivos marcados.

- **Financiamiento empresarial**

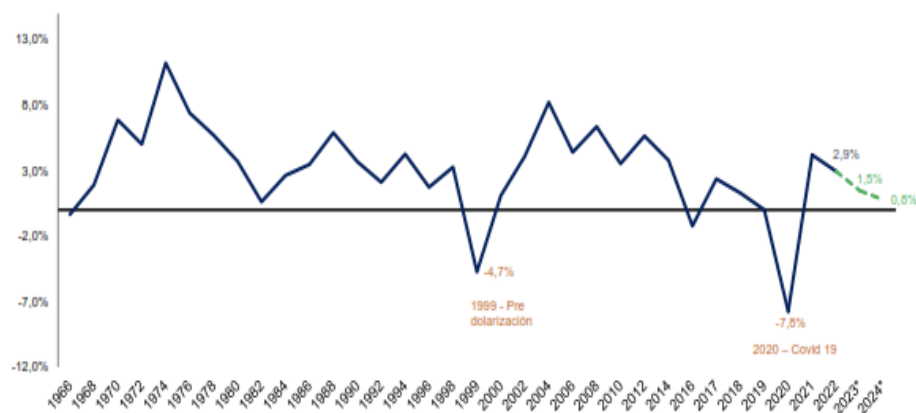
Se encuentra en la última parte del plan de negocios, pero es crucial para la supervivencia del negocio. Esta sección debe incluir todo, desde los costos iniciales y fijos hasta los costos de producción, así como una estimación aproximada de los ingresos basada en el precio del producto o servicio y el volumen de ventas objetivo. Además, debemos preguntarnos si necesitamos financiación externa, lo que requiere convencer a los inversores y desarrollar estrategias para conseguirlo.

1.2.5. Análisis Macroeconómico

En la más reciente crisis desencadenada por la pandemia de COVID-19, la economía ecuatoriana se contrajo hasta alcanzar su nivel más bajo en la historia, superando incluso el impacto del periodo de dolarización, con una reducción del 7,8% en 2020. Actualmente, la economía se encuentra en una etapa de desaceleración. Según datos del Banco Central del Ecuador se proyecta que el año 2023 cerrará con un crecimiento del 1,5%, y se espera un 0,8% en 2024. A continuación, se ilustra en el gráfico la evolución del crecimiento económico del Ecuador (Asobanca, 2023).

Figura 2

Evolución del crecimiento económico del Ecuador en porcentaje



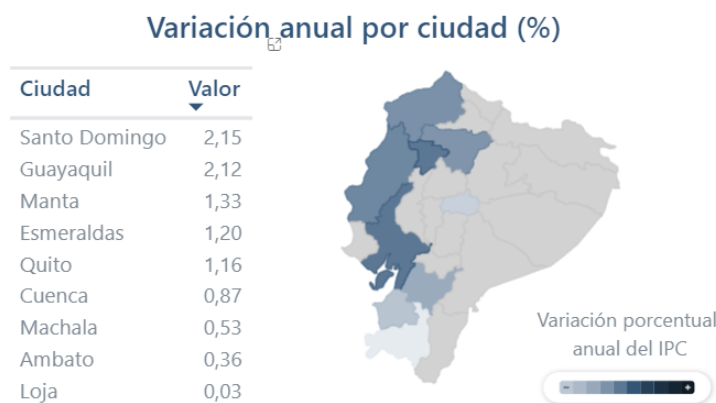
Nota: Tomado del Banco Central del Ecuador - (Asobanca, 2023)

- **Inflación del Ecuador**

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador nacional mensual de nueve ciudades que mide los cambios en el nivel total de precios a lo largo del tiempo, respondiendo al consumo final de bienes y servicios de los hogares en las categorías de ingresos: alto, medio y bajo. los que viven en una zona urbana del país (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023). A continuación, se muestra la variación anual de las ciudades más importantes del país para el mes de diciembre de 2023.

Figura 3

Inflación anual por país - Variación porcentual anual del IPC



Nota: Adaptado a la variación anual por ciudad, (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023)

- **Inflación de la Construcción**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023) el Índice de Precios de la Construcción (IPCO) es un indicador que mide mensualmente la evolución de los precios, a nivel de productor y/o importador, de los materiales, equipo y maquinaria de la construcción para ser aplicados en las fórmulas polinómicas de los reajustes de precios de los contratos de la obra pública, de acuerdo a lo que dispone el Art. 83 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, vigente a partir del 4 de agosto del 2008. (el período base es abril 12/2000 = 100.00)

- **Riesgos País**

El riesgo soberano de Ecuador se ubicaba en 1.879 puntos el 18 de enero de 2024. Este es el nivel más bajo medido durante el gobierno de Daniel Noboa. En la última jornada, el riesgo soberano cayó 31 puntos de 1910 a 1879. Se trata así del nivel más bajo del indicador durante el actual reinado, que será bimestral el 23 de enero. El riesgo

soberano es un indicador que mide la probabilidad de que un país incumpla con su deuda externa. Cuanto mayor es el riesgo soberano, mayor es la probabilidad de impago, tal como la perciben los inversores (Primicias, 2024).

Figura 4

El Riesgo País del Ecuador, enero 2024



Nota: Tomado de Riesgos país de (Primicias, 2024)

- (1) Corte Constitucional da paso al juicio político.
- (2) Declaratoria de la muerte cruzada.
- (3) Victoria de Daniel Noboa en las elecciones presidenciales.
- (4) Daniel Noboa habla de un posible default en los mercados de Estados Unidos.
- (5) Envío de la reforma tributaria del presidente Daniel Noboa a la Asamblea.

- **Producto Interno Bruto**

De acuerdo con Goikoetxea Ferrández et al., (2017), el PIB es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un determinado período de tiempo. Si el país quiere progresar de año en año, este valor debe aumentar. Dicen que la economía debe crecer.

El Banco Mundial rebajó su previsión de crecimiento del producto interior bruto (PIB) para 2024 al 0,7%. En octubre de 2023, la unidad económica pronosticaba un resultado del 1,9% para el año en curso (Ángulo, 2024).

1.2.6. Análisis del Entorno

Ubicación del Centro Recreacional:

El centro recreacional se proyecta construir en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, vía Ballenita frente al Terminal Terrestre Regional Sumpa de Santa Elena, sector Barrio Los Caracoles.

Servicios cercanos: Terminal Terrestre, Mi Comisariato, Tuti, Estación de Servicios TERPEL, Urbanizaciones cercanas.

Servicios básicos: Red de Agua Potable, Alumbrado Público, Energía Eléctrica, Internet.

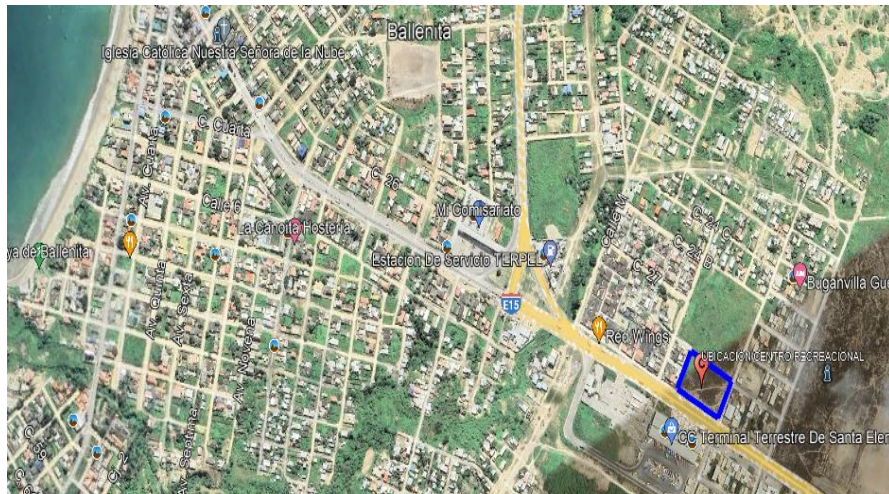
Vías de acceso: Vía Principal Ballenita, Ruta del Spondylus.

Transporte Público: Todas las Cooperativas de Transporte Público como las siguientes Libertad Peninsular (CLP), Costa Azul (Cica), Liberpesa, Baños, Esmeraldas, Manglaralto y Reales Tamarindos, transportes intercantonales Manantial de Guangala, Tralisansa, 2 de noviembre, Rutas Peninsulares, Santa Rita, Citup, Horizonte Peninsular, Trancisa, Trunsa, Unificación Peninsular.

Terreno: El Lote baldío está ubicado frente al Terminal Terrestre Regional Sumpa de Santa Elena a un costado de la Vía principal Ballenita-Ruta del Spondylus, de forma rectangular de 120 m de frente por 75 m de fondo, en total 9000 m².

Figura 5

Ubicación del Centro Recreacional



Nota: Ubicación Tomada de (Google Maps, 2024)

1.2.7. Cinco Fuerzas de Porter

Según Michaux & Cadiat, (2016) el modelo de las cinco fuerzas de Porter demuestra ser una herramienta importante para analizar y distinguir la estructura competitiva de una industria. Con esta sencilla y potente herramienta de análisis, podrá identificar la competencia de una empresa en el sentido más amplio de la palabra y comprender hasta

qué punto es probable que perjudique la capacidad de la empresa para obtener beneficios.

Un análisis completo examina cinco fuerzas: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de sustitutos, la amenaza de entrantes y la competencia entre competidores (dentro de la industria), operando los primeros cuatro elementos de forma independiente. entre sí aumentando las competencias existentes en el campo.

➤ **Poder de negociación de los clientes**

Cuando los clientes tienen un alto poder de negociación, ejercerán más presión sobre la empresa en términos de precios, porque intentarán bajar los precios, exigir mejor calidad y mejores servicios. Tal comportamiento aumenta los costos, crea competencia entre otras empresas que operan en la misma industria y puede reducir la rentabilidad de la empresa o de la línea de negocio. Desarrollando este modelo de negocio, se observó que el poder de negociación de los compradores es relativamente alto porque existen varias opciones en el mercado, pero al mismo tiempo ya existe un precio estable para vender los productos entradas.

➤ **Poder de negociación de los proveedores**

Cuando un proveedor tiene poder de negociación, busca obtener mejores ganancias para su negocio cobrando precios más altos, limitando la calidad o los servicios o transfiriendo los costos a los consumidores intermedios y, por lo tanto, a los usuarios finales. En cuanto a la atención al cliente en el centro recreativo, el poder de negociación de los proveedores es relativamente bajo, basándose en los siguientes hechos:

- Existen muchos proveedores de materiales de construcción.
- Hay muchas profesiones que pueden realizar un proyecto, tanto arquitectos como ingenieros.
- Proveedores de alimentos y bebidas
- Existen diversas orquestas y grupos musicales.
- Proveedores de servicios de seguridad.

➤ **Amenaza de nuevos productos sustitutos**

Según los estudios realizados, hay centros recreacionales donde no son tan populares como los centros de entretenimiento, por lo que el riesgo de es relativamente pequeño.

➤ **Amenaza de competidores entrantes**

El mercado es de naturaleza dinámica y constantemente nuevas empresas e inversores añaden nuevos productos o servicios. Cuando una nueva empresa ingresa a una industria, trae consigo nuevos talentos y el deseo de ganar participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los costos, los precios y el aumento de la inversión necesaria para competir. Este riesgo es alto cuando otros inversores se dan cuenta de que existe un mercado inexplorado para ello. Entonces, cuando ven que una empresa tiene éxito con su modelo, quieren emularlo.

➤ **Competencia o Rivalidad entre competidores**

La competencia en el campo de los centros recreacionales es relativamente baja, porque hay mercado para todos y va a durar mucho tiempo, porque las barreras de entrada son altas, porque entrar en la industria requiere una fuerte inversión y know-how. El punto de partida de la competencia es la calidad del servicio y brindar a los clientes opciones variadas para su pleno disfrute.

Figura 6

Las 5 fuerzas de Porter



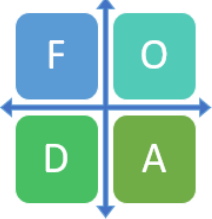
Nota: Elaborada por el autor.

1.2.8. Análisis FODA

Es una herramienta clave para evaluar la situación actual de una organización o persona en función de sus debilidades y fortalezas, así como de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno. Una vez identificados los cambios esperados en el entorno, que pueden convertirse en oportunidades o amenazas, se deben priorizar, teniendo en cuenta el momento de su ocurrencia y el nivel de impacto. Por lo tanto, no se crearía una lista simple de fortalezas y debilidades importantes de la institución, sino que se basaría en la definición preliminar de los aspectos clave necesarios en el futuro en función de los requisitos del entorno organizacional. Identificar fortalezas y debilidades requiere identificar los factores críticos de éxito que son importantes para lograr la visión y propuesta de valor previstas y que los clientes deben capturar, con el criterio de que la gestión de la estrategia es un proceso continuo (Sánchez Huerta, 2020).

Figura 7

Análisis FODA

	AMENAZAS A1: Permisos legales (Ambientales y Funcionamiento). A2: Empresas competidoras nuevas (Complejos deportivos). A3: Traslado de equipos recreacionales (Restricciones y percances). A4: Cambios de necesidades del cliente. A5: Inestabilidad política local, generan obstáculos por impuestos elevados en inversiones privadas en el desarrollo en la comunidad.	OPORTUNIDADES O1: En la comunidad el mercado de la construcción y economía generando crecimiento económico. O2: Reconocimiento local por la tecnología y equipos que garantizan mejores productos y servicios ante la competencia con otras empresas. O3: Mayor demanda por la comodidad. O4: De ser una empresa nueva. O5: Seguridad y Confiabilidad.
FORTALEZAS	A-F: Estrategia Defensiva	O-F: Estrategia Ofensiva
F1: Personal calificado, hacen que se una empresa innovadora. F2: Marca única registrada. F3: Clientes potenciales en Infraestructuras nuevas. F4: Buena ubicación para acceso. F5: Imagen corporativa muy valorada. F6: Ambientes adecuados F7: Conocimiento del mercado F8: Vocación de servicio	A1, A2-F1: Solucionar problemas en la empresa internos y externos. A3-F4: Buscar rutas de acceso rápido para ingreso y salida. A4-F3: Realizar conversaciones con clientes del sector público y privado acerca de los productos y servicios de la empresa. A2-F2: Incrementar la participación en el mercado a precios competitivos y de calidad. A5-F3: Crear programas y convenios con el gobierno y autoridades locales que permitan a instituciones asociarse con una tasa de impuesto baja.	O1-F1: Garantizar el servicio y promocionarlo a través de marketing. O2-F4: Facilitar el acceso para poder adquirir el producto O3-F3: Utilizar de la tecnología y redes sociales para ofertar la producción y comercialización de los productos y tipos de hormigón y abarcar más demanda local. O4-F2: Fortalecer a la empresa como el número uno de la zona, por contar con una adecuada infraestructura y personal técnico calificado. O5-F5: Impulsar la preferencia de nuevos productos y servicios en base a la experiencia y conocimiento.
DEBILIDADES	D-A: Supervivencia	O-D: Reorientación
D1: Problemas financieros. D2: Competitividad con empresas grandes. D3: Estar desactualizado, por falta de capacitaciones para el personal. D4: No cumplir con los objetivos establecidos. D5: Mala comunicación interna. D6: Señalización.	A3-D1: Buscar Recursos de financiamiento en bancos o cooperativas. A2-D2, D3: Estudiar a las empresas competidoras A3-D4: Cumplir con los tiempos de entrega de productos o pedidos. A4- D5: Brindar una adecuada comunicación interna y externamente. A3-D6: Definir funciones específicas de las actividades en la empresa.	O1-D1: Establecer estrategias de finanzas. O2-D2: Usar un adecuado Marketing para darse a conocer ante la localidad y de otras empresas. O3, O4-D3: Capacitar permanente y de forma continua al personal de la empresa. O5-D4: Cumplir con los objetivos programados de la empresa. O5-D6: Mantener el orden y normas establecidas por la empresa.

Nota: Elaborada por el Autor

1.2.9. Estudio del Mercado

La investigación de mercado es una investigación que tiene como objetivo conocer las preferencias de un determinado sector empresarial y evaluar las necesidades y hábitos del grupo objetivo. Esta tecnología es perfecta para desarrollar ofertas personalizadas para las necesidades de los consumidores y de marketing (Pursell, 2023).

Por otro lado, (Prieto Herrera, 2021) menciona, refiriéndose a la American Marketing Association (2015) que “investigación de mercados significa la recopilación, tabulación y análisis de datos útiles para gerentes y especialistas en marketing para tomar decisiones. Su propósito es producir actividades de marketing para el posicionamiento y éxito de la empresa.

La investigación de mercado sobre la creación del centro recreacional en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena es por tanto un proceso mediante el cual se recopila información en el sector barrial Los Caracoles, y con esta podemos conocer las ventajas y desventajas de las opiniones de los vecinos y de las instituciones del concejo municipal en el año 2024 sus factores importantes respecto a la constitución de la empresa, productos. que exigen más regularmente, los precios que están dispuestos a pagar, sus gustos y preferencias por las marcas, entre otros factores. Su propósito es garantizar la toma de decisiones y una comprensión clara del panorama empresarial al que se enfrenta el implementador del proyecto.

➤ Análisis de la Oferta y Demanda

Oferta

Según (Atucha & Gualdoni, 2018) La cantidad de bienes o servicios que los productores quieren ofrecer a un precio y condición determinados en un momento determinado es relativa al precio de ese bien, cuanto mayor sea el precio de un bien a un precio determinado, más rentable será. producir o productores o empresa. La oferta está determinada por factores como el costo del capital, la calidad del producto, la mano de obra y la combinación óptima de dichos recursos. De esta manera, un aumento en el precio de un bien aumenta la cantidad ofrecida.

Factores que determinan la oferta

El precio:

De acuerdo con Riquelme, (2024) cuando el precio aumenta, la cantidad ofrecida aumenta y viceversa. El precio de la entrada a un centro recreacional o parque se mide por horas o días trabajados.

Costos de producción:

Cuando los costos de producción aumentan, la oferta disminuye y viceversa. Cuando hablamos de costos de los recursos de producción, nos referimos a todos los costos relacionados con el proceso de producción, salarios, precios de materiales e insumos de producción, intereses, rentas, etc. (Riquelme, 2024)

Dado a que en la actualidad se tiene un incremento de áreas recreativas tanto privadas o públicas se ha convertido en un esparcimiento social de manera masiva.

La tecnología:

Riquelme, (2024) Cuando se introducen mejoras en la tecnología de producción, por lo general, se observa un incremento en la cantidad de productos disponibles en el mercado.

Los equipos recreativos actuales vienen con nuevas funciones que permiten trabajar con un mejor rendimiento.

Expectativas:

Si se tiene la expectativa de un aumento a corto plazo el precio del bien, la oferta aumentará, y viceversa (Riquelme, 2024).

Número de productores:

Si la cantidad de productores que ofrecen sus productos aumenta, la oferta también se incrementará, y lo contrario ocurrirá si hay menos productores disponibles en el mercado (Riquelme, 2024).

El número de importadores ha subido en los últimos años y se da facilidades de crédito para adquirir estos equipos pesados.

Impuestos y subsidios:

Cuando se imponen cargas fiscales más altas, la cantidad de bienes ofrecidos disminuye, y si se otorgan apoyos financieros para la producción de un artículo, la oferta aumenta (Riquelme, 2024).

Demanda

La demanda del mercado proporciona información sobre los productos y servicios que un grupo de personas en un mercado particular necesita, influenciada por intereses, necesidades y tendencias (Frederick, 2023).

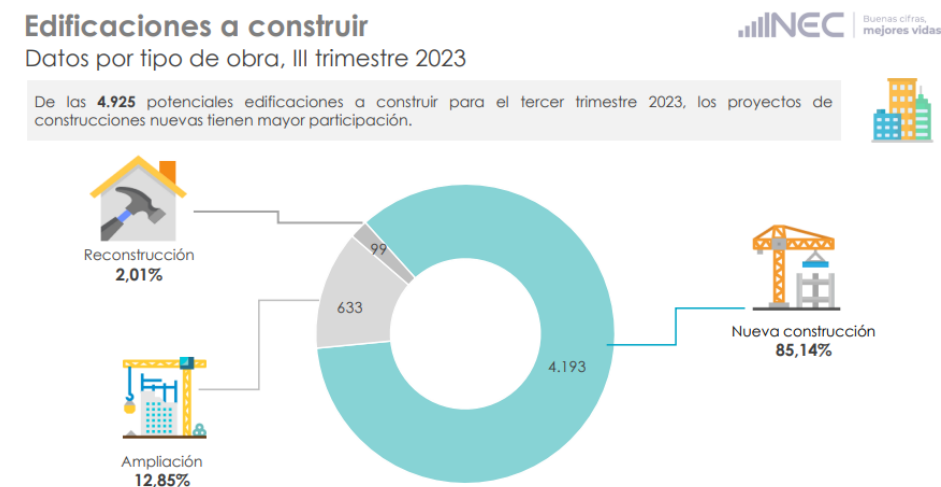
De los 2.488 permisos de construcción, está prevista la construcción de 4.925 edificios y 5.651 apartamentos. Los cuales disminuyeron un 37,58% y un 37,36% respecto a los del tercer trimestre de 2022.

El destino principal de los edificios es residencial, de los cuales el 81,16% son residenciales, la mayoría de los cuales están ubicados en el conjunto residencial y el 18,84% son edificios ubicados en el complejo.

El tipo de obra predominante corresponde a obra nueva el 85,14% (4.193) del total de edificaciones. En cambio, el 12,85% (633) son 4.444 altas y el 2,01% restante (99) son conversiones. El área total designada para futuras construcciones es de 1,81 millones de m² (Estadísticas de Edificaciones (ESED), 2023).

Figura 8

Construcciones nuevas



Nota: Tomado de (Estadísticas de Edificaciones (ESED), 2023)

Al término del tercer trimestre del 2023 los números de permisos de construcción disminuyó 3n 37.78% con relación al mismo trimestre del año 2022.

Figura 9

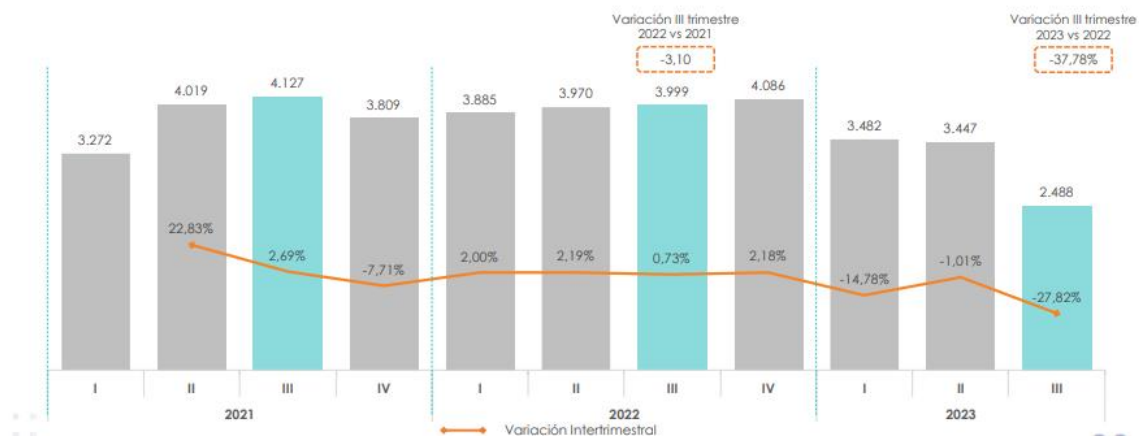
Permisos de Construcción

Permisos de construcción

Datos trimestrales 2021 - 2023.

INEC Buenas cifras, mejores vidas

Al tercer trimestre del 2023, el número de permisos de construcción disminuyó en 37,78% en relación al mismo trimestre del año 2022.



Nota: Tomado de (Estadísticas de Edificaciones (ESED), 2023)

1.2.10. Evaluación de componente técnico y arquitectónico

En el ámbito de los equipos y maquinaria necesarios para el mantenimiento del trabajo patronal, se deben aplicar ciertas condiciones mínimas para prevenir y controlar la contaminación, debido a que se utilizan máquinas pesadas como tierra (libre de polvo), combustibles, etc. afecta la salud del grupo de trabajo.

En áreas administrativas, baños y cocinas, el contratista deberá instalar sistemas de limpieza y disposición de grasas y aguas residuales (cajas de registro) para que posibles fugas y salpicaduras de grasas y aguas residuales no contaminen el área de uso. En el aparcamiento, el empresario deberá disponer de espacio suficiente para que los vehículos puedan circular y evitar accidentes (MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS Y COMUNICACIONES, 2002)

Esta área incluirá: Un estacionamiento, canchas deportivas, canchas de usos múltiples, juegos infantiles, áreas administrativas, área de comedor, áreas verdes, baños (masculinos, femeninos), área de mantenimiento. Las dimensiones del terreno son de 75

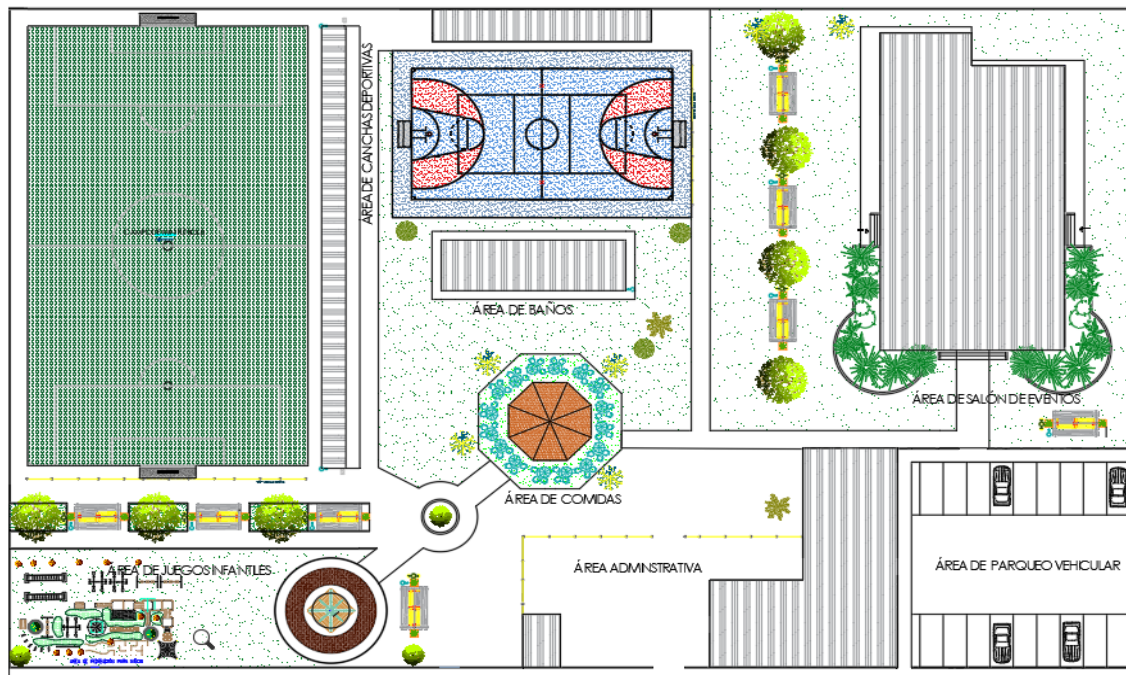
metros de largo por 120 metros de ancho. La construcción del centro de recreación se basa en las especificaciones de la Norma Ecuatoriana de Construcción (NEC15).

- **Facilidades de los Servicios Básicos:** En el sector donde se ubica las instalaciones del centro recreacional cuenta con todos los servicios básicos: red de agua potable, energía eléctrica, internet, alcantarillado.
- **Ubicación referente a proveedores y clientes:** el centro recreacional se encuentra en localizado en Vía Principal Ballenita, frente al Terminal Terrestre Regional Sumpa de Santa Elena, sector Barrio Los Caracoles. A su alrededor se encuentran varios servicios como el Mi Comisariato, Tuti, Gasolinera Terpel y más servicios.
- **Facilidades de transporte:** cuentan con todas las líneas y cooperativas de transporte debido a que se encuentra localizada frente al terminal terrestre.
- **Regulaciones locales:** Las instalaciones del centro recreacional cumplen con las Normas Ecuatorianas de Construcción (NEC15), mobiliario, línea de fábrica y registro de propiedad del Cantón Santa Elena. Se cancela los impuestos prediales correspondientes.
- **Situación Laboral de la localidad:** Se siguen las leyes laborales correspondientes al Código del Trabajo Ecuatoriano. Debido al clima caluroso por estar en la zona del Litoral, el trabajo en esta área comienza temprano en la mañana a las 8:00 a. m. y termina a las 5:00 p. m. pero tratándose de un centro de reacciones se extiende hasta las 10 p. m. con horarios y turnos y para un almuerzo de una hora. Los trabajadores se les cancelaran quincenal o mensualmente su remuneración salarial. El personal cuenta con dotaciones de seguridad y de información para guiar a los clientes.
- **Área requerida:** Las instalaciones están ubicadas en un terreno de 8700 metros cuadrados. Cuenta con estacionamiento vehicular, áreas deportivas, juegos infantiles, áreas administrativas (oficinas), patio de comidas, áreas verdes, baños (masculinos, femeninos), área de mantenimiento
- **Tipo de construcción:** el tipo de construcción será de pórticos de hormigón armado y pórticos de acero con mampostería de bloque, o mixta dependiendo el área a construir como oficinas baños, kioskos móviles, etc.

- **Servicios especiales:** contarán con conexiones de energía de 220V para aire acondicionado en áreas que lo ameriten como oficinas, mientras que el resto es área abierta.
- **Ventilación, iluminación:** como se trata de un espacio abierto en su mayor área estas tendrán ventilación natural, excepto las áreas cerradas que se necesitan de aires acondicionados tendrán iluminaciones en puntos estratégicos, así como en los postes en el ingreso y áreas deportivas.
- **Rutas de acceso:** Las instalaciones cuentan con vías de acceso asfaltadas, iluminadas ya que es la Vía Principal a Ballenita y Ruta del Spondylus.
- **Beneficios y estímulos tributarios para la localización Ley Orgánica de Régimen Tributario Internos LTRI - Art 9.3 Exención del Impuesto a la Renta** en desarrollo de proyectos públicos en asociación público-privada gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante el plazo de diez años contados a partir del primer ejercicio fiscal en el que se generen ingresos operacionales establecidos dentro del objeto de la APP.
- **Visualización preliminar del Centro Recreacional**

Figura 10

Distribución de áreas complejo recreacional



Nota: Elaborada por el Autor

1.2.11. Análisis de Costos

➤ Inversión inicial

Estos son los recursos o la cantidad de dinero que una empresa necesita para despegar y cubrir los costos operativos y de producción.

➤ Depreciación

Desde el punto de vista de INACAP - Instituto Nacional de Capacitación Profesional, (2017) la depreciación es un mecanismo mediante el cual se identifica el desgaste causado por el uso de los bienes (elementos fijos). Si un activo se utiliza para generar ingresos, normalmente se desgastará a lo largo de su vida económica y eventualmente lo dejará inutilizable.

➤ Venta de activos

De acuerdo con (Santamaría, 2023) las ventas activas son una de las formas más efectivas y sencillas de reorganizar un negocio y, a menudo, innumerables empresas las utilizan para crear valor en sus negocios.

Este tipo de actividad es útil para aquellos grupos empresariales que quieran: realizar una integración vinculando diferentes áreas de negocio, organizar diversas actividades para mejorar la gestión de la empresa adquirida; o preparar negocios para futuras adquisiciones por parte de terceros.

➤ Costo Total

Como lo definen Pérez Porto & Merino, (2022), el concepto de costos totales se refiere a todos los costos de la empresa. Esta es la suma de los costos variables (que cambian a medida que cambia el volumen de producción).

➤ Costo variable

Son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que una empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de producción, mayor será el valor de los costos variables (Torres, 2023).

➤ Costo Fijo

En este contexto, son los que no cambian cuando hay pequeños cambios en el nivel de actividad de la empresa. Los costos variables, por otro lado, cambian con los cambios en los volúmenes de producción (Pérez Porto & Merino, 2022).

➤ Estrategia Comercial

En el plan Estratégico comercial debe describir lo que se ofrecerá el servicio de alquiler de cancha sintéticas, servicios de comidas y de todos los servicios que este centro recreacional tiene mediante el uso de las redes sociales, publicidad en periódicos, pancartas publicitarias, pautas televisivas.

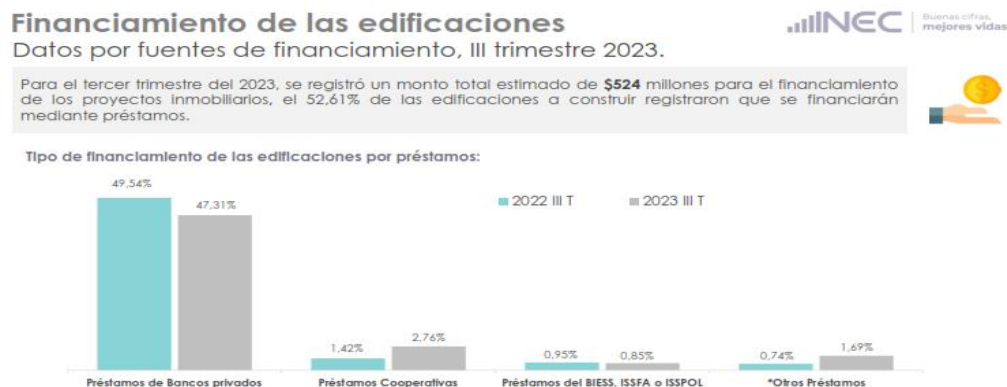
➤ Estrategia Financiera

El Banco Central del Ecuador (BCE) presentó los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales, correspondientes al tercer trimestre de 2023, las cuales por primera vez utilizan la nueva metodología de base móvil, que considera como año de referencia el 2018. Para el tercer trimestre de 2023, la economía ecuatoriana registró un crecimiento de 0,4% en comparación con el mismo trimestre de 2022, la formación bruta de capital fijo mostró una disminución de 5,6%, relacionada con una reducción en el sector de la construcción (Banco Central del Ecuador, 2023).

Para el tercer trimestre del 2023, se registró un monto total estimado de \$524 millones para el financiamiento de los proyectos inmobiliarios, el 52,61% de las edificaciones a construir registraron que se financiarán mediante préstamos.

Figura 11

Financiamiento de las Edificaciones



Nota: Tomada de (Estadísticas de Edificaciones (ESED), 2023).

➤ **Rentabilidad**

Es una expresión que se aplica a todas las actividades económicas en las que se reúne dinero y recursos con fines de lucro. Generalmente, es una medida del retorno de la inversión durante un período de tiempo. Es decir, es el resultado que se obtiene al comparar la ganancia neta obtenida con el capital invertido para obtenerla (Muñoz Tavella, 2021).

➤ **Estrategia Legal**

Dentro de la estrategia legal están las ordenanzas Municipal 243. Cantón Santa Elena: Sustitutiva que reglamenta el uso y ocupación de la vía pública. Capítulo 4, Art. 11-14; y el Reglamento a la ley orgánica Sistema Nacional de Contratación Pública, Cap. 2, Art. 34.

➤ **Valor Actual Neto (VAN)**

Como expresa Business Review, (2021) en su libro, el valor presente neto (VAN) resulta ser una medida financiera utilizada para calcular el valor presente de los flujos de efectivo generados por el proyecto, a estos valores se les descuentan intereses. Si el valor neto es positivo, significa que el proyecto puede ser rentable porque los ingresos futuros superan el coste y la inversión inicial. Si el valor neto es negativo, el proyecto puede no ser rentable.

➤ **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa de interés a la que el valor actual neto (VAN) es cero, es decir, es la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos de efectivo futuros con la inversión inicial. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto puede considerarse factible y rentable.

Es importante recordar que el análisis financiero debe considerarse junto con otros aspectos del plan de negocios, como el análisis de mercado y los aspectos estratégicos. Además, las tasas de descuento y las proyecciones de flujo de efectivo deben ser razonables y realistas para obtener resultados confiables (Business Review, 2021).

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1. Contexto de la investigación

La presente investigación está enfocada en realizar un plan de negocios para la creación de un centro recreativo en el sector Los Caracoles del cantón Santa Elena, sector Vía Ballenita que como señala Quinde Pozo, (2019), se ubica en cercanía del terminal terrestre de Santa Elena el cual fue inaugurado en el año 2013; oficialmente nombrado como “Terminal Terrestre Regional SUMPA” y a la Ruta del Spondylus.

2.2. Diseño y alcance de la investigación

Citando a Garay Calixto, (2017), el estudio presenta un diseño no experimental ya que considera que es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. En otras palabras, es una investigación donde no cambiamos intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es y analizar fenómenos que ocurren en contexto natural, para después analizarlos.

Esta investigación tiene un alcance exploratorio, que como señala Ramos Galarza, (2020), es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características y se puede utilizar tanto el método cualitativo, como cuantitativo. En este caso se investigará la zona de estudio para verificar si existe o no un lugar adecuado para la creación de este centro recreativo.

Tabla 1

Cuadro de Variables Independiente y Dependiente

Variables	Descripción	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala
INDEPENDIENTE	Oferta y Demanda del Centro Recreativo	Citando al sitio web Comunidad de Madrid (2023) define que las áreas recreativas son zonas públicas de fácil acceso que están acondicionadas para proporcionar servicios básicos para el uso recreativo de los espacios naturales.	Encuesta	Población Sector	Muestra/Habitantes
				Centro Recreativos Cercanos	Distancia
	Diseño Arquitectónico	Estas instalaciones, tienen características propias, en general cuentan con zona de estacionamiento, mesas y asientos.	Modelo/Diseño	Funcionalidad Arquitectónico	Escala numérica de la razón
				Organizacional	
Viabilidad Económica			TIR	Rentabilidad	%
			VAN	Económica	\$
DEPENDIENTE	Plan de Negocio	Tal como sostiene Hubspot (2023), un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. También puede incluir el personal clave para lograr los objetivos y un cronograma.	Factibilidad Social	Población Sector	Muestra/Habitantes
			Factibilidad Técnica	Modelo/Diseños	Escala numérica de la razón
			Factibilidad Económica	Área del Proyecto	m2
				Costos	\$

Nota: Elaborada por el Autor.

2.3. Tipo y métodos de investigación

El tipo que se utilizó en la presente investigación es mixto, que dicho con palabras de Castro & Godino, (2011), el investigador basa la indagación sobre el supuesto de que la recogida de diversos tipos de datos proporciona una mejor comprensión del problema de investigación. El estudio comienza con una amplia encuesta con el fin de generalizar los resultados a una población y después, en una segunda fase, se centra en entrevistas abiertas y cualitativas para conocer los puntos de vista detallados de los participantes. El estudio que se lleva a cabo es en el sector los Caracoles donde se recogerán datos de encuestas realizadas a los habitantes con la finalidad de saber que tan beneficioso sería un centro recreativo, además del análisis de datos.

El estudio tiene un método hipotético-deductivo que según Mendoza Bellido, (2014), es un procedimiento general que enfatiza mucho la teoría, así como el método deductivo, pero al mismo tiempo requiere la participación crítica de la investigación empírica, como la prueba experimental de las consecuencias de las observaciones derivadas de estas hipótesis. Por estas razones, este estudio trata sobre un plan de negocios para la creación de un centro recreativo en el sector Los Caracoles donde se podrá encontrar el lugar y financiamiento más idóneo para este proyecto.

2.4. Población y muestra

- **Población**

Desde el punto de vista de Acevedo-Merlano et al., (2020), define que una población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. En este caso considerando lo expuesto la población de la presente investigación son los habitantes del sector los Caracoles y personas que lleguen al terminal terrestre.

- **Muestra**

Dicho con palabras de Gamboa Graus, (2018) la muestra es un subconjunto de la población al que se tiene acceso y debe ser representativa de esta porque sobre ella se hacen las mediciones pertinentes, de igual manera este subconjunto puede ser seleccionado mediante distintos métodos. Entonces teniendo en cuenta lo citado se considera la muestra una parte del sector los Caracoles.

Este método consistió en elegir aquellos individuos que sean adecuados para el investigador y que la población esté a su alcance, es decir. están disponibles para entrevistas y recopilación de datos; Esta técnica de muestreo también se utilizó por razones de costos y gastos. Se extrajo una muestra de una población infinita utilizando la fórmula para calcular el tamaño de la muestra, la cual muestra lo siguiente:

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la opinión de Lifeder, (2021), las técnicas de recolección de datos son mecanismos e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objetivo específico. Cada una de estas técnicas permite recopilar información de diferente tipo. Por este motivo, es importante conocer sus características y tener claros los objetivos para elegir aquellas que permitan recoger la información apropiada. Entonces se puede saber que se utilizará una técnica cuantitativa mediante encuestas, y cualitativas de entrevistas a los habitantes del sector.

En nuestro caso, consideramos la información proporcionada por los encuestados en la investigación de mercado, son clientes y personal técnico, con la que podemos obtener una comprensión más clara de las necesidades, preferencias y mejoras de este servicio.

Las técnicas y herramientas de investigación constituyen un conjunto de mecanismos, herramientas y recursos diseñados para recopilar, analizar y comunicar información obtenida a través de encuestas y entrevistas. La entrevista es la segunda herramienta de investigación más utilizada porque permite obtener información cualitativa para lograr un análisis más completo del problema (Talledo Morales & Vélez Arturo, 2018).

Según el estudio, se propuso organizar una encuesta a personas, empresas y técnicos especializados relacionados con diversos temas. Lo aplicado nos brindará datos confiables e información precisa para determinar si el negocio es rentable.

2.5.1 Encuesta Piloto Demanda

1. ¿Con qué frecuencia visitarías un centro recreacional si se abre uno en tu localidad?

- a) Todos los días
- b) Varias veces a la semana

- c) Una vez a la semana
- d) Una vez al mes
- e) Raramente
- f) Nunca

**2. ¿Qué actividades te gustaría que se ofrecieran en el centro recreacional?
(Puedes seleccionar más de una opción)**

- a) Deportes (fútbol, baloncesto, etc.)
- b) Actividades acuáticas (piscina, clases de natación, etc.)
- c) Actividades al aire libre (senderismo, ciclismo, etc.)
- d) Actividades educativas (talleres, conferencias, etc.)
- e) Otras (por favor especifica)

3. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la entrada al centro recreacional?

- a) Menos de \$1,00
- b) Entre \$1,00 y \$1,50
- c) Entre \$1,50 y \$2,00
- d) Más de \$2,00
- e) No estaría dispuesto a pagar

4. ¿Qué horario preferirías para el centro recreacional?

- a) Mañana (8:00 AM - 12:00 PM)
- b) Tarde (12:00 PM - 5:00 PM)
- c) Noche (5:00 PM - 9:00 PM)
- d) Todo el día

5. ¿Te gustaría que el centro recreacional ofreciera servicios de comida y bebida?

- a) Sí
- b) No

c) No estoy seguro

6. ¿Preferirías que el centro recreacional estuviera orientado hacia alguna de las siguientes edades?

a) Niños

b) Adolescentes

c) Adultos

d) Personas mayores

e) Todas las edades

7. ¿Cómo te gustaría que fuera el ambiente del centro recreacional?

a) Familiar

b) Para amigos

c) Para parejas

d) Todos los anteriores

2.5.2. Encuesta Piloto Oferta

**1. ¿Qué tipo de instalaciones te gustaría que tuviera el centro recreacional?
(Puedes seleccionar más de una opción)**

a) Canchas deportivas

b) Áreas verdes

c) Zonas de picnic

d) Salones para eventos

e) Otras (por favor especifica)

**2. ¿Qué servicios adicionales te gustaría que ofreciera el centro recreacional?
(Puedes seleccionar más de una opción)**

a) Clases de deportes o actividades

b) Servicio de comida y bebida

c) Wi-Fi gratuito

d) Otras (por favor especifica)

3. ¿Qué tipo de membresía preferirías para el centro recreacional?

- a) Membresía anual
- b) Membresía mensual
- c) Pago por día de uso
- d) No estoy seguro

**4. ¿Te gustaría que el centro recreacional organizara eventos especiales?
(Puedes seleccionar más de una opción)**

- a) Competencias deportivas
- b) Clases magistrales o talleres
- c) Eventos sociales (fiestas, conciertos, etc.)
- d) No estoy interesado en eventos especiales

5. ¿Cómo te gustaría ser informado sobre las actividades y eventos del centro recreacional?

- a) Correo electrónico
- b) Redes sociales
- c) Sitio web del centro recreacional
- d) No deseo recibir información

El modelo de la encuesta se encuentra especificado en el **Anexo 1**.

2.6. Procesamiento de la evaluación: Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados para el levantamiento de información.

El proceso de la evaluación contemplará salidas a campo, mediciones, encuestas, visitas técnicas y procesos de información será el siguiente para aplicar los instrumentos de la investigación: compilación de los fundamentos; planificación de las encuestas; selección de las personas a encuestar; recolección de la información suministrada por los informantes.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para desarrollar el proyecto, uno de los primeros objetivos fue realizar un análisis de mercado, para lo cual se realizó una encuesta entre una muestra del grupo objetivo, a partir de la cual se elaboró un plan de negocios que satisficiera las necesidades del público. En este apartado se analizan los resultados de las preguntas formuladas y la información contenida en las mismas.

3.1. Análisis de demanda del servicio

3.1.1. Resultados de la encuesta

Pregunta 1

La pregunta uno sobre la frecuencia con la que se visitaría un centro recreacional permite visualizar los siguientes resultados según la Tabla 2 y la Figura 12, deja notar que el 36,25% (58 personas) visitarían una vez a la semana, 28,13% (45 personas) varias veces a la semana, 15,63% (25 personas) una vez al mes, 10,63% (17 personas) rara y finalmente 9,38% (15 personas) con frecuencia todos los días, dando el 100% de entrevistados.

Estos resultados resultan positivos, pues si bien los visitantes asisten una vez por semana y varias semanas, son una proporción de la población que respondió a la encuesta, no hay evidencia de personas que nunca hayan visitado un centro recreativo, y esto abre una oportunidad de llamar la atención sobre este grupo objetivo con el objetivo de aumentar el flujo de personas en el futuro.

Tabla 2

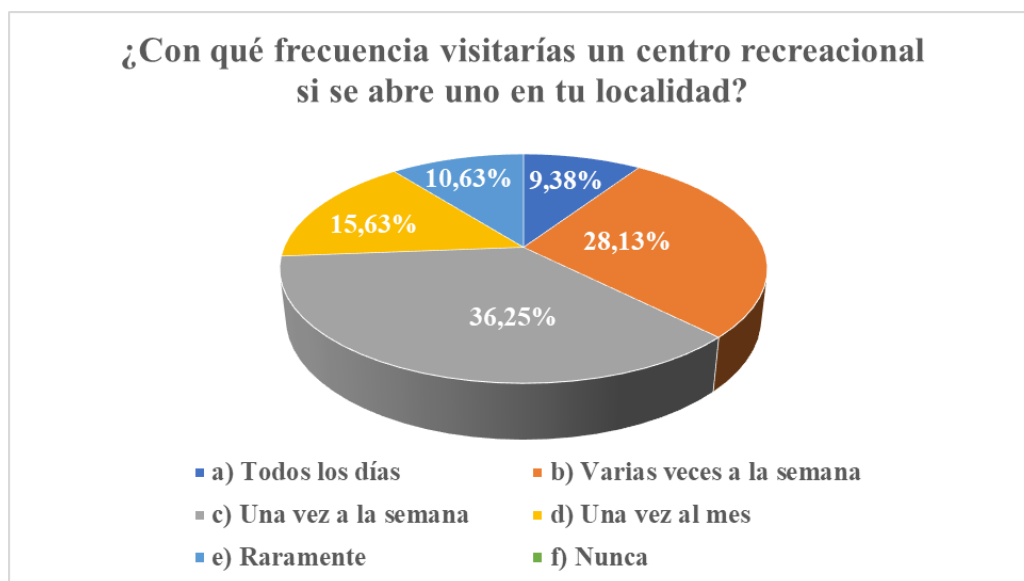
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 1

	N° de personas	Porcentaje
a) Todos los días	15	9,38%
b) Varias veces a la semana	45	28,13%
c) Una vez a la semana	58	36,25%
d) Una vez al mes	25	15,63%
e) Raramente	17	10,63%
f) Nunca	0	0,00%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 12

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 1



Nota: Elaborada por el Autor.

Pregunta 2

En cuanto a la pregunta dos en la cual se busca la información de que tipos de actividades preferenciales le gustaría que ofreciera en el centro recreacional, de acuerdo a la Tabla 3 y a la Figura 13 muestran que el 31,88% (51 personas) y el 28,75% (46 personas) piensan que los deportes como el fútbol, baloncestos entre otros y las actividades acuáticas dieron como resultados mayor porcentaje en la encuesta.

Tabla 3

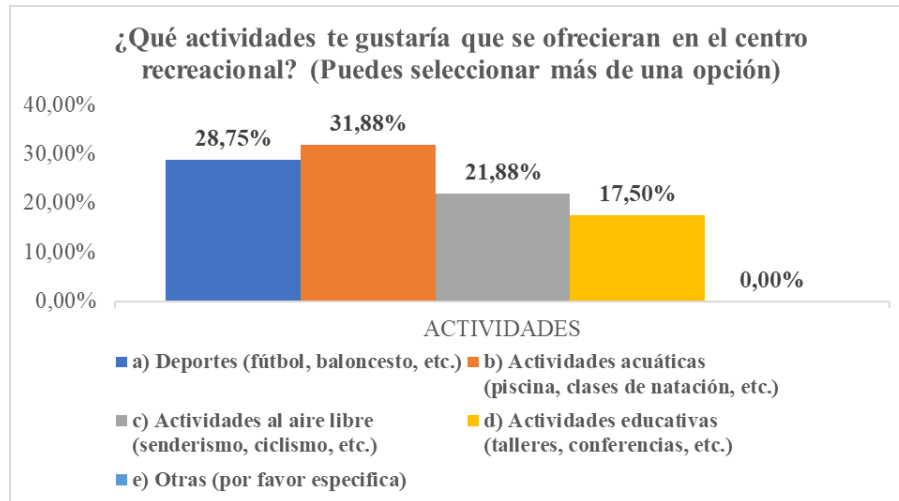
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 2

	N° de personas	Porcentaje
a) Deportes (fútbol, baloncesto, etc.)	46	28,75%
b) Actividades acuáticas (piscina, clases de natación, etc.)	51	31,88%
c) Actividades al aire libre (senderismo, ciclismo, etc.)	35	21,88%
d) Actividades educativas (talleres, conferencias, etc.)	28	17,50%
e) Otras (por favor especifica)	0	0,00%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 13

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 2.



Fuente: Elaborada por el Autor.

Pregunta 3

En la pregunta tres ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la entrada al centro recreacional?, muestra resultados de acuerdo a la Tabla 4 y Figura 14 existe un porcentaje de significativo del 45,00% (72 personas) y 25,63% (41 personas) que estarían dispuesto a cancelar una entrada con los costos planteados que van entre \$1,00 a \$2,00 dólares americanos, los resultados son importantes debido a que deja notar que, con una correcta descripción de la propuesta de valor, el cliente deja de lado el factor precio.

Tabla 4

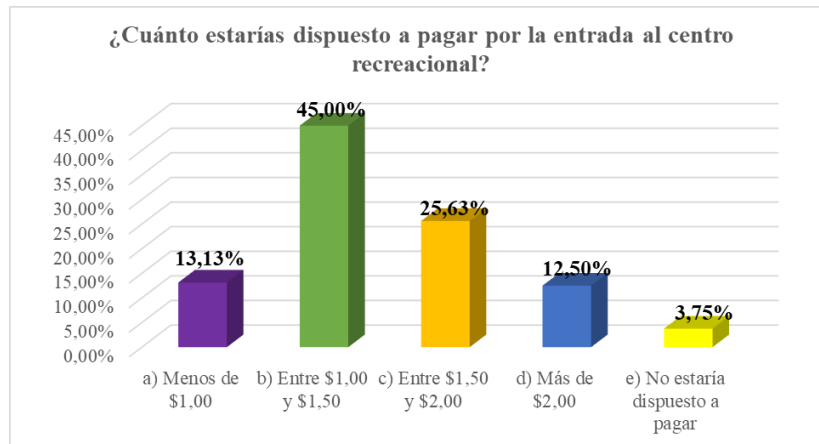
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 3

	N° de personas	Porcentaje
a) Menos de \$1,00	21	13,13%
b) Entre \$1,00 y \$1,50	72	45,00%
c) Entre \$1,50 y \$2,00	41	25,63%
d) Más de \$2,00	20	12,50%
e) No estaría dispuesto a pagar	6	3,75%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 14

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 3



Nota: Elaborada por el Autor.

Pregunta 4

En relación con la pregunta cuatro, el análisis de los resultados obtenidos durante la encuesta se muestra en la Tabla 5 y Figura 15, se destaca que un 41,25% (66 personas) expresaron su interés en que el centro recreacional este atendiendo todo el día, debido a que queda ubicado frente al Terminal Terrestre Regional Sumpa y eso generaría beneficios económicos y oportunidades para el esparcimiento social y de alta calidad.

Por otro lado, se observa que el resto de encuestados se mostraban más interesados por diferentes horarios como el 22,50% (36 personas) se inclinó por el periodo de la noche de 5:00 p.m. a 9:00 p.m., en horario de la tarde comprendido entre 12:00 p.m. a 5:00 p.m. fue seleccionado por el 21,25% (34 personas), Asimismo un 15% (24 personas) mostró interés en disfrutar el centro recreacional en la mañana de 08:00 a.m. a 12:00 p.m.

Tabla 5

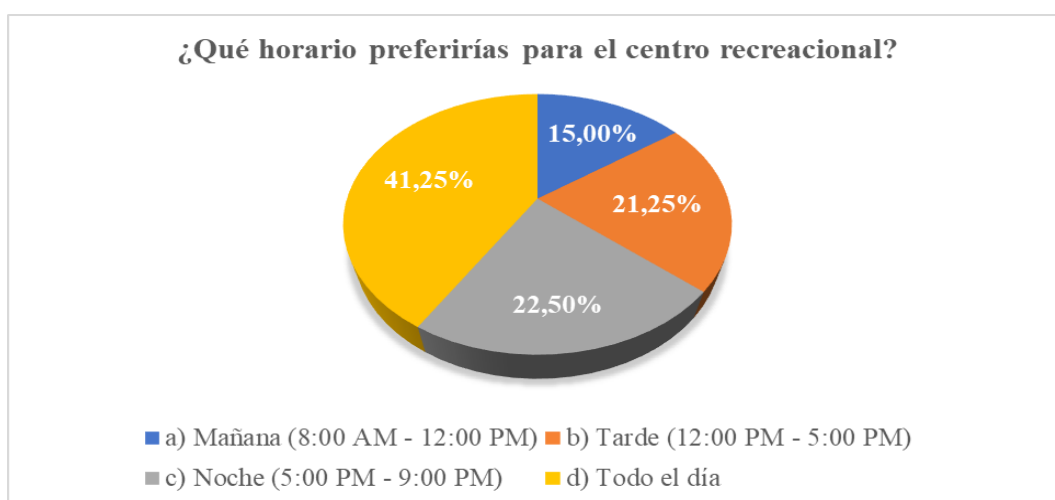
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 4

	N° de personas	Porcentaje
a) Mañana (8:00 AM - 12:00 PM)	24	15,00%
b) Tarde (12:00 PM - 5:00 PM)	34	21,25%
c) Noche (5:00 PM - 9:00 PM)	36	22,50%
d) Todo el día	66	41,25%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor

Figura 15

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 4



Nota: Elaborada por el Autor

Pregunta 5

En la Tabla 6 y Figura 16, se expresan los resultados a la pregunta cinco, estos datos sugieren que la gran mayoría de los encuestados, el 90% (144 personas) expresó su deseo de que el centro recreacional Los Caracoles ofrezca servicios de comidas y bebidas.

Solo un pequeño porcentaje, el 3,13%, indicó que preferiría que el centro no brinde estos servicios, mientras que un 6,88% expresó incertidumbre o indecisión sobre el tema. En definitiva, se puede afirmar que la mayoría de los encuestados muestran un interés positivo en la idea de contar con servicios de comida y bebida en el centro recreacional.

Tabla 6

Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 5

	Nº de personas	Porcentaje
a) Sí	144	90,00%
b) No	5	3,13%
c) No estoy seguro	11	6,88%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor

Figura 16

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 5



Nota: Elaborada por el Autor

Pregunta 6

La pregunta seis hace referencia a otro de los valores agregados, se propone la siguiente interrogante ¿Preferirías que el centro recreacional estuviera orientado hacia alguna de las siguientes edades?, según la Tabla 7 y la Figura 17 estos datos revelan que una gran mayoría, el 86,25% (138 personas), prefiere que el centro recreacional esté orientado para todas las edades.

Al mismo tiempo, hay relativamente poco interés en dirigirse únicamente a un determinado grupo de edad, ya que sólo el 3,75% (6 personas) prefiere los niños, el 6,25% (10 personas) por adolescentes y otro 3,75% (6 personas) por los adultos. Es importante señalar que nadie quería que el centro estuviera dirigido a las personas mayores.

Tabla 7

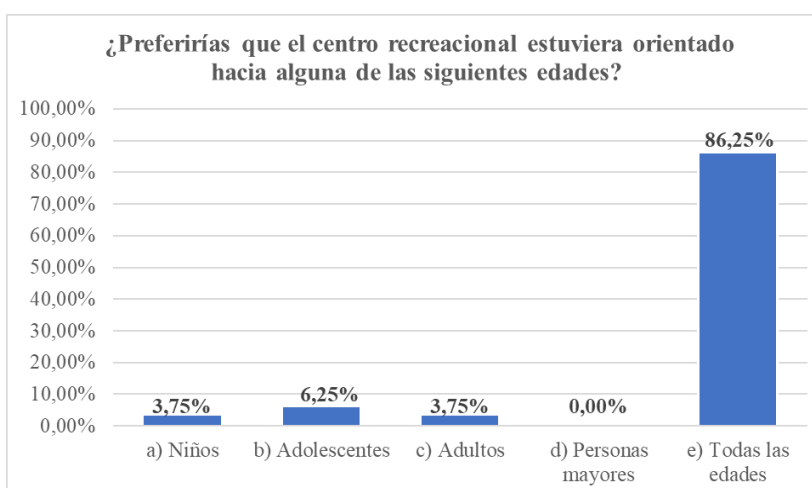
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 6

	N° de personas	Porcentaje
a) Niños	6	3,75%
b) Adolescentes	10	6,25%
c) Adultos	6	3,75%
d) Personas mayores	0	0,00%
e) Todas las edades	138	86,25%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor

Figura 17

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 6



Nota: Elaborada por el Autor

Pregunta 7

La séptima pregunta aborda las preferencias con respecto al entorno deseado del centro recreativo. Resultados más detallados se encuentran en la Tabla 8 y la Figura 18. Con base en estos datos, resulta que el 30,00% (48 personas) de los encuestados prefieren un ambiente familiar. Un porcentaje menor, 6,25% (10 personas), indicó preferencia por un ambiente amigable.

Sin embargo, la opción más elegida fue la “d” (Todos los anteriores), fue elegido por el 63,75% (102 personas) de los participantes. Este hallazgo sugiere que una gran mayoría prefiere un entorno que combine características familiares, amigables y posiblemente

amigables con la pareja. En conclusión, se puede decir que la principal ventaja es el ambiente del centro de entretenimiento, que combina claramente elementos familiares y amigables, lo que se refleja en la elección de la mayoría de las variantes que contienen todas estas características.

Tabla 8

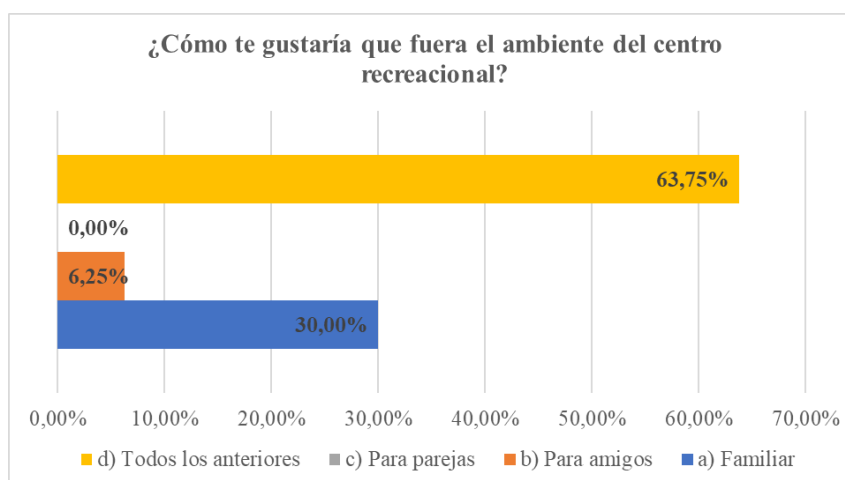
Resultados obtenidos Encuesta Demanda, Pregunta 7

	N° de personas	Porcentaje
a) Familiar	48	30,00%
b) Para amigos	10	6,25%
c) Para parejas	0	0,00%
d) Todos los anteriores	102	63,75%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 18

Resultados Porcentuales de la Encuesta Demanda, Pregunta 7



Nota: Elaborada por el Autor.

3.1.2. Análisis de Encuesta Oferta

Pregunta 1

De acuerdo con la Tabla 9 y la Figura 19, el análisis de los datos demuestra las preferencias de los encuestados con respecto a las instalaciones deseadas en el centro recreacional. La opción más popular es con un porcentaje del 36,25% (58 personas) es Canchas deportivas, lo que muestra un importante interés por el deporte.

Como segunda opción más importante son las Áreas verdes con un porcentaje altamente valoradas, con el 27,50% (44 personas) de los encuestados se interesan por la naturaleza y las actividades al aire libre. Como tercera opción con un 23,75% (38 personas) muestran interés en que también cuente con un salón para eventos.

Las Zonas de picnic obtuvieron respuestas favorables del 11,88% (19 personas) y con una respuesta minoritaria con preferencias no especificadas en las opciones predeterminadas con un porcentaje del 0,63% (1 persona).

Tabla 9

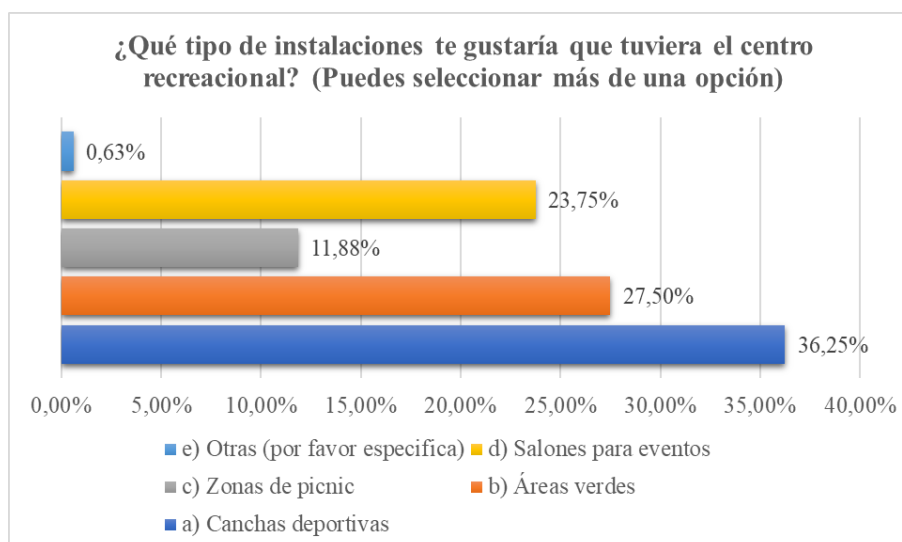
Resultados obtenidos Encuesta Oferta, Pregunta 1

	N° de personas	Porcentaje
a) Canchas deportivas	58	36,25%
b) Áreas verdes	44	27,50%
c) Zonas de picnic	19	11,88%
d) Salones para eventos	38	23,75%
e) Otras (por favor especifica)	1	0,63%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 19

Resultados Porcentuales de la Encuesta Oferta, Pregunta 1



Nota: Elaborada por el Autor.

Pregunta 2

El análisis de estos datos de la Tabla 10 y la Figura 20 resaltan las dos preferencias principales según los encuestados con respecto a servicios adicionales deseados en el centro recreacional. Entre ellas tenemos:

La opción que fue la más popular fue las clases de deportes o actividades elegida por el 43,13% (69 personas), indica un fuerte interés en la inclusión de programas de actividades físicas y deportivas como parte de los servicios ofrecidos. La segunda opción está en un porcentaje del 35,63% (57 personas) expresó interés en tener acceso gratuito a Wi-Fi en el centro recreacional. Esto sugiere que la conectividad y la accesibilidad a Internet son consideradas como servicios valiosos por una parte significativa de los encuestados.

Tabla 10

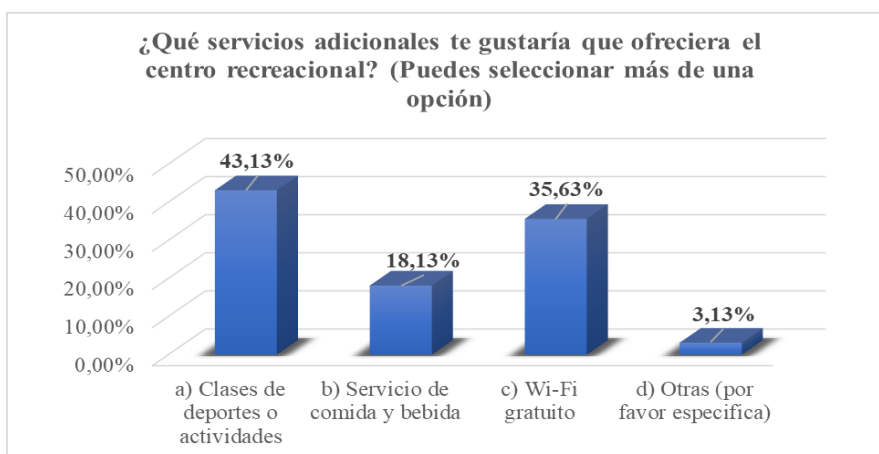
Resultados obtenidos Encuesta Oferta, Pregunta 2

	N° de personas	Porcentaje
a) Clases de deportes o actividades	69	43,13%
b) Servicio de comida y bebida	29	18,13%
c) Wi-Fi gratuito	57	35,63%
d) Otras (por favor específica)	5	3,13%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 20

Resultados Porcentuales de la Encuesta Oferta, Pregunta 2



Nota: Elaborada por el Autor. B

Pregunta 3

Para la tercera pregunta de la oferta, los resultados son igualmente alentadores, según la Tabla 11 y la Figura 21, el porcentaje es significativo, pues el 73,13% (117 personas) indican que la mayoría de los encuestados prefieren la flexibilidad de membresía que les permite pagarles sólo en los días que utilizan el centro recreativo. Este enfoque puede considerarse más conveniente y adaptable a diferentes usos.

Tabla 11

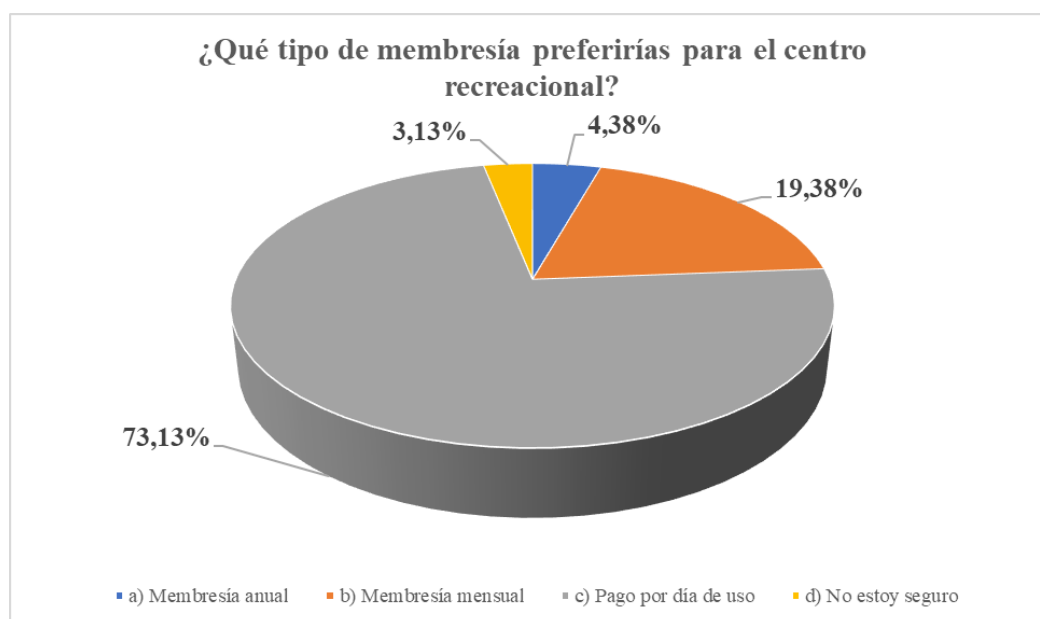
Resultados obtenidos Encuesta Oferta, Pregunta 3

	N° de personas	Porcentaje
a) Membresía anual	7	4,38%
b) Membresía mensual	31	19,38%
c) Pago por día de uso	117	73,13%
d) No estoy seguro	5	3,13%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 21

Resultados Porcentuales de la Encuesta Oferta, Pregunta 3



Nota: Elaborada por el Autor.

Pregunta 4

Respecto a la cuarta pregunta, que se refiere a la organización de eventos especiales en el centro de entretenimiento. En la Tabla 12 y la Figura 22, la interpretación de los resultados sugiere una clasificación según las preferencias. El 41,25% (66 personas) muestra gran interés en organizar competencias deportivas y el 30,63% (49 personas) en eventos sociales. Esto sugiere que los encuestados aprecian la posibilidad de realizar eventos que promuevan la interacción social y el entretenimiento en el centro de entretenimiento. Y el 25,00% (40 personas) mostró interés en organizar clases magistrales o talleres. Esto muestra apertura a eventos educativos o formativos que puedan añadir valor y versatilidad a las actividades del centro.

Tabla 12

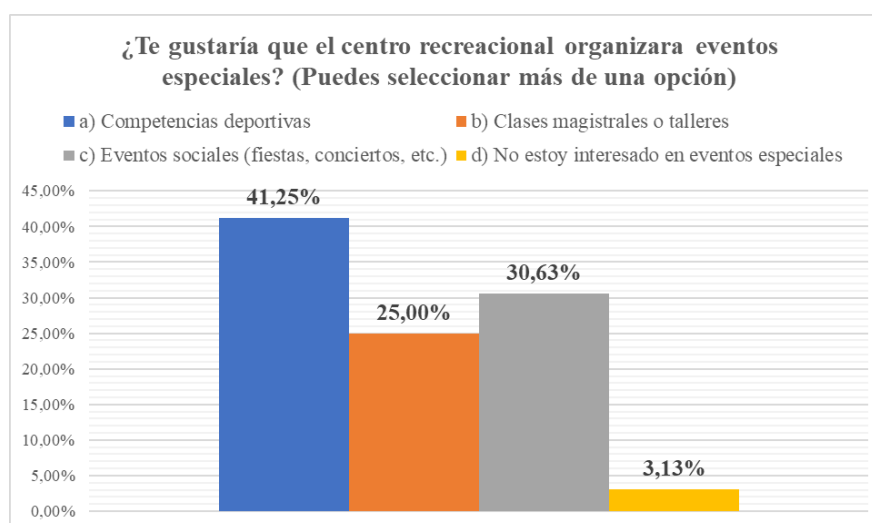
Resultados obtenidos Encuesta Oferta, Pregunta 4

	N° de personas	Porcentaje
a) Competencias deportivas	66	41,25%
b) Clases magistrales o talleres	40	25,00%
c) Eventos sociales (fiestas, conciertos, etc.)	49	30,63%
d) No estoy interesado en eventos especiales	5	3,13%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 22

Resultados Porcentuales de la Encuesta Oferta, Pregunta 4



Nota: Elaborada por el Autor.

Pregunta 5

Según la Tabla 13 y Figura 23, los resultados obtenidos de la pregunta número cinco de la encuesta de oferta, las preferencias de los encuestados, cómo quieren recibir información sobre las actividades y eventos del centro de entretenimiento, la opción preferida por la gran mayoría, 78,13% (125 personas) que quisieran recibir información a través de las redes sociales. Esto sugiere que las redes sociales son el medio más eficaz y preferido para la comunicación de eventos, lo que refleja la importancia de las plataformas sociales para informar e involucrar a la comunidad.

Tabla 13

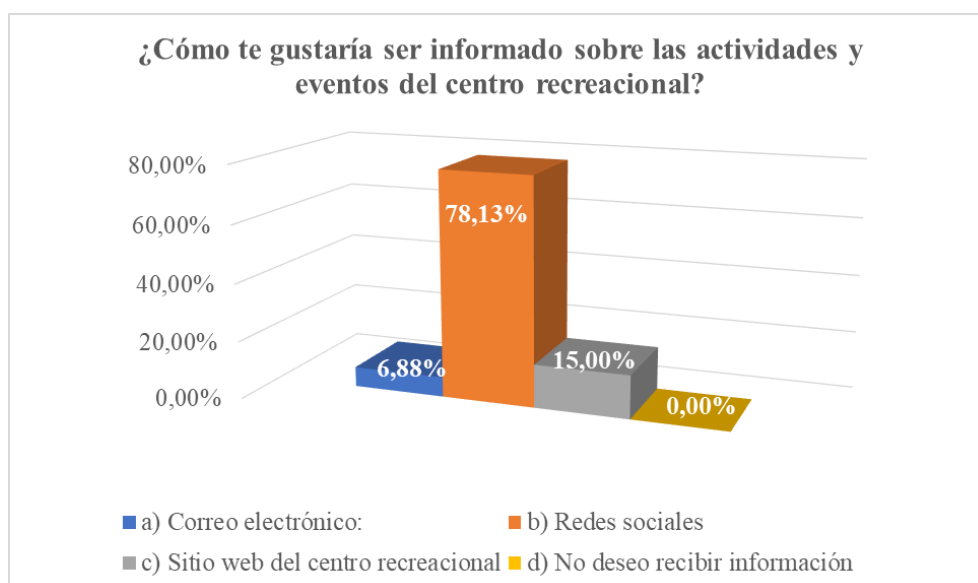
Resultados obtenidos Encuesta Oferta, Pregunta 5

	N° de personas	Porcentaje
a) Correo electrónico:	11	6,88%
b) Redes sociales	125	78,13%
c) Sitio web del centro recreacional	24	15,00%
d) No deseo recibir información	0	0,00%
Total	160	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Figura 23

Resultados Porcentuales de la Encuesta Oferta, Pregunta 5



Nota: Elaborada por el Autor.

3.2. Tamaño del proyecto

Al momento del proyecto, podemos acomodar aproximadamente 150 personas en la sección de deportes, 200 en áreas verdes, juegos infantiles, comedor y aproximadamente 200 personas en el área de eventos con un área de aproximadamente 9000 metros cuadrados.

3.3. Análisis Administrativo

3.3.1. Estructura Organizacional

En el Centro Recreativo Los Caracoles la organización se convierte en el eje central que define la estructura interna responsable de la distribución de actividades y roles entre los diferentes miembros del grupo. Esta organización no sólo crea un marco claro, sino que también fomenta la coordinación y cooperación entre los empleados. Desde la recepción hasta el mantenimiento, la gestión de operaciones y el servicio al cliente, cada función juega un papel importante en la experiencia general de nuestros visitantes. Por lo tanto, una adecuada división de responsabilidades se convierte en un pilar clave para asegurar una operación eficiente y una experiencia satisfactoria para quienes disfrutan de nuestros resorts y servicios.

Misión

Satisfacer las necesidades recreativas y de esparcimiento de los residentes de la Ciudad, Condado y Campo de Santa Elena a través de una instalación privada basada en el bienestar social, sustentable y económico que brinde un excelente servicio al cliente a un precio accesible.

Visión

En los próximos 5 años, lograr un crecimiento sostenible y llevar el centro de entretenimiento a un nivel superior que refresque la economía y tenga un mayor impacto en la calidad de vida de la gente del condado de Santa Elena y de la ciudad. bienestar de la sociedad.

Valores

Los valores realizados en el complejo vacacional son nuestra carta de presentación al cliente.

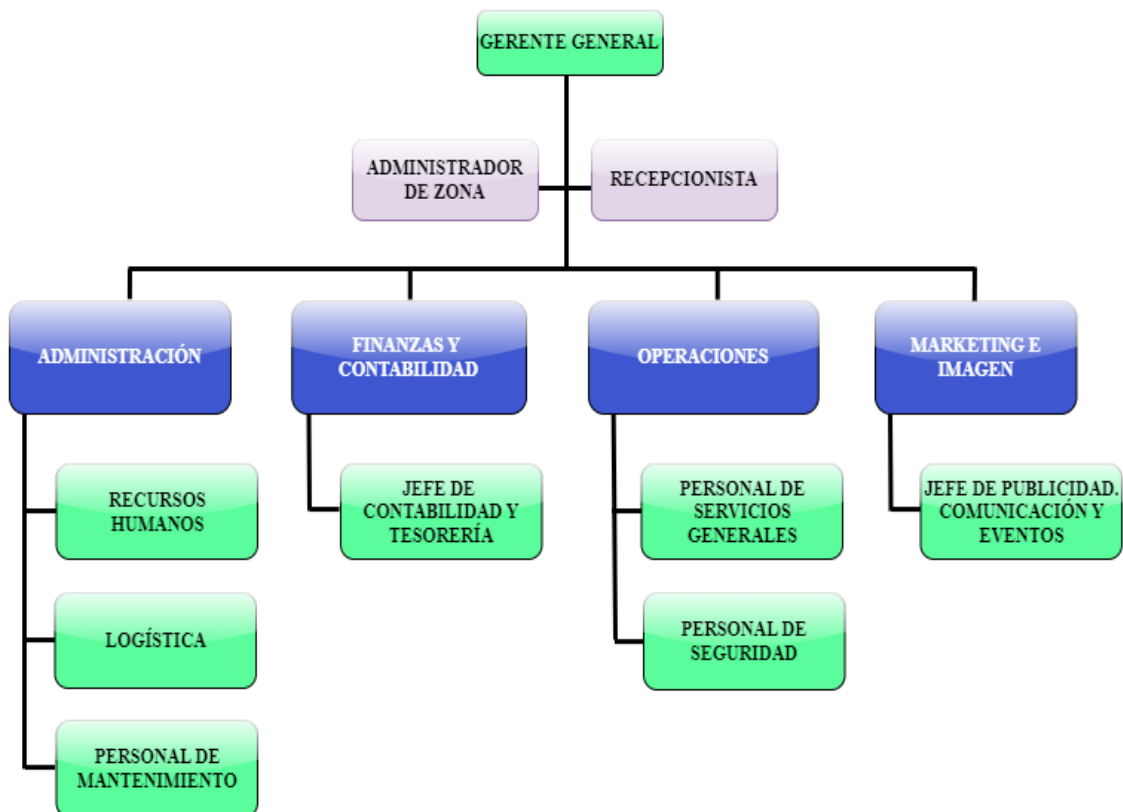
- Servicio
- Respeto
- Integridad
- Calidad
- Responsabilidad
- Honestidad

3.3.2. Organigrama Empresarial

El organigrama del Centro Recreacional Los Caracoles está descendiendo verticalmente, porque se respeta la jerarquía de cada posición, lo que controla el resto de la jerarquía, lo que ayuda a la compañía a proporcionar autoridad clara, control más estricto y eficiencia operativa, que se muestra a continuación en la Figura 24:

Figura 24

Organigrama Empresarial de la estructura organizacional y funcional del Centro Recreacional



Nota: Elaborada por el Autor.

3.3.3. Selección de personal y perfiles profesionales para los puestos de trabajo

- **Gerente General:** Responsable de la planificación, organización, supervisión y gestión de diversos recursos y actividades para asegurar el mejor desempeño de la unidad y el cumplimiento de los objetivos previstos.
- **Administrador:** Asegura las mejores condiciones para la producción de servicios en las áreas definidas, de igual manera asesora y apoya a los clientes en el desarrollo de las actividades del cliente.
- **Recepcionista:** Responsable de monitorear la entrada y salida de clientes, así como asesorar y atender al cliente.
- **Recursos Humanos (RRHH):** Gestionar el bienestar y la salud del personal, proporcionar formación continua para mejorar el servicio al cliente.
- **Logística:** es responsable de ejecutar la entrega de bienes y servicios que son esenciales para las operaciones de la organización, siguiendo los procedimientos internos.
- **Personal de Mantenimiento:** responsable del mantenimiento de todas las áreas verdes y demás instalaciones del centro recreacional.
- **Jefe de Contabilidad y Tesorería:** Este departamento se encarga de las deudas a corto, mediano y largo plazo, de recibir dinero ya sea en forma de préstamo, también de organizar el arreglo y contabilidad del centro de entretenimiento, también está obligado a presentar informes contables periódicamente o cuando la junta. los directores, la cartera y el tesoro público lo necesitan.
- **Personal de seguridad:** Las funciones del personal de seguridad son de velar por la seguridad del centro recreacional, estar en contacto directo con la policía en el lugar en caso de posibles daños o situaciones especiales y garantizar la seguridad de los clientes que llegan, resolver problemas en el caso de intrusos o personas con derecho de acceso Centro Recreacional.
- **Jefe de publicidad, marketing y eventos:** Además de la empresa, esta persona es responsable de tareas como difundir toda la información a los clientes actuales y futuros mientras promueve eventos y eventos especiales. Administre las publicaciones de los patrocinadores de fin de semana, produzca contenido atractivo para la publicación y el cliente.

3.4. Análisis Económico

3.4.1. Análisis del Costo de Inversión Inicial

El lugar donde está proyectado el plan de negocio será comprado y los valores de costos serán estimados en la tabla 14 se detalla el análisis de costo de inversión.

Tabla 14

Análisis del costo de inversión

Activos Fijos Tangibles	
Detalle	Valor Total
Terreno	\$ 140.000,00
Parqueadero	\$ 12.000,00
Construcción Area Administrativa	\$ 47.000,00
Recepción	\$ 2.550,00
Patio De Comidas	\$ 5.500,00
Sala De Eventos	\$ 30.000,00
Juegos Infantiles	\$ 15.000,00
Cancha De Basquetbol	\$ 35.000,00
Cancha Múltiple	\$ 39.500,00
Cancha Sintética	\$ 85.000,00
Baños-Bar	\$ 5.350,00
Sistema Eléctrico	\$ 128.700,00
Sistema Agua Potable	\$ 2.945,00
Sistema de Alcantarillado	\$ 7.800,00
Sistema de Aguas Lluvias	\$ 4.500,00
Sistema Contra Incendios	\$ 38.000,00
Sistema de Cámaras de Seguridad	\$ 8.500,00
Implementos Deportivos	\$ 5.000,00
Computadoras	\$ 2.500,00
Mobiliario	\$ 4.500,00
Enseres De Oficina	\$ 750,00
Veredas Y Areas Verdes	\$ 900,00
Guardiania	\$ 795,00
TOTAL	\$ 621.790,00
Activos Fijos Intangibles	
Detalle	Valor Total
Razon Social	\$ 120,00
Registro Sanitario	\$ 90,00
Permisos Legales	\$ 250,00
Permiso De Bomberos	\$ 90,00
TOTAL	\$ 550,00
Publicidad	
Detalle	Valor Total
Material Publicitario	\$ 350,00
Capital de Trabajo	
Capital	\$ 20.000,00
TOTAL FINAL	\$ 642.690,00

Nota: Elaborada por el Autor.

Ver en Anexo 5.

El capital de inversión para la creación del Centro Recreacional Los Caracoles se establecerá una inversión de \$ 642.690,00, que cubrirá costos tangibles (Terreno, Parqueadero, Áreas Administrativa, etc.) y los intangibles tales como el desarrollo de las áreas del complejo, legalización del complejo, publicidad e inventario inicial, así como su operación. capital \$ 20.000,00. Para invertir el negocio, se divide el valor de \$367.500,00 en financiamiento de los socios, \$ 250.000,00 en financiamiento bancario al 9,76 % de interés y un costo operativo del primer año de \$25.190,00.

En la tabla 15 se observa el resumen de inversión.

Tabla 15

Resumen de Inversión

RUBRO	TOTAL	PORCENTAJE (%)
Activo Fijo Tangible	\$ 621.790,00	96,75%
Activo Fijo Intangible	\$ 900,00	0,14%
Capital de trabajo	\$ 20.000,00	3,11%
Total	\$ 642.690,00	100,00%

TIPO DE FINANCIAMIENTO	TOTAL	PORCENTAJE (%)
Aporte Socios	\$ 367.500,00	57,18%
Financiamiento	\$ 250.000,00	38,90%
Operación del negocio 1er año	\$ 25.190,00	3,92%
Total	\$ 642.690,00	100,00%

SOCIOS	VALOR	PORCENTAJE (%)
Socio 1	\$ 73.500,00	20,00%
Socio 2	\$ 73.500,00	20,00%
Socio 3	\$ 73.500,00	20,00%
Socio 4	\$ 73.500,00	20,00%
Socio 5	\$ 73.500,00	20,00%
Total	\$ 367.500,00	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.2. Ingresos del proyecto

Se consideran 12 horas de trabajo diario, de martes a domingo, se considera lunes para realizar trabajos de mantenimiento en todos los objetos.

Para esto, el valor de la entrada al centro recreativo es de \$ 1,00 por persona dando como resultado \$ 30,00 al mes y el cliente estima 950 clientes por mes, llegando al monto de a \$ 28.500,00 por mes, dando un valor anual de \$ 342.000,00.

Se estima dichas cantidades clientes debido a que el proyecto está ubicado frente al Terminal Terrestre de Santa Elena, y esto generaría mayor afluencia de visitantes, tanto locales como interprovinciales. No se está tomando en cuenta los valores de alquiler de cancha sintética y el salón de eventos. En la tabla 16 y 17 se proyectan los ingresos mensuales y anuales.

Tabla 16

Ingreso del Proyecto mensual y anual

Producto/Servicio	valor mensual por cliente	Ingresos entrada mensual	Ingresos por año
Total Precio	\$ 30,00	\$ 28.500,00	\$ 342.000,00
Cientes	clientes/unidad	clientes mensuales	clientes al año
Total de Clientes	-	950	11400

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 17

Flujos de ingresos por ventas proyectados a los 5 años

Años	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso total	\$ 342.000,00	\$ 378.000,00	\$ 414.000,00	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00

Nota: Elaborada por el Autor.

La proyección de ingresos se ha estimado para los próximos 5 años. Ver **Anexo 3**.

3.4.3. Análisis de remuneraciones al personal

Se considera el valor total de los salarios y beneficios legales para 12 puestos de trabajo, es decir, el decimotercero, decimocuarto salario y aportación al seguro social (IESS). Se realizó unas proyecciones de los 5 años. En las Tablas 18, 19, 20 y 21 se observa las proyecciones de la remuneración y beneficios de ley al personal.

Tabla 18

Análisis de remuneración al personal y beneficios de ley, Proyección Año 2024

CARGO	Salario	13er Sueldo	14to Sueldo	IESS (Seguro)	Costo Total mensual Personal	Costo Total Anual Personal
Gerente General	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 35,42	\$ 89,46	\$ 937,37	\$ 11.248,46
Administrador de zona	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 35,42	\$ 72,31	\$ 757,73	\$ 9.092,74
Recepcionista	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Talento Humano (TTHH)	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Profesional Financiero	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Logística	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Personal de Marketing	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Personal de Seguridad 1	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Personal de Seguridad 2	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Personal de Operaciones General	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
Personal de Mantenimiento	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 35,42	\$ 56,31	\$ 590,06	\$ 7.080,73
TOTAL					\$ 7.005,65	\$ 84.067,75

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 19

Análisis de remuneración al personal y beneficios de ley, Proyección Año 2025

CARGO	Salario	13er Sueldo	14to Sueldo	IESS (Seguro)	Costo Total mensual Personal	Costo Total Anual Personal
Gerente General	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 35,42	\$ 89,46	\$ 937,37	\$ 11.248,46
Administrador de zona	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 35,42	\$ 72,31	\$ 757,73	\$ 9.092,74
Recepcionista	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Talento Humano (TTHH)	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Profesional Financiero	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Logística	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Personal de Marketing	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Personal de Seguridad 1	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Personal de Seguridad 2	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Personal de Operaciones General	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
Personal de Mantenimiento	\$ 475,00	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 58,03	\$ 608,03	\$ 7.296,30
TOTAL					\$ 7.167,33	\$ 86.007,90

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 20

Análisis de remuneración al personal y beneficios de ley, Proyección Año 2026

CARGO	Salario	13er Sueldo	14to Sueldo	IESS (Seguro)	Costo Total mensual Personal	Costo Total Anual Personal
Gerente General	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 35,42	\$ 89,46	\$ 937,37	\$ 11.248,46
Administrador de zona	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 35,42	\$ 72,31	\$ 757,73	\$ 9.092,74
Recepcionista	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Talento Humano (TTHH)	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Profesional Financiero	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Logística	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Personal de Marketing	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Personal de Seguridad 1	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Personal de Seguridad 2	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Personal de Operaciones General	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
Personal de Mantenimiento	\$ 485,00	\$ 40,42	\$ 35,42	\$ 59,17	\$ 620,00	\$ 7.440,02
TOTAL					\$ 7.275,11	\$ 87.301,34

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 21

Análisis de remuneración al personal y beneficios de ley, Proyección Años 2027 - 2028

CARGO	Salario	13er Sueldo	14to Sueldo	IESS (Seguro)	Costo Total mensual Personal	Costo Total Anual Personal
Gerente General	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 35,42	\$ 89,46	\$ 937,37	\$ 11.248,46
Administrador de zona	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 35,42	\$ 72,31	\$ 757,73	\$ 9.092,74
Recepcionista	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Talento Humano (TTHH)	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Profesional Financiero	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Logística	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Personal de Marketing	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Personal de Seguridad 1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Personal de Seguridad 2	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Personal de Operaciones General	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
Personal de Mantenimiento	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 60,88	\$ 637,97	\$ 7.655,59
TOTAL					\$ 7.436,79	\$ 89.241,49

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.4. Egresos del Proyecto

3.4.4.1. Costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos recurrentes que se mantienen sin cambios durante todo el año y son necesarios para la operación del centro recreacional. Estos costos incluyen salarios del personal, trámites legales, publicidad y gastos administrativos y de funcionamiento como energía eléctrica, internet, suministros de oficinas, suministros médicos y telefonía.

Estos estos costos administrativos y de funcionamiento se pueden observar en la tabla el egreso de dinero, contiene los aportes necesarios que requiere el área administrativa y de servicios para sus actividades para una mejor atención a los clientes.

Tabla 22

Costos administrativos y de funcionamiento

Costos Fijo administrativo y funcionamiento	Proyección 2024	Proyección 2025	Proyección 2026	Proyección 2027	Proyección 2028
Energía Eléctrica (Luz)	\$ 780,00	\$ 819,00	\$ 859,95	\$ 902,95	\$ 948,09
Internet	\$ 33,59	\$ 33,59	\$ 33,59	\$ 33,59	\$ 33,59
Suministros de Oficina General	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Suministros Médicos	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Telefonía	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Total de Egresos Anuales	\$ 3.883,59	\$ 3.925,09	\$ 3.968,67	\$ 4.014,42	\$ 4.062,46

Nota: Elaborada por el Autor.

La tabla, muestra los costos fijos totales del centro de recreación cada año, como se ve en el año 1, los costos fijos son \$88,801.34, los cuales aumentan a \$93,828.95 debido a la inflación en el año 5.

Tabla 23

Costos Fijos

Costos Fijos	Proyección 2024	Proyección 2025	Proyección 2026	Proyección 2027	Proyección 2028
Sueldos y benedificos de Ley	\$ 84.067,75	\$ 86.007,90	\$ 87.301,34	\$ 89.241,49	\$ 89.241,49
Trámites Legales	\$ 550,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 225,00
Publicidad	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Costos Administrativo y Funcionamiento	\$ 3.883,59	\$ 3.925,09	\$ 3.968,67	\$ 4.014,42	\$ 4.062,46
Total de Egresos Anuales	\$ 88.801,34	\$ 90.432,99	\$ 91.780,00	\$ 93.775,91	\$ 93.828,95

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.4.2. Costos Variables

Los costos variables dependen de la cantidad de clientes que visitan o llegan al centro recreativo y utilizan las instalaciones. Para determinar estos costos, no se utiliza la cantidad de usuarios, sino que basamos la estimación de costos en la cantidad de instalaciones utilizadas por los clientes, para estos estos costos se incluyen la inflación y

el crecimiento demográfico. En la tabla se muestran los posibles costos variables proyectados a 5 años.

Tabla 24

Costos Variables

Costos Variables	Proyección	Proyección	Proyección	Proyección	Proyección
	2024	2025	2026	2027	2028
Mantenimiento	\$ 4.280,50	\$ 4.494,53	\$ 4.719,25	\$ 4.955,21	\$ 5.202,97
Agua Potable	\$ 125,00	\$ 131,25	\$ 137,81	\$ 144,70	\$ 151,94
Total de Egresos Anuales	\$ 4.405,50	\$ 4.625,78	\$ 4.857,06	\$ 5.099,92	\$ 5.354,91

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.5. Análisis de Depreciación

La depreciación se realizó de acuerdo con la vida útil de las distintas instalaciones del centro recreacional, tomando en cuenta la inversión inicial.

A continuación, se muestra una vista de la vida útil estimada de las áreas y sus valores residuales estimados después de 5 a 25 años de uso. Además, se determinaron los costos de reposición de nuevos equipos previstos para 2028 a 2033.

Tabla 25

Depreciación

DEPRECIACIÓN DE LAS ÁREAS				
DETALLE	VIDA UTIL	VALOR	DEPRECIACIÓN	
PARQUEADERO	10	\$ 12.000,00	\$	1.200,00
CONSTRUCCIÓN AREA ADMINISTRATIVA	10	\$ 47.000,00	\$	4.700,00
RECEPCIÓN	6	\$ 2.550,00	\$	425,00
PATIO DE COMIDAS	10	\$ 5.500,00	\$	550,00
SALA DE EVENTOS	10	\$ 30.000,00	\$	3.000,00
JUEGOS INFANTILES	20	\$ 15.000,00	\$	750,00
CANCHA DE BASQUETBOL	10	\$ 35.000,00	\$	3.500,00
CANCHA MÚLTIPLE	10	\$ 39.500,00	\$	3.950,00
CANCHA SINTÉTICA	5	\$ 85.000,00	\$	17.000,00
BAÑOS-BAR	15	\$ 5.350,00	\$	356,67
SISTEMA ELÉCTRICO	20	\$ 128.700,00	\$	6.435,00
SISTEMA DE AGUA POTABLE	25	\$ 2.945,00	\$	117,80
SISTEMA DE ALCANTARILLADO	20	\$ 7.800,00	\$	390,00
SISTEMA DE AGUAS LLUVIAS	50	\$ 4.500,00	\$	90,00
SISTEMAS CONTRA INCENDIOS	10	\$ 38.000,00	\$	3.800,00
SISTEMA DE CÁMARAS DE SEGURIDAD	5	\$ 8.500,00	\$	1.700,00
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS	5	\$ 5.000,00	\$	1.000,00
COMPUTADORAS	5	\$ 2.500,00	\$	500,00
MOBILIARIO	5	\$ 4.500,00	\$	900,00
ENSERES DE OFICINA	5	\$ 750,00	\$	150,00
VEREDAS Y AREAS VERDES	5	\$ 850,00	\$	170,00
TOTAL		\$ 480.945,00	\$	50.684,47

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.6. Costos de Financiamiento

Esta sección trata de la determinación del costo de obtener un préstamo del Banco del Estado, dado que el costo del "plan de inversión" y las operaciones disponibles en el sitio difieren, se recomienda realizar el procedimiento de aceptación después del estudio. Préstamo gubernamental con la tasa de interés más baja del mercado local, en este estudio la tasa de interés anual para pequeñas y medianas empresas es de 9.76% anual (BanEcuador, 2024), que corresponde a marzo de 2024. el valor de la última tasa de interés. se tiene en cuenta el ritmo al que comienza el proceso de amortización al final de este estudio; Según este punto de partida, se presentan en las siguientes tablas 26, 27, 28.

Tabla 26

Financiamiento

Escenario Financiamiento	Porcentaje	
Financiamiento Nacional	\$ 642.690,00	
Crédito Bancario	\$ 250.000,00	38,90%
Recursos Propios	\$ 392.690,00	61,10%
Total Financiamiento	\$ 642.690,00	100,00%

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 27

Valor de crédito

Valores de inversión	
Monto	\$ 250.000,00
Tasa de interés anual	9,76%
Plazo años	5
Frecuencia de pago	1
Número de pagos	5
Tiempo de gracia	-

Nota: Elaborada por el Autor.

Tabla 28

Tabla de amortización

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	\$ 250.000,00	\$ 208.854,49	\$ 163.693,18	\$ 114.124,12	\$ 59.717,12
Pago de Capital	\$ 41.145,51	\$ 45.161,31	\$ 49.569,06	\$ 54.407,00	\$ 59.717,12
Pago de Interés	\$ 24.400,00	\$ 20.384,20	\$ 15.976,45	\$ 11.138,51	\$ 5.828,39
Pago Total	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51
Saldo Final	\$ 208.854,49	\$ 163.693,18	\$ 114.124,12	\$ 59.717,12	\$ -

Nota: Elaborada por el Autor.

Ver **Anexo 4.**

3.4.7. Flujo de caja

Tabla 29

Flujo de caja

Concepto	Inicio	Años				
		2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos (+)		\$ 342.000,00	\$ 378.000,00	\$ 414.000,00	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00
Costos Fijos (-)		\$ 88.801,34	\$ 90.432,99	\$ 91.780,00	\$ 93.775,91	\$ 93.828,95
Sueldos empleados		\$ 84.067,75	\$ 86.007,90	\$ 87.301,34	\$ 89.241,49	\$ 89.241,49
Trámites legales		\$ 550,00	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,00	\$ 225,00
Publicidad		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Costos Administrativos		\$ 3.883,59	\$ 3.925,09	\$ 3.968,67	\$ 4.014,42	\$ 4.062,46
costos variables (-)		\$ 4.405,50	\$ 4.625,78	\$ 4.857,06	\$ 5.099,92	\$ 5.354,91
Mantenimiento Preventivo		\$ 4.280,50	\$ 4.494,53	\$ 4.719,25	\$ 4.955,21	\$ 5.202,97
Agua Potable		\$ 125,00	\$ 131,25	\$ 137,81	\$ 144,70	\$ 151,94
Utilidad Bruta (=)		\$ 248.793,16	\$ 282.941,24	\$ 317.362,94	\$ 351.124,18	\$ 350.816,14
Gastos financieros (-)		\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51	\$ 65.545,51
Pago de capital		\$ 41.145,51	\$ 45.161,31	\$ 49.569,06	\$ 54.407,00	\$ 59.717,12
Pago de Interés		\$ 24.400,00	\$ 20.384,20	\$ 15.976,45	\$ 11.138,51	\$ 5.828,39
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 183.247,65	\$ 217.395,73	\$ 251.817,42	\$ 285.578,66	\$ 285.270,63
Impuesto a la renta 25%		\$ 45.811,91	\$ 54.348,93	\$ 62.954,36	\$ 71.394,67	\$ 71.317,66
Utilidad Neta		\$ 137.435,74	\$ 163.046,80	\$ 188.863,07	\$ 214.184,00	\$ 213.952,97
(+) Depreciación		\$ 50.684,47	\$ 50.684,47	\$ 50.684,47	\$ 50.684,47	\$ 50.684,47
(-) Inversión	\$ 642.690,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Prestamo	\$ 250.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Valor residual		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja	\$ -392.690,00	\$ 137.435,74	\$ 163.046,80	\$ 188.863,07	\$ 214.184,00	\$ 213.952,97

Nota: Elaborada por el Autor.

3.4.8. Tasa de descuento

La tasa de descuento del proyecto se debe calcular con base en la inflación promedio de los últimos 5 años INEC, (2024), que da un resultado de 1,43%, y también se debe considerar la inflación. Interés pasivo efectivo actual La tasa de interés actual es de 7,93. % (Banco Central del Ecuador, 2024).

Tasa de descuento = tasa de inflación + tasa de interés pasiva

$$= 1,43\% + 7,93\%$$

$$= \mathbf{9,36\%}$$

3.4.9. Indicadores de Evaluación Financiera

3.4.9.1. Valor actual Neto (VAN)

Si el valor actual neto (VAN) es igual o mayor que cero (positivo), se interpreta que la inversión tiene una ventaja financiera y es rentable. En cambio, si el valor neto es negativo indica que la inversión en el proyecto no es recomendable ni rentable.

3.4.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de interés a la que el proyecto no genera ganancias ni pérdidas, lo que significa que el valor actual neto (VAN) del proyecto es cero.

Si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es igual o mayor que la tasa de descuento propuesta anteriormente, indica que el proyecto es rentable y viable. Sin embargo, si la TIR es inferior a cero, se interpreta que el proyecto no es rentable y cabe considerar la posibilidad de cambiar el proyecto o, alternativamente, dejar los fondos en la póliza del banco hasta que decida en qué inversión invertir. es. hecho lo más conveniente es ponerlos.

En la tabla 30 se muestran los resultados del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 30*Indicadores de Evaluación Financiera VAN y TIR*

	PERIODOS DEL PROYECTO (EN AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	\$ 642.690,00					
Tasa de Interés	9,36%					
Ingresos	0 \$	342.000,00 \$	378.000,00 \$	414.000,00 \$	450.000,00 \$	450.000,00 \$
Egresos	0 \$	204.564,26 \$	214.953,20 \$	225.136,93 \$	235.816,00 \$	236.047,03 \$
Flujo de Caja Neto	\$ -642.690,00	\$ 137.435,74	\$ 163.046,80	\$ 188.863,07	\$ 214.184,00	\$ 213.952,97
Valor Actual	\$ -642.690,00	\$ 125.672,77	\$ 136.331,20	\$ 144.401,44	\$ 149.745,24	\$ 136.781,01
Valor Actual De La Suma De Los Flujos Actualizados						\$ 692.931,66
Valor Actual Neto (VAN)						\$ 50.241,66
Tasa Interna de Retorno (TIR)						12,11%

Nota: Elaborada por el Autor.

Con base en los estudios financieros realizados se determinó que el proyecto es económicamente viable con un VAN que indica que el capital invertido es rentable a una tasa de interés superior a la tasa de interés alternativa. De manera similar, la tasa interna de retorno del 12,11 % es mayor que la tasa de retorno mínima estimada del 9,36%.

CONCLUSIONES

Se elaboró un plan de negocios para de la creación del Centro Recreativo en el Sector Los Caracoles, fundamentando los componentes que contribuyen en la aprobación del proyecto por el mercado objeto y las medidas más notables como ubicación, diseño del local, estructura organizacional, así como los indicadores de evaluación financiera para comprobar o determinar su rentabilidad.

Por medio del estudio de mercado, se consiguió estimar la existente la oferta y demanda en el barrio Los Caracoles y sus alrededores con relación a la creación del centro recreativo, teniendo una buena admisión se ratifica la existencia de la escasez de ofrecer el servicio de recreación que impide que las familias tengan un momento de entretenimiento, cambiando el sedentarismo que ocasionan las redes sociales, las obligaciones laborales y tecnología, por actividades físicas al aire libre que permita integrar a la familia, amigos y compañeros. Examinando los aspectos técnicos, administrativos y legales, muestra que el centro recreacional puede ejecutarse perfectamente en el área indicada por su fácil acceso y por estar frente al terminal terrestre que ayudaría para una mayor afluencia de personas o clientes potenciales.

Para establecer la infraestructura se planteó el diseño de las instalaciones en base a las sugerencias obtenidas de la encuesta por los habitantes del sector y considerando ideas creativas del trabajo, con el fin brindar un ambiente moderno, atractivo, donde personas (clientes) de todas las edades tanto niños, jóvenes y adultos logren divertirse e interactuar de manera placentera.

Para la constitución del negocio, se estableció una estructura organizativa que consta del Gerente General, Administrador de Zona, Recepcionista, Talento Humano, Financiero, Logística, Marketing, Seguridad, Personal de Operaciones y de Mantenimiento. La cantidad de empleados se estimó con el fin de cubrir el horario operativo, de esta forma excluir el agotamiento por exceso de trabajo y favorecer a la eficiencia de las operaciones del negocio.

Mediante el estudio económico financiero, se determinó la inversión inicial del proyecto equivalente a \$ 642.690,00 comprendida en Inversión de activos fijos Tangibles, Activos fijos Intangibles, Publicidad y Capital de trabajo.

Finalmente, después de llevar a cabo un análisis financiero del centro recreativo Los Caracoles en el Cantón Santa Elena, se concluye que el proyecto es viable realizarlo, generando utilidades y recuperando lo invertido dentro de estos 5 años de operación que se realizó, el análisis financiero da como resultado un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 50.241,66 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 12,11%, en conclusión, los indicadores de evaluación financiera del proyecto mostraron cifras que comprueban la factibilidad y la rentabilidad del centro recreacional.

RECOMENDACIONES

La recomendación a los habitantes de la localidad y turistas, pensar en cuidar la salud, acudiendo a lugares similares de este tipo de proyectos ya que este estudio de emprendimiento ha sido realizado pensando en las necesidades del bienestar de las personas, en llevar un mejor estilo de vida.

Se sugiere realizar un estudio de mercado para medir la aceptación de los clientes brindar otros servicios como: clases deportivas, talleres, alquiler del salón de eventos, clases de baile, etc.

Se recomienda no construir el centro recreativo como un solo beneficio, sino cada actividad o servicio debe ser diferente, por lo cual, en el instante de construir el centro en mención, se debe tomar en cuenta la posibilidad de primero construir las áreas deportivas o de recreación. De esta manera, la inversión de cada función o actividad asignada en el proyecto logrará generar una rentabilidad, mientras concluye la implementación en su totalidad, caso contrario la inversión no se consideraría segura, hasta que el proyecto no esté completo en su totalidad.

Los indicadores de evaluación financiera del plan de negocio admiten la ejecución de este, se recomienda realizar el proyecto no solo por las utilidades que genera, sino por el hecho que contribuye a la sana diversión, a unir más a las familias, a relacionar e interactuar más entre personas que quizás muy pocos lo hacen por la llegada de las redes sociales y al mismo tiempo beneficia la salud, se crean puestos de trabajo, sin impactos al medio ambiente.

REFERENCIAS

- Acevedo-Merlano, A., Coba Vides, J., Campo Peña, A., & Campo Peña, E. (2020). Estrategias para la enseñanza de la educación física en búsqueda de la calidad educativa. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 33, 23–34.
<https://doi.org/10.5377/farem.v0i33.9606>
- Agila Maldonado, M. V., Vizueta León, S. E., & Tello Caicedo, G. E. (2018). La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. *Espacios*, 39(50), 1.
- Andía, W., & Paucara, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. In *Industrial Data* (Vols. 16, núm. 1, pp. 80–84).
- Ángulo, S. (2024, January 9). *El Banco Mundial ajusta la proyección de crecimiento de Ecuador a 0,7 % en 2024*. Expreso.
<https://www.expreso.ec/actualidad/economia/banco-mundial-ajusta-proyeccion-crecimiento-ecuador-0-7-2024-185264.html>
- Asobanca. (2023, December). *Boletín Macroeconómico*. <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2023/12/Boletin-macroeconomico-Diciembre-2023.pdf>
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (2018). *El FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS*.
- Banco Central del Ecuador. (2023, December 19). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA REPORTÓ UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 0,4% EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2023*. Banco Central Del Ecuador.
<https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-reporto-un-crecimiento-interanual-de-0-4-en-el-tercer-trimestre-de-2023>
- Banco Central del Ecuador. (2024, March). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES Porcentajes*.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- BanEcuador. (2024, March 12). <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>.

- Business Review, H. (2021). *Como Crear un Plan de Negocio* (Editorial Reverte., Ed.).
https://elibro.net/es/lc/bibliotecaups/login_usuario/?next=/es/lc/bibliotecaups/titulos/209681/
- Carrillo, M., & Gómez, J. (2023). *Plan de negocio para la creación de un centro recreacional infantil, en el sector de La Aurora del cantón Daule* .
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/6104>
- Castro, W. F., & Godino, J. D. (2011). *Métodos mixtos de investigación en las contribuciones a los simposios de la SEIEM (1997-2010)*. Investigación En Educación Matemática XV (Pp. 99-116). <http://funes.uniandes.edu.co/1803/>
- Caurin, J. (2023, September 26). *Estructura de un plan de negocio*. Emprende Pyme.
<https://emprendepyme.net/estructura-de-un-plan-de-negocio.html>
- Cuzco Simbaña, E. G., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, C. I., & Andrade Mena, G. I. (2019). El modelo Canvas como fundamento del plan de negocios para empresas de servicios de software de la ciudad de Cuenca. *CIENCIAMATRIA*, 5(1), 781–804. <https://doi.org/10.35381/cm.v5i1.319>
- Djuraeva, L. (2021). Importance of the Innovative Business Models for the Future Success of the Company. *SHS Web of Conferences*, 100, 01013.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202110001013>
- Ece, C., Çetin, S., Şen, M., Senger, K., & Koç, M. (2022). The Relationship between Recreation Awareness and Happiness Levels of Children in Turkey. *Annals of Applied Sport Science*, 10(3), 0–0. <https://doi.org/10.52547/aassjournal.1063>
- Estadísticas de Edificaciones (ESED). (2023). *Permisos de Construcción - III trimestre 2023*.
- Estrada Corea, D., & González Varela, M. (2018). *Plan de negocio para la creación de un centro recreativo ubicado en el municipio de Nandaime en el periodo 2018-2023*. <https://core.ac.uk/download/pdf/336876815.pdf>
- Frederick, D. (2023). *Demanda de mercado Cantidad de bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado*. Enciclopedia Económica.
<https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>

- Gamboa Graus, M. E. (2018). Estadística aplicada a la investigación educativa. *Dilemas Contemporaneos: Educación, Política y Valores*, 1–13.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8n3/2007-7890-dilemas-8-03-00010.pdf>
- Garay Calixto, A. M. (2017). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Yarowilca–Huánuco 2016*.
<http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/777;jsessionid=18969DC23394C5234D5F5230D60F42A6>
- Gaytán Cortés, J. (2020). *Mercados y Negocios INDICADORES FINANCIEROS Y ECONÓMICOS*.
- Goikoetxea Ferrández, J. J., Idoate, S., Clara, E., & Beldarrain, S. (2017). *PARA CONSTRUIR UNA CIUDADANÍA GLOBAL* (1st ed.).
www.cfnavarra.es/publicaciones
- González Carvajal, A., Alvarado Aguirre, P. L., & Chicaiza Tigua, C. A. (2019, January). PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL A BASE DE PITAHAYA. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1–16. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/comercializacion-bebida-energizante.html>
- Google Maps. (2024). *Google Maps*. Google Maps.
<https://www.google.com/maps/dir//Q4MM%2BG9P,+Santa+Elena/@-2.2160441,-80.866574,1421m/data=!3m1!1e3!4m8!4m7!1m0!1m5!1m1!1s0x902e091295f0ba69:0x992f048dd7e89c73!2m2!1d-80.8665378!2d-2.2161709?entry=ttu>
- INACAP - Instituto Nacional de Capacitación Profesional. (2017). *Amortizaciones, depreciaciones y provisiones*. https://www.inacap.cl/web/material-apoyo-cedem/alumno/Contabilidad/Contabilidad-Basica%20CCCB01/CCPR03_U5_MP2.pdf
- INEC. (2024, February). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Febrero/01_ipc_Presentacion_IPC_feb2024.pdf

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2023, December). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- Lifeder. (2021, January 21). *7 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*.
<https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- Mendoza Bellido, W. (2014). *Cómo investigan los economistas : guía para elaborar y desarrollar un proyecto de investigación*. Editorial de La PUCP.
- Michaux, S., & Cadiat, A.-C. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter - Cómo distanciarse de la competencia con éxito* (50Minutos.es, Ed.).
https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS Y COMUNICACIONES. (2002).
ESPECIFICACIONES GENERALES PARA LA CONSTRUCCION DE CAMINOS Y PUENTES (MOP - 001-F 2002). <https://www.obraspublicas.gob.ec/biblioteca/>
- Muñoz, A. (2022, April 3). *Tres oportunidades de negocio innovadoras que debes conocer*. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/oportunidades-de-negocio/>
- Muñoz Tavella, J. (2021, November 17). *Rentabilidad: lo que debes saber para potenciar tu negocio*. AGICAP. <https://agicap.com/es/articulo/rentabilidad-empresarial/>
- Panchana, Y. (2013). *Creación de un centro recreacional para el desarrollo social y turístico en la comuna Río Verde de la provincia de Santa Elena, año 2013*.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1344>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2022, February 3). *COSTO TOTAL y COSTO FIJO*. Definiciones. <https://definicion.de/costo-total/>
- Prieto Herrera, J. E. (2021). *Investigación de mercados* (3ra ed.). Ecoe Ediciones.
https://books.google.com.ec/books?id=tQpZEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Primicias, E. periodismo C. (2024, January 20). *Riesgo país de Ecuador mantiene tendencia a la baja y llega a 1.879 puntos*. PRIMICIAS.

- <https://www.primicias.ec/noticias/economia/gobierno-daniel-noboa-riesgo-pais-iva/#:~:text=El%20riesgo%20pa%C3%ADs%20de%20Ecuador,pasar%20de%201.910%20a%201.879.>
- Pursell, S. (2023, December 27). *Qué es un estudio de mercado, cómo hacerlo y ejemplos*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>
- Quinde Pozo, L. J. (2019). “*Desarrollo de un sistema de mapeo y visualización de rutas de buses urbanos de la provincia de Santa Elena para la Agencia nacional de tránsito. Módulo: Aplicación móvil*” [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5019>
- Ramos Galarza, C. A. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Redacción CN. (2023, April 5). *¿Qué es un negocio? (definición, tipos y diferencia con una empresa)*. CRECE NEGOCIOS: <https://www.crecenegocios.com/negocio/>
- Riquelme, M. (2024, January 19). *Oferta (tipos, definición, características y la ley de oferta)*. Web y Empresas. https://www.webyempresas.com/oferta/#El_precio
- Rosales Ramírez, K. G. (2018). *Plan de Negocios para la creación de una florería en el cantón La libertad, Provincia de Santa Elena* (p. 5).
- Sánchez Huerta, D. (2020). *Análisis FODA ó DAFO* (Budok Publishing S. L., Ed.). https://books.google.com.ec/books?id=6h0JEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Santamaría, K. (2023, March 18). *¿Venta de activos como alternativa de reorganización empresarial?* Asuntos Legales.
- Silva Galarza, J. R. (2014). *Plan de negocios para la creación de un centro recreacional en el sector Sur-Oriente del Distrito Metropolitano de Quito*. <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1376>
- Talledo Morales, I. H., & Vélez Arturo, A. P. (2018). *ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JUGO DE CAÑA DE AZÚCAR EN GUAYAQUIL* [Universidad de Guayaquil].

<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/e60dd573-8afc-4d38-8182-31548010f2f5/content>

Tirado Mires, D. T. (2023). *Plan de negocio para la creación de un centro campestre recreacional y de turismo de aventura el rancho de gallito, Chiclayo 2018.*

Torres, D. (2023, March 29). *Qué son los costos variables, cómo calcularlos y ejemplos.* HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables#que-son>

Uribe Palacios, V. (2021). *Manual del emprendedor : la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios* (Editorial Uniagustiniana, Ed.).

<https://itmsii.libsteps.com/UPSE/index.php/result?id=170560875814135>

Villao, J. (2021). *Plan de negocio para la creación de un parque de atracciones en la comuna San Pablo, provincia de Santa Elena: información del negocio marco legal.* <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6098>

Wash, P., & Badaruddin, M. (2019, January). El papel de las instalaciones recreativas como parte integral de una ciudad habitable. *ResearchGate*, 1–21.

https://www.researchgate.net/publication/333667946_Recreational_facilities'_role_as_an_integral_part_of_a_livable_city

Westreicher, G. (2020, April 1). *Tipos de negocios.* Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-negocios.html>

Zorita LLoreda, E. (2015, March). *Plan de Negocio.* ESIC EDITORIAL.

<https://books.google.com.pe/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta

Centro Recreacional Los Caracoles

La presente encuesta tiene como objetivo fundamental explorar y comprender las necesidades y requerimientos de la comunidad del sector barrial Los Caracoles, situado en el cantón Santa Elena, en relación con la creación y funcionamiento de un centro recreacional. Este proceso de recolección de información se lleva a cabo con el propósito de identificar las expectativas, deseos y prioridades de los residentes locales, con el fin de diseñar un espacio que satisfaga de manera efectiva sus demandas recreativas.

1. ¿Con qué frecuencia visitarías un centro recreacional si se abre uno en tu localidad?

- a) Todos los días
- b) Varias veces a la semana
- c) Una vez a la semana
- d) Una vez al mes
- e) Raramente
- f) Nunca

2. ¿Qué actividades te gustaría que se ofrecieran en el centro recreacional? (Puedes seleccionar más de una opción)

- a) Deportes (fútbol, baloncesto, etc.)
- b) Actividades acuáticas (piscina, clases de natación, etc.)
- c) Actividades al aire libre (senderismo, ciclismo, etc.)
- d) Actividades educativas (talleres, conferencias, etc.)
- e) Otras (por favor especifica) _____

3. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la entrada al centro recreacional?

- a) Menos de \$1,00
- b) Entre \$1,00 y \$1,50
- c) Entre \$1,50 y \$2,00
- d) Más de \$2,00
- e) No estaría dispuesto a pagar

4. ¿Qué horario preferirías para el centro recreacional?

- a) Mañana (8:00 AM - 12:00 PM)
- b) Tarde (12:00 PM - 5:00 PM)
- c) e) Otras (por favor especifica) _____
- d) Todo el día

5. ¿Te gustaría que el centro recreacional ofreciera servicios de comida y bebida?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro

6. ¿Preferirías que el centro recreacional estuviera orientado hacia alguna de las siguientes edades?

- a) Niños
- b) Adolescentes
- c) Adultos
- d) Personas mayores
- e) Todas las edades

7. ¿Cómo te gustaría que fuera el ambiente del centro recreacional?

- a) Familiar
- b) Para amigos
- c) Para parejas
- d) Todos los anteriores

8. ¿Qué tipo de instalaciones te gustaría que tuviera el centro recreacional? (Puedes seleccionar más de una opción)

- a) Canchas deportivas
- b) Áreas verdes
- c) Zonas de picnic
- d) Salones para eventos
- e) Otras (por favor específica) _____

9. ¿Qué servicios adicionales te gustaría que ofreciera el centro recreacional? (Puedes seleccionar más de una opción)

- a) Clases de deportes o actividades
- b) Servicio de comida y bebida
- c) Wi-Fi gratuito
- d) Otras (por favor específica) _____

10. ¿Qué tipo de membresía preferirías para el centro recreacional?

- a) Membresía anual
- b) Membresía mensual
- c) Pago por día de uso
- d) No estoy seguro

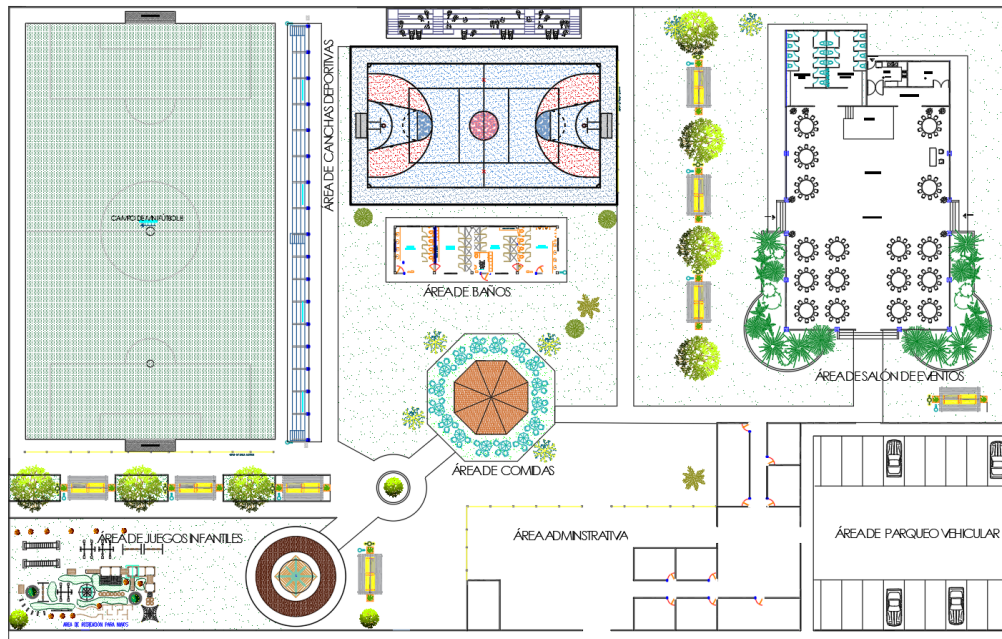
11. ¿Te gustaría que el centro recreacional organizara eventos especiales? (Puedes seleccionar más de una opción)

- a) Competencias deportivas
- b) Clases magistrales o talleres
- c) Eventos sociales (fiestas, conciertos, etc.)
- d) No estoy interesado en eventos especiales

12. ¿Cómo te gustaría ser informado sobre las actividades y eventos del centro recreacional?

- a) Correo electrónico: _____
- b) Redes sociales
- c) Sitio web del centro recreacional
- d) No deseo recibir información

Anexo 2: Modelo del Centro Recreacional – distribución



Anexo 3: Proyección de Ingreso de clientes

	Producto/Servicio	valor mensual por cliente	Ingresos entrada mensual	Ingresos por año
2024	Total Precio	\$ 30,00	\$ 28.500,00	\$ 342.000,00
	Cientes	clientes/unidad	clientes mensuales	clientes al año
	Total de Clientes	-	950	11400
2025	Total Precio	\$ 30,00	\$ 31.500,00	\$ 378.000,00
	Cientes	clientes semanal	clientes mensuales	clientes al año
	Total de Clientes	-	1050	12600
2026	Total Precio	\$ 30,00	\$ 34.500,00	\$ 414.000,00
	Cientes	clientes semanal	clientes mensuales	clientes al año
	Total de Clientes	-	1150	13800
2027	Total Precio	\$ 30,00	\$ 37.500,00	\$ 450.000,00
	Cientes	clientes semanal	clientes mensuales	clientes al año
	Total de Clientes	-	1250	15000
2028	Total Precio	\$ 30,00	\$ 37.500,00	\$ 450.000,00
	Cientes	clientes semanal	clientes mensuales	clientes al año
	Total de Clientes	-	1250	15000

Anexo 4: Financiamiento en crédito bancario



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME	Tasa Nominal(%)	9.76
Destino	Activo Fijo	Tasa Efectiva(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Monto(USD)	250,000.00
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Plazo(Años)	5
Tipo Amortización	Cuota Fija	Fecha Simulación	2024-05-19
Forma de Pago	Anual		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	250000.00			
1	208854.49	41145.51	24400.00	65545.51
2	163693.18	45161.31	20384.20	65545.51
3	114124.12	49569.06	15976.45	65545.51
4	59717.12	54407.00	11138.51	65545.51
5	0.00	59717.12	5828.39	65545.51

Anexo 5: Análisis de inversión

PRESUPUESTO DE SISTEMA DE AGUA POTABLE						
A: MATERIALES						
N°	DESCRIPCION	UNIDAD	P.UNIT.	CANTIDAD	P.TOTAL	
S/N	TUB P ROSCABLE 1" X 6 M (340 PSI)	ML	\$ 5.10	43.00	\$ 219.09	
S/N	TUB P ROSCABLE 3/4" X 6 M (340 PSI)	ML	\$ 2.40	75.00	\$ 180.00	
S/N	TUB P ROSCABLE 1/2" X 6 M (340 PSI)	ML	\$ 1.91	90.00	\$ 171.90	
S/N	CODO ROSCABLE HN DE 3/4" X 90 GRADOS	U	\$ 2.00	2.00	\$ 4.00	
S/N	CODO ROSCABLE HN DE 1/2" X 90 GRADOS	U	\$ 1.50	10.00	\$ 15.00	
S/N	CODO ROSCABLE HN DE 1" X 90 GRADOS	U	\$ 1.50	6.00	\$ 9.00	
S/N	TEE ROSCABLE HN DE 3/4"	U	\$ 2.00	2.00	\$ 4.00	
S/N	TEE ROSCABLE HN DE 1/2"	U	\$ 1.00	36.00	\$ 36.00	
S/N	VÁLVULAS DE CORTE DE 1/2"	U	\$ 12.50	29.00	\$ 362.50	
S/N	VÁLVULAS DE CORTE INVIOLEABLE DE 1" MG	U	\$ 35.27	3.00	\$ 105.81	
S/N	CAJA DE PROTECCIÓN DE MEDIDOR	U	\$ 35.38	1.00	\$ 35.38	
S/N	LLAVES DE PERFORACIÓN DE 1"	U	\$ 25.10	1.00	\$ 25.10	
S/N	COLL. 1DERIV 1 90mm x 1"	U	\$ 6.85	1.00	\$ 6.85	
S/N	TEFLÓN	U	\$ 0.44	18.00	\$ 7.92	
S/N	MEDIDOR 1" VOLUMÉTRICO AQUARIUS (SAPEL)	U	\$ 185.87	1.00	\$ 185.87	
S/N	UNIÓN PP ROSCABLE H DE 1" (POLIMEX)	U	\$ 1.44	2.00	\$ 2.89	
S/N	SELLO DE SEGURIDAD ROTO SEAL	U	\$ 0.75	8.00	\$ 6.02	
					Sub Total A	\$ 1,377.33
B: MANO DE OBRA						
N°	DESCRIPCION	UNIDAD	P.UNIT.	CANTIDAD	P.TOTAL	
S/N	INSTALACIÓN DE GUÍA EN SUELO NORMAL	ML	\$ 7.79	6.00	\$ 46.73	
S/N	INSTALACIÓN DE MEDIDOR D=1/2", 3/4" y 1"	U	\$ 11.06	1.00	\$ 11.06	
S/N	LOCALIZACIÓN DE TUBERÍA MATRIZ EN CALLE SIN PAVIMENTO	U	\$ 22.59	3.00	\$ 67.77	
S/N	PERFORACIÓN DE TUBERÍA MATRIZ (Incluye Instalación, Montura o Collarín)	U	\$ 9.63	2.00	\$ 19.26	
S/N	HORMIGÓN SIMPLE f _c = 210 Kg/cm ² (Incluye Encofrado)	M3	\$ 218.06	0.16	\$ 34.89	
S/N	CONEXIÓN DE ACCESORIOS DE PVC DE 1/2" A 2" (Incluye Excav. Y Relleno)	U	\$ 12.56	82.00	\$ 1,029.92	
S/N	INSTALACIÓN DE CAJETIN	U	\$ 1.65	1.00	\$ 1.65	
S/N	INSTALACIÓN DE VALVULA DE CORTE INVIOLEABLE DE 1/2" MG	U	\$ 11.56	3.00	\$ 34.69	
S/N	INSTALACIÓN DE ACCESORIOS	U	\$ 1.54	4.00	\$ 6.15	
					Sub Total B	\$ 1,252.12
					Sub Total A+B	\$ 2,629.45
					LV-A 12%	\$ 315.53
					TOTAL	\$ 2,944.98

PRESUPUESTO CAMARAS DE SEGURIDAD					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	Cámaras de Seguridad (Interiores)	U	10	\$ 104,29	\$ 1.042,94
2	Cámaras de Seguridad (Exteriores)	U	15	\$ 156,44	\$ 2.346,63
3	DVR/NVR (Grabadores de Video)	U	2	\$ 312,88	\$ 625,77
4	Monitores de Vigilancia	U	3	\$ 208,59	\$ 625,77
5	Cableado y Conectores	M	500	\$ 1,04	\$ 521,47
6	Fuente de Alimentación	U	25	\$ 10,43	\$ 260,74
7	UPS (Sistemas de Alimentación Ininterrumpida)	U	3	\$ 156,44	\$ 469,33
8	Instalación y Mano de Obra	Lote	1	\$ 2.085,89	\$ 2.085,89
9	Software de Gestión	Lote	1	\$ 521,47	\$ 521,47
TOTAL					\$ 8.500,00

PRESUPUESTO REFERENCIAL SIATEMA DE RED AASS						
A: MATERIALES						
COD.	No.	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNIT.	P.TOTAL
S/N	1	SUMINISTRO DE TUBO PVC RIGIDO 160mm PARA ALCANTARILLADO	ML.	207,35	\$ 11,52	\$ 2.388,67
S/N	2	CAJA DOMICILIARIA DE H.A. < 1.00 MT. 0.80 x 0.80	U	8,00	\$ 167,53	\$ 1.340,24
S/N	3	TAPA DE CAJA DE REGISTRO DE H.A. DE 0.65 X 0.65 X 0.08 M	U	8,00	\$ 92,26	\$ 738,08
S/N	4	CINTA DELIMITADORA DE PELIGRO	M	50,00	\$ 0,83	\$ 41,50
S/N	5	CAMA DE ARENA PARA PROTECCION DE TUBERIA	M3	53,56	\$ 20,96	\$ 1.122,66
					Sub Total A	\$ 5.631,15

B: MANO DE OBRA						
N°	No.	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNIT.	P.TOTAL
S/N	6	EXCAVACION A MAQUINA H= 0 A 2.00 MT.	M3	101,12	\$ 2,87	\$ 290,21
S/N	7	RELLENO COMPACTADO CON MATERIAL DEL SITIO	M3	44,38	\$ 5,00	\$ 221,91
S/N	8	DESALOJO DE MATERIALES SOBANTES	M3	56,73	\$ 4,30	\$ 243,94
S/N	9	ROTURA Y REPOSICION DE PARED DE CAMARA DE H.A.	U	1,00	\$ 102,70	\$ 102,70
S/N	10	INSTALACION DE TUBERIA 160 mm PARA ALCANTARILLADO	ML.	208,35	\$ 1,85	\$ 385,45
S/N	11	LEVANTAMIENTO TOPOGRÁFICO, TRAZADO DE TUBERIA	ML.	206,81	\$ 0,43	\$ 88,93
					Sub Total B	\$ 1.333,14
					Sub Total A+B	\$ 6.964,29
					I.V.A 12%	\$ 835,71
TOTAL					\$	7.800,00

CÓDIGO	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
CANCHA DE CESPED SINTETICO					SUBTOTAL A	\$ 85.000,0000
100003	LIMPIEZA Y DESBROCE DE TERRENO	M2	1500,00	\$ 1,62	\$ 2.430,0000	
200001	REPLANTEO Y NIVELACION CON EQUIPO TOPOGRFICO	M2	1500,00	\$ 0,85	\$ 1.275,0000	
100204	CESPED SINTETICO DEPORTIVO	M2	1500,00	\$ 25,26	\$ 37.890,0000	
100189	BORDILLOS DE HORMIGON SIMPLE F'C = 180 KG/CM2, PARA ACERAS (100X50X15 CM) PARA PARQUEADERO	M	160,00	\$ 18,40	\$ 2.944,0000	
200012	RELLENO COMPACTADO MECANICO CON SUB BASE CLASE II	M3	1500,00	\$ 20,72	\$ 31.080,0000	
100064	PINTURA DE ALTO TRAFICO - SEÑALIZACION HORIZONTAL LINEA A=10 CM	M	180,00	\$ 3,36	\$ 604,8000	
100205	ARCO DE CANCHA DE FÚTBOL	U	2,00	\$ 491,09	\$ 982,1800	
100222	CERRAMIENTO DE MALLA GALV	M2	231,83	\$ 33,62	\$ 7.794,0237	
CANCHA MULTIPLE					SUBTOTAL B	\$ 35.000,0000
100003	LIMPIEZA Y DESBROCE DE TERRENO	M2	720,00	\$ 1,62	\$ 1.166,4000	
200001	REPLANTEO Y NIVELACION CON EQUIPO TOPOGRFICO	M2	720,00	\$ 0,85	\$ 612,0000	
200076	CONTRAPISO HORMIGON F'C = 210 KG/CM2, E=10 CM, INCL MALLA 5X10X10MM Y POUETILENO	M2	720,00	\$ 26,71	\$ 19.231,2000	
100065	PINTURA DE ALTO TRAFICO - SEÑALIZACION HORIZONTAL LINEA A=10.01-20 CM	M	606,83	\$ 4,12	\$ 2.500,1417	
100207	TABLERO PARA BASQUET (METAL Y VIDRIO TEMPLADO)	U	2,00	\$ 1.003,13	\$ 2.006,2600	
100189	BORDILLOS DE HORMIGON SIMPLE F'C = 180 KG/CM2, PARA ACERAS (100X50X15 CM) PARA PARQUEADERO	M	150,00	\$ 18,40	\$ 2.760,0000	
100222	CERRAMIENTO DE MALLA GALV	M2	200,00	\$ 33,62	\$ 6.724,0000	

PRESUPUESTO REFERENCIAL SISTEMA CONTRAINCENDIOS					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	Gabinete contraincendios	U	2,00	\$ 558,83	\$ 1.117,66
2	Tubo acero negro, diam 1 plg	M	150,00	\$ 17,24	\$ 2.586,00
3	Tubo acero negro, diam 1 1/4 plg	M	35,00	\$ 23,71	\$ 829,85
4	Tubo acero negro, diam 1 1/2 plg	M	37,00	\$ 26,09	\$ 965,33
5	Tubo acero negro, diam 2 plg	M	17,00	\$ 33,54	\$ 570,18
6	Tubo acero negro, diam 2 1/2 plg	M	42,00	\$ 50,93	\$ 2.139,06
7	Tubo acero negro, diam 3 plg	M	32,00	\$ 71,65	\$ 2.292,80
8	Tubo acero negro, diam 4 plg	M	34,00	\$ 91,02	\$ 3.094,68
9	Valvula compuerta 2 1/2 plg, HF, bridada	U	3,00	\$ 562,91	\$ 1.688,73
10	Valvula compuerta 4 plg, HF, bridada	U	3,00	\$ 836,53	\$ 2.509,59
11	Valvula check 3 plg, HF, bridada	U	1,00	\$ 483,26	\$ 483,26
12	Detector de flujo para tubo diam 4 plg	U	3,00	\$ 275,44	\$ 826,32
13	Rociador (sprinkler) diam 1/2 plg	U	60,00	\$ 46,39	\$ 2.783,40
14	Sistema contra-incendios (bombas)	U	1,00	\$ 9.780,54	\$ 9.780,54
15	Extintor CO2, 10 lb	U	12,00	\$ 187,63	\$ 2.251,56
16	Extintor polvo quimico ABC, 10 lb	U	18,00	\$ 97,63	\$ 1.757,34
17	Soporte tubería individual	U	190,00	\$ 12,23	\$ 2.323,70
TOTAL					\$ 38.000,00

PRESUPUESTO SISTEMA ELÉCTRICO					
ITEM	COMPONENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB-TOTAL
5,000	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
5,100	ACOMETIDAS ELÉCTRICAS				
5,110	RED ELÉCTRICA BAJA TENSIÓN				30.379,86
5,111	Alimentador 2#250MCM+ N#4/0 + T#2MCM-TUB.RIGIDA MET 3"	M	15,00	185,38	2.780,70
5,112	Alimentador 2#4/0+ N#2 + T#4	M	45,00	80,46	3.620,70
5,113	Alimentador 2#2+ N#4 + T#6	M	135,00	30,93	4.175,55
5,114	Alimentador 2#4+ N#6+ T#8	M	190,00	14,94	2.838,60
5,115	Alimentador 2#6+ N#8+ T#10	M	50,00	13,78	689,00
5,116	Alimentador 2#10+ N#12 + T#10 para acometidas	M	35,00	7,25	253,75
5,117	Tablero de medidores. Incluye: BASE SOCKET CL-20, 2 BASES CLASE 100 Y BREAKER 2P-250 AMPERIOS-BARRAS DE 400 AMP. Y TRANSFO DE CORRIENTES-B REAKER 2P-200 Y 2P-70	U	1,00	3.242,59	3.242,59
5,118	Tablero de transferencia	U	1,00	1.258,77	1.258,77
5,119	Generador de 25 KVA y cabina isonora	U	1,00	9.258,40	9.258,40
5,120	Tablero de distribución eléctrica de iluminación general 0,8 X 1 INCLUYE BREAKER 2P-70 Y SP-100-BARRAS DE 300 AMPERIOS-4 BREAKER 2P-30	U	1,00	869,08	869,08
5,121	Tablero de distribución eléctrica ZVB 80 X 1. Incluye: BREAKER (5 BREAKER 2P-40 Y 4- 2P-20) BARRAS DE 200 AMPERIOS	U	1,00	696,36	696,36
5,122	Tablero de distribución eléctrica 80 X 1. Incluye: BREAKER (5 BREAKER 2P-40 Y 4- 2P-20) BARRAS DE 200 AMPERIOS	U	1,00	696,36	696,36
5,130	MONTAJE DE RED DE ALTA TENSIÓN				11.205,78
5,131	Conductor de media tensión #2 XLPE + 1#4 AWG 2 RIG 3"	M	18,00	52,04	936,72
5,132	PADMOUNT 50 KVA incluye bushing insert y elbow conector	U	1,00	5.905,52	5.905,52
5,133	Instalacion de varillas de puesta a tierra	U	5,00	127,19	635,95
5,134	Instalacion de cajas fusibles de 100Amp 15Kv	U	1,00	138,79	138,79
5,135	Instalacion de pararrayos de 10Kv	U	1,00	114,61	114,61
5,136	Cable de aluminio ASCR #2 para media tensión aérea	U	100,00	3,99	399,00
5,137	Anclaje de postes de media tension	U	1,00	210,00	210,00
5,138	Estructura RU	U	5,00	86,45	432,25
5,139	Estructura SU	U	5,00	87,97	439,85
5,140	Suministro y ereccion poste de 11 mts X 350KG	U	4,00	382,47	1.529,88
5,141	Suministro y ereccion poste de 11 mts X 500KG	U	1,00	463,21	463,21
5,150	CABLEADO DE RED DE ALUMBRADO PÚBLICO				75.742,67
5,151	Instalacion de circuitos 2#10+N#12 TUBERIA PVC 3/4"	M	785,00	6,88	5.400,80
5,152	Instalacion de circuitos 2#12+N#14 TUB PVC 3/4"	M	473,20	5,13	2.427,52
5,153	Luminarias de 250w	U	16,00	317,97	5.087,52
5,154	Luminarias de 150w	U	24,00	341,50	8.196,00
5,155	Luminarias de 100w	U	12,00	463,13	5.557,56
5,156	Luminarias de 70w	U	25,00	341,50	8.537,50
5,157	Postes metálicos de 9 metros (Reflectores Plaza Iglesia)	U	5,00	1.018,55	5.092,75
5,158	Postes metálicos de 3 metros (Alumbrado Luz Tenue)	U	12,00	613,44	7.361,28
5,159	Postes metálicos de 4 metros (Alumbrado General)	U	14,00	868,15	12.154,10
5,160	Postes metálicos de 3 metros (Mirador)	U	12,00	613,44	7.361,28
5,161	Poste de 12 m. (Parqueo y Vía Pública)	U	4,00	2.141,59	8.566,36
5,160	CANALIZACIÓN DE RED DE TV CABLE Y TELÉFONO				1.907,35
5,162	Instalación de ductos de 110 mm.	M	35,00	38,20	1.337,00
5,163	Instalación de ductos de 1"	M	25,00	7,07	176,75
5,164	Construcción de cajas de paso	U	8,00	49,20	393,60
5,200	PUNTOS ELÉCTRICOS				
5,210	AREA DESALON DE EVENTOS				3.326,10
5,211	Punto de luz 120 V.	U	34,00	30,16	1.025,44
5,212	Punto de tomacorriente 120 V., polarizado de pared	U	17,00	32,31	549,27
5,221	Punto de tomacorriente 220 V	U	5,00	44,53	222,65
	luz Led	U	34,00	35,40	1.203,60
5,222	Panel de distribución (incluye breaker de 16-32 servicios tipo g.e.)	U	1,00	325,14	325,14
5,220	AREA ADMINISTRATIVA				2.612,22
5,211	Punto de luz 120 V.	U	27,00	30,16	814,32
5,212	Punto de tomacorriente 120 V., polarizado de pared	U	16,00	32,31	516,96
	luz Led	U	27,00	35,40	955,80
5,215	Panel de distribución (incluye breaker de 8-16 servicios tipo g.e.)	U	1,00	325,14	325,14
5,230	AREA DE BAÑOS				3.526,02
5,211	Punto de luz 120 V.	U	20,00	30,16	603,20
5,212	Punto de tomacorriente 120 V., polarizado de pared	U	15,00	32,31	484,65
	luz Led	U	20,00	35,40	708,00
5,231	Panel de distribución (incluye breaker de 8 servicios tipo g.e.)	U	1,00	246,25	246,25
5,253	Lámparas	U	36,00	41,22	1.483,92
TOTAL					\$ 128.700,00

PRESUPUESTO REFERENCIAL AREA ADMINISTRATIVA Y SALON DE EVENTOS				
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTO
PRELIMINARES				
Limpieza y Desalajo	m2	250	0,71	177,50
PRELIMINARES				
Replanteo y Nivelación	m2	250	1,39	347,50
Instalación Provisional de Servicio Básico	glb	1	150,00	150,00
Batería Sanitaria Provisional	glb	1	50,00	50,00
Caseta Bodega	m2	1	60,00	60,00
MOVIMIENTO DE TIERRA				
Excavación de Cimientos	m3	26	4,50	117,00
Relleno Compactado con Cascajo	m3	40	13,64	545,60
ESTRUCTURAS				
Replanteo de Hormigón Simple	m2	22	5,49	120,78
Cimientos de Hormigón (Plinto)	m3	9	190,00	1710,00
Muro de Hormigón Ciclópeo	m3	13	102,89	1337,57
Cimientos de Hormigón (Riostra)	m3	6	190,00	1140,00
Aceros de Refuerzo fy - 4200 kg/cm2	kg	2967	1,59	4717,53
Columnas de Hormigón	m3	3	205,00	615,00
Loseta de Hormigón	m3	0,5	245,00	122,50
Vigas de Cubierta de Hormigón	m3	5	205,00	1025,00
Pilarotes de Hormigón	ml	25	7,83	195,75
Viguetas de Hormigón	ml	35	7,83	274,05
Mesones Cosina - Baño - Closets de Horn	ml	16	38,00	608,00
ALBANILERIA				
Paredes de Bloque PI9	m2	400	15,50	6200,00
Enlucido vertical Interior y Exterior	m2	600	8,05	4830,00
Enlucido de Columnas y Vigas	ml	120	4,33	519,60
Cuadrada de Boquetes de Puertas y Ventas	ml	100	4,06	406,00
Enlucido de Filos	ml	120	2,88	345,60
Enlucido horizontal de Loseta	ml	5	9,45	47,25
Gotero en Loseta	ml	6	5,41	32,46
Enlucido de Filos de Losa	ml	12	5,66	67,92
Resanes Generales	glb	1	300,00	300,00
Total (1)				26062,61
PISOS Y SOBREPISOS				
Contrapiso de Hormigón Simple	m2	300	26,71	8013,00
Porcelanato para piso	m2	100	30,20	3020,00
Cerámica Nacional 31 x 31, Baños	m2	30	23,81	714,30
Marmol Nacional de Cosina	u	1	1000,00	1000,00
Trabajo de Madera				
Puertas de Madera 0,70 x 2,00 m	u	2	161,93	323,86
Puerta de Madera 0,90 x 2,00 m	u	3	180,23	540,69
Puertas Pricipales 100 cm	u	2	277,83	555,66
Closet de madera	u	3	250,00	750,00
Cerradura con Tiradera de Puerta Principa	u	2	41,04	82,08
Cerradura de Puerta de Baño	u	2	26,40	52,80
Cerradura de Puerta Dormitorio	u	3	16,64	49,92
VENTANAS				
Ventanas de Aluminio y Vidrio Corredizas	m2	30	90,00	2700,00
Total (2)				17802,31
INST. AAPP. -AASS.-AALL				
Inodoro Económico	u	22	117,24	2579,28
Lavamanos Edesa Empotrado	u	8	66,00	528,00
Fregadero 1 pozo de Cocina	u	2	85,00	170,00
Anillo de Cera	u	2	18,00	36,00
Duchas Nacionales FV	u	3	28,00	84,00
Accesorios Baño Nacional	u	2	25,90	51,80
Llave de ducha Fria	u	3	18,00	54,00
Sifón Lavamano	u	2	16,81	33,62
Desague Lavamano	u	2	15,12	30,24
Grifería Fregadero de Cocina	u	2	83,21	166,42
Desague Fregadero	u	2	23,20	46,40
Llave de Manuera Lavaropa	u	1	17,13	17,13
Rejilla de Bronce Lavaropa	u	1	65,72	65,72
Puntos de Agua Potable	u	15	32,58	488,70
Tubería PVC Roscable 1/2" AF	ml	50	4,71	235,50
Puntos de Aguas Servidas	u	8	39,00	312,00
Tubería PVC Descarge 110 mm	ml	32	12,00	384,00
Tubería PVC Descarge 75 mm	ml	27	9,10	245,70
Tubería PVC Descarge 50 mm	ml	12	7,51	90,12
Cajas de Revisión	u	6	66,16	396,96
Válvulas de Compuerta	u	11	41,58	457,38
Total (3)				6472,97
PUNTOS DE ILUMINACION 110 V	PTO	27	36,34	981,18
PUNTOS DE TOMACORRIENTES 110 V	PTO	30	38,74	1162,20
PUNTOS DE TOMACORRIENTES 220 V	PTO	1	56,94	56,94
PANEL DE BREAKER 8-12	UNID.	1	170,00	170,00
CABLE CONDUCTOR NUMERO #12	ML	400	0,95	380,00
CABLE CONDUCTOR NUMERO #10	ML	50	1,25	62,50
ALIMENTADOR MONOFASICO CON CONDUCTOR (2 #6 + 1N# 6+ T # 10) THHN, TUB. METALICA RIGIDA 1 1/2", DESDE BUSHING EN BAJA TENSION HASTA LOS TERMINALES DE ENTRADA DE LA BASE SOCKET DEL	ML	28	12,00	336,00
varilla de puesta a tierra	UNID.	1	11,00	11,00
tubo de pvc para conduccion electrica	ml	300	0,50	150,00
apliques 110 v para patio	UNID.	17	59,66	1014,22
focos de 110 v	UNID.	10	8,00	80,00
puntos de tv y telefono (incluyen accesorio	UNID.	5	74,00	370,00
Total (4)				4774,04
PINTURAS				
Pintura Interior	m2	220	4,58	1007,60
Pintura Exterior	m2	120	5,22	626,40
CUBIERTA				
Estructura de metal para cubierta	m2	200	12,00	2400,00
Cubierta de Asbesto	m2	120	10,00	1200,00
Tumbado Falso	m2	111	15,00	1665,00
LIMPIEZA				
Limpieza de Obra	glb	1	200,00	200,00
Total (5)				7099,00
TOTAL (1+2+3+4+5)				62210,93

OBRAS EXTERIORES Y PATIO				
MOVIMIENTO DE TIERRA				
Excavación de Cimientos	m3	10	4,50	45,00
Relleno Compactado con Cascajo	m3	35	13,64	477,40
ESTRUCTURAS				
Replanteo de Hormigón Simple	m2	12	5,49	65,88
Cimientos de Hormigón (Plinto)	m3	6	190,00	1140,00
Muro de Hormigón Ciclópeo	m3	7,5	102,89	771,68
Cimientos de Hormigón (Riostra)	m3	3	190,00	570,00
Aceros de Refuerzo fy - 4200 kg/cm2	kg	1097	1,59	1744,23
Columnas de Hormigón	m3	2,8	205,00	574,00
Viguetas de Hormigón	ml	50	7,83	391,50
ALBANILERIA				
Paredes de Bloque PI9	m2	175	15,50	2712,50
Enlucido vertical en paredes	m2	130	8,05	1046,50
Enlucido de Columnas y Vigas	ml	65	4,33	281,45
Enlucido de Filos	ml	30	2,88	86,40
Resanes Generales	glb	1	200,00	200,00
Contrapiso Exteriores Corredor y Patios	m2	110	12,58	1383,80
Total (1)				11973,34
OBRAS DE METAL				
Puerta de Hierro Patio lateral	u	1	225,00	225,00
Puerta de Hierro Ingreso	u	1	450,00	450,00
Cerradura Eléctrica de Puerta de Ingreso	u	1	73,98	73,98
Cerradura Metálica de Puerta de Hierro	u	2	34,05	68,10
Total (1)				817,08
TOTAL (1+2)				12790,42