



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA
EL DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO
EN LA COMUNA RÍO VERDE DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: YANELA KATHERINE PANCHANA ORRALA

TUTORA: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MBA

LA LIBERTAD –ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA
EL DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO
EN LA COMUNA RÍO VERDE DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: YANELA KATHERINE PANCHANA ORRALA

TUTORA: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MBA

LA LIBERTAD –ECUADOR

2013

La Libertad, 31 de Octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO EN LA COMUNA RÍO VERDE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA“ elaborado por la Srta. PANCHANA ORRALA YANELA KATHERINE, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes

Atentamente

.....
ECON. IRENE PALACIOS BAÛZ, MBA.
TUTOR

DEDICATORIA

Con Mucho Aprecio, Amor y Cariño:

A Dios por ser mi fortaleza y quien me ha regalado una vida tan maravillosa, con una familia unida siendo el pilar fundamental y apoyo incondicional para cumplir mis logros. A Él y a las personas especiales que me ha brindado y están junto a mí, le dedico este proyecto y cada meta en mi vida.

Yanela Katherine Panchana Orrala.

AGRADECIMIENTO

A la universidad, a mis profesores y mi tutora por los conocimientos brindados para llegar hasta la culminación del proyecto.

A Systecon por todo el apoyo brindado y por ser la empresa que me ha ayudado a desarrollar de manera exitosa tanto en lo laboral como en lo educativo.

Yanela Katherine Panchana Orrala.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón. MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Eco. Félix Tigrero González. MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. Irene Palacios Baúz. MBA.
PROFESORA-TUTORA

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA DE ÁREA

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

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA EL
DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO EN LA COMUNA
RÍO VERDE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”.**

Autora: Yanela Katherine Panchana Orrala

Tutora: Econ. Irene Palacios Baúz. MBA.

RESUMEN

Este proyecto es un aporte al desarrollo social y turístico en la provincia de Santa Elena en especial a la comuna Río Verde donde será ubicada el Centro recreacional con el nombre “Maravillas de la Naturaleza”. Para poder determinar un emprendimiento en la comuna, es importante determinar las características turísticas que tiene su provincia, aprovechando que es un lugar con muchos atractivos, beneficiándose de este atributo se desea implantar este proyecto con el objetivo de crear una empresa recreacional para su desarrollo. Este centro recreativo será ubicado en terrenos familiares y por su ubicación abastecen a la parte Este de su población. Actualmente los espacios recreativos son creados para compartir una forma de vida considerada con el entorno, se disfruta y aprende a querer al medio ambiente y su naturaleza, nuestra empresa contará con innovadoras áreas recreativas que ofrecen servicios de excelencia, calidad, variedad y entretenimiento, dedicados especialmente a la satisfacción del usuario. El presente trabajo corresponde a un estudio destinado a la creación de una empresa recreativa y muestra una nueva alternativa para el desarrollo a su comunidad ya que se abre un nuevo negocio y con ello fuentes de trabajo, un estudio que cuenta con diagnóstico, planteamiento del problema, fundamentación teórica, procedimiento metodológicos. La metodología usada a lo largo de este proyecto utiliza 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 diferentes servicios tendrán su valor único a diferencia de la cancelación del ingreso al centro recreativo que tendrá opción a utilizar la zona de picnic, cada uno de sus valores esta detallado en la propuesta y la parte financiera, se desarrollará el proyecto determinando las proyecciones a 15 años de vida, con el propósito de tener beneficios y generar utilidades, tanto para el desarrollo de la empresa, el personal y quienes asistan a ella.

ÍNDICE

| | |
|---|----------|
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | II |
| DEDICATORIA | III |
| AGRADECIMIENTO | IV |
| TRIBUNAL DE GRADO | V |
| RESUMEN..... | VI |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | XII |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | XIV |
| ÍNDICE DE TABLA | XV |
| ÍNDICE DE GRÁFICO | XVI |
| ÍNDICE DE ANEXO..... | XVII |
| | |
| MARCO CONTEXTUAL | 1 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN | 3 |
| 1.4. OBJETIVO GENERAL..... | 5 |
| 1.4.1. Objetivos específicos | 5 |
| 1.5. HIPÓTESIS..... | 5 |
| 1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE..... | 6 |
| 1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE | 7 |
| | |
| CAPÍTULO I..... | 8 |
| MARCO TEÓRICO | 8 |
| 1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA..... | 8 |
| 1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 10 |
| 1.2.1. Recreación | 10 |
| 1.2.2. ¿Qué es el Programa Recreativo? | 13 |
| 1.2.3. Tipos de Recreación..... | 20 |
| 1.2.4. Recreación para el desarrollo de su ámbito social | 20 |
| 1.2.5. Generalidades y principios de la administración aplicada a los centros de recreación turística. | 21 |
| 1.2.6. Planeación de eventos en centros recreacionales..... | 23 |
| 1.2.7. El mercado de eventos | 27 |
| 1.2.8. Marketing de turismo..... | 29 |
| 1.2.9. Turismo como Actividad Empresarial..... | 30 |
| 1.2.10. La creación de nuevas infraestructuras y la conservación..... | 30 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 1.2.11. | Demanda Turística..... | 31 |
| 1.2.12. | Comportamiento del Consumidor..... | 32 |
| 1.2.13. | Turismo Rural..... | 32 |
| 1.2.14. | Las Actividades Turísticas..... | 34 |
| 1.2.15. | Tipos de Turistas..... | 34 |
| 1.2.16. | Funciones del Profesional..... | 35 |
| 1.2.17. | Gestión Empresarial y de Negocios..... | 35 |
| 1.2.18. | Clasificación del turismo según la OMT (Organización Mundial del Turismo)..... | 37 |
| 1.2.19. | Ley de Turismo..... | 38 |
| 1.2.20. | Estudio Técnico..... | 39 |
| 1.2.21. | Estudio de Impacto Ambiental..... | 42 |
| 1.2.22. | Estudio Administrativo..... | 43 |
| 1.2.23. | Estudio Organizacional..... | 43 |
| 1.2.24. | Plan Nacional del Buen Vivir..... | 44 |
| 1.3. | MARCO SITUACIONAL..... | 46 |
| 1.3.1. | Comuna Río Verde..... | 46 |
| 1.3.2. | Demografía de la provincia de Santa Elena..... | 46 |
| 1.4. | FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | 47 |
| 1.5. | ESTUDIO ECONÓMICO (ANÁLISIS FINANCIERO)..... | 50 |
| CAPÍTULO II..... | | 52 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | | 52 |
| 2.1. | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 52 |
| 2.2. | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN..... | 52 |
| 2.3. | TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 52 |
| 2.4. | MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 54 |
| 2.5. | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 56 |
| 2.6. | INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 57 |
| 2.7. | POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 58 |
| 2.7.1. | Muestra y Procedimientos de la Investigación..... | 58 |
| 2.7.2. | Muestra..... | 59 |
| 2.7.3. | Determinación de la Muestra..... | 59 |
| 2.7.4. | Resumen de la Muestra..... | 60 |
| 2.8. | PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 60 |
| 2.8.1. | Análisis de Resultados..... | 60 |
| 2.8.2. | Tabulación de Datos..... | 60 |
| 2.8.3. | Figuras..... | 60 |

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO III | 61 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 61 |
| 3.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PROVINCIA | 61 |
| 3.2. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA COMUNA | 78 |
| | |
| CAPÍTULO IV | 92 |
| 4.1. PROYECTO | 92 |
| 4.1.1. Análisis de la demanda..... | 93 |
| 4.1.1.1. Factores que afectan la demanda..... | 93 |
| 4.1.1.3. Clasificación de la demanda | 95 |
| 4.1.1.4. Demandantes..... | 96 |
| 4.1.2. Análisis de la Oferta..... | 96 |
| 4.1.2.1 Factores que afectan a la oferta..... | 97 |
| 4.1.2.2. Oferentes | 97 |
| 4.1.3. Demanda insatisfecha..... | 97 |
| 4.1.4. Análisis de la competencia..... | 97 |
| 4.1.5. Marketing Mix: producto, precio, promoción, distribución..... | 98 |
| 4.1.5.1. Producto/ Servicio..... | 99 |
| 4.1.5.2. Producto/ Servicios Futuros | 103 |
| 4.1.5.3. Precio | 104 |
| 4.1.5.4. Promoción y Publicidad..... | 106 |
| 4.2. ESTUDIO TÉCNICO | 112 |
| 4.2.1. Infraestructura de la empresa | 112 |
| 4.2.2. Capacidad Instalada | 113 |
| 4.2.3. Tamaño..... | 113 |
| 4.2.4. Tipología de Construcción | 113 |
| 4.2.5. Ubicación del Proyecto | 113 |
| 4.2.6. Macro Localización..... | 114 |
| 4.2.7. Micro Localización | 114 |
| 4.2.8. Descripción de los Procesos..... | 115 |
| 4.2.9. Diagrama de Flujo de los Procesos | 115 |
| 4.2.10. Recursos | 116 |
| 4.2.11. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas | 119 |
| 4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 120 |
| 4.3.1. Nombre de la Empresa | 120 |
| 4.3.2. Slogan..... | 120 |
| 4.3.3. Logotipo | 120 |
| 4.3.4. Misión de la Empresa..... | 121 |
| 4.3.5. Visión de la Empresa | 121 |
| 4.3.6. Filosofía..... | 121 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.7. Valores | 122 |
| 4.3.8. Objetivos General y Específicos | 123 |
| 4.3.8.1. Objetivos General..... | 124 |
| 4.3.8.2. Objetivos específicos | 124 |
| 4.3.9. Actividades de la Empresa | 124 |
| 4.3.10. Estudio Organizacional | 125 |
| 4.3.11. Organigrama Estructural | 125 |
| 4.3.12. Organigrama funcional..... | 126 |
| 4.4. ESTUDIO LEGAL | 136 |
| 4.4.1. Constitución política del ecuador | 136 |
| 4.4.2. Ley de compañías | 137 |
| 4.4.3. Ley de turismo..... | 140 |
| 4.4.4. Reglamento general de la aplicación de la ley de turismo. | 142 |
| 4.4.5. Reglamento general de la actividad turística..... | 145 |
| 4.4.6. Requisitos legales | 147 |
| 4.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO | 151 |
| 4.5.1. Inversión Inicial | 151 |
| 4.5.1.1. Activos Fijos | 151 |
| 4.5.1.2. Inversión en activos intangibles..... | 152 |
| 4.5.1.3. Inversión en capital de trabajo..... | 153 |
| 4.5.2. Financiamiento | 154 |
| 4.5.2.1. Capital Propio | 154 |
| 4.5.2.2. Préstamo bancario..... | 155 |
| 4.5.2.3. Amortización de la deuda. | 156 |
| 4.5.3. Proyección de ventas | 157 |
| 4.5.4. Balance de situación financiera..... | 161 |
| 4.5.5. Ingresos | 161 |
| 4.5.6. Gastos | 163 |
| 4.5.6.1. Gastos en mantenimiento..... | 163 |
| 4.5.6.2. Gasto de constitución..... | 164 |
| 4.5.6.3. Gasto en suministro de oficina..... | 165 |
| 4.5.6.4. Gasto de publicidad | 167 |
| 4.5.6.5. Gastos administrativos | 167 |
| 4.5.6.6. Gastos en servicios básicos..... | 169 |
| 4.5.6.7. Gastos en suministro de limpieza | 169 |
| 4.5.6.8. Otros gastos administrativos | 170 |
| 4.5.6.9. Otros gastos..... | 170 |
| 4.5.7. Depreciación activos fijos | 171 |
| 4.5.8. Estado de resultado integral | 172 |
| 4.5.9. Flujo de caja | 173 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 4.5.10. | Valor actual neto (van)..... | 174 |
| 4.5.11. | Tasa interna de retorno (tir)..... | 174 |
| 4.5.12. | Periodo de recuperación (payback)..... | 175 |
| 4.5.13. | Punto de equilibrio | 176 |
| 4.6. | ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO | 177 |
| | CONCLUSIONES | 179 |
| | RECOMENDACIONES | 180 |
| | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 181 |
| | GLOSARIO | 183 |
| | ABREVIATURAS..... | 185 |
| | ANEXOS | 186 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|-----|
| CUADRO N° 1 Operacionalización de la variable independiente | 6 |
| CUADRO N° 2 Operacionalización de la variable dependiente | 7 |
| CUADRO N° 3 Detalle Poblacional | 9 |
| CUADRO N° 4 Datos de la Poblacional | 58 |
| CUADRO N° 5 Muestra provincia de Santa Elena | 59 |
| CUADRO N° 6 Muestra comuna Santa Elena..... | 60 |
| CUADRO N° 7 Resumen de la muestra | 60 |
| CUADRO N° 8 Demanda Centro Recreacional | 96 |
| CUADRO N° 9 Servicios Centro Recreacional..... | 99 |
| CUADRO N° 10 Servicios futuros | 103 |
| CUADRO N° 11 Precio | 105 |
| CUADRO N° 12 Detalle de la publicidad | 108 |
| CUADRO N° 13 Recursos de maquinaria, equipos y herramientas..... | 119 |
| CUADRO N° 14 Presupuesto de inversión inicial | 152 |
| CUADRO N° 15 Capital propio | 154 |
| CUADRO N° 16 Tabla aportación de los socios del centro recreacional..... | 155 |
| CUADRO N° 17 Amortización de la deuda | 156 |
| CUADRO N° 18 Proyección de ventas | 157 |
| CUADRO N° 19 Ingresos proyectados cancha fútbol..... | 158 |
| CUADRO N° 20 Ingresos proyectados cancha básquetbol..... | 158 |
| CUADRO N° 21 Ingresos proyectados salón de eventos | 159 |
| CUADRO N° 22 Ingresos proyectados piscina | 159 |
| CUADRO N° 23 Ingresos proyectados ping pong | 160 |
| CUADRO N° 24 Ingresos proyectados parque infantil | 160 |
| CUADRO N° 25 Ingresos proyectados zona alimentación | 160 |
| CUADRO N° 26 Balance de situación financiera | 161 |
| CUADRO N° 27 Total de ingresos proyectados | 162 |
| CUADRO N° 28 Gasto de mantenimiento | 164 |
| CUADRO N° 29 Gasto de constitución..... | 165 |
| CUADRO N° 30 Gasto en suministro de oficina | 166 |

| | |
|---|-----|
| CUADRO N° 31 Gasto de publicidad | 167 |
| CUADRO N° 32 Gasto administrativo | 168 |
| CUADRO N° 33 Gastos en servicios básicos..... | 169 |
| CUADRO N° 34 Gastos en suministro de limpieza | 169 |
| CUADRO N° 35 Otros gastos administrativos | 170 |
| CUADRO N° 36 Otros gastos | 170 |
| CUADRO N° 37 Depreciación de activos fijos | 171 |
| CUADRO N° 38 Estado de resultado integral | 172 |
| CUADRO N° 39 Resumen flujo de efectivo del inversionista | 173 |
| CUADRO N° 40 Resumen flujo de efectivo proyecto | 174 |
| CUADRO N° 41 Período de recuperación flujo del inversionista..... | 175 |
| CUADRO N° 42 Período de recuperación flujo del proyecto | 176 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| FIGURA N° 1 Factores que influyen la demanda del centro recreativo..... | 95 |
| FIGURA N° 2 Marketing Mix | 98 |
| FIGURA N° 3 Sala de Eventos y Karaoke..... | 100 |
| FIGURA N° 4 Piscinas y albercas..... | 100 |
| FIGURA N° 5 Cancha de fútbol | 101 |
| FIGURA N° 6 Ping pong de mesa | 101 |
| FIGURA N° 7 Cancha de básquetbol..... | 102 |
| FIGURA N° 8 Parque infantil o guardería..... | 102 |
| FIGURA N° 9 Zona de alimentación..... | 102 |
| FIGURA N° 10 Matriz BCG..... | 110 |
| FIGURA N° 11 Infraestructura del centro recreacional..... | 112 |
| FIGURA N° 12 Planos del centro recreacional..... | 112 |
| FIGURA N° 13 Macro localización..... | 114 |
| FIGURA N° 14 Micro localización..... | 115 |
| FIGURA N° 15 Diagrama de flujo de los procesos | 115 |
| FIGURA N° 16 Proyector para eventos | 116 |
| FIGURA N° 17 Bomba de agua..... | 117 |
| FIGURA N° 18 Mesa de ping pong | 117 |
| FIGURA N° 19 Frigorífico | 118 |
| FIGURA N° 20 Refrigeradora..... | 118 |
| FIGURA N° 21 Logotipo centro recreacional..... | 120 |
| FIGURA N° 22 Organigrama estructural..... | 126 |
| FIGURA N° 23 Diagrama funcional..... | 127 |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| TABLA N° 1 Género encuestados P.S.E. | 61 |
| TABLA N° 2 Edad encuestados P.S.E..... | 62 |
| TABLA N° 3 Domicilio encuestados P.S.E..... | 63 |
| TABLA N° 4 Actividades en tiempo libre | 64 |
| TABLA N° 5 Gastos cuando sale de paseo..... | 65 |
| TABLA N° 6 Personas acompañan | 66 |
| TABLA N° 7 Asistencia a centros recreativos | 67 |
| TABLA N° 8 En grado de estrés | 68 |
| TABLA N° 9 El tiempo frecuenta un centro recreacional | 69 |
| TABLA N° 10 Conoce centros recreativos | 70 |
| TABLA N° 11 Importancia de los atributos..... | 71 |
| TABLA N° 12 Servicios | 72 |
| TABLA N° 13 Actividades deportivas..... | 73 |
| TABLA N° 14 Diferentes cursos | 74 |
| TABLA N° 15 Precio de estos cursos | 75 |
| TABLA N° 16 Construcción de un centro recreativo | 76 |
| TABLA N° 17 Aceptación del lugar | 77 |
| TABLA N° 18 Genero encuestados comuna. | 78 |
| TABLA N° 19 Edad encuestados comuna | 79 |
| TABLA N° 20 Actividades en tiempo libre | 80 |
| TABLA N° 21 ¿Cuántas personas salen de paseo?..... | 81 |
| TABLA N° 22 Asistencia al centro recreativo..... | 82 |
| TABLA N° 23 En un grado de estrés en que piensa | 83 |
| TABLA N° 24 Conoce centros recreativos | 84 |
| TABLA N° 25 Servicios más ofertados | 85 |
| TABLA N° 26 Actividades deportivas..... | 86 |
| TABLA N° 27 Diferentes cursos | 87 |
| TABLA N° 28 Construcción de un centro recreativo | 88 |
| TABLA N° 29 Aceptación del lugar en su comuna..... | 89 |

ÍNDICE DE GRÁFICO

| | |
|--|----|
| GRÁFICO N° 1 Género encuestados P.S.E..... | 61 |
| GRÁFICO N° 2 Edad encuestados P.S.E..... | 62 |
| GRÁFICO N° 3 Domicilio encuestados P.S.E..... | 63 |
| GRÁFICO N° 4 Actividades en tiempo libre..... | 64 |
| GRÁFICO N° 5 Gastos cuando sale de paseo..... | 65 |
| GRÁFICO N° 6 Personas acompañan..... | 66 |
| GRÁFICO N° 7 Asistencia a centro recreativo..... | 67 |
| GRÁFICO N° 8 En grado de estrés..... | 68 |
| GRÁFICO N° 9 El tiempo frecuenta un centro recreacional..... | 69 |
| GRÁFICO N° 10 Conoce centros recreativos..... | 70 |
| GRÁFICO N° 11 Importancia de los atributos..... | 71 |
| GRÁFICO N° 12 Servicios..... | 72 |
| GRÁFICO N° 13 Actividades deportivas..... | 73 |
| GRÁFICO N° 14 Diferentes cursos..... | 74 |
| GRÁFICO N° 15 Precio de estos cursos..... | 75 |
| GRÁFICO N° 16 Construcción de un centro recreativo..... | 76 |
| GRÁFICO N° 17 Aceptación del lugar..... | 77 |
| GRÁFICO N° 18 Genero encuestados..... | 78 |
| GRÁFICO N° 19 Edad encuestados comuna..... | 79 |
| GRÁFICO N° 20 Actividades en tiempo libre..... | 80 |
| GRÁFICO N° 21 ¿Cuántas personas salen de paseo?..... | 81 |
| GRÁFICO N° 22 Asistencia al centro recreativo..... | 82 |
| GRÁFICO N° 23 En un grado de estrés en que piensa..... | 83 |
| GRÁFICO N° 24 Conoce usted centros recreativos..... | 84 |
| GRÁFICO N° 25 Servicios más ofertados..... | 85 |
| GRÁFICO N° 26 Actividades deportivas..... | 86 |
| GRÁFICO N° 27 DIFERENTES CURSOS..... | 87 |
| GRÁFICO N° 28 Construcción de un centro recreativo..... | 88 |
| GRÁFICO N° 30 Aceptación del lugar en su comuna..... | 89 |

ÍNDICE DE ANEXO

| | |
|---|-----|
| ANEXO 1. Planos del terreno..... | 187 |
| ANEXO 2. Encuesta provincia santa elena..... | 188 |
| ANEXO 3. Encuesta comuna..... | 190 |
| ANEXO 4. Proyeccion de ventas días ordinarios y fines de semana zona de picnic | 192 |
| ANEXO 5. Proyeccion de ventas entradas cancha de fútbol..... | 193 |
| ANEXO 6. Proyeccion de ventas salón de eventos. | 194 |
| ANEXO 7. Gasto de publicidad..... | 195 |

MARCO CONTEXTUAL

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La zona Este de la provincia de Santa Elena carece de estos centros recreacionales, la necesidad de fomentar un componente de distracción, relajación y diversión a través de la creación de lugares de entretenimiento, recreación, práctica deportiva donde la familia pueda asistir de manera íntegra sin distinción de sexo, edad.

La Comuna Río Verde necesita más áreas verdes, lugares para desarrollar actividades deportivas, con ello se estaría mejorando la calidad de vida de sus habitantes, además se aportaría con el desarrollo del país ya que al embellecerla estaría realizando una parte de la provincia incrementando su atractivo turístico.

Mediante el diagnóstico de la necesidad existente en la comunidad, es ineludible darse un espacio para un descanso físico, emocional, y que mejor que haciendo estas actividades al aire libre con varias formas de recreo, en un lugar acogedor, acompañado de las maravillas de la naturaleza, disfrutando de varios animales domésticos que acompañen esta diversión, refrescarnos en una piscina, saborear una buena comida, descansar en habitaciones confortables, en fin pasar bien solo o en familia en un sitio campestre, tener al alcance un salón de eventos que ubicado en la Comuna Río Verde es de utilidad o comodidad para las festividades de sus pobladores.

Este proyecto es considerado para tener una convivencia armónica con el medio ambiente. En este centro recreacional se provee que el núcleo de la sociedad “la familia” y el esparcimiento entren en comunión.

La oferta de la iniciativa del centro recreacional se ha disminuido a pocas opciones, ya que presenta una baja calidad de instalaciones, de servicio o de programación de actividades; el desinterés del sector privado por invertir en este tipo de servicios puede obedecer también entre otras cosas a la falta de capital, la escasez de conocimiento y al incipiente deseo por invertir en este tipo de proyectos que además de fomentar varios beneficios económicos brinden un servicio de sana diversión, integración y de mejora para la calidad de vida de la comunidad.

Nuestro propósito es brindar un servicio de calidad, a estudiantes de todos los niveles, a familias, empresas e instituciones, no solo de la Comuna Río Verde sino de toda la provincia de Santa Elena y turistas.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De qué manera contribuye los Programa Recreativo para el desarrollo de las Actividades Sociales y Turísticas de los pobladores de la comuna Río Verde de la provincia de Santa Elena en el año 2013.

1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación actual de los programas recreativos en la provincia de Santa Elena?

¿Qué nivel de desarrollo social y turístico se encuentran los cantones o la provincia de Santa Elena?

¿Qué programas recreativos se puede aplicar para la determinación de factores pertinentes dentro del estudio de mercado?

¿Qué modelo de negocios se puede implementar para el posicionamiento del centro recreacional?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Socialmente el proyecto promueve la generación de nuevas fuentes de empleo y la activación de la economía de la zona. La iniciativa de implementar un complejo turístico viene dada al empuje del sector privado, logrando de esta forma el desarrollo del turismo, favoreciendo a toda la provincia de Santa Elena.

Con la Implementación de un Centro Recreacional en la Comuna Río Verde de la provincia se pretende que nuestra comunidad se introduzca en el gran mercado turístico del país, brindando los servicios necesarios a todo individuo que aprecie este tipo de diversión y pueda encontrar varias formas de entretenimiento.

Los diversos problemas sociales que afectan directamente al núcleo familiar tienen su origen en diversas causas, enfocándonos en dos de ellas que son las más casuales en la Comuna, que consideramos es de vital importancia se refiere a la poca comunicación que existen entre los integrantes de la familia y la embriaguez de los caballeros de esta comunidad, que muchas veces son padres de familia que gracias a la poca diversión que encuentran recaen en este vicio.

Podemos contar con muchas maneras de atacar el problema, sin embargo, en este proyecto presentamos una alternativa para que las familias puedan divertirse, disfrutar de un tiempo de descanso, relajamiento y los caballeros encontrarán varias forma de entretenimiento mas no solo en el alcohol, ayudando con esto no solo a su salud, sino a la integración familiar o cambios a su vida cotidiana.

Además fortaleceremos la actividad turística generando un desarrollo socio económico para el sector, ocupando la mano de obra local y elevaremos el nivel de vida de los habitantes que se encuentran en las cercanías del centro recreativo, ya que también podrían implementar pequeños negocios que ofrezcan servicios complementarios para los visitantes, convirtiéndose en un estudio importante ya que nos ayuda al desarrollo social y a la vez en algo muy importante como es

lograr un progreso conforme en la familia y a su unión.

Generar ingresos que permitan el cumplimiento del objetivo económico de toda empresa privada, que favorezca a un crecimiento, desarrollo, avance de la localidad o la comuna en este caso, favoreciéndose en varios aspectos como el fomentar lo social y turístico, invirtiendo en este proyecto nos beneficiamos en la económico y social con ello a la provincia.

Satisfacer a su población de contar con un espacio para desarrollar actividades recreativas, brindando varios lugares de diversión como la práctica de deporte, el descanso, esparcimiento, alojamiento, alimentación, la diversión y el entretenimiento que ayude una convivencia sana, a unir más a las familias, cada vez incrementaremos clientes con varias estrategias, una de ellas tener un directorio donde se les informara y comunicara días de descuentos o promociones, sean feriados o días locos de promoción, que incentivara.

Nuestro propósito es brindar un servicio cien por ciento calidad, a familias, estudiantes de todos los niveles, empresas e instituciones y público en general que necesite de esta prestación. Es evidente que el descanso, la actividad física y deportiva están excepcionalmente dotados de múltiples beneficios físicos, mentales y psicológicos.

La práctica de la recreación y del deporte ayuda al desarrollo armónico e integral de los seres humanos, motivo por el que todo tipo de actividades de esta índole merecen ser apoyadas, y requieren de un gran esfuerzo.

Esta actividad es muy importante ya que abarca a que toda la familia asista a un lugar donde puedan disfrutar de la práctica de diversos deportes, juegos recreativos y además proporcionarles de un lugar ideal para poder pasar días de descanso placenteros.

1.4. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la contribución del Programa Recreativo para el desarrollo de las Actividades Sociales y Turísticas mediante una investigación de campo que involucre a los pobladores de la Comuna Río Verde para la creación de un Centro Recreacional dentro de la provincia de Santa Elena.

1.4.1. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de los centros recreativos en la provincia de Santa Elena.
- Elaborar un estudio de campo para determinar los programas recreativos.
- Desarrollar el programa recreativo que ayude al mejoramiento de la comunidad.
- Determinar el grado de aceptación de la creación de un centro recreacional para los pobladores de la Comuna Río Verde.

1.5. HIPÓTESIS

La contribución del Programa Recreativo con sus formas de entretenimiento logrará el desarrollo las Actividades Sociales y Turísticas mediante una investigación de campo hacia los pobladores de la Comuna Río Verde.

TEMA:

Contribución del Programa Recreacional para el desarrollo de Actividades Sociales y turísticas mediante una investigación de campo que involucre hacia los pobladores de la Comuna Río Verde. Creación de un Centro Recreacional dentro de la Provincia de Santa Elena en el año 2013.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

CUADRO N° 1 Operacionalización de la variable independiente

| OPERACIONALIZACIÓN | | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | INSTRUMENTO |
|---------------------|--|----------------|-----------------------------|---|-------------|
| V. I. | | | | | |
| PROGRAMA RECREATIVO | El programa recreativo es un medio con actividades seleccionadas y administradas por un equipo de profesionales capacitados con el fin de alcanzar determinados objetivos por su organización, buscando el beneficio para ellos su comunidad y los participantes en general. | ACTIVIDADES | SERVICIO ALQUILER PRODUCTOS | ¿Considera necesario un lugar dentro de la provincia en donde pudiera aprovechar su tiempo libre en actividades recreativas y capacitación? | ENCUESTA |
| | | ADMINISTRACIÓN | PLANIFICACIÓN CONTROL | ¿Qué es lo que más exige un centro recreacional? | |
| | | OBJETIVOS | EJECUCIÓN METAS | ¿Por qué preferiría asistir a estos centros? | |
| | | ORGANIZACIÓN | ESTRUCTURA INFORMACIÓN | Usualmente en su tiempo libre ¿Asiste a algún centro recreativo? | OBSERVACIÓN |
| | | SERVICIO | DIVERSIDAD | Edad de usuarios Gustos de usuarios Servicios más ofertado Publicidad. | |
| VARIEDAD | | | | | |
| FLEXIBILIDAD | | | | | |

Fuente: Variable Independiente.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

CUADRO N° 2 Operacionalización de la variable dependiente

| OPERACIONALIZACIÓN | | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | INSTRUMENTO |
|---|--|----------------------------|---------------------------|--|-------------|
| V.D. | | | | | |
| DESARROLLO DE ACTIVIDADES SOCIALES Y TURÍSTICAS | La recreación se entiende como: Las actividades recreacionales desarrolla el turismo y buenas relaciones sociales, aprovechando de forma útil ganar en mejoras para su calidad de vida | DINAMIZAR EL TURISMO | VARIEDAD DE RECREACIÓN | ¿Qué servicios recreacionales les gustaría a la población que ofrezca este centro recreacional? | ENCUESTA |
| | | MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA | APROVECHAMIENTO DE TIEMPO | ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre o vacaciones? | |
| | | ACTIVIDADES FÍSICAS | BUENA SALUD | ¿Está de acuerdo con la construcción de un centro recreacional donde ofrezca fuentes de trabajo? | OBSERVACIÓN |
| | | PARTICIPACIÓN SOCIAL | CREATIVIDAD GRUPAL | ¿Los turistas visitaran con más frecuencia la provincia, en especial su comuna? | |

Fuente: Variable Dependiente.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El Ecuador es un país que cuenta con más de 2000 kilómetros de litoral, donde es posible disfrutar de paradisíacos lugares en contacto con la naturaleza o zonas recreativas. Las características que ha adoptado la vida actual, han convertido a la recreación en una necesidad de uso de tiempo libre, en la provincia existen puntos estratégicos para el turismo gracias a las zonas recreativas.

Una de las formas de recrearse es la satisfacción con la práctica de deportes, unificando diversos proyectos sobre la creación de centros recreativos, en relación a lo expuesto, consideramos que en la Provincia de Santa Elena es necesaria la práctica de actividad física y deportiva. El motivo que da origen al proyecto es adecuar el espacio para brindar servicios de entretenimiento, destinado a los niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos.

Hoy en día las personas no buscan lugares en donde alojarse y alimentarse sino también relajarse y divertirse, todo en un mismo sitio; es ahí cuando surgen los centros de recreación, que tienen como finalidad brindar al pasajero varios servicios en un mismo lugar, para que no deban trasladarse de un lugar a otro a fin de satisfacer sus necesidades.

Es evidente que la actividad física y deportiva está excepcionalmente dotada de múltiples beneficios corporales y morales a esto debemos sumarle la adquisición de valores como: el sentimiento de grupo, como participar o compartir, la educación de la salud, la cultura del esfuerzo, el aprender a ganar y perder,

compañerismo, es por eso que estamos seguros la viabilidad del proyecto.

En la provincia de Santa Elena a más de los espacios Recreativos de la Zona Norte, el Prefecto está tomando en cuenta el desarrollo del turismo y recreación de distintas partes, como en Agosto del 2013 inauguró la obra en la comuna San Pablo que ya cuenta con espacios de diversión y el Parque Cultural y Recreativo en el barrio Vicente Rocafuerte de la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas e incluso la Comuna de Río Verde en vista de las necesidades está solicitando al Alcalde de Santa Elena, una cancha deportiva, ya que carecen de un buen estado tanto de zonas deportivas como de parques para la recreación de los pequeños. Las disciplinas deportivas que podrían practicarse una vez concluidas las obras que se proponen en ese proyecto serán: fútbol, natación y otros lugares de entretenimiento, de los cuales desde allí se organizarán eventos deportivos con la participación de diferentes instituciones y actividades de recreación.

El tamaño de la población de la comuna es cerca de los 3100 habitantes y dentro de ellas hay cinco agrupaciones de artesanos, varios agrícolas y en general los habitantes que se encuentran en diferentes trabajos a los cuales les satisface la existencia del presente proyecto y sus servicios, ofreciéndoles la oportunidad de enriquecer sus conocimientos junto con ello la posibilidad de brindarles distintas actividades en su tiempo libre, dándoles varias alternativas de recreación después de cada capacitación, así desarrollando el entorno social a estos pobladores y con ayuda de los habitantes de la provincia de Santa Elena, la misma que cuenta con una población de 308 693 habitantes entre los tres cantones que forman parte de ella. (Ver cuadro N° 3).

CUADRO N° 3 Detalle Poblacional

| CANTÓN | POBLACIÓN | |
|---------------|------------------|-------------|
| La Libertad | 95.942 | 31% |
| Salinas | 68.675 | 22% |
| Santa Elena | 144.076 | 47% |
| TOTAL | 308.693 | 100% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 2011

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Muchos de los programas recreativos que se desarrollan en nuestro país tienen fama de superfluos, desorganizados, sin intencionalidad, que no conducen al logro de objetivos, metas y propósitos concretos, que respondan a las reales necesidades de la comunidad, las empresas o individuos.

Esta mala fama obedece a varios factores, uno de ellos es la falta de formación técnica y profesional del personal que orienta las acciones recreativas en el campo social, empresarial y turístico, otro es el desconocimiento sobre la planeación, organización, ejecución y evaluación de estos programas.

1.2.1. Recreación

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

Estrategias para fortalecer el desarrollo humano, el ocio y la recreación

Formación de recursos humanos, Fortalecer las especializaciones en educación física en el área de recreación y los niveles de formación, licenciatura, maestría y doctorado en recreación, ocio y tiempo libre, evitando el trasladar perfiles. Se requiere de formar investigadores, innovadores y llevar a cabo investigaciones. Es necesario evaluar el impacto de una aproximación basada en beneficios, desarrollar, ampliar modelos y resultados de acción científico en las comunidades

en el campo del ocio y la recreación así como editar y publicar las mismas.

Identificar y diagnosticar las necesidades, para poder establecer a las personas y organizaciones que están trabajando en la maximización del impacto de los programas de recreación determinando los liderazgos del programa, se les debe proveer información y recursos para apoyar la acción local y poder llevar a cabo programas exitosos. Por último es necesario desarrollar modelos de evaluación de resultados, estudios de impacto económico, instrumentos de medición de cambios conductuales entre otros.

Construir un marco para el cambio social, la iniciativa basada en beneficios y satisfactorios debe ser parte de un marco de cambio social, donde se produzcan transformaciones de actitudes, significados y que las acciones sea el último objetivo, por tanto, su énfasis estará dado sobre las estrategias de liderazgo y el entrenamiento de los profesionales.

Construir un marco jurídico constituye un medio necesario para el ejercicio de la profesión así como para la oferta de los servicios para el tiempo libre, ya que existe poca reglamentación en ese sentido. Establecer vías de colaboración, alianzas y asociaciones con Organismos e Instituciones en cada país y de Interés Regional y Sub. Regionales que servirán para dar soporte a las relaciones profesionales tan necesarias en nuestras áreas.

La actividad física recreativa en el contexto social comunitario.

El grupo urbano o comunidad es un determinado conjunto o espacio residencial en los que existe determinada organización territorial.

En correspondencia con las construcciones urbanas y los asentamientos poblacionales se hace imprescindible la organización de la recreación en su seno

como vía del uso del tiempo libre y la satisfacción de las necesidades físicas recreativas de esas poblaciones, con la concepción de que no hay que trasladarse para disfrutar de una agradable actividad recreativa.

La Recreación como elemento de la cultura del hombre debe ser tratada en el desarrollo local con un nivel de consideración consciente por lo planteado con anterioridad en relación a la economía, salud y educación. La participación de los miembros de la familia en actividades recreacionales crea y desarrolla buenas relaciones sociales entre ellos, conciencia y hábitos de práctica, estilos de vida saludables disfrutando de buena salud tanto física como mental, además mantienen buenas relaciones interpersonales.

El tiempo libre, su importancia social y su relación con la recreación.

Al hablar de tiempo libre es preciso destacar la vinculación directa de este fenómeno con la producción social y por tanto su naturaleza económica y sociológica, la cual una vez evidenciada permite el estudio del mismo sobre bases rigurosas. Las tendencias mundiales actuales apuestan por menos trabajo y más ocio o tiempo libre. Las horas de trabajo, diarias, semanales, anuales, así como vitales (a lo largo de toda la vida), se han visto paulatinamente reducidas.

El ocio se conforma como una actitud, un comportamiento, algo que tiene lugar durante el tiempo libre y que no importa tanto lo que se haga sino el cómo se haga; el ocio, independientemente de la actividad concreta de que se trate, es una forma de utilizar el tiempo libre mediante una ocupación libremente elegida y realizada, cuyo mismo desarrollo resulta satisfactorio o placentero para el individuo.

Teniendo en cuenta lo expresado ya que es el tiempo en que el grado de obligatoriedad no es de necesidad en virtud de tener satisfechas sus necesidades

básicas. Y que puede en este caso ser aprovechada por las personas para optar por actividades físicas recreativas sanas que le permitan en ese tiempo aprovechado de forma útil ganar en mejoras para su calidad de vida.

(Pérez, 2009) sigue planteando que:

La calidad de la vida y la creación de un estilo de vida en la población, presuponen una relación dialéctica entre la utilización adecuada del tiempo libre y la salud mental y física de cada persona, ya que por un lado la realización de adecuadas actividades recreativas- físicas fortalecen la salud y lo prepara para el pleno disfrute de la vida, y por otro, una buena salud posibilita un mayor y mejor aprovechamiento del tiempo libre en otras esferas de la Recreación. (Pág. #43)

Impulsar una cultura del tiempo libre que se oponga al modelo de consumismo en forma positiva, demostrando la capacidad creativa y los niveles de participación popular del socialismo, la riqueza incalculable de la creatividad popular. Una cultura socialista del tiempo libre basada en la antítesis del consumismo: En la creación y la participación.

1.2.2. ¿Qué es el Programa Recreativo?

Definir el programa recreativo en un hecho complejo, por los múltiples factores que en él intervienen. (Pérez, 2009) nos dice que: “El programa es un medio con actividades seleccionadas y administradas por un equipo de profesionales entrenados, que están técnicamente capacitados y cuyas acciones buscan de manera específica alcanzar determinados objetivos deseados por la organización, la comunidad y los participantes en general.”

La administración del programa recreativo vive cuatro etapas fundamentales:

- PLANEACIÓN
- ORGANIZACIÓN
- EJECUCIÓN
- CONTROL – EVALUACIÓN

La planeación:

En esta etapa, el equipo de trabajo fija:

1. El objetivo general del programa (los objetivos se formulan con base en las necesidades y expectativas del grupo, personas y comunidad a la cual va dirigido)
2. Las actividades deben estar acordes con los objetivos propuestos. Además se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:
 - Número de participantes
 - Edad y Sexo de los mismos
 - Nivel cultural y educacional
 - Limitaciones físicas
 - Lugar donde se va a realizar la actividad (aire libre, recinto cerrado)
 - Tiempo disponible
 - Material requerido
 - Número de animadores necesarios
 - Presupuesto.

La organización:

En esta etapa se le da cuerpo y forma a la actividad, en ella se tiene en cuenta que se cumplan los objetivos, entre otros aspectos es bueno destacar:

1. Asignar responsabilidades para cada miembro del equipo de trabajo
 - Escoger el director del programa
 - Designar el animador general del programa
 - Responsables de cada actividad o bases
 - Encargados de la decoración del lugar(logística)
 - Definir el equipo de apoyo y sus responsabilidades
2. Distribución de las bases Y/O estaciones

La ejecución:

Es donde se desarrolla todo lo planeado y organizado, es cuando los asistentes al programa participan activamente.

Se debe propender por el logro de los objetivos propuestos en la planeación.

El control – evaluación:

Esta etapa es permanente en todo el programa, se debe ir verificando que la planeación, organización y ejecución del programa se esté dando de acuerdo a lo previsto, e ir haciendo los ajustes que se requieran según la necesidad.

Al finalizar el programa, se debe evaluar:

2. El programa en general
3. El equipo de trabajo
4. El desempeño individual de cada animador
5. Los participantes

La evaluación se hace teniendo en cuenta los aspectos que merecen resaltarse (aspectos positivos) y los que se deben mejorar en futuros programas (aspectos negativos).

Aspectos relevantes de los programas recreativos

1. El programa debe consistir en la realización de actividades que contemplen las finalidades buscadas por:
 - La institución a través de sus fines y objetivos
 - Los participantes en su etapa de participación inicial y posterior desarrollo
 - Los dirigentes que determinan objetivos específicos y orientan la acción
 - Los profesionales que tienen a su cargo la ejecución y convencimiento de las diferentes partes que conforman la estructura organizacional y están involucrados en el programa para evitar el rompimiento de la cadena durante todo su proceso.
2. El programa debe incluir diversas actividades basadas en tres aspectos importantes del participante: Sus necesidades, sus intereses y sus habilidades.

- Lo más importante dentro del programa recreativo es el participante, en él debe estar centrada toda su atención.
 - La idea es programar con el participante y no para el participante
 - Un programa debe ser lo suficientemente variado como para proveer un campo amplio de opciones para toda la gente, sin ningún tipo de diferencias o preferencias por edad, sexo, habilidad, etc.
3. El valor de un programa y de las actividades que involucra debe ser medido por el grado de influencia positiva que ejerce sobre el individuo.
 - Mayor apertura de su nivel cultural
 - Aumento del equilibrio emocional
 - Mayor nivel de participación social
 - Mayor tolerancia en su accionar
 - Libre desarrollo de su personalidad
 4. El programa no debe solamente reflejar la cultura a la que pertenece el participante, sino que debe tender a mejorarla.
 - La responsabilidad del animador sociocultural es permitir que se desarrolle y afirme la cultura de las personas que participan en el programa
 - La cultura no se debe mirar como entidad inflexible e inmodificable, el programa recreativo debe contribuir a su enriquecimiento.
 - El programa recreativo debe tender a mejorar el nivel socio-cultural del participante.
 5. El programa recreativo debe ampliar los intereses de los participantes y orientarlos hacia experiencias más positivas y satisfactorias.
 - Los deseos expresados por los participantes sirven como referencia y punto de partida, nunca como una base exclusiva de un programa
 - Los deseos y los intereses de las personas y por consiguiente de la comunidad, están limitados tal vez por experiencias pasadas.

6. El programa debe ser lo suficientemente amplio para servir en el presente y en el futuro a cada participante
 - Las actividades que componen un programa recreativo deben ser proyectadas de tal forma que las habilidades adquiridas puedan acompañar al apersona en el transcurso de su vida, sin que esto se constituya en tomar partido por un solo tipo de actividades, sino que debe haber equilibrio entre lo actual y lo futuro.
 - Debemos tener en cuenta que las actividades recreativas son medios dentro del proceso enseñanza aprendizaje de hábitos para la vida y para el logro de los fines.

7. Para que el programa recreativo cumpla su alcance educativo debe tener líneas claves de acción que le impidan ser blanco de su propia vulnerabilidad.

Un programa recreativo cumple con su acción educativa y formativa cuando:

- Participan personas de diferentes edades
- Participan a la par damas y varones
- Concurren personas de diversos estratos socio económicos
- No existen diferencias políticas, religiosas, ni administrativas que limiten la participación
- Facilita el desarrollo humano y los valores del individuo
- Se utilizan diversas técnicas de trabajo (individual, grupal, entre otros)

El programa recreativo debe responder a todas las necesidades de la comunidad, sus características principales son: la creatividad, la innovación, la familiaridad, la espontaneidad y la libertad, que de no ser cuidadosamente empleadas se puede transformar en activismo, consumismo y ser altamente alienado.

Todos los aspectos anteriormente anotados son de gran relevancia y se constituyen en la metodología recreativa para lograr el verdadero fin educativo de la

recreación. Estos aspectos cuando no son profesionalmente utilizados hacen vulnerable el programa recreativo y pierde su esencia y significación.

Características de un programa

1. Equilibrio.

- Entre las distintas actividades, el programa debe ofrecer en lo posible la misma cantidad de actividades en las áreas de música, teatro deportes, danzas, campamento entre otras.
- Entre las distintas edades, la posibilidad que participen niños, jóvenes y adultos
- Entre los sexos, dar la oportunidad para que participen hombres y mujeres
- Entre las actividades formales e informales

2. Diversidad.

- El programa debe comprender un amplio espectro de actividades para todos los gustos y necesidades
- Organizando y presentando las actividades de forma distinta
- Diversidad de niveles de acuerdo al grado de habilidad de cada participante.
- Variedad.
- Al presentar actividades que rompen la rutina y motivan la participación de las personas
- Al complementar el programa con otras actividades
- Flexibilidad.
- Para responder a las necesidades cambiantes de cada participante
- Para adicionar actividades nuevas que responden a demandas especiales.
- Para modificar algunas actividades previstas en el programa.

El programa recreativo debe ser utilizado como medio para el logro de objetivos, metas y fines concretos en comunidades, grupos sociales, escuelas, colegios,

empresas y cualquier tipo de asociación. Esto implica una pedagogía activa, procesos administrativos que partan de una planeación y organización previa, ejecución del mismo por profesionales de la animación sociocultural, un control permanente que garantice la calidad del servicio que se presta y una evaluación que mida los alcances y beneficios del programa y de cuenta si se alcanzaron los objetivos, fines y metas propuestas.

La responsabilidad que tenemos los Educadores, Recreólogos, Recreadores, Recreacionistas, es bastante grande, ya que la formación en valores desde nuestro quehacer pedagógico y recreativo es totalmente viable. En la medida que nos comprometamos con este legado estaremos permitiéndole al hombre que no olvide su condición humana.

Importancia de los programas de recreación en la comunidad y las empresas

- Fomentan la buena utilización del tiempo libre.
- Contribuyen al mejoramiento de las condiciones físicas, sociales y mentales.
- Desarrollan el sentido de pertenencia, la solidaridad, cooperación y trabajo en equipo.
- Contribuyen a mejorar el rendimiento, la productividad, la calidad de vida personal y empresarial.
- Es un gran medio para el lograr objetivos y propósitos determinados.

¿Qué esperan las personas participantes en los programas recreativos?

- Variedad de actividades.
- Diferentes oportunidades de participación.
- Actividades de fácil y rápida ejecución.
- Facilidades de participación.
- Resultados inmediatos.
- Que sean económicos.
- Que le permitan figurar.
- Que permitan la integración del grupo laboral.
- Que permitan la vinculación de la familia.

- Que le quiten el menor tiempo posible, divertido y placentero.

Dificultades para la implementación y ejecución de programas recreativos:

- Bajos presupuestos.
- Escasez de escenarios.
- Carencia de procesos.
- No hay valoración de las actividades recreativas.
- Falta de apoyo de directivas.
- Apatía.

1.2.3. Tipos de Recreación

- **Físico – Deportivo:** En esta se desarrollan actividades con algún grado de esfuerzo físico
- **Artística:** Es aquella en la que se manifiesta o desarrolla algún tipo de actividad artística
- **Intelectual:** Es en la que predominan el desarrollo de las capacidades.
- **Espontanea:** Es un tipo de recreación improvisada, que de acuerdo a la imaginación personal se puede dar de muchas formas, estilos y lugares.
- **Dirigida:** Este tipo de recreación es dirigida por un promotor recreacional.
- **Autogestionada:** Esta se da cuando el individuo administra sus propias actividades, de acuerdo a sus intereses personales.

1.2.4. Recreación para el desarrollo de su ámbito social

- **Forma Individual:** En ella el individuo no se asocia y realiza las actividades recreativas para desarrollar de forma individual.
- **Grupal:** En la que desarrollan varios individuos con un fin o meta común.
- **Familiar :** Es un caso particular de recreación grupal, que considera a cada uno de los miembros de la familia, desarrolla programas en los que el objetivo principal es la integración de la familia, a través de actividades específicas, en la que participa todo el núcleo familiar.
- **Comunitaria:** La que desarrollan varios grupos, formando una comunidad, con un fin común, Tienen la posibilidad de satisfacción de una

multitud de intereses, y la oferta de servicios oficiales y comerciales, para la conservación de tradiciones locales.

1.2.5. Generalidades y principios de la administración aplicada a los centros de recreación turística.

Las empresas turísticas varían en tamaño, tipo de clientela, carácter, alcance de actividades y servicios que ofrecen. Por eso un buen gerente debe trazar y especificar qué es lo que tiene y ofrece la empresa la cual administra, debe a su vez establecer, la comunicación para un trabajo en equipo de tal manera que se pueda alcanzar los objetivos de una organización, optimizando los recursos y motivar a las personas que trabajan en ella para actuar en forma conjunta, eficaz, mediante objetivos y valores comunes.

Atractivos Turísticos.- Son los elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, el viaje turístico hacia una localidad.

Campismo.- Actividad que se realiza al aire libre y que consiste en acampar, en tienda de campaña o a la intemperie, durante un periodo de tiempo.

Centro deportivo y recreacional.- Espacio dedicado a la práctica deportiva donde se practican diversas actividades deportivas y de recreación.

Consumo Turístico.- La definición de gasto se asocia a la de todos los consumo realizados por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino.

Ecoturismo.- Cualquier forma de turismo en que la principal motivación del turista sea la observación y la apreciación de la naturaleza, a cuya conservación contribuya y que genere un impacto mínimo en el medio ambiente natural y el patrimonio cultural.

Inversión.- Es la aplicación de recursos económicos a una actividad determinada con el fin de obtener ganancia, lucros, rentabilidad o utilidades en un futuro.

Necesidades Básicas.- Son aquellas que se consideran imprescindibles para conservar la vida y desarrollar adecuadamente las potencialidades de los seres humanos.

Negocio.- Todo lo que es objeto de ocupación lucrativa o interés. En este caso, la venta de servicios relacionados al deporte.

Recursos Naturales.- Los componentes del medio ambiente susceptibles de ser utilizados por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades o intereses cultural, social y económico.

Recursos Turísticos.- Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Gestión de turismo recreacional

El turismo recreativo no es otra cosa que el turismo convencional, es decir, los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de orden médico, de recreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios, en fin, vacacionar. Este tipo de turismo es el más común y cotidiano. Curiosamente, se puede afirmar, empíricamente pero con poco temor a sufrir una equivocación, que es el más generoso y que propicia una mayor derrama económica.

1.2.6. Planeación de eventos en centros recreacionales

Toda planeación de un evento debe considerar los siguientes aspectos:

1. **Definir los objetivos:** Del fin que se persiga con la realización del mismo, depende la fase de preparación. Por eso es indispensable definir sus objetivos generales y específicos.
2. **Programación académica y social:** Una vez establecidos los objetivos se entra a definir un programa académico con el cual se pueda alcanzar el propósito del mismo. Como parte integral de todo evento es necesario definir también las posibles actividades culturales y sociales que se realizarán, con el fin de elaborar un cronograma.
3. **Duración:** La programación académica y las actividades culturales, son la base para determinar el tiempo que se requiere para realizar el evento y una fecha aproximada de realización la cual no debe ser inferior a seis meses para eventos nacionales. En ocasiones, se definen los objetivos y se establece de una vez la duración del evento, tiempo dentro del cual se deben enmarcar las actividades académicas, culturales y sociales
4. **número de asistentes:** Para seleccionar el sitio del evento es necesario hacer un análisis objetivo de los posibles asistentes. Aun cuando estos eventos generalmente son abiertos, habrá que fijar un tope máximo de participantes
5. **Presupuesto general de un evento:** El costo total del evento y el valor de la inscripción se determinan con base en los presupuestos elaborados por los distintos centros recreacionales, a los cuales se les asignará éstas y otras funciones a cumplir durante la realización del evento. El número de sus integrantes dependerá de la magnitud del evento y de la disponibilidad de los recursos que la organización pueda dedicar para este fin.

Las siguientes son las actividades mínimas que deben considerarse, para definir los costos del evento y los comités que deben conformarse:

- Salones de conferencia.
- Actos sociales
- Material impreso
- Transporte terrestre y aéreo para desplazamiento de los participantes en las ocasiones determinadas en el programa
- Invitados especiales. Se refiere a los conferencistas que asistirán al evento, para los cuales deben prever tiquetes, alojamiento, transporte individual, honorarios y obsequios.
- Alquiler de recursos físicos como sonido, fax entre otros. Una vez conocidos los costos anteriores, se puede tener una aproximación objetiva al valor total del evento. Se debe prever además una partida adicional para imprevistos y gastos varios, de disponibilidad inmediata

Definida la viabilidad del evento, se acuerda la fecha definitiva de realización

Recepción, alojamiento e información: Es el encargado de hacer las reservaciones hoteleras, a medida que van llegando las confirmaciones de los asistentes; es importante solicitar con anterioridad dicha confirmación para no correr el riesgo de tener dificultades con alojamiento. Son también los integrantes de este centro recreacional quienes se encargan de la recepción de los asistentes, si así lo establece el reglamento del evento, ya que por tratarse de asistentes de otras regiones, confirmaron fecha y hora de llegada; además, conoce los datos de alojamiento para coordinar las ubicaciones

Transporte: Es el responsable de coordinar la movilización de los asistentes, funcionarios y personal en general que forme parte del evento. Debe prever la contratación de vehículos para transporte individual, para asuntos relacionados directamente con la organización y coordinación del evento, y transporte colectivo para los asistentes, según programación definida. Además de prever todo lo relacionado con el servicio de parqueaderos

Actos sociales: Corresponde a este subcomité la coordinación del programa social general del evento. Estos programas generalmente incluyen actos de instalación y clausura, actos culturales, visitas a sitios turísticos, refrigerios. Los eventos sociales requieren el máximo de atención y por eso para cada uno de ellos se deben elaborar el respectivo menú, contratar la animación según el caso y mantenerse en contacto permanentemente con los demás subcomités.

Protocolo: Vela por la elaboración anticipada de la lista de invitados especiales y por hacerles llegar la documentación necesaria sobre el evento. Es el responsable de la organización de la mesa principal, la ubicación de las personas y la colocación de sus nombres, para cada uno de los eventos. Está pendiente de banderas, himnos y elementos decorativos y es el responsable además de enviar las invitaciones a autoridades civiles y eclesiásticas, y de velar por el orden de los oradores en la inauguración y clausura del evento. Coordinará además en envío de flores, a la habitación del hotel, para las señoras de los invitados especiales y conferencistas y la consecución de suvenires para los asistentes.

Secretaría del evento: Es el centro recreacional responsable de la recolección, elaboración de originales, corrección, impresión, armada, distribución y archivo de la totalidad de las ponencias, conferencias, discursos y conclusiones del evento. Debe recopilar, clasificar y conservar todo documento que produzca el evento para la elaboración de las memorias. Atiende además el eventual diligenciamiento, envío, recibo y tramitación de correspondencia de los asistentes al evento, así como la recepción y realización de llamadas. Son funciones también elaborar circulares de promoción e invitación al evento, actualización de listas y confrontación de direcciones, elaborar fichas de inscripción, cuadro de alojamiento, certificados de asistencia y demás trabajos mecanográficos.

Promoción y divulgación: Es el encargado de promover el evento, de enviar a sitios estratégicos y con la debida anticipación los afiches del evento, previamente

definidos también por este comité. Así mismo debe hacer llegar a los posibles asistentes, según análisis realizado, folletos con toda la información, los cuales deben contener como mínimo los siguientes datos: fecha y sede del evento, objetivos, programa académico, programa social, expositores, tarifas de hoteles, solicitud, valor y dirección de la inscripción, fecha máxima de confirmación e integrantes del comité organizador. Esta promoción debe hacerse de manera escalonada y sostenida, por lo menos con cinco meses de anticipación, hasta la realización del evento. Cuando sea necesario hará los contactos con la radio, la prensa y la televisión, para su divulgación por estos medios.

Es el encargado también de elaborar y colocar pancartas de bienvenida en sitios estratégicos como aeropuerto, hoteles y salas de reunión y de la impresión del material necesario: programa definitivo, escarapelas, tarjetas de invitación, carpetas, distintivos de salones, programas generales, planillas, talonarios de recibo, certificados del evento, plegables y en general toda la papelería que se considere debe ir impresa

Inscripciones: En este momento se recogen las primeras impresiones. Si el procedimiento es funcional y ágil, se establece un sentimiento de confianza y si, por el contrario, los trámites son confusos y desordenados, los participantes se forman, de entrada, una imagen negativa y de descontento, lo que dificultará el desarrollo normal del evento. El sitio de la inscripción debe estar ubicado en un lugar visible con suficiente espacio, de manera que pueda agrupar un buen número de asistentes. Según el tipo de evento y su magnitud, se deben ubicar tantos puestos de trabajo como los exija el mismo. La distribución de estos puestos puede hacerse por delegaciones, por regiones o simplemente por grupos de letras en orden alfabético. Hoy día la utilización del computador para esta actividad ha agilizado y organizado el proceso de inscripción.

Etapa post-evento: El objetivo de esta fase es analizar los resultados obtenidos y

elaborar un informe final sobre aspectos positivos y negativos relevantes a nivel de evaluación y como pauta para futuros eventos. La manera más objetiva de realizarlo es a través de una reunión con todos los integrantes de los comités

Los eventos: Epistemológicamente la palabra evento, del latín "eventus", significa acontecimiento, suceso, eventualidad. Para nuestra aplicación, si bien se trata de un suceso, es eventual en la concepción de irrepetible.

Un evento: es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular, en tanto los eventos sociales y populares tienen como método la diversión, los corporativos tienen como mecanismo la vinculación para la negociación, la incentivación, la capacitación y el trabajo. Para que exista un evento es necesario reunir gente en un lugar determinado, con un fin y que exista vinculación entre las partes. Hay ciertos elementos que caracterizan todo tipo de eventos: sedes o lugares, gastronomía, personal de producción y atención, asistencia técnica, recreación, ambientación.

1.2.7. El mercado de eventos

Está constituido por proveedores de servicios para eventos que conforman la oferta y por clientes o contratantes de eventos (particulares, empresas, instituciones, profesionales entre otros) que definen la demanda.

En el ámbito empresarial o profesional un evento es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual. De esta forma, un evento proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones

empresa/cliente, y facilita la adaptación de su producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo.

Por otro lado los eventos son una herramienta de comunicación debido a que permiten transmitir información, conceptos, sentimientos, modelos de trabajo, establecer contacto directo con los clientes potenciales, introducir nuevos productos o servicios y crear nuevos sistemas de promoción y comercialización.

Clasificación de los eventos: Existen muchas maneras de clasificar los eventos, por su tamaño (micro, medio, grande o mega evento); por su lugar de desarrollo (al aire libre, en espacios cerrados, en la ciudad, en el campo) o por su área de competencia o temática. Pueden ser: sociales, populares, religiosos, culturales, deportivos, entre otros y empresariales o corporativos.

Eventos sociales: Nacimientos, cumpleaños, casamientos, aniversarios, fiestas benéficas, desfiles, fiestas temáticas (Halloween, Tropical, Disfraces, entre otros), fiestas de egresados, despedidas de solteros, fiestas de grupos de pertenencia (Solos y Solas, Gordos, entre otros.), fiestas de despedida, eventos infantiles, fiestas de reencuentros, cumpleaños.

Eventos escolares: Inicio del ciclo lectivo, cierre del ciclo lectivo, fiestas patrias, torneos y encuentros deportivos, festivales, ferias, fiestas para recaudar fondos para viaje de egresados, reunión de ex-alumnos, aniversario de la institución, fiesta de graduación.

Eventos políticos: Lanzamiento de campaña, nombramiento de funcionarios, debates, congresos, cierre de campaña, reuniones de trabajo, desayuno, almuerzos, meriendas y cenas proselitistas, inauguraciones, clausuras, firmas de acuerdo, actos conmemorativos, viajes políticos, recepciones diplomáticas, distinciones, entrega de premios, diplomas, entrega de certificados a los mejores políticos,

homenajes y reconocimientos, conferencias de prensa, entre otros.

Eventos deportivos: Torneos, competencias, olimpiadas, intercolegiales, campeonatos ínter empresarios mundiales.

Participantes o invitados: Quienes asisten como receptores y a quienes van dirigidos todos los esfuerzos.

Objetivos del evento: Los objetivos deben ser consistentes y armonizar con todos los propósitos que persiguen las relaciones públicas de la empresa, Cuando los objetivos son claramente definidos, puede determinarse entonces el tema, su alcance, trascendencia y programas de actos tendientes a conformar el objeto de la celebración. Entre los propósitos que se persiguen con la organización de un evento, tenemos:- Intercambiar experiencias o resultados, Transferir conocimientos, mercadear productos o servicios, divulgar ideas, entablar relaciones de tipo social y de negocios.

1.2.8. Marketing de turismo

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

Características

Intangibilidad. Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

Caducidad. Los productos turísticos no se pueden almacenar.

Agregabilidad y sustituibilidad. El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

Heterogeneidad. El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo. Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo.

1.2.9. Turismo como Actividad Empresarial

La finalidad de un negocio, cualquiera que sea la actividad en la que se desarrolla se centra en conseguir y mantener usuarios satisfechos y rentables, se atraen y mantienen a los clientes cuando se satisfacen sus necesidades. No solo regresan al mismo crucero, hotel, empresa de turismo, transporte o restaurante, sino que también hablan favorablemente a otros de su satisfacción, por esto el conseguir un buen nivel de complacencia es el objetivo del marketing turístico.

1.2.10. La creación de nuevas infraestructuras y la conservación.

La creación de nuevas infraestructuras es generalmente justificada como mejora, no solo para la actividad turística, sino como un bien común, un elemento necesario y útil para los locales. Tales bienes pueden ser materializadas en comunicaciones (aeropuertos, caminos y carreteras, líneas telefónica) espacios abiertos - públicos (plazas, jardines o parques, playas artificiales) edificaciones (entidades municipales, albergues y centros de acogida, hospitales) e infraestructuras de carácter semiprivado o público destinadas al ocio (piscinas y parques marítimos, puertos, refugios de montaña, campo de golf).

1.2.11. Demanda Turística

Según (Contreras, 2008) A sigue planteando que:

La demanda es el deseo por un producto o servicio que puede dar lugar a una compra. La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. (Pág. # 28)

A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Según (Contreras, 2008) dice que: “Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores” Pág. #31

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología del servicio objeto de su idea. En definitiva (Contreras, 2008) nos dice que: “hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, “la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda” Pág. #52.

Así la demanda de un producto concreto por parte de un consumidor consiste en una tabla de cantidades que adquirirán los consumidores a diversos precios. La relación entre la cantidad comprada de un bien básico y el precio del mismo, suele representarse mediante una curva que representa la relación de la cantidad demandada en función del precio.

Esta curva para un consumidor individual describe simplemente la disposición de dicho consumidor a comprar ciertas cantidades de un bien en una fecha concreta según la función del precio.

El análisis de la demanda del consumidor tiene una importancia vital para los directivos en persecución de los objetivos de toda empresa de maximización de los beneficios, ventas, valor de la empresa, ganancias, cuota de mercado o alguna combinación de todos ellos.

1.2.12. Comportamiento del Consumidor

Muchos productos se pueden vender a la gente según se comporta. El comportamiento del consumidor es el acto o actos de individuos en la obtención y uso de los bienes económicos y servicios incluyendo el proceso de decisión que procede y determina estos actos. La segmentación basada en el comportamiento está influida por las características de motivación, actitudes, aprendizaje, personalidad, percepción y estilo de vida puede generalmente definirse por las actitudes, intereses y opiniones del cliente potencial.

1.2.13. Turismo Rural

Esta categoría es considerada como la más humana del turismo alternativo, ya que da la oportunidad al visitante de interactuar y conocer la forma de vivir de las comunidades que habitan en un ambiente rural. En el turismo rural, los turistas no son considerados sólo como personas que van a estar un día de paseo, sino que son tomados en cuenta como parte activa de la comunidad el tiempo que estén.

Durante su estancia los visitantes se instruyen y participan en la preparación de alimentos habituales, aprenden lenguas y dialectos ancestrales, conocen la técnica que se aplica para la elaboración de artesanías, además del uso de plantas medicinales, y finalmente percibe y valora las distintas creencias religiosas. Por todo esto (Pérez, 2009) define turismo rural como “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el

mercado e íntimamente relacionados con el medio rural” Pág. #33

Entre las distintas actividades que se pueden realizar en este tipo de turismo se encuentran las siguientes:

Etnoturismo: Este consiste en realizar viajes a comunidades rurales con el fin de conocer su cultura y tradiciones.

Agroturismo: Es la interacción entre el visitante y la sociedad campesina y esta muestra entre otras cosas su idiosincrasia y técnicas agrícolas, también comparte su entorno natural en conservación y las manifestaciones productivas que buscan el beneficio económico del campesino mediante la combinación de agricultura y turismo.

Talleres gastronómicos: Las actividades realizadas en estos talleres son las de aprender, preparar y degustar la variedad de platillos que son ofrecidos por los anfitriones.

Vivencias místicas: Se busca que el turista conozca y viva la experiencia de participar en leyendas o creencias de los pueblos.

Eco arqueología: En esta actividad se realizan viajes a zonas arqueológicas.

Preparación y uso de medicina tradicional: El motivo de algunos viajeros es conocer y participar en el rescate de una de las costumbres más antiguas de la cultura popular mexicana como es la preparación y uso de medicina tradicional.

Talleres artesanales: Se trata de que los visitantes aprendan y participen en la elaboración de artesanías utilizando las técnicas del pueblo.

Para concluir con las actividades que permite llevar a cabo el turismo rural también se encuentra la fotografía rural, ya que es atractivo para los turistas que disfrutan de captar imágenes de diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

1.2.14. Las Actividades Turísticas

Actividad turística: es el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicio, el elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura y las facilidades para su cumplimiento.

Fines primarios:

- Satisfacer al individuo.
- Crear nuevas expectativas de conocimiento e interés.
- Mejorar la calidad de vida.
- Propiciar la integración de los pueblos.

Fines secundarios:

- Crear una estructura socioeconómica sólida.
- Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

1.2.15. Tipos de Turistas

Exploradores: son los que viajan con deseo de descubrir. Se muestran ajenos al turismo.

Élite: son los que viajan a lugares poco usuales, representaciones nativas lugares exóticos.

Excéntricos: son poco comunes y son los que tratan de alejarse de la multitud.

Inusuales: son viajeros ocasionales que viajan a lugares que están por explorar, áreas aisladas y allí llevar a cabo actividades ricas y emocionantes.

Charter: son los que viajan con todo ya organizado hotel, comidas, excursiones y actividades complementarias.

1.2.16. Funciones del Profesional

1. Administración de empresas turísticas:
 - Optimizar el servicio y recursos del área de alimentación y bebidas.
 - Asegurar la calidad del servicio y optimización de recursos de la división cuartos.
 - Administrar y desarrollar recursos humanos.
 - Conocer la importancia del concepto de eco hotelería y eco-turismo.
 - Administrar el área de mantenimiento y aspectos técnicos de las instalaciones.
 - Administrar las operaciones para la optimización de procesos, minimizados costos y asegurando la calidad del servicio.
2. Calidad en servicios:
 - Implementar sistemas de calidad en servicios orientados al cliente.
 - Diseñar sistemas eficientes en la entrega de servicios.
 - Detectar le área crítica de operación y servicio al cliente.
 - Detectar las necesidades específicas de los clientes en cada departamento.
 - Evaluar el grado de satisfacción del cliente y diseñar estrategias para el mejoramiento continuo.

1.2.17. Gestión Empresarial y de Negocios

La administración eficiente de un negocio es una experiencia cada día más compleja, y en el sector del turismo no es diferente. Supervisar el día a día y

mantener relaciones con proveedores, atender al cliente, gestionar recursos, tanto humanos como tecnológicos, cumplir con metas, objetivos y políticas de empresas, además de cuidar de la administración y contabilidad del negocio, es una tarea difícil y complicada.

Para una buena labor gerencial el administrador o gerente se debe regir por cinco grandes áreas de la administración:

Planeación: Consiste en determinar lo que se va a hacer y determinar el curso de acción a seguir, fijando las políticas que son principios para orientar la acción a desarrollar, los procedimientos en la secuencia de la operación.

Organización: Responde a la pregunta de cómo se va a hacer, la estructura que debe darse en cuanto a funciones y obligaciones. Delega autoridad en los mandos medios y fijar la responsabilidad de cada individuo.

Integración: Determina con que se va hacer, fijando procedimientos para dotar a la institución de los medios necesarios para un eficaz funcionamiento y a su vez comprende:

- a) Selección de técnicas para escoger los elementos necesarios.
- b) Desarrollo, que es la necesidad de que todos los elementos progresen o mejoren.

Dirección: Asegurarse que se haga, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor. Tomando en cuenta lo siguiente:

- a) Autoridad para indicar como ejecutar una acción.
- b) Comunicación: Flujo de información entre todos los elementos de la administración.

c) Supervisión: Asegurarse si las actividades se están realizando como se habían planeado.

Control: determina como se han realizado todas las acciones en relación con lo que se había establecido, es el conjunto de medios e instrumentos que permiten comparar los resultados reales con los estimados, para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.

Luego de tener bien definidos los cinco puntos antes mencionados, es importante que el administrador o gerente tome en cuenta estos factores para ser analizados con detenimiento:

- Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para otros niveles.
- Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo.
- Planear, coordinar, dirigir, coordinar la función sustantiva o de apoyo.
- Elaborar y ejecutar programas, estableciendo objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.
- Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas.
- Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de los programas.
- Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo.
- Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores.
- Proponer candidatos para ocupar puestos en sus áreas así como estímulos para su personal.

1.2.18. Clasificación del turismo según la OMT (Organización Mundial del Turismo)

Visitante: Es una persona que visita por no más de un año un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia y cuyo motivo principal para la visita es distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita

Turista: Visitantes que permanecen al menos 24 horas pero no más de un año en el país que visitan y cuyos motivos de viaje pueden clasificarse del modo siguiente:

a) placer, distracción, vacaciones, deporte.

b) negocios, visita a amigos o parientes, misiones, reuniones, conferencias, salud, estudios, religión.

Excursionista: visitantes, como se definen anteriormente, que permanecen menos de 24 horas en el país que visitan (incluidos los pasajeros en crucero

Un visitante nacional: Denota una persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que resida en un país y que viaje a un lugar situado en ese mismo país para permanecer en él no más de un año y cuyo motivo principal para la visita sea distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo lugar visitado.

1.2.19. Ley de Turismo

La Ley de Turismo tiene como uno de los principios de la actividad turística la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo. Al implementar los servicios de alojamiento se estaría cumpliendo con este principio, que favorece a la comuna. Esta Ley otorga incentivos los mismos que se encuentran estipulados en los objetivos del Plan del Buen Vivir; como es la exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

La exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo. Otro de los beneficios es el acceso al crédito en las

instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones. La creación e implementación de servicios de hospedaje cuenta con el respaldo y beneficios que otorga al emprendimiento turístico, y que se establecen en las leyes que fomentan el desarrollo turístico local y nacional.

1.2.20. Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cómo producir? ¿Cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria.

Según (Rodríguez, 2011):

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, pre factibilidad, factibilidad y sobre todo proyecto definitivo. (Pág. #45).

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

Según (Rodríguez, 2011):

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto. Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. (Pág. #48)

Diseño de la infraestructura

1. Planificación

La planificación es uno de los pasos más importantes que permitirá tomar decisiones acertadas dentro de la ejecución del proyecto. Es así como se ve en la necesidad de elaborar un diseño sustentable que requiere plantear estrategias sobre una base ecológica para crear proyectos que no alteren o perjudiquen los sistemas existentes en el sitio, sino más bien que ayuden a repararlos y restaurarlos.

El primer paso en el diseño de la infraestructura es el proceso de selección del sitio, entendido como aquel que identifica y balancea el atractivo de un sitio (natural y cultural) contra el costo inherente de su desarrollo. Debe considerar los siguientes factores: número de visitantes; gustos y preferencias; densidad de las facilidades y edificaciones; acceso a atractivos naturales y culturales; actividades tradicionales, existencia y requerimientos de servicios básicos; separación de las facilidades de apoyo de las áreas de uso público; proximidad de bienes, servicios y alojamiento.

El segundo paso debe tomarse consideraciones de adaptación del diseño al sitio para lo cual habrán de analizarse las características naturales y culturales del contexto, entre las primeras figuran vientos; insolación y soleamiento; lluvias; topografía; geología y suelos; ecosistemas acuáticos; vegetación; fauna y características visuales (del paisaje). Por su parte en el contexto cultural se analiza la arqueología e historia de la zona así como las culturas indígenas y otros grupos comunitarios que vivan actualmente en la zona.

Según Báez y Acuña, 2008: “El tercer paso es la planeación, diseño y construcción de la infraestructura, dando confort y seguridad al visitante, y facilidades de acceso tanto para el área como para el sitio y los atractivos principales”. Pág. #141

El diseño de la infraestructura es un proceso de intervención que tiene como objetivo determinar propuestas de circulación, estructuras y usos para un fin determinado habitacional, recreativo, administrativo, entre otras, en el caso del diseño de la infraestructura sustentable, tales propuestas deben implicar un compromiso serio de integración y respeto con el ambiente natural y cultural. Siendo tan solo un componente más dentro de un sistema natural interdependiente, la especie humana debe desarrollar respeto, compromiso, obligaciones y responsabilidad por el paisaje (entorno) y gastar (invertir) mayores esfuerzos en comprender las interrelaciones de suelos, agua, comunidades vegetales, asociaciones y hábitat, así como los impactos de uso humano sobre los mismos

2. Consideraciones generales para un diseño sustentable

- a. Planificar el desarrollo paisajístico de acuerdo al contexto más que a patrones y soluciones pre concebidos.
- b. Mantener tanto la integridad ecológica como la viabilidad económica en un desarrollo sustentable; ambos factores tienen la misma importancia en el proceso de desarrollo.
- c. Comprender el sitio como un ecosistema integrado con cambios o corriendo a lo largo del tiempo en un balance dinámico; el impacto del desarrollo debe ser confinado dentro de estos cambios naturales.
- d. Permitir que prevalezca la simplicidad de funciones, en tanto que se respetan las necesidades básicas de confort y seguridad
- e. Reconocer que no existe tal cosa como basura, tan solo recursos fuera de lugar
- f. Determinar la factibilidad del desarrollo a largo plazo en términos de costos sociales y ambientales, no solo en costos de construcción a corto plazo.
- g. Permitir al ecosistema natural ser auto sostenible en la mayor medida posible

- h. Proveer espacio para procesar todos los desechos creados en el sitio (facilidades para recolección/ reciclaje, digestores, lagunas, etc.) de manera que los recursos reutilizables/ reciclables no se pierdan y los desechos peligrosos o destructivos no se liberen en el ambiente.
- i. Establecer términos de seguridad ambiental para la producción y almacenaje de energía en el sitio desde las primeras etapas de planeación del sitio
- j. Planificar el desarrollo por etapas para permitir el monitoreo de impactos ambientales acumulativos.
- k. Desarrollar facilidades para integrar a la experiencia del visitante ciertas funciones operativas clave como conservación de la energía, reducción de desechos, reciclaje y conservación de recursos.
- l. Incorporar materiales y artesanías nativas a las estructuras, plantas nativas al paisaje y costumbres locales dentro de los programas y operaciones.

1.2.21. Estudio de Impacto Ambiental

Un enfoque eco turístico, a diferencia de un planteamiento de turismo masivo, implica una actitud responsable sobre la naturaleza misma y el volumen de turistas a recibirse, lo cual debe reflejarse en la gestión de los flujos de visitantes en el espacio y el tiempo de acuerdo al tipo de recurso.

Peñañiel. 2008, indica que:

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo. (Pág. #55)

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

1.2.22. Estudio Administrativo

Valdivieso, L. 2010, nos indica lo siguiente:

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto Proceso administrativo o funciones de la administración (Pág. # 65)

Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboraste y otros.

1.2.23. Estudio Organizacional

Organizar es el proceso mediante el cual se fragmenta el trabajo de una empresa, para formar puestos de trabajos individuales y agruparlos después por la afinidad de sus tareas.”

La organización implica delegación de tareas, incentivamente tanto el trabajo en equipo, como estimulando la especialización de la empresa y destacando la necesidad de coordinación para asegurar que los subsistemas funcionen en conjunto y con uniformidad.

El plan organizacional empieza con el establecimiento de políticas internas para la

empresa es decir la razón social, la base filosófica misión, visión, políticas, entre otras más que serán de mucha utilidad.

El establecimiento de estos; con niveles de calidad cuidadosamente adoptados, ayudará al personal a trabajar con responsabilidad, confianza y seguridad; de este modo, la gerencia se libera de la paralizante necesidad de aprobar todas las acciones individuales de sus subordinados, para poder concentrarse en las tareas fundamentales de administración.

1.2.24. Plan Nacional del Buen Vivir

El objetivo del Plan del Buen Vivir es establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, indica que el crecimiento económico ecuatoriano se basa en un sistema productivo, con énfasis predominante en la producción y el crecimiento económico en detrimento de la distribución del ingreso o los impactos ambientales de los procesos productivos. La política del buen vivir es impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

El presente estudio se encuentra dentro de los parámetros que señala el Plan del Buen Vivir, que establece que es importante fomentar la producción nacional, la misma que se encuentra vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno al prestar servicio de alojamiento a los visitantes y turistas.

El Plan del Buen Vivir señala de la aplicación de incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores de servicios, con particular énfasis en el turismo, el objeto del estudio es receptar un

gran flujo turístico, con el fin de dinamizar económicamente la Provincia, mediante la creación e implementación de servicios de hospedaje.

Objetivos del buen vivir que aplica en el proyecto

- El fortalecimiento de una “economía social territorializada” de carácter solidario. Se prestará especial atención a aquellos emprendimientos que integren sus objetivos productivos al acceso a servicios básicos, alimentación, salud, educación de calidad, vivienda; al turismo sustentado en la diversidad cultural y ecológica; y a los planes de vivienda social de calidad.
- El quinto eje lo constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, como una actividad alternativa que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, el aire libre, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza
- Se apuntala la estrategia de generación de riqueza a través del eco-turismo comunitario y se busca que, desde el propio proceso productivo, se distribuya el excedente a través del reforzamiento de la economía popular, social y solidaria.
- La presente estrategia tiene un particular énfasis en el sector agropecuario, en el que los efectos de las políticas neoliberales fueron extremadamente nocivos. Sin embargo, se promoverán asimismo otras esferas productivas vinculadas a la satisfacción de necesidades básicas: la industria de alimentos, la construcción con énfasis en la provisión de vivienda social y en infraestructura de saneamiento básico, las actividades artesanales (incluida la pesca), la industria textil, del calzado, y el turismo comunitario. Son muchas actividades de las cuales se puede tomar provecho.

1.3. MARCO SITUACIONAL

1.3.1. Comuna Río Verde.

La provincia de Santa Elena geográficamente se encuentra ubicada al suroeste de la cuenca hidrográfica del río Guayas, dentro de la región costera del Ecuador y al oeste de Guayaquil. Está constituida por los cantones: La Libertad, Salinas está conformado por 6 parroquias y Santa Elena cuenta con 7 parroquias. Tiene como límites a la provincia de Manabí por el Norte; al Sur y al Oeste con el Océano Pacífico y al Este con el cantón Guayaquil, posee una extensión territorial de 6050 km².

La comuna Río Verde, se encuentra asentada en el kilómetro 28 de la vía Guayaquil – Salinas, la misma debe su nombre porque el río que atravesaba la población poseía abundante vegetación a sus costados, en la década de los años 70 y 80. Antiguamente sus habitantes se dedicaban a la actividad de la ganadería y al tejido de sombrero de paja toquilla, sin embargo con el pasar de los años fue decayendo su rentabilidad hasta que finalmente dejaron de ser actividades laborales productivas para la zona, debido que las personas se dedicaron a otros tipos de labores económicas para obtener mayores ingresos.

En la actualidad Dirigentes de la Comuna se encuentran solicitando proyectos para la recreación de sus habitantes, como la creación de parques, canchas deportivas, observando de tal manera que ellos necesitan de lugares recreativos para su sana distracción.

1.3.2. Demografía de la provincia de Santa Elena

La provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.668,90 km², (1.46% del total nacional) y con una población residente de 144.076 habitantes (1.97% del

total nacional) tomando en cuenta una parte de la Ruta del Spondylus y una población flotante superior a 200.000 personas en época alta de turismo. El cantón Santa Elena tiene cinco parroquias rurales, Salinas dos y La Libertad es totalmente urbano.

1.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio.

Al comenzar hablar sobre el entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o negocio, de un producto o servicio en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas y muchas más de las que se tiene que regir para estar con los documentos en regla. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería.

Requisitos para que un sitio sea considerado centro de recreación turística

El centro deberá contar con la estructura física y equipamiento necesario para prestar los servicios que se exigen a continuación:

Un servicio turístico, por lo menos de cada tipo:

- TIPO A: Restaurante - cafetería.
- TIPO B: Discoteca, sala de baile, bolera, pista de patinaje, picadero.

Dos servicios complementarios diferentes, por lo menos de los que se detallan a continuación:

- Área deportiva con un mínimo de tres canchas diferentes.
- Piscina (temperada, donde el clima lo requiera).
- Parque infantil con un mínimo de 7 juegos diferentes.
- Parque de diversiones permanente con un mínimo de 7 juegos diferentes
- Laguna artificial o natural con embarcaciones de paseo.

Además el centro recreacional deberá contar con un parqueadero de vehículo ya que es uno de los lugares más importantes y necesarios, áreas verdes donde los usuarios puedan disfrutar de un lugar natural, muchos lugares de descanso, baterías sanitarias independientes para mujeres y hombres en cada uno de los servicios turísticos y complementarios, todo el perímetro del inmueble en el que funcione el centro debe tener cerramiento para la mayor seguridad de cada una de las personas que visiten el lugar.

Registro y licencia anual de funcionamiento.

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o de las reformas de estatutos si los hubiere o existiere, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil, tratándose de persona jurídica.
- Copia del RUC.
- Fotocopia de la cedula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- Lista de precios (firmada por el interesado).
- Fotocopia del contrato de compraventa del negocio, tratándose de cambio de propietario con la autorización de cambio de la razón social.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento (registrado).
- Certificado de propiedad industrial de no encontrarse registrada razón social.

Documentación para la inscripción de la compañía en el registro mercantil; para formar parte de una sociedad.

- Tres copias certificadas de la escritura pública de constitución o Reformas Estatutos de la Sociedad Civil.
- Proceso con copia certificada donde debe constar la sentencia de un juez de lo penal. (Aprobatoria de la sociedad).
- Notificación al registrador mercantil (esta deberá ser de la sentencia aprobatoria).
- Anotación marginal de la aprobación de la sociedad por parte del notario (que otorga la Escritura de constitución).
- Domicilio en Santo Domingo que, debe constar en los estatutos de la compañía
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Certificado de la exoneración del impuesto al registro, otorgado por la Municipalidad.
- Publicación del extracto de la sociedad cuando así sea o lo exige la sentencia.

Requisitos para la obtención del ruc.

- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Dirección exacta de la ubicación del negocio.
- Papeleta de votación del representante legal.

Afiliación a la cámara de comercio.

- Copia del RUC.
- Copia de las escrituras del terreno.
- Copia de la constitución de la compañía.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- El pago será en función del monto declarado del negocio.
- Una vez realizados todos estos trámites solicitar en el Registro Mercantil
- Pagos
- Municipio y a la Junta de Defensa Nacional.

1.5. ESTUDIO ECONÓMICO (ANÁLISIS FINANCIERO)

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Según Cuartas, 2008, nos indica que:

En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos. Pág. # 102

Análisis financiero

1. Definición

Según James C., 2009, indica que:

El análisis financiero constituye una de las técnicas más importantes la matemática-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión. Pág. # 87

Sus fines son, entre otros: (James C., 2009)

- a. Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.

- b. Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- c. Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- d. Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- e. Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

En los indicadores de rentabilidad (James, 2009) nos dice que:

- a. TIR o IRR en inglés (InternalRate of Return), es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN.

En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía, es un proyecto netamente bueno, factible o viable siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo

- b. VAN, valor actual neto es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

- c. Relación Costo /Beneficio está representada por la relación:

Ingresos / Egresos.

ZAPATA, Pedro (2008). “Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa”. Los ingresos son simplemente los que se obtienen por la venta de un bien o servicio y se calcula multiplicando la cantidad de productos o servicios vendidos por su precio. (Pág. # 25)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

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

(Contreras, 2008) nos dice que:

La identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (Pág. # 33.)

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad que utilizaremos para este diseño será descriptiva debido a que ayudaran a obtener una buena percepción del funcionamiento de fenómenos y de las maneras en que se comportan las variables, factores o elementos que lo componen.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se trata de ilustrar de manera detallada, como ha sido estructurada

la investigación desde el punto de vista metodológico, lo cual enmarca el tipo de investigación elegida para la elaboración del estudio, en este sentido, es importante destacar que las estrategias utilizadas están sujetas al tipo de investigación seleccionado, ya que dicha estrategia puede variar dependiendo del tipo de estudio a realizar.

Dankhe (2008), citado por Sampier y col (2010), divide los tipos de investigación en exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos, evidentemente este estudio está enmarcado dentro de esos cuatro tipos de investigación, más adelante se ofrecen detalles a ese respecto. Siguiendo este orden de ideas, es pertinente mencionar el hecho de que en una investigación, el diseño, los datos que se recolectan, los procedimientos para obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso pueden ser distintos según sea el tipo de investigación.

Según este autor, los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y de manera ordinaria anteceden a los otros tres tipos. Por otra parte, Hernández Sampieri y col. (2010, p. 60), sostienen que:

Los estudios descriptivos por lo general fundamentan las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. De todo ello, es importante destacar que una investigación puede ser comenzada como exploratoria, pero es posible que en otra fase del proceso sea descriptiva y correlacionar, de igual manera puede terminar como explicativa.

Los tipos de Investigación:

Documental: Realiza una recopilación adecuada de datos que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis.

Descriptiva: Refiere a la etapa preparatoria del trabajo científico que permite ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los

factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos.

Correlacional: Estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables.

Exploratoria: Se utilizó esta investigación, que permitió determinar e identificar variables de estudio, en este caso se la utilizó en las entrevistas a los actores del turismo, donde se identificaron puntos de vista.

El tipo de estudio abordado en la formulación del presente proyecto fue exploratorio, para así conocer las opiniones, necesidades y expectativas de la población encuestada acerca de la creación.

Explicativa: Empleada para explicar las razones causales, del por qué ocurre la situación objeto de investigación y en qué condiciones se da ésta, revelando la relación existente entre las variables estudiadas, exponiendo los cambios cualitativos o explicativos que la propuesta pretende resolver. Otorgando un sentido de entendimiento más completo del fenómeno a que se hace referencia.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

La inducción es un proceso que va de lo particular a lo general. La deducción es un proceso que va de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares.

En este método primero se busca un problema de lo que se está proponiendo para luego encontrar un posible resultado.

El método que direccionó el proceso de búsqueda y los hallazgos del presente

proyecto fueron tanto el método inductivo (contacto con la población encuestada para conocer opiniones y expectativas), como el método deductivo (análisis y tabulación de la información recolectada).

Es oportuno indicar, que la investigación exploratoria se direccionó en un estudio de análisis de mercadeo para así poder conocer la factibilidad en la creación de un centro recreativo.

Método Inductivo – Deductivo

Este método permite analizar aspectos y variables en forma particular para luego inferir los resultados, en el caso del proyecto de Vida Activa, se utilizará el estudio de mercado como parte representativa de este método de estudio.

Método Analítico – Sintético

Es un método que permite mediante procesos mentales llegar al conocimiento del objeto. El análisis descompone el todo en sus partes y relaciona. La síntesis, logra la integración a nivel mental de las partes constitutivas, método que se utilizará a lo largo del trabajo como base para dar forma y resultado al estudio.

Método Estadístico

Constituyen una herramienta fundamental tanto para descubrir relaciones y propiedades sobre la base de la organización de la información cuantitativa e inclusive cualitativa, permitiendo realizar el análisis de las datos para transformarlos en formación y de allí extraer resultados como conclusiones y recomendaciones, herramientas que utilizaran y servirán a lo largo de todo el estudio.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En virtud de continuar la secuencia preestablecida desde el punto de vista metodológico, es necesario y esencial mencionar las técnicas e instrumentos utilizados para obtener los datos en campo, es decir, en el sitio donde se realizaron los censo y entrevistas previstas (encuestas).

En relación a ello, Arias (2009), sostiene que

“Son las distintas formas o maneras de obtener la información, entre estas incluye la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades ya sea entrevista o cuestionario, el análisis documental y de contenido”.

Para tales efectos, en la presente investigación se consideró necesario el uso de la encuesta como instrumento fundamental para generar la información necesaria, El instrumento que se utilizará para la verificación de la información, será por medio de una encuesta diseñadas con preguntas cerradas o de opción múltiple, dirigida a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

En el desarrollo de la investigación se emplearon técnicas, considerando las fuentes primarias y las fuentes secundarias como libros, revistas, documentos escritos, que fueron parte primordial y facilitaron la investigación,

Fuentes de Información Primarias

Estructuras puras de primera mano. Son datos reunidos específicamente para el problema de investigación o la oportunidad actual.

Encuesta

La encuesta es un instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas de forma estadística, realizada con ayuda

de un cuestionario. En poblaciones pequeñas (por ejemplo, los trabajadores de una empresa) se pueden realizar encuestas censales, es decir a todos los individuos de un colectivo, pero normalmente las encuestas se realizan mediante muestras estadísticamente representativas de una población mayor, para posteriormente extrapolar los resultados al conjunto de la población y que estén totalmente relacionada con el proyecto.

Fuentes de Información Secundarias

Estructuras de datos históricos que se reunieron para algún problema de investigación u oportunidad diferente a la actual. Se encuentran dentro de la compañía, en bibliotecas, en sitios de Internet o se compran a agencias especializadas en información secundaria.

Para el presente proyecto se va a utilizar la información de la página de Internet como es: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC),

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El método elegido para llevar a cabo la investigación de campo fue de tipo cuantitativo, utilizando el cuestionario como medio de recolección de datos, por constituirse como el más adecuado debido a su accesibilidad en tiempo y dinero.

Para la elaboración del cuestionario se instrumentaron preguntas en cerradas, de opción múltiple y preguntas abiertas, que permiten en su conjunto obtener la información más completa y veraz posible.

El instrumento que se utilizará para la verificación de la información, será por medio de una encuesta diseñadas con preguntas cerradas o de opción múltiple, dirigida a los habitantes de la provincia de Santa Elena.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

Morales y col. (2010) señalan que:

La población es el conjunto total finito o infinito de elementos o unidades de observación que se consideran en un estudio determinado, incluyendo entre estas naciones, estados, grupos, comunidades, objetos y personas entre otros, es decir, es el universo de la investigación sobre el cual se pretende generalizar los resultados. Es importante mencionar que la población debe estar constituida por sujetos que presenten diferencias en ciertas características o estratos y a su vez deben tener características comunes entre sí.

Así mismo, Ramírez (2009), citado por Padrón (2010) define: “la población como el conjunto de unidades limitado por el ámbito del estudio a realizar, la cual forma parte del universo y representa un subconjunto del mismo.”

2.7.1. Muestra y Procedimientos de la Investigación

La constituyen todos los habitantes de la Provincia de Santa Elena, que suman 308.693 habitantes aproximadamente. (Ver Cuadro N° 4)

CUADRO N° 4 Datos de la Poblacional

| DATOS DE LA POBLACIÓN | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| POBLACIÓN: | Prov. De Santa Elena |
| SALINAS: | 68.675 |
| LA LIBERTAD: | 95.942 |
| SANTA ELENA: | 144.076 |
| ELEMENTOS: | Habitantes que gustan de Recreación. |
| UNIDAD DE MUESTREO | Provincia de Santa Elena |
| ALCANCE | Provincia de Santa Elena |
| TIEMPO | Septiembre 14-Septiembre 21/2013 |

Fuente: Datos del INEC.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

La Población conjunto de todos los individuos que porten información sobre el fenómeno que se estudia. Representa una colección completa de elementos (sujetos, objetos, fenómenos o datos) que poseen algunas características comunes.

2.7.2. Muestra

Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad. Constituye una selección al azar de una porción de la población, es decir, un subconjunto que seleccionamos de la población.

2.7.3. Determinación de la Muestra

Para la determinación de la muestra se empleó un 95% de nivel de confiabilidad y un 5% de margen de error. La fórmula empleada corresponde a una población finita, la misma que es la siguiente (Albert 2012:63)

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

CUADRO N° 5 Muestra provincia de Santa Elena

| | | | |
|------------------------|---|---|-------------------------------|
| Nivel de confianza | : | □ | 1,96 |
| Universo o Población | : | N | 305693 Inferior a 500000 |
| Probabilidad a favor | : | P | 0,5 unitaria (ex 50 % = 0.5) |
| Probabilidad en contra | : | Q | 0,5 |
| Error de la estimación | : | E | 5% unitaria (ex 5 % = 0.05) |
| Tamaño de la muestra | : | N | 384 |

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

MUESTRA: COMUNA RIO VERDE

CUADRO N° 6 Muestra comuna Santa Elena

| | | | | |
|------------------------|---|---|------|---------------------------|
| Nivel de confianza | : | □ | 1,96 | |
| Universo o Población | : | N | 3000 | Inferior a 500000 |
| Probabilidad a favor | : | P | 0,5 | unitaria (ex 50 % = 0.5) |
| Probabilidad en contra | : | Q | 0,5 | |
| Error de la estimación | : | E | 5% | unitaria (ex 5 % = 0.05) |
| Tamaño de la muestra | : | N | | 341 |

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

2.7.4. Resumen de la Muestra

CUADRO N° 7 Resumen de la muestra

| | |
|--|------------|
| Total Muestra de la Población Provincia de Santa Elena | 384 |
| Total Muestra de la Comuna | 341 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

2.8. PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Con la información se procederá con la aplicación de los elementos necesarios que permitan la tabulación de los datos de tal forma poder analizarlas.

2.8.1. Análisis de Resultados

Se realizaran análisis cuantitativo, porcentual, gráfico y cualitativo para el presente proyecto de investigación.

2.8.2. Tabulación de Datos

Fundamentada exclusivamente en datos numéricos y porcentuales, es decir utilizar frecuencias

2.8.3. Figuras

Para la representación de los datos que se realizaron en las encuestas fueron gráficos circulares.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PROVINCIA

1.- Género de los encuestados P.S.E

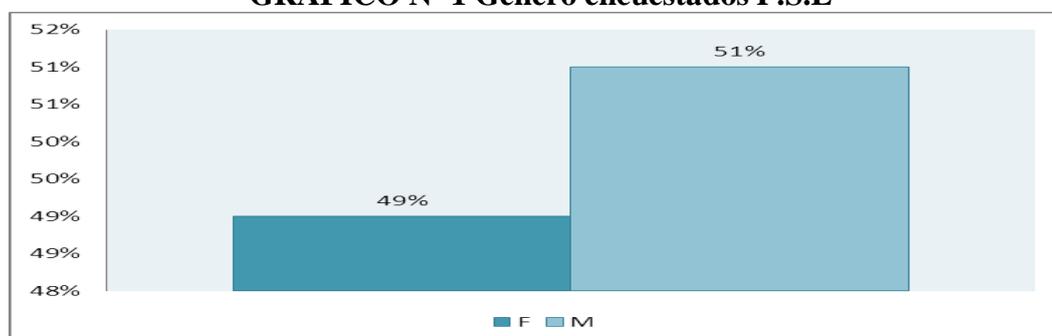
TABLA N° 1 Género encuestados P.S.E.

| GÉNERO ENCUESTADOS P.S.E. | | |
|---------------------------|----------------|------------|
| Etiquetas de fila | Cuenta de SEXO | PORCENTAJE |
| F | 189 | 49% |
| M | 195 | 51% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 1 Género encuestados P.S.E



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De acuerdo con las 384 encuestas realizadas en la provincia de Santa Elena, la tabla y gráfico nos muestra que se cuenta con la opinión del 51% hombres, mientras el 49% mujeres para obtener información sobre gustos, preferencias sobre los servicios que brinda un centro recreacional, si están o no de acuerdo con la existencia de estas áreas y más detalles para el proyecto de creación, esto significa que se cuenta con porcentajes similares, no hay ni más hombres o mujeres, sino opiniones similares.

2.- Intervalo de edad de los encuestados P.S.E

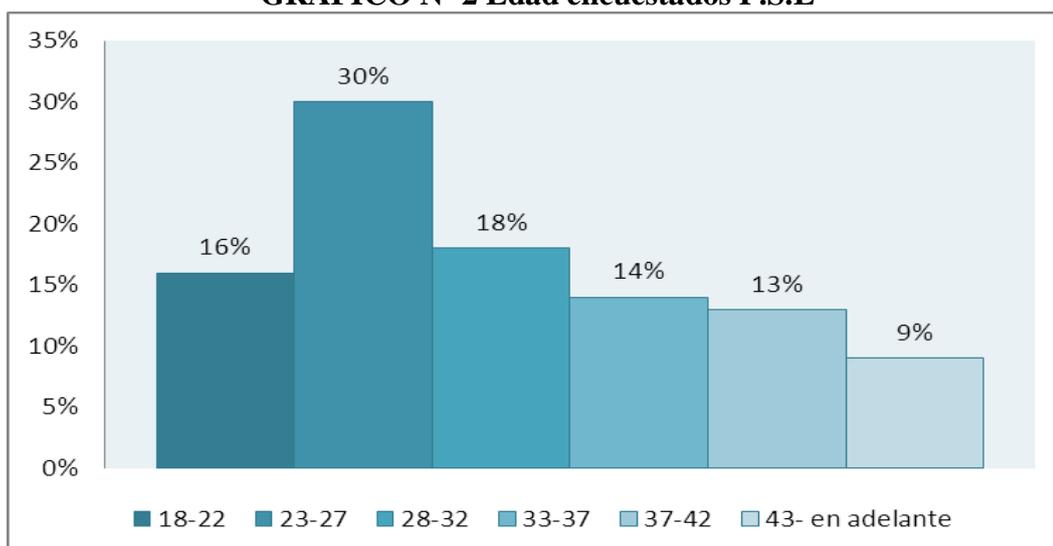
TABLA N° 2 Edad encuestados P.S.E

| EDAD ENCUESTADOS P.S.E | | |
|------------------------|------------|-------------|
| EDAD | Total | PORCENTAJE |
| 18-22 | 62 | 16% |
| 23-27 | 116 | 30% |
| 28-32 | 70 | 18% |
| 33-37 | 52 | 14% |
| 38-42 | 51 | 13% |
| 43-adelante | 33 | 9% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 2 Edad encuestados P.S.E



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De acuerdo con el cuadro y gráfico, el 30% de los encuestados fueron de 23-27 años, mientras que el 18% de 28-32, el 16% de 18-22, el 14% de 33-37, el 13% de 38-42 y el 9% de 43 en adelante, es decir que se contara más con la opinión de las personas de la Provincia de Santa Elena entre las edades de 23 a 27, el rango requerido de 23 a 27 significa que se puede hacer varias estrategias donde se encuentren personas de esta edad para llegar a ellos en la publicidad como en Universidades, Centros Comerciales entre otros.

3.- Escriba su lugar de domicilio

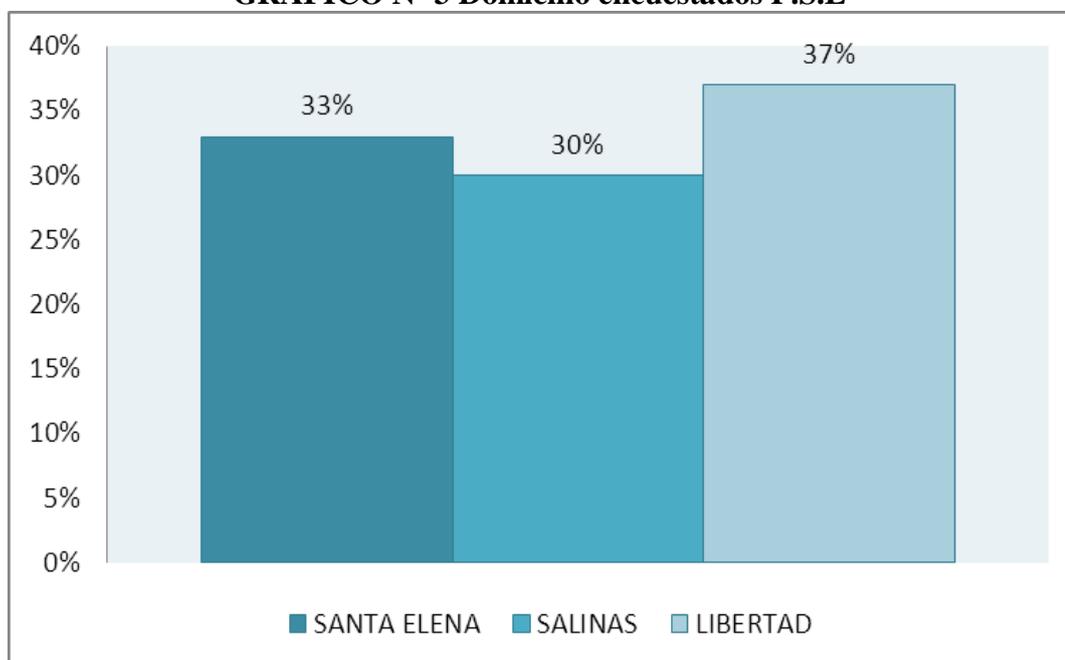
TABLA N° 3 Domicilio encuestados P.S.E

| DOMICILIO | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Domicilio | Total | PORCENTAJE |
| SANTA ELENA | 126 | 33% |
| SALINAS | 117 | 30% |
| LIBERTAD | 141 | 37% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 3 Domicilio encuestados P.S.E



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Según los 384 datos de la encuesta el 37% fueron de La Libertad, siendo estad 141 personas; el 33% de Santa Elena con 126 y el 30% de Salinas que se cuenta con 117, con esto damos razón que contamos más con la opinión de los pobladores de La Libertad para realizar esta investigación, pudiendo deducir que parte de esta población sería la más interesada en este nuevo servicio de recreación y se tiene más la opinión de ellos para la creación de la nueva empresa de desarrollo social y turística.

4.- ¿Qué suele hacer en su tiempo libre?

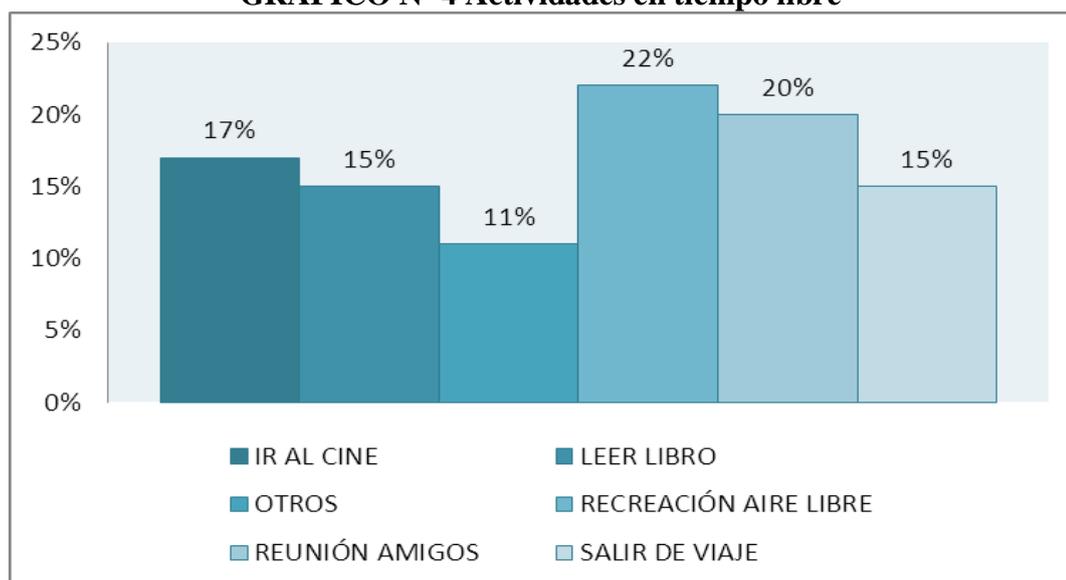
TABLA N° 4 Actividades en tiempo libre

| TIEMPO LIBRE | | |
|-----------------------|------------|-------------|
| TIEMPO LIBRE | Total | |
| IR AL CINE | 64 | 17% |
| LEER LIBRO | 57 | 15% |
| OTROS | 44 | 11% |
| RECREACIÓN AIRE LIBRE | 84 | 22% |
| REUNIÓN AMIGOS | 76 | 20% |
| SALIR DE VIAJE | 59 | 15% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 4 Actividades en tiempo libre



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

En el presente cuadro debemos indicar que de las 384 personas encuestadas el 22% en su tiempo libre prefiere la recreación al aire libre, el 20% le gusta reunirse con amigos, el 15% comparte Leer un libro y salir de viaje, y un 11% coloco otras actividades como dormir en casa y jugar fútbol, pero los cuales también se pueden tomar en un centro recreacional, tomando en cuenta que una buena parte de la población le gusta la recreación o estar en un ambiente tranquilo donde se pueda descansar, meditar y pasar en familia o con amigos.

5.- ¿Cuánto gasta generalmente cuando sale de paseo?

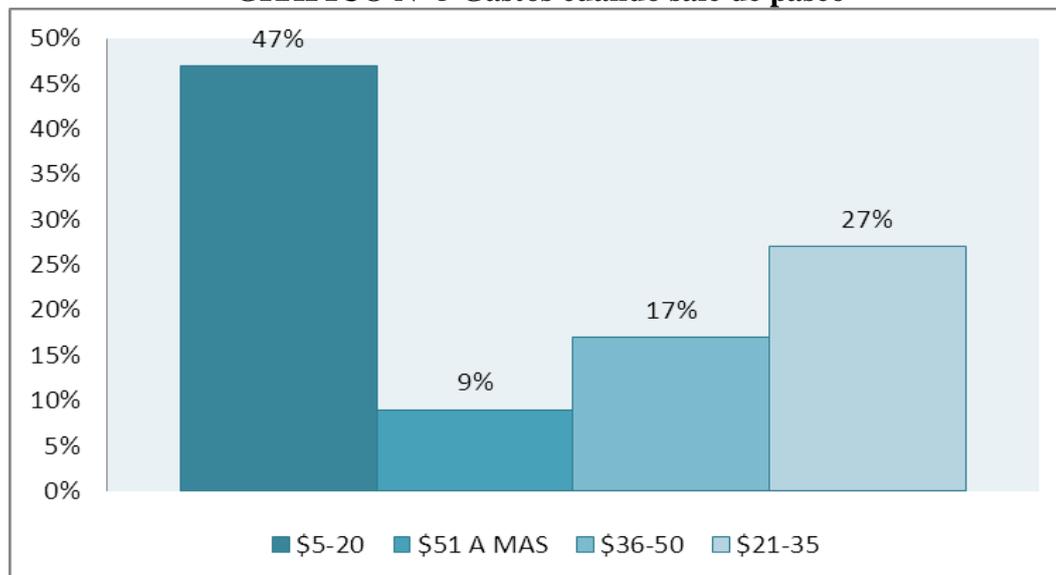
TABLA N° 5 Gastos cuando sale de paseo

| GASTOS | | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|-------------|
| GASTOS | Total | |
| \$5-20 | 181 | 47% |
| \$51 A MAS | 35 | 9% |
| \$36-50 | 65 | 17% |
| \$21-35 | 103 | 27% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 5 Gastos cuando sale de paseo



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 47% de los encuestados indican que gastan por salir de paseo de \$5 a 20, el 27% mencionan que pagarían de \$21-35, el 17% manifiestan pagarían de \$36 a 50 y el 9% de \$51 a más, entonces se podría indicar que lo que estarían dispuestos a gastar por los servicios sería entre \$5 a \$20, es decir un valor bajo por eso el precio de este centro recreacional será por servicio así quienes lo visiten podrán gastar solo en las áreas que se desee o tan solo pagar su entrada y disfrutar de la zona de picnic con su familia.

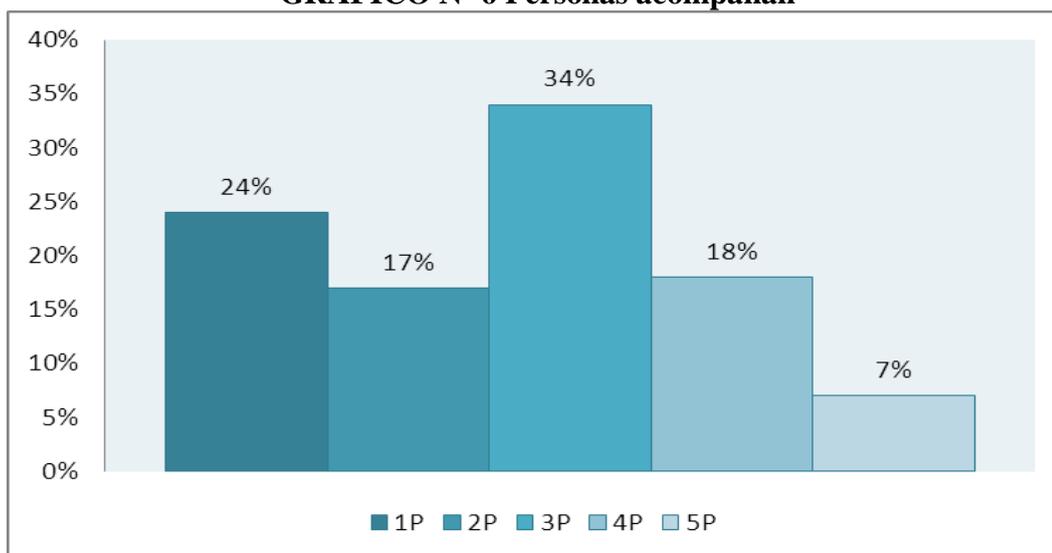
6.- ¿Cuándo sale de paseo o viaje generalmente cuántas personas lo acompañan?

TABLA N° 6 Personas acompañan

| PERSONAS ACOMPAÑAN | | |
|----------------------|------------|-------------|
| ACOMPAÑAN | Total | PORCENTAJE |
| 1 | 91 | 24% |
| 2 | 66 | 17% |
| 3 | 131 | 34% |
| 4 | 71 | 18% |
| 5 | 25 | 7% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 6 Personas acompañan



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De las 384 encuestas, el 34% de los encuestados mencionan que viajan en compañía de 3 personas, un 24% de 1 sola persona, el 18% indican que 4 personas, el 17% de 2, y el 7% indican que viajan con 5 personas, debido a esto se puede indicar que las personas tienden a salir acompañados, distraerse y gastar más con 3 personas, este valor nos puede ayudar para estimar nuestra demanda y en un futuro armar promociones por personas que los acompañan, o concursos con diferentes grupos, entre familia, amigos.

7.- Usualmente en su tiempo libre ¿Asiste a algún centro recreativo?

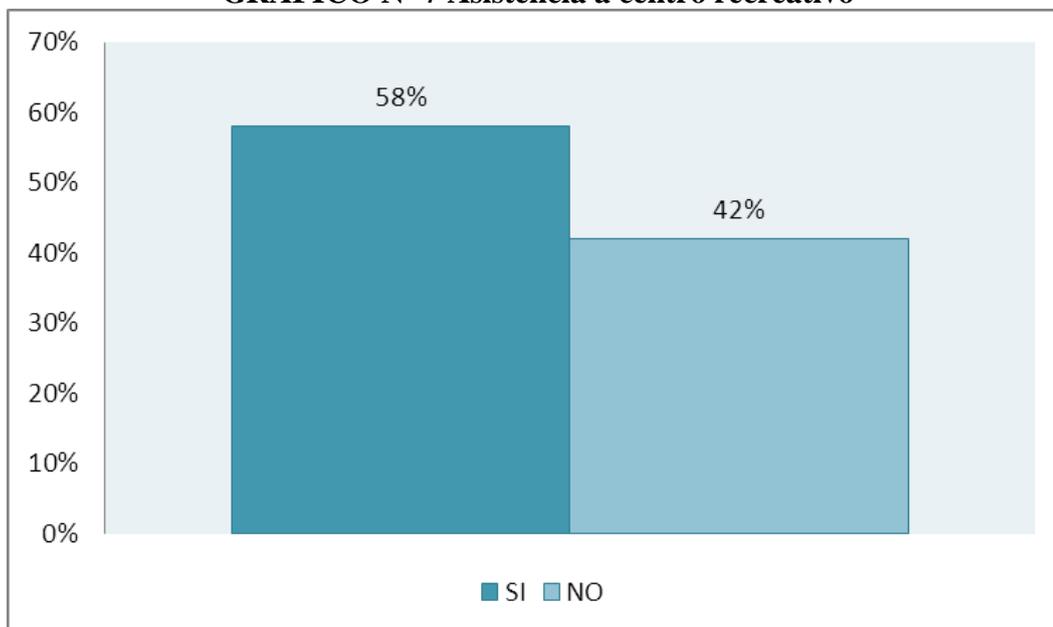
TABLA N° 7 Asistencia a centros recreativos

| ASISTENCIA A CENTROS RECREATIVOS | | |
|----------------------------------|------------|-------------|
| ASISTE LUGAR RECREATIVO | Total | PORCENTAJE |
| SI | 222 | 58% |
| NO | 162 | 42% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 7 Asistencia a centro recreativo



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 58% de los encuestados les agrada la idea de frecuentar un Centro Recreacional y un 42% no asisten a estos lugares. Al momento de hacer esta investigación tomamos en cuenta que más de la mitad les gusta visitar estos lugares por los cuales la creación de este negocio tendría acogida y con la mayor publicidad se haría que el centro recreacional se convierta en uno de los más visitados y el porcentaje de la demanda tenga un crecimiento importante para la empresa y su provincia ya que existiría beneficio para ambas.

8.- ¿Usted cuando tiene un grado de estrés en que piensa?

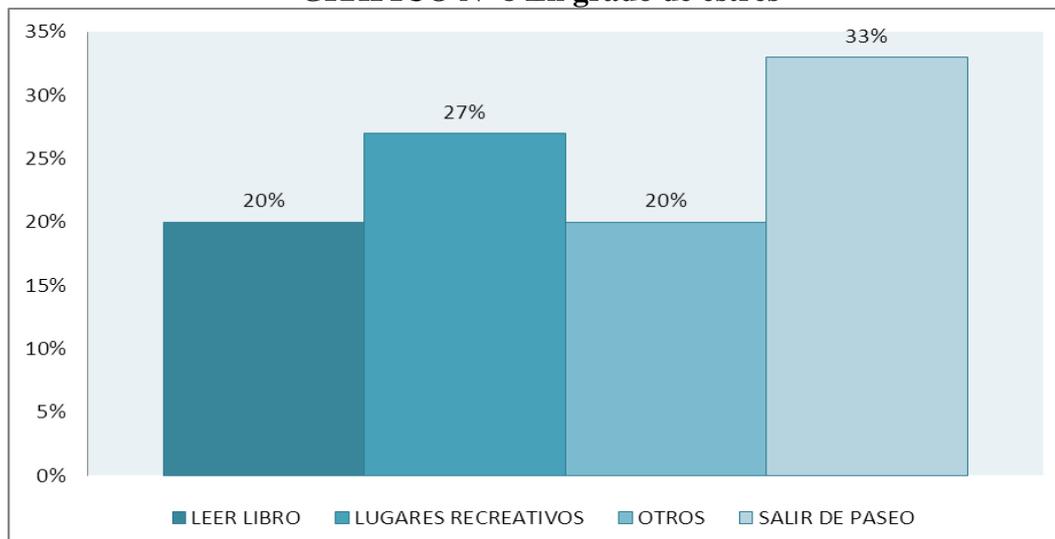
TABLA N° 8 En grado de estrés

| EN GRADO DE ESTRÉS | | |
|----------------------|------------|-------------|
| GRADO DE ESTRÉS | Total | PORCENTAJE |
| LEER LIBRO | 76 | 20% |
| LUGARES RECREATIVOS | 106 | 27% |
| OTROS | 76 | 20% |
| SALIR DE PASEO | 126 | 33% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 8 En grado de estrés



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Las personas encuestadas indicaron que un 33% prefieren salir de paseo cuando tienen un grado de estrés elevado, un 27% en lugares recreativos, y el 20% leer libros tanto como otros, señalaron como fútbol y descansar o dormir, siendo lugares recreativos uno de los porcentajes altos por lo que el centro recreacional sería una buena opción para visitar en un futuro para el entretenimiento y sacar el estrés, en esta pregunta se tomó en cuenta la opción otros ya que siendo un porcentaje bajo da nuevas ideas para el incremento de servicios en el centro recreativo.

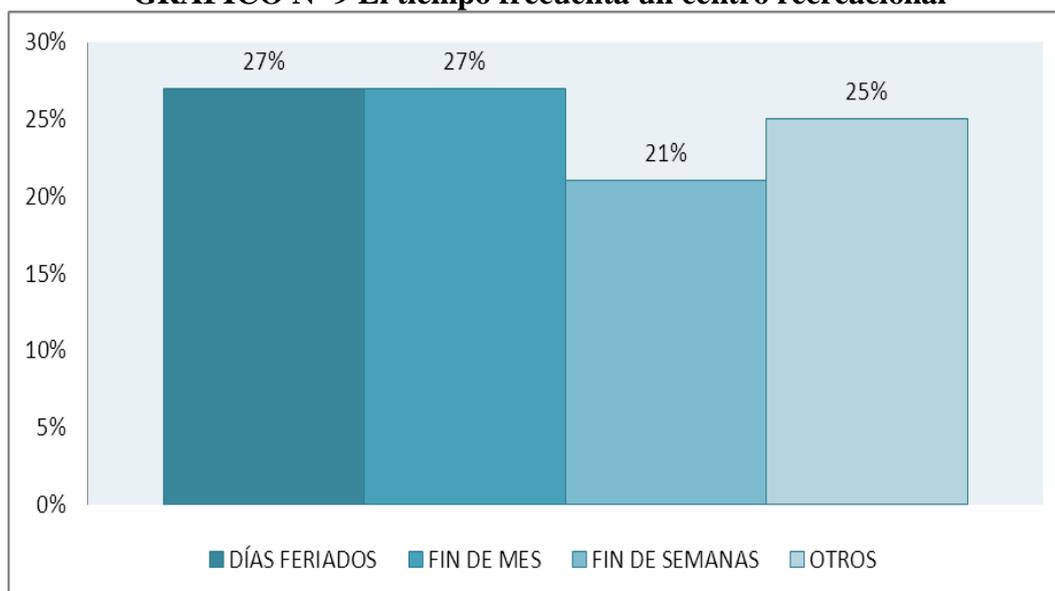
9.- ¿Qué tiempo frecuenta un centro recreacional?

TABLA N° 9 El tiempo frecuenta un centro recreacional

| FRECUENCIA RECREACIONAL | | |
|-------------------------|------------|-------------|
| FRECUENCIA RECREACIONAL | Total | PORCENTAJE |
| DÍAS FERIADOS | 104 | 27% |
| FIN DE MES | 104 | 27% |
| FIN DE SEMANAS | 79 | 21% |
| OTROS | 97 | 25% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 9 El tiempo frecuenta un centro recreacional



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De 384 encuestados que frecuentan un centro recreacional es un 27 % que asiste 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, esto significa que se debería buscar tener más publicidad para que también sean visitados fines de semanas ya que son días en los que las personas salen a distraerse y con una mayor atracción los usuarios querrán pasar más tiempo recreándose, hacer campeonatos así tendría más visita y el ingreso sería aún mayor.

10.- ¿Conoce usted centros recreativos dentro de la provincia?

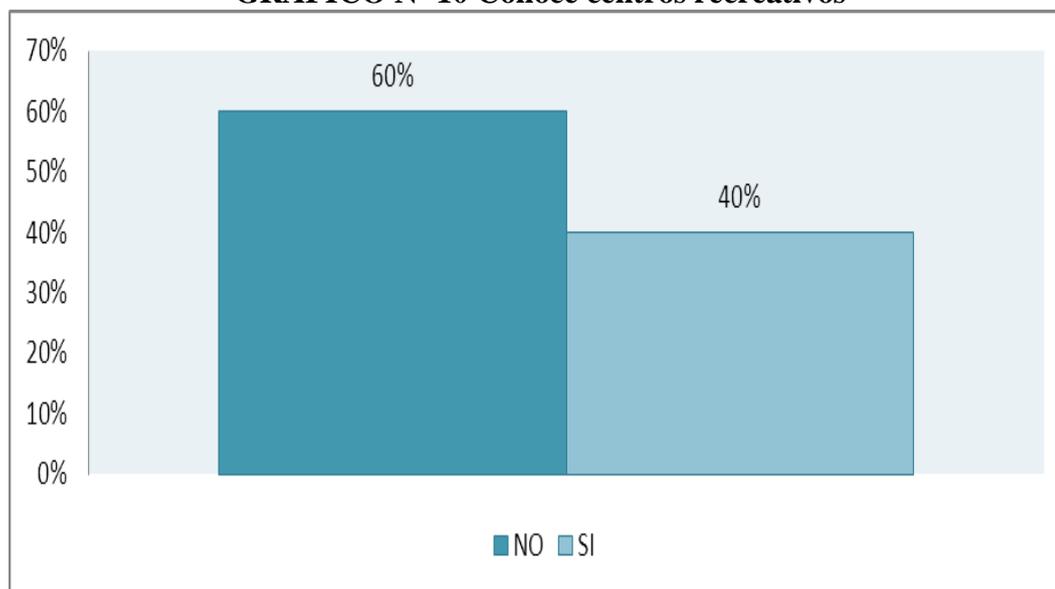
TABLA N° 10 Conoce centros recreativos

| CONOCE CENTROS RECREATIVOS | | |
|----------------------------|------------|-------------|
| CONOCE CENTROS RECREATIVOS | Total | PORCENTAJE |
| NO | 230 | 60% |
| SI | 154 | 40% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 10 Conoce centros recreativos



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Un 60% de los 384 encuestados no conoce de centros recreativos pues que dentro de la provincia existen pocos de estos lugares por eso un 40% son los que conoce, dentro de ellos nombrados a “LA GLORIA”, ubicada antes de ingresar a la Provincia de Santa Elena, siendo una ventaja ya que observando a la competencia se puede mejorar el negocio en innovación, de ahí existen las playas en la zona norte donde hay más turismo es por ello que se piensa en esta atracción de la zona Este de la provincia, favoreciendo a su comunidad.

11.- En la escala de 1 a 7 califique las siguientes características o atributos de acuerdo a su grado de importancia de un centro recreacional, en donde 7 es el más importante y 1 la menos importante.

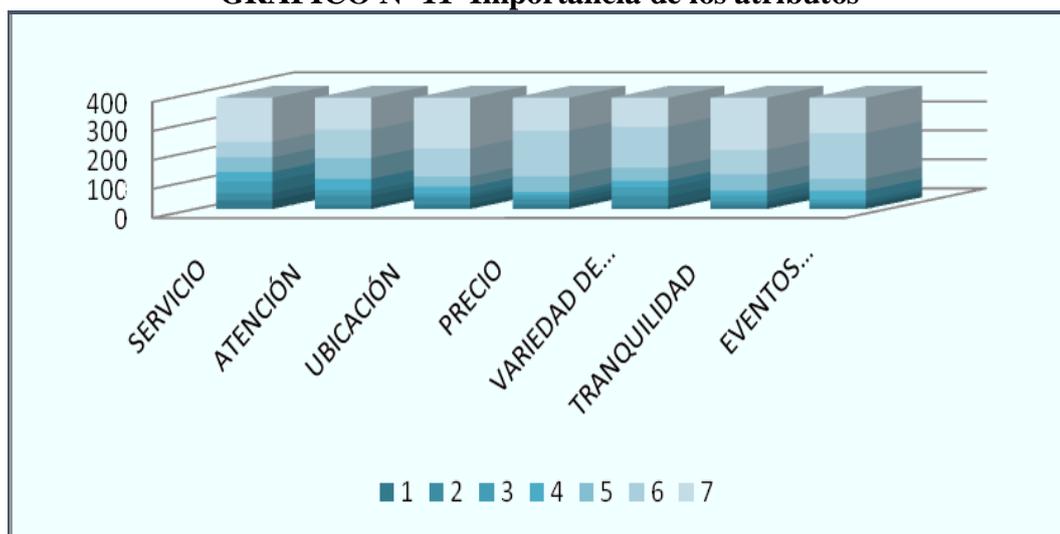
TABLA N° 11 Importancia de los atributos

| ATRIBUTOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | TOTAL |
|--------------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-------|
| SERVICIO | 30 | 25 | 40 | 33 | 50 | 53 | 153 | 384 |
| ATENCIÓN | 14 | 32 | 19 | 39 | 72 | 98 | 110 | 384 |
| UBICACIÓN | 15 | 25 | 12 | 25 | 35 | 97 | 175 | 384 |
| PRECIO | 15 | 18 | 15 | 11 | 54 | 157 | 114 | 384 |
| VARIEDAD DE COMIDA | 12 | 32 | 31 | 23 | 45 | 141 | 100 | 384 |
| TRANQUILIDAD | 14 | 11 | 21 | 17 | 57 | 84 | 180 | 384 |
| EVENTOS DEPORTIVOS | 12 | 8 | 12 | 31 | 41 | 158 | 122 | 384 |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 11 Importancia de los atributos



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El Centro Recreacional tiene varios atributos y características, en la siguiente tabla mostramos cuales son los de más importancia que nos ayudaran a tomar en cuenta en la creación del centro recreacional y con ello tomar en cuenta que todos estos temas son importantes ya que se trata de un negocio con varios servicios que necesitan satisfacer a los clientes para con ello tener la atracción y formar parte de uno de los lugares más visitados de la provincia, con buen servicio, atención, la mejor ubicación, la variedad, precio y confort.

12.- ¿Qué tipos de servicios les gustaría que se ofrezcan en el centro recreacional?

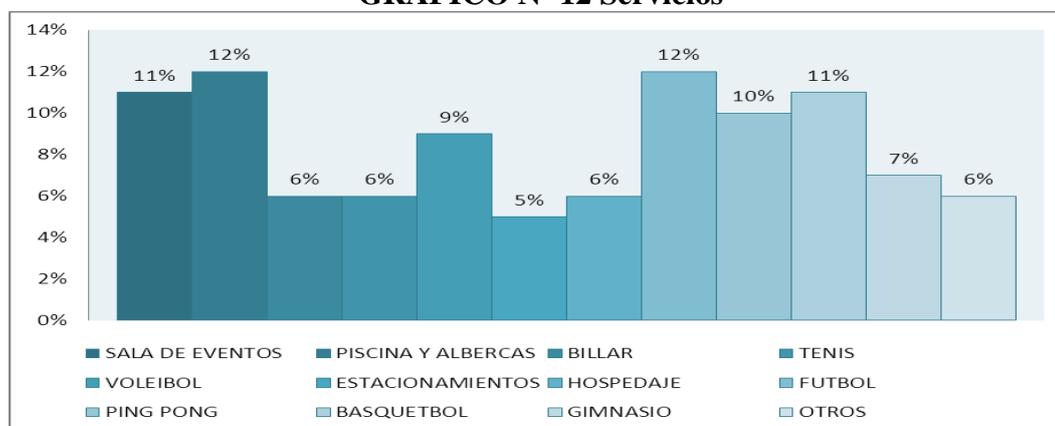
TABLA N° 12 Servicios

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--------------------|------------|-------------|
| SALA DE EVENTOS | 215 | 11% |
| PISCINA Y ALBERCAS | 230 | 12% |
| BILLAR | 110 | 6% |
| TENIS | 120 | 6% |
| VOLEIBOL | 180 | 9% |
| ESTACIONAMIENTOS | 102 | 5% |
| HOSPEDAJE | 125 | 6% |
| FÚTBOL | 230 | 12% |
| PING PONG | 198 | 10% |
| BÁSQUETBOL | 225 | 11% |
| GIMNASIO | 135 | 7% |
| OTROS | 110 | 6% |
| TOTAL | 1980 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 12 Servicios



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Este gráfico nos muestra que tan demandados son los servicios que se piensa colocar en el centro recreacional, tomando en cuenta que la sala de eventos, piscina, fútbol, ping-pong, y básquetbol son aquellos que tendrían más acogida y son con los cuales se piensa comenzar este centro recreativo tomando en cuenta la opción otros en las cuales fue nombrada el parque infantil que será de mucha utilidad para las familias que cuentan aun con niños pequeños así contando con un lugar cercano a su recreación y con personal capacitado.

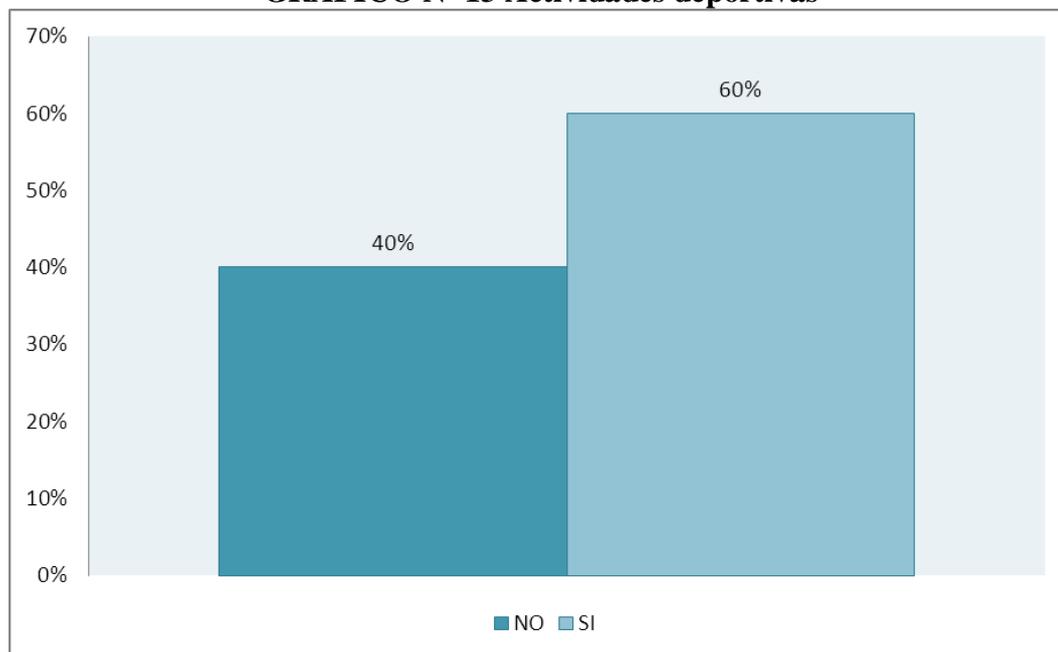
13.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca actividades deportivas para los jóvenes?

TABLA N° 13 Actividades deportivas

| ACTIVIDADES DEPORTIVAS | | |
|------------------------|------------|-------------|
| ACTIVIDADES DEPORTIVAS | Total | PORCENTAJE |
| NO | 154 | 40% |
| SI | 230 | 60% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 13 Actividades deportivas



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 60% de los encuestados les gustaría que el centro recreacional brindara actividades deportivas para jóvenes y un 40% optaron por un no, por lo cual es aceptado por más de la mitad, tomando en cuenta estos servicios para un futuro en el centro recreacional, creando nuevas formas de entretenimiento para sus demandantes, haciendo campeonatos tendremos la atracción de más personas un ingreso mayor al centro recreativo y con ello la innovación de nuevos servicios o que los usuarios vean más formas de diversión.

14.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca diferentes cursos como manualidades, repostería, carpintería, entre otros?

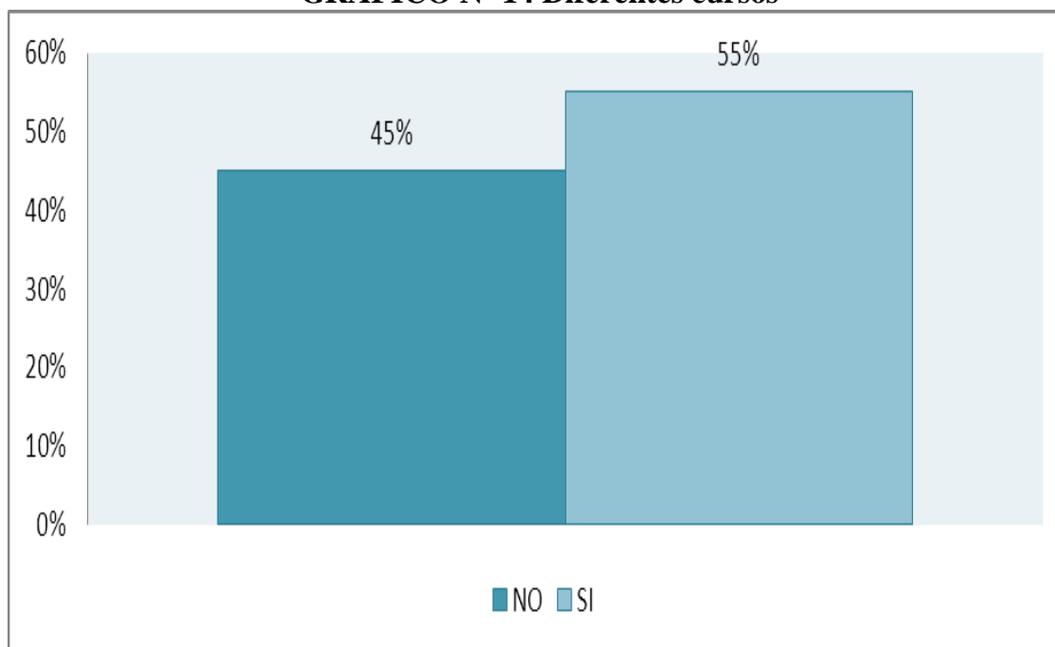
TABLA N° 14 Diferentes cursos

| DIFERENTES CURSOS | | |
|----------------------|------------|-------------|
| DIFERENTES CURSOS | Total | PORCENTAJE |
| NO | 174 | 45% |
| SI | 210 | 55% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 14 Diferentes cursos



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Se realizó una encuesta para saber si es aceptado diferentes cursos en el centro recreacional, un 55% le gustó la idea y un 45% un no, siendo la innovación una característica, es por eso que se ofrecen nuevos servicios y se encuesta sobre la aceptación de aquellos, hoy en día los cursos de manualidades son vistos en diferentes partes, de lunes a viernes el centro recreacional tendrá menos visitas y es ahí cuando se aprovechara en brindar estos curso, utilizando de manera provechosa esos días.

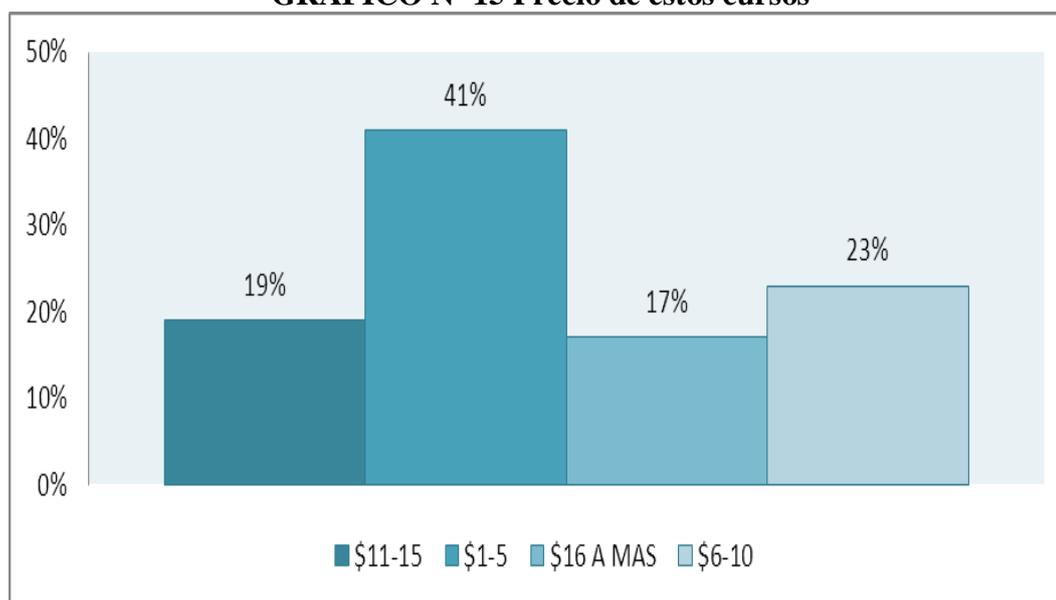
15.- ¿Cuál sería el precio de estos cursos?

TABLA N° 15 Precio de estos cursos

| PRECIO DE CURSOS | | |
|----------------------|------------|-------------|
| PRECIO | Total | PORCENTAJE |
| \$11-15 | 74 | 19% |
| \$1-5 | 156 | 41% |
| \$16 A MAS | 65 | 17% |
| \$6-10 | 89 | 23% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 15 Precio de estos cursos



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El precio por el cual los encuestados identificaron para estos cursos son los de 1-5 que tuvieron un 41%, un 23% de \$6 a 10, el 19% de \$11 a 15, y un 17% de 16 a más, dependiendo de los cursos que se vayan a ofrecer, se debe hacer un estudio para hacer que al momento de brindar estos cursos sea factible hasta un valor de \$5, con una buena publicidad se tendría la acogida por parte de muchas personas y así sería un buen precio y no se tendría mucha pérdida al momento de que empiecen estos talleres.

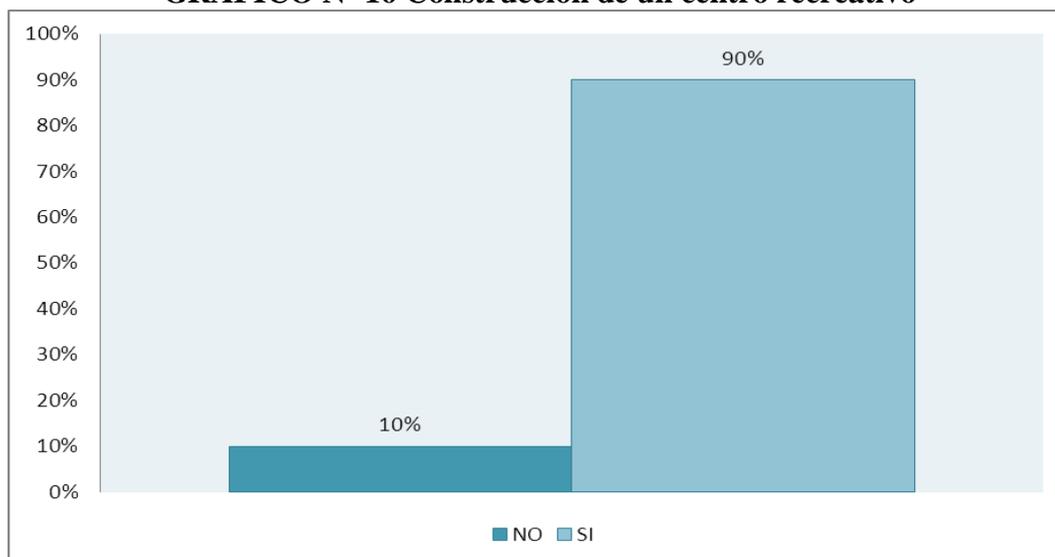
16.- ¿Está de acuerdo con la construcción de un centro recreativo que brinden servicios sociales y turísticos?

TABLA N° 16 Construcción de un centro recreativo

| CONSTRUCCIÓN CENTRO RECREATIVO | | |
|--------------------------------|------------|-------------|
| CONSTRUCCIÓN CENTRO RECREATIVO | Total | PORCENTAJE |
| NO | 38 | 10% |
| SI | 345 | 90% |
| Total general | 383 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 16 Construcción de un centro recreativo



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Un 90% de los encuestados de la población de la provincia de Santa Elena les gustó la idea de la construcción de un centro recreacional, siendo este un porcentaje alto, por lo tanto se podía indicar que la creación de este negocio tiene una buena aceptación por su población, en muchas de las encuestas las personas de la provincia dieron razón que existen pocos de estos lugares, que la gente debe preocuparse por tener más sitios con zonas naturales para disfrutar de la naturaleza y del aire puro, beneficiando a su salud.

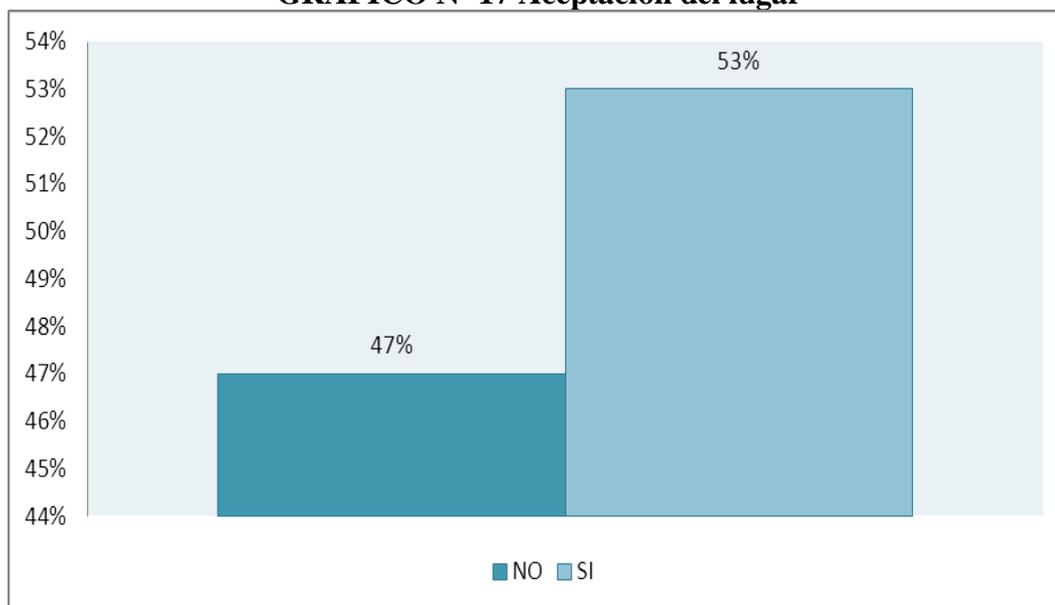
17.- ¿Le gustaría que el centro recreacional se encuentre ubicado en la entrada de la comuna Río Verde de la provincia de Santa Elena?

TABLA N° 17 Aceptación del lugar

| LUGAR CENTRO RECREATIVO | | |
|-------------------------|------------|-------------|
| LUGAR CENTRO RECREATIVO | Total | PORCENTAJE |
| NO | 179 | 47% |
| SI | 205 | 53% |
| Total general | 384 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 17 Aceptación del lugar



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Al 53% de la población les gusta el lugar donde se piensa ubicar el centro recreacional y 47% no, es decir que aquí se tiene que usar la publicidad y promoción para hacer llegar a sus usuarios el lugar exacto y el atractivo, después de la encuesta se les explicó que se lo quiere ubicar en una calle principal, siendo muy vistosa para quienes visiten la provincia es decir sería un lugar interesante para los turistas, quienes visualizaran un sitio llamativo en la zona Este, ya no solo sería la zona Norte si no toda la provincia con atractivos turísticos.

3.2. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA COMUNA

1.- Género de los encuestados de la comuna

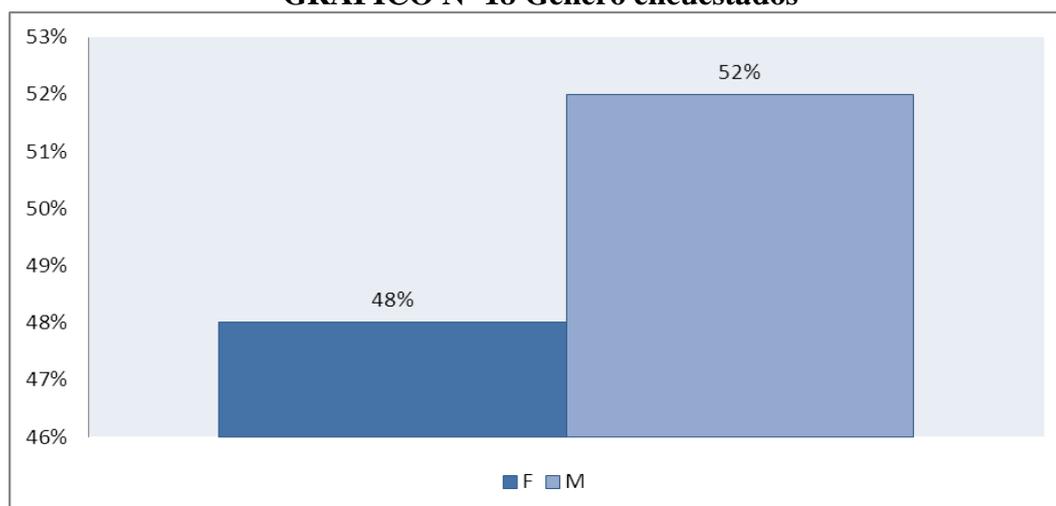
TABLA N° 18 Genero encuestados comuna.

| GÉNERO | | |
|----------------------|----------------|-------------|
| Etiquetas de fila | Cuenta de SEXO | PORCENTAJE |
| F | 162 | 48% |
| M | 179 | 52% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 18 Genero encuestados



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

En la Comuna de Río Verde donde será ubicado el centro recreativo fueron 341 encuestas realizada, la tabla y gráfico nos muestra que se cuenta con la opinión del 52% hombres, mientras el 48% mujeres para obtener información sobre y aceptación de este lugar, ya que será un atractivo para su comunidad, obteniendo beneficios y no solo pensando como siempre en Zonas Urbanas sino también Zonas Rurales y su beneficio contando con su apoyo estas personas ayudaron a la correcta investigación.

2.- Intervalo de edad de los encuestados de la comuna

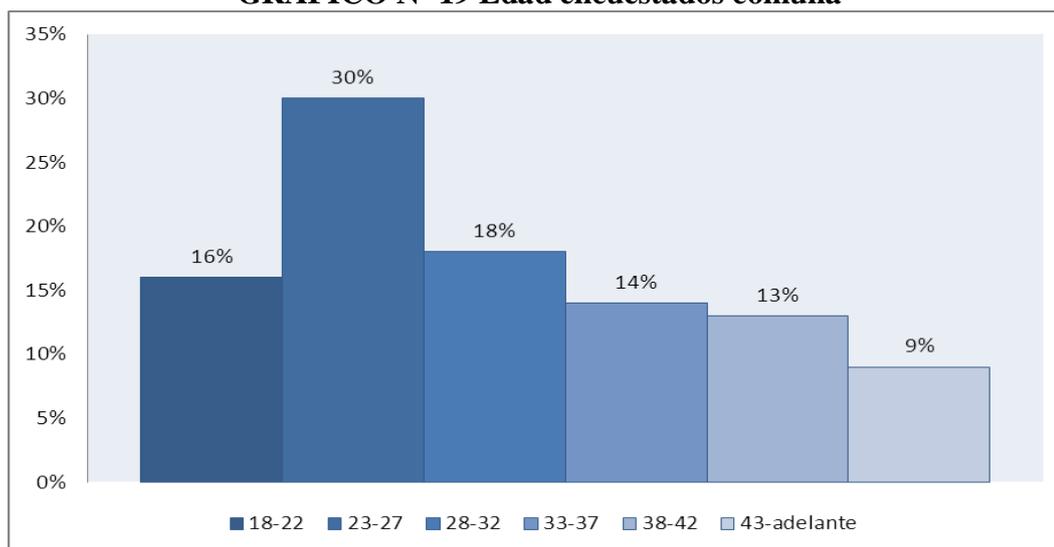
TABLA N° 19 Edad encuestados comuna

| EDAD | | |
|----------------------|------------|-------------|
| EDAD | Total | PORCENTAJE |
| 18-22 | 52 | 16% |
| 23-27 | 106 | 30% |
| 28-32 | 65 | 18% |
| 33-37 | 49 | 14% |
| 38-42 | 41 | 13% |
| 43-adelante | 28 | 9% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 19 Edad encuestados comuna



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De los 341 encuestados de la Comuna, de acuerdo con la tabla y gráfico, el 30% de los encuestados fueron de 23-27 años, mientras que el 18% de 28-32, el 16% de 18-22, el 14% de 33-37, el 13% de 38-42 y el 9% de 43 en adelante, significando esto que muchas de las personas de la comunidad que visitaran este lugar están en edad de 23 a 27, que buscan más diversión y formas de entretenerse, siendo la variedad de estos servicios su satisfacción para diferentes necesidades.

3.- ¿Qué suele hacer en su tiempo libre?

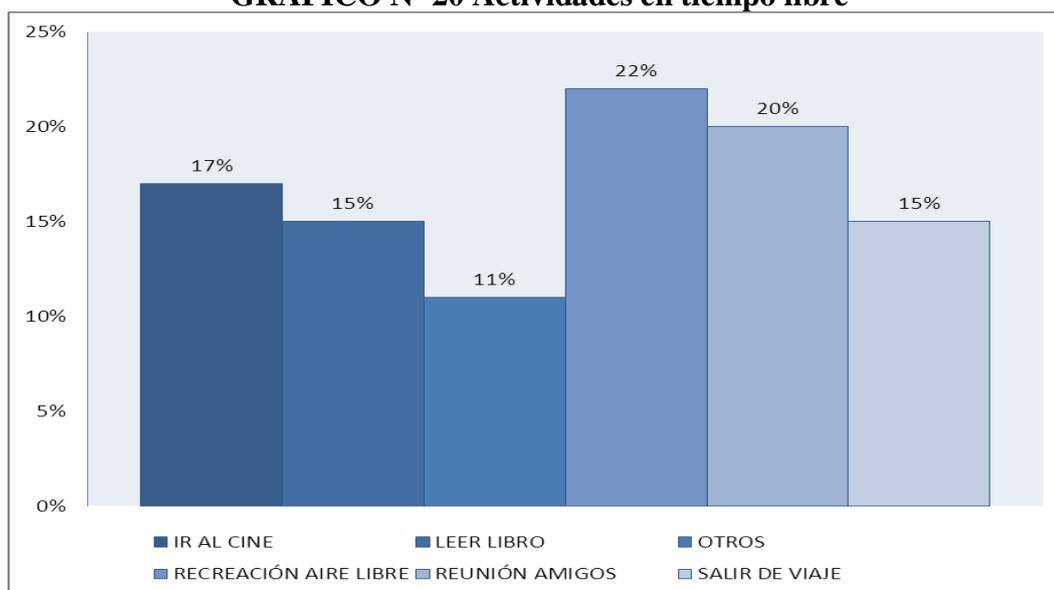
TABLA N° 20 Actividades en tiempo libre

| ACTIVIDAD TIEMPO LIBRE | | |
|------------------------|------------|-------------|
| TIEMPO LIBRE | Total | PORCENTAJE |
| IR AL CINE | 64 | 17% |
| LEER LIBRO | 57 | 15% |
| OTROS | 44 | 11% |
| RECREACIÓN AIRE LIBRE | 84 | 22% |
| REUNIÓN AMIGOS | 76 | 20% |
| SALIR DE VIAJE | 59 | 15% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 20 Actividades en tiempo libre



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Las 341 personas de los encuestados de la Comuna, el 22% en su tiempo libre prefiere la recreación al aire libre, el 20% le gusta reunirse con amigos, el 15% comparte Leer un libro y salir de viaje, y un 11% colocó otras actividades, ellos colocaron en otros el fútbol aunque lo hacen en una pequeña cancha siendo pocos los que disfrutan de este deporte, quedando muchos jóvenes sin entretenimientos y sin practicar esta diversión.

4.- ¿Cuándo sale de paseo o viaja generalmente cuantas personas lo acompañan?

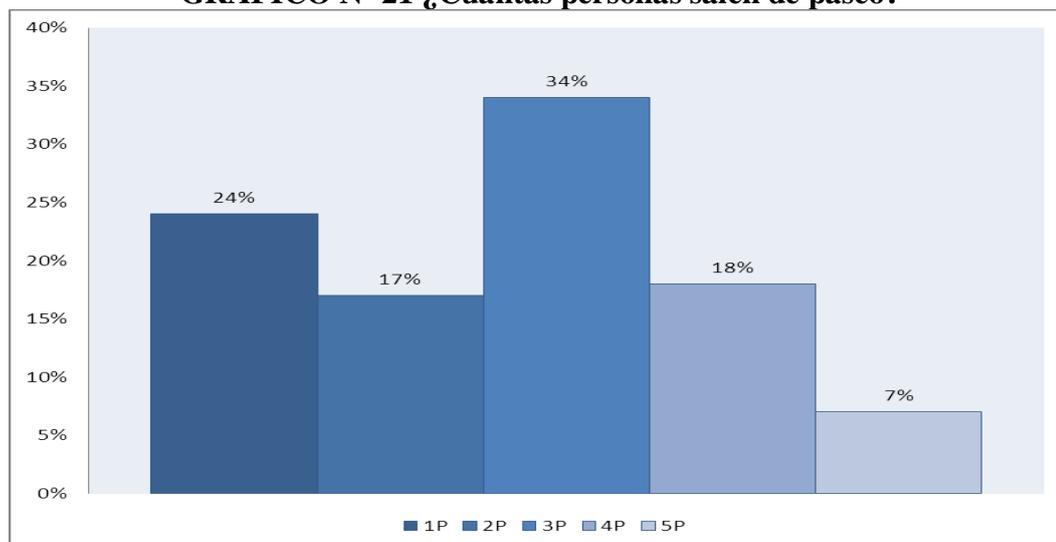
TABLA N° 21 ¿Cuántas personas salen de paseo?

| PERSONAS ACOMPAÑAN | | |
|----------------------|------------|-------------|
| ACOMPAÑAN | Total | PORCENTAJE |
| 1 | 91 | 24% |
| 2 | 66 | 17% |
| 3 | 131 | 34% |
| 4 | 71 | 18% |
| 5 | 25 | 7% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 21 ¿Cuántas personas salen de paseo?



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 34% de los encuestados mencionan que las personas que lo acompañan que viajan en compañía de 3 personas, 24% de una persona, el 18% indican que 4 personas, el 17% de 2, y el 7% indican que viajan con 5 personas, debido a esto se puede indicar que las personas tienden a salir, distraerse y gastar más con 3 personas, siendo un número de usuarios factibles para el centro recreacional con ello buscando su satisfacción para lograr más visitas.

5.- Usualmente en su tiempo libre ¿Asiste a algún centro recreativo?

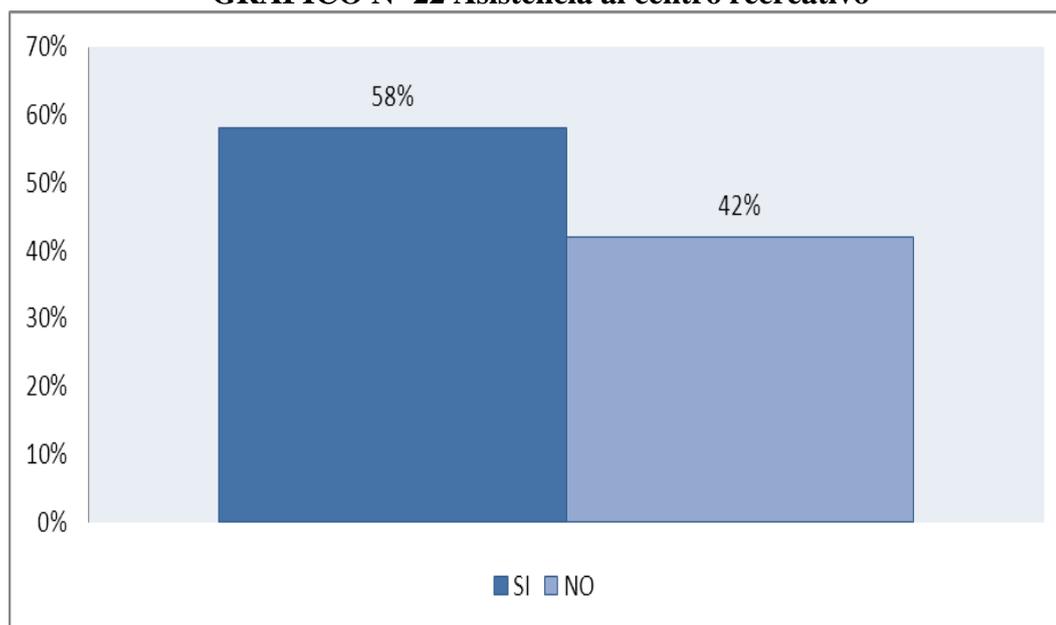
TABLA N° 22 Asistencia al centro recreativo

| ASISTENCIA LUGAR RECREATIVO | | |
|-----------------------------|------------|-------------|
| ASISTE LUGAR RECREATIVO | Total | PORCENTAJE |
| SI | 222 | 58% |
| NO | 162 | 42% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 22 Asistencia al centro recreativo



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 58% de los encuestados les agrada la idea de frecuentar un Centro Recreacional y un 42% no asisten a estos lugares, más de la mitad de los 341 encuestados de la comuna Río Verde les gusta asistir a estos lugares pero los cuales frecuentan poco por la falta de ellos, por la ubicación ya que la mayoría de lugares donde distraerse en la provincia se encuentran en la Zona Norte y esto requiere de mayor tiempo y más gastos.

6.- ¿Usted cuando tiene un grado de estrés en que piensa?

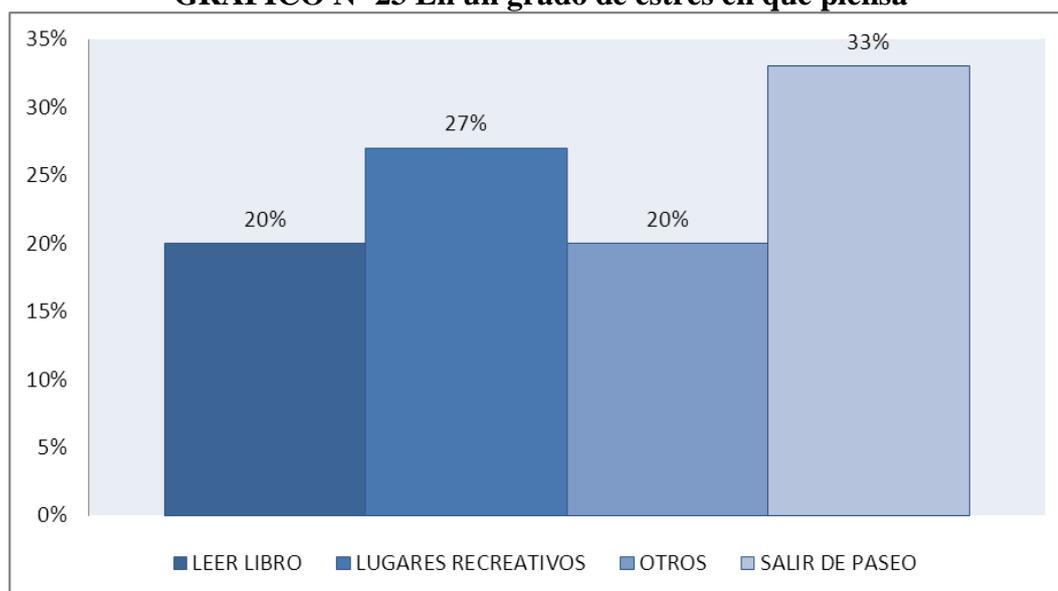
TABLA N° 23 En un grado de estrés en que piensa

| EN UN GRADO DE ESTRÉS QUE PIENSA | | |
|----------------------------------|------------|-------------|
| GRADO DE ESTRÉS | Total | PORCENTAJE |
| LEER LIBRO | 74 | 20% |
| LUGARES RECREATIVOS | 93 | 27% |
| OTROS | 74 | 20% |
| SALIR DE PASEO | 100 | 33% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana

GRÁFICO N° 23 En un grado de estrés en que piensa



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Las personas encuestadas indicaron que un 33% prefieren salir de paseo cuando tienen un grado de estrés elevado, un 27% en lugares recreativos, y el 20% leer libros tanto como otros, señalaron como fútbol y descansar o dormir, siendo lugares recreativos uno de los porcentajes altos por lo que el centro recreacional sería una buena opción para visitar en un futuro para el entretenimiento y sacar el estrés, ya que esto también produce enfermedades, que mejor que ir a disfrutar y recrear la mente que disfrutar en familia y de muchos deportes.

7.- ¿Conoce usted centros recreativos dentro de la provincia?

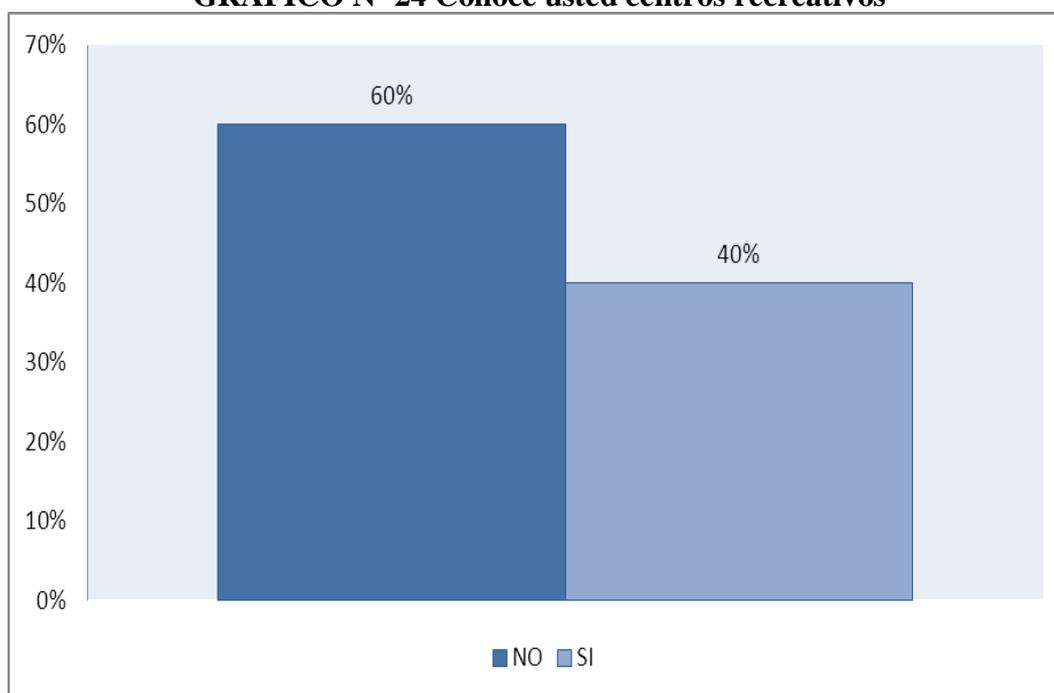
TABLA N° 24 Conoce centros recreativos

| CONOCE CENTROS RECREATIVOS | | |
|----------------------------|------------|-------------|
| CONOCE CENTROS RECREATIVOS | Total | PORCENTAJE |
| NO | 229 | 60% |
| SI | 112 | 40% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 24 Conoce usted centros recreativos



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

De las 341 personas encuestadas de la Comuna Rio Verde un 60% no conoce de centros recreativos pues que dentro de la provincia existen pocos de estos lugares por eso un 40% son los que conoce, las personas de esta comunidad tienen poca oportunidad de visitar estos lugares, es por ello que se ve factible ya que tendrían cerca a su población buscare diferentes maneras de distracción, ya no solo pasaran en la rutina de siempre, también se alejaran un poco del alcohol y otros vicios que por falta de distracción recaen.

8.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría que se ofrezca en el centro de recreación?

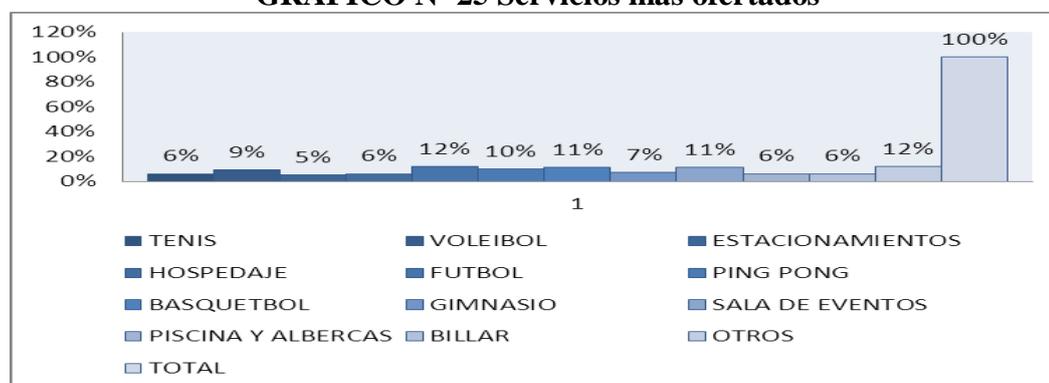
TABLA N° 25 Servicios más ofertados

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJES |
|--------------------|------------|-------------|
| TENIS | 120 | 6% |
| VOLEIBOL | 180 | 9% |
| ESTACIONAMIENTOS | 102 | 5% |
| HOSPEDAJE | 125 | 6% |
| FÚTBOL | 230 | 12% |
| PING PONG | 198 | 10% |
| BÁSQUETBOL | 225 | 11% |
| GIMNASIO | 135 | 7% |
| SALA DE EVENTOS | 215 | 11% |
| PISCINA Y ALBERCAS | 230 | 6% |
| BILLAR | 110 | 6% |
| OTROS | 110 | 12% |
| TOTAL | 1980 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 25 Servicios más ofertados



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El juego que es más utilizado por personas de esta comunidad es el villar, siendo pocos de los entretenimiento para los varones, es por ellos que ocupa un 12%, el centro recreacional ofrecerá más servicios y más lugares donde la población podrá divertirse y practicar diferentes deportes, no solo fútbol sino básquetbol, y ya que el 6% solo gusta de piscinas se ofrecerá un profesional que enseñara a practicar la natación.

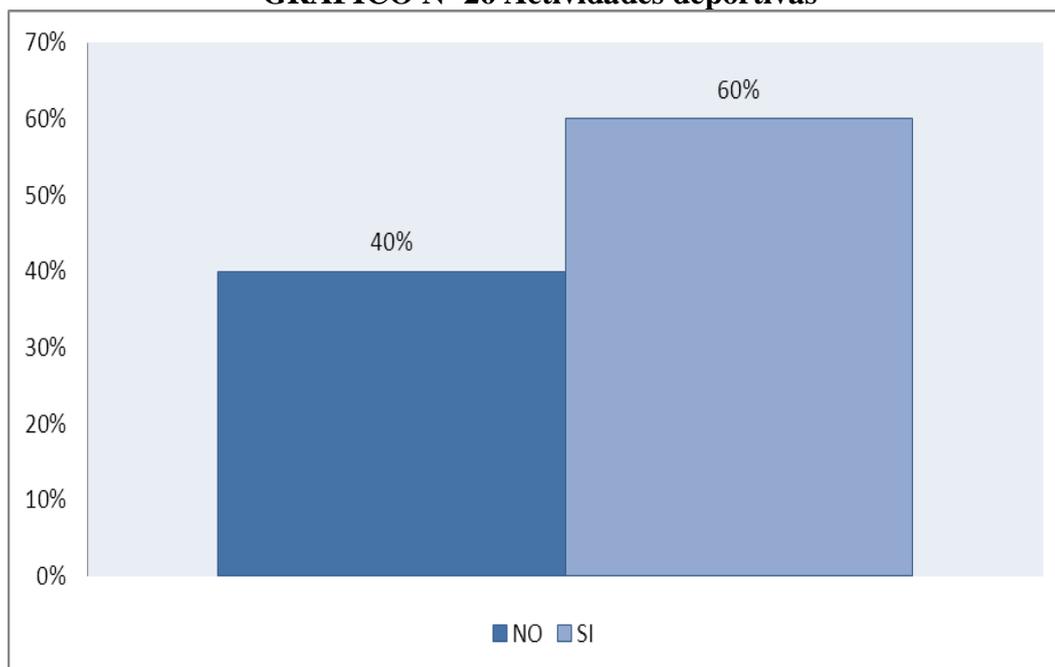
9.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca actividades deportivas para los jóvenes?

TABLA N° 26 Actividades deportivas

| ACTIVIDADES DEPORTIVAS | | |
|------------------------|------------|-------------|
| ACTIVIDADES DEPORTIVAS | Total | PORCENTAJE |
| NO | 111 | 40% |
| SI | 230 | 60% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 26 Actividades deportivas



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

El 60% de los encuestados les gustaría que el centro recreacional brindara actividades deportivas para jóvenes y un 40% optaron por un no, por lo cual es aceptado por más de la mitad, tomando en cuenta estos servicios para un futuro en el centro recreacional, creando nuevas formas de entretenimiento para sus demandantes, los pobladores de la Comuna Río Verde, en especial a los varones que cuentan con la especialidad de jugar fútbol.

10.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca diferentes cursos como manualidades, repostería, carpintería, entre otros?

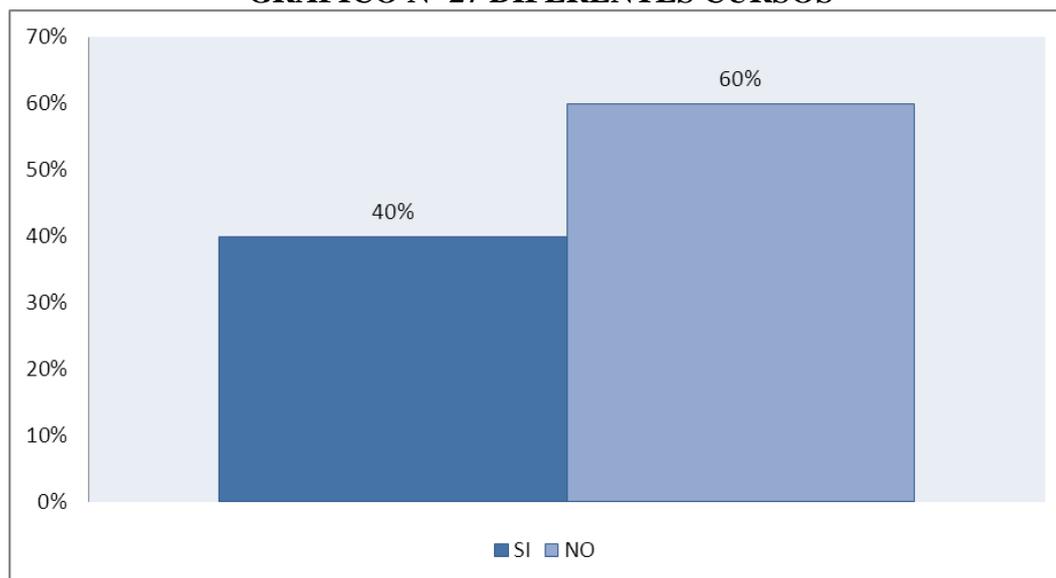
TABLA N° 27 Diferentes cursos

| DIFERENTES CURSOS | | |
|----------------------|------------|-------------|
| DIFERENTES CURSOS | Total | PORCENTAJE |
| SI | 131 | 40% |
| NO | 210 | 60% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 27 DIFERENTES CURSOS



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Se realizó una encuesta para saber si es aceptado diferentes cursos en el centro recreacional, un 60% no le gustó la idea y un 40% un sí, se supieron explicar que ellos, es especial las mujeres cuentan con diferentes cursos que les brinda el CNH a las madres con niños pequeños, es por ello que la mayor parte no demandan de estos cursos como manualidad y la otra parte sugirió que se brindaran cursos de cocinas, tejidos, entre otros.

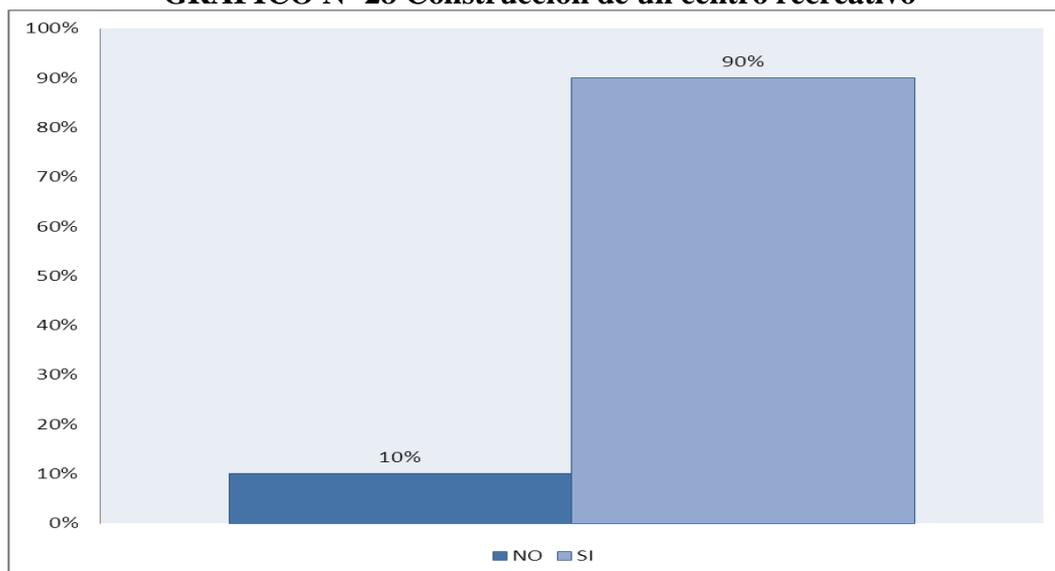
11.- ¿Está de acuerdo con la construcción de un centro recreativo que brinden servicios sociales y turísticos?

TABLA N° 28 Construcción de un centro recreativo

| CONSTRUCCIÓN CENTRO RECREATIVO | | |
|--------------------------------|------------|-------------|
| CONSTRUCCIÓN CENTRO RECREATIVO | Total | PORCENTAJE |
| NO | 33 | 10% |
| SI | 308 | 90% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 28 Construcción de un centro recreativo



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

La Comuna Río Verde contando con 341 encuestados, un 90% de su población al igual que los de la Provincia de Santa Elena les gustó la idea de la construcción de un centro recreacional, siendo este un porcentaje alto, entonces se podía indicar que la creación de este negocio tiene una buena aceptación y es satisfactoria para su población, ya que les beneficiaría no solo a la provincia si no en especial a quienes tienen cerca esta zona de diversión, por un mayor ingreso y demanda de desarrollo social y turístico.

12.- ¿Le gustaría que el centro recreacional se encuentre ubicado en la entrada de su comuna?

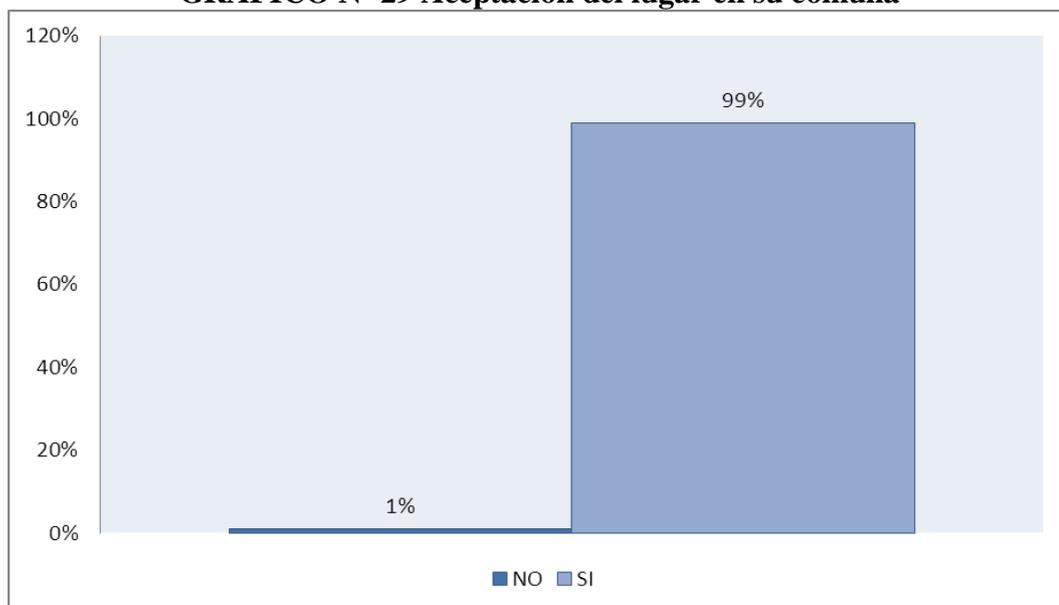
TABLA N° 29 Aceptación del lugar en su comuna

| ACEPTACIÓN DEL LUGAR EN SU COMUNA | TOTAL | PORCENTAJE |
|-----------------------------------|------------|-------------|
| NO | 2 | 1% |
| SI | 339 | 99% |
| Total general | 341 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

GRÁFICO N° 29 Aceptación del lugar en su comuna



Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Se realizó una encuesta a los pobladores de la comuna sobre el interés de la creación de este centro en su comuna, el 90% estuvo de acuerdo y el 10% no siendo este valor de 2 personas, contando con la opinión de su comunidad, que esta desacuerdo con este atractivo, y le parece que es un negocio innovador que atraería a más personas a visitar su comunidad, ya que es un lugar donde existen muchas artesanas y les gustaría encontrar un lugar cercano donde puedan distraerse al terminar sus labores de costuras.

CONCLUSIONES:

- Se puede concluir con la información extraída de la investigación de mercado, que en la provincia de Santa Elena y la Comuna Río verde donde será ubicado el proyecto su ciudadanía está de acuerdo con la construcción de un centro recreacional, que en su infraestructura cuente con canchas múltiples y variadas, con piscinas y con las instalaciones de un salón de eventos múltiples para reuniones familiares y con amigos.
- Para la construcción de las canchas se toma como resultado los deportes más practicados por los habitantes los cuales son el fútbol, la piscina, ping-pong entre otros.
- Dentro de las Encuestas se dieron ideas como la creación de un Karaoke y un parque infantil.
- La mayor parte de los encuestados les parece satisfactorio la creación de este centro recreacional pero pidieron que sea con muchas áreas verdes para la mayor visualización de la naturaleza y poder disfrutar del aire puro.

RECOMENDACIONES:

- La variedad de servicios son el atractivo más demandados por los atributos que desean los pobladores de la comuna Río Verde .para tener una mayor demanda del centro recreativo.
- Realizar dos canchas de fútbol para la ocupación factible de los pobladores.
- La investigación muestra cuales son los días de mayor afluencia de público en los lugares de recreación teniendo en cuenta que hay días en los cuales no existe mayor demanda. El plan de marketing se orientará a realizar promociones en los días de baja demanda para atraer al cliente.
- Se recomienda que el lugar sea netamente natural, ya que esto le daría más vida y un mayor atractivo al centro recreacional.

CAPÍTULO IV

“CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO EN LA COMUNA RÍO VERDE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”.

4.1. PROYECTO

Recrearse es una necesidad del ser humano así puede lograr un equilibrio sano en su vida diaria, el presente proyecto es una propuesta de mediación que se espera favorezca al desarrollo social y turístico de la provincia de Santa Elena, beneficiando más a su Zona Este, tomando en cuenta la Comuna Río Verde donde se pretende ubicar esta área recreativa.

Los espacios abiertos y parques proveen a los seres humanos de múltiples beneficios, que ayuden a desarrollar al máximo sus posibilidades en lo que respecta a la mente, el cuerpo y el espíritu, todo esto ayudando no solo a su distracción sino en su salud, además de obtener de ellas el máximo rendimiento para el mejoramiento de la población, es por ello que se quiere a dar a lugar la creación de estos espacios donde se pueda ir a pasar un rato de esparcimiento junto a familia y amigos.

Creando el espacio perfecto para el descanso y la recreación familiar, les ofrecemos habitaciones dobles, matrimoniales, múltiples diseños, también diferentes tipo cabaña, área para camping. También tenemos servicio de restaurante, salón para eventos sociales, académicos, empresariales y escenarios deportivos.

Tomando en cuenta los múltiples beneficios que atrae el recrearse, nuestra propuesta es la Creación de un Centro Recreacional para el desarrollo social y turístico en la comuna Río Verde de la provincia de Santa Elena, colocando a disposición de los clientes las distintas actividades, combinando entre la recreación y el confort, para satisfacer sus más exigentes servicios especializado en recreación, donde las personas puedan compartir, contribuyendo al mismo tiempo en la generación de fuentes de trabajo, que favorecerá a la comunidad y por ende a la provincia.

Con el objetivo de conseguir un desarrollo turístico ordenado y equilibrado, puesto que la provincia tiene más turismo en la zona norte por sus playas se propone el desarrollo de una empresa a nivel turístico en la zona norte que cuente con las características que demandan el común de los consumidores, como son; un precio razonable, lugar agradable y un buen servicio.

4.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Según (Rodríguez, 2011) nos dice que:

“La cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor”.

Uno de los factores decisivos para el éxito del proyecto, es que existe mercado para este tipo de servicio, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera va a permitir ingresar al mercado, y la segunda crecer.

4.1.1.1. Factores que afectan la demanda.

Entre los factores que más afectan a la demanda de los servicios del centro

recreacional encontramos: el precio del propio servicio, el ingreso personal, los costos de servicios sustitutos o como adicionales, los gustos y preferencias, temporadas, hábito y cultura principalmente.

El precio del servicio se encuentra muy relacionado con la cantidad y calidad que se puede comprar. En general, se sostiene que la cantidad demandada del servicio aumenta conforme al costo disminuye y para la recreación esto no es excepción, mientras más conveniente sea el precio es muy probable que el consumidor adquiera más.

Cuando el precio es el indicador de atributo o calidad de un servicio, es decir a mayor precio los compradores pensarán que tienen mejor calidad, aunque esto no tiene que ser realmente así y, por lo tanto demandarán mayores volúmenes del bien o servicio, también es indicador de exclusividad en el uso del servicio, lo cual significa que mayores precios hacen que el servicio sea más exclusivo otorgando mayor grado de atracción a los productos, y, en consecuencia su cantidad demandada se incrementa.

Mediante la investigación de datos históricos y la investigación de campo realizada, se estudiarán cuatro factores muy importantes que influyen en la demanda como son:

- La población.
- Los ingresos de la población.
- Calidad del servicio.
- El precio.
- El tiempo libre.

Esto son los principales y los cuales se detalla a continuación. (Ver Figura N° 1).

FIGURA N° 1 Factores que influyen la demanda del centro recreativo.

| Factor | Justificación |
|------------------------------|--|
| La población | El incremento de la población exige una mayor oferta de servicios y productos, la planta de servicios recreativos actual de la ciudad no ha presentado un crecimiento acorde con el del número de habitantes de la ciudad. |
| Los ingresos de la población | El ingreso determina el tipo de bienes y servicios que se van a adquirir, el club recreativo puede considerarse (desde el punto de vista de análisis de la demanda) un bien normal, ya que manteniendo todo lo demás constante, cuando aumenta el ingreso aumenta su demanda en la misma proporción. |
| Calidad del servicio | Los consumidores parten de la satisfacción de una necesidad al adquirir productos y servicios, el grado de satisfacción que se obtiene con esa adquisición esta profundamente ligado con la calidad del mismo. El conocer cuales son las necesidades y expectativas de nuestro mercado meta, nos permitirá desarrollar una oferta atractiva y plenamente satisfactoria del servicio que se traduce en un servicio de calidad y en la preferencia del consumidor. |
| El precio | Los consumidores siempre buscan los precios más convenientes al adquirir un producto o servicio, es importante conocer hasta cuánto estarían dispuestos a gastar los consumidores por el servicio del club recreativo. De acuerdo a la ley de la demanda la cantidad demandada esta relacionada negativamente con el precio. |
| El tiempo libre | El tiempo libre en la sociedad post-industrial (sociedad de consumo y sociedad del ocio) sugiere estímulos para la creación de nuevas necesidades, que adquieren el carácter de básicas en el ámbito de la realización social del hombre, la recreación representa una de esas necesidades. |

Fuente: "Las actividades turísticas y recreacionales". Roberto Boullón.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.1.1.2. Clasificación de la demanda

Demanda potencial: Viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El mercado potencial real está determinado por el poder de comprar y el deseo de comprar. Es importante saber qué es lo que se quiere medir en relación con el mercado.

En este sentido los conceptos esenciales son la demanda del mercado y la de la empresa.

Demanda real: Con capacidad de pago que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta.

Demanda efectiva: Es aquella población que consume el producto turístico con los siguientes resultados. Una experiencia intangible para el turismo un ingreso directo para los prestadores de servicios. Un ingreso indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración de un producto.

4.1.1.3. Demandantes

- Población provincia de Santa Elena, comuna Río Verde.
- Turistas – Visitantes, Provinciales y Nacionales.

Para poder determinar la capacidad de servicio en las áreas de distracción se consideró la población total de la provincia de Santa Elena y a los turistas que arriban al lugar a visitar a sus familiares y aquellos que les gusta observar de las culturas que caracterizan el entorno local, siendo éstos datos los siguientes. (Ver Cuadro N° 8)

CUADRO N° 8 Demanda Centro Recreacional

| DEMANDAS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| DEMANDA PROYECTADA CLIENTES COMUNA | 69 | 89 | 109 | 131 | 154 | 178 | 203 | 229 | 256 | 285 | 316 | 347 | 380 | 415 | 451 |
| DEMANDA PROYECTA PROVINCIA DE SANTA ELENA | 18757 | 21187 | 23735 | 26405 | 29201 | 32128 | 35192 | 38397 | 41750 | 45255 | 48918 | 52745 | 56743 | 60918 | 65277 |
| DEMANDA PROYECTADA TURÍSTICA NACIONAL | 180840 | 189882 | 199376 | 209345 | 219812 | 230803 | 242343 | 254460 | 267183 | 280542 | 294569 | 309298 | 324763 | 341001 | 358051 |

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.1.2. Análisis de la Oferta

La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto.

(Contreras, 2008) nos dice que:

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y

quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes

4.1.2.1 Factores que afectan a la oferta.

Existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta, a saber, el valor de los insumos, costos fijos como servicios básicos, el tamaño del mercado, el valor de los bienes relacionados o sustitutos, las condiciones viales. Si las vías se deterioran, se reducirá la demanda y esto lógicamente se produce por la razón de que con vías en mal estado el tránsito vehicular disminuye y los clientes no podrán llegar al sitio determinado.

4.1.2.2. Oferentes

- Turismo gastronómico, ecológico y arqueológico
- Turismo de actividades comerciales
- Turismo religioso y cultural
- Turismo deportivo
- Turismo familiar y de amigos

4.1.3. Demanda insatisfecha

Constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

4.1.4. Análisis de la competencia

MENESES (2008) señala:

El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.

CONTRERAS (2008) dice que: “el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas”

4.1.5. Marketing Mix: producto, precio, promoción, distribución.

Con el objetivo de poder posicionarse como el mejor centro de recreación en la provincia de Santa Elena y en el país, se consideró la aplicación de la táctica como las cuatro P', ya que se basa en el Producto, Precio, Plaza y Promoción. (Ver FIGURA N°2)

FIGURA N° 2 Marketing Mix



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Para poder alcanzar la meta propuesta utilizamos algunas estrategias que ayudaran al gran avance y reconocimiento de un centro recreacional encantador, con variedad de servicios y con el mayor atractivo de las maravillas de la naturaleza.

El mercado meta para nuestro proyecto no sólo serán los habitantes del sector y de la provincia, también se espera captar clientes a nivel nacional y extranjeros, puesto que será una mayor atracción para toda clase de turista.

4.1.5.1. Producto/ Servicio

El centro recreacional brindara confort, contacto con la naturaleza, ambiente recreativo, agradable y tranquilo.

Los servicios a ofertar son:

CUADRO N° 9 Servicios Centro Recreacional

| SERVICIOS |
|----------------------------|
| PARQUE INFANTIL |
| PISCINAS Y ALBERCAS |
| CANCHA DE FÚTBOL |
| ZONA DE PICNIC |
| ZONA DE ALIMENTACIÓN |
| CANCHA DE BÁSQUETBOL |
| SALÓN DE EVENTOS Y KARAOKE |
| MESA DE PING PONG |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Sala de Eventos y Karaoke

El salón de evento es una habitación espaciosa destinada a ser centro de la vida social así como a recibir a los visitantes, cuenta habitualmente con un grupo de sillones o tresillos con una o varias mesas al frente colocadas sobre una alfombra. En ellos, se sientan los miembros de la familia a conversar, leer, escuchar música, se lo utiliza también como karaoke cuando no se encuentra alquilado.

FIGURA N° 3 Sala de Eventos y Karaoke



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Piscinas y albercas

Se contara con piscinas puesto que la natación es el medio acuático que ha ejercido tradicionalmente una especial fascinación sobre los seres humanos. Así, aun cuando los principales campeonatos de muchos deportes acuáticos y natación, canotaje, regatas- se llevan a cabo en piscinas, son innumerables los deportistas que practican estas modalidades, se disputan también competiciones de gran popularidad y prestigio.

FIGURA N° 4 Piscinas y albercas



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Cancha de fútbol

El fútbol uno de los deportes más practicados por las personas de distintas edades y género, una de las formas muy entretenidas para recrearse, en este centro es un atractivo muy demandante por los habitantes de la provincia.

FIGURA N° 5 Cancha de fútbol



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Ping pong de mesa

La idea central que defendemos consiste en aplicar un grupo de juegos apoyados en el Tenis de Mesa para la recreación y ocupación del tiempo libre de los turistas y personas que quieran divertirse en este juego, conjugando conocimiento, recreación y tiempo. Incrementando actividades deportivas a los pobladores

FIGURA N° 6 Ping pong de mesa



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana

Cancha de básquetbol

Básquetbol uno de los deportes más entretenidos o demandados por los habitantes de la provincia.

FIGURA N° 7 Cancha de básquetbol



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Parque infantil o guardería

Lugar donde pueden asistir los niños pequeños e incluso habrá encargados para cuidarlos, también es usada como guardería.

FIGURA N° 8 Parque infantil o guardería



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Zona de alimentación

Quienes asistan a este centro recreacional también tendrán un lugar donde alimentarse.

FIGURA N° 9 Zona de alimentación



Fuente: Imágenes de Google
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.1.5.2. Producto/ Servicios Futuros

Como todo centro recreacional busca innovación a un futuro se desea colocar los siguientes servicios:

CUADRO N° 10 Servicios futuros

| SERVICIOS | |
|---|--|
| SALA DE BOLOS | GIMNASIO |
|  |  |
| SALA DE MASAJES | CABALLOS |
|  |  |
| CANCHA DE VOLEIBOL Y BILLAR | HOSPEDAJE DOS PERSONAS |
|  |  |
| CANCHA DE TENIS | CABAÑAS |
|  |  |

Fuente: Elaboración Propia.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.1.5.3. Precio

La estrategia de precio en relación a los servicios será individual de forma que cancelando el valor de la entrada el usuario podrá observar los diferentes servicios ofertados, o pueda no más decidirse a cancelar solo por la zona recreativa de más agrado.

En virtud de que no existe regulación y/o fijación de precios oficiales las empresas dedicadas a la producción de servicios turísticos están en continua competencia originando así un conflicto de precios con la finalidad de ganar un espacio mayor en el mercado.

Para determinar el precio de venta se toma en cuenta más que nada los gastos de insumos y/o materiales, suministros, mano de obra, motivo por el cual los valores económicos se afectaran directamente por los cambios que existan en el costo de producción.

En síntesis el precio de venta promedio se incrementa en relación directa con el aumento de los costos de producción.

Existen diferentes formas de elegir un precio como:

Los precios teniendo en cuenta la estructura de los costos de la empresa.- Es preciso tener en cuenta los costos directos e indirectos en su elaboración y operación.

Precios fijados por el mercado.- Tienen en cuenta el comportamiento de la demanda. Si esta es alta se fija un precio alto y por el contrario es baja los precios serán bajos.

Fijados de acuerdo al comportamiento del precio de la competencia.- Se establece un rango de precios de la competencia y sobre esta base se define la estrategia de precio a aplicar al producto que se va a comercializar.

Comportamiento histórico de los precios.- Teniendo en cuenta este comportamiento se puede proyectar el futuro de los mismos. Definir un precio cercano o distante del costo de producción y de operación dependerá del comportamiento del mercado, del tipo de tecnología y de los objetivos que persigue el plan de negocios. Sin embargo, el precio es fijado por el comportamiento de las leyes de la oferta y la demanda.

CUADRO N° 11 Precio

| SERVICIO | PRECIO |
|-----------------------------------|--------|
| Entradas días ordinarios | 1,50 |
| Entradas fines de semana | 3,00 |
| Parque para niños | 1.00 |
| Mesas de Ping Pon (p/hora) | 1.00 |
| Piscinas y Albercas(p/hora) | 1,00 |
| Cancha de Fútbol por grupo | 15,00 |
| Cancha de Básquetbol por grupo | 10,00 |
| Salón de usos Múltiples y Eventos | 200.00 |
| Almuerzos | 2.00 |
| Cola personal, Snack, Agua | 0.50 |
| Bebidas centro | 1.50 |
| Pikeos | 1.25 |

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

La comercialización de servicios turísticos no se manejan bajo una política de precios ordenados, esto se debe a que todos los propietarios juegan con los precios en calidad de vendedores directo, por lo tanto tienen la posibilidad de imponer condiciones y presentar precios inferiores o superiores a la competencia esto se debe a que tienen la ventaja de no invertir en pago de comisiones e intermediarios, no cubren gastos de bodegas, transporte.

4.1.5.4. Promoción y Publicidad

4.1.5.4.1. Promoción

Las diferentes promociones que se brindaran serán:

- Promociones a instituciones educativas
- Paquetes a empresas públicas y privada)
- Paquetes familiares
- Paquetes grupos de amigos
- Paquetes de festejos(cumpleaños, matrimonio, luna de miel)

Para lograr una mayor disponibilidad de información al centro recreacional “El paraíso familiar” se instalara un local en el terminal terrestre de la ciudad de Milagro, el cual las personas podrán acercarse a pedir cualquier tipo de información y también hacer reservaciones.

4.1.5.4.2. Medios de Publicidad

La mayoría de los usuarios utilizan el internet como medio para conocer acerca de nuevos lugares turísticos es por ello que se diseñará una página web y se crearan publicidad en las principales redes sociales, radios y promoción directa a medios educativos, oficinas y otros lugares de interés. En días Feriados y vacaciones.

4.1.5.4.3. Publicidad

Se utilizará folletería, cuñas radiales, correos directos, exteriores o vallas, entre otros. La publicidad que se realizara está enfocada a presentar a las ventajas competitivas que cuenta el centro recreacional, como lo es su servicio, precio y el enfoque familiar que se pretende dar a conocer.

4.1.5.4.4. Folletería

La folletería esta está compuesta por crípticos y volantes, los cuales serán entregados en los peajes, colegios, algún tipo de evento público que se lleve en el cantón o las personas aledañas al centro recreacional.

4.1.5.4.5. Cuñas Radiales

La emisora “ANTENA 3” es una de las más escuchadas en la provincia de Santa Elena, siendo considerada un medio de comunicación accesible y de gran audiencia por el mercado meta, es por eso que se lo considera para la apertura y la publicidad siguiente del centro recreativo.

El contrato se lo hará por la transmisión de 4 cuñas publicitarias y 5 menciones diarias cada mes, de 12H00 a 18h00 en los diferentes programas de dicha emisora. En las cuñas se dará a conocer a la audiencia los servicios que ofrece el centro recreacional.

4.1.5.4.6. Anuncios en Revistas

Se pretende cada mes anunciar mediante la revista del Universo un pequeña publicidad del centro recreacional, mostrando su infraestructura y servicios ofrecidos en el mismo.

4.1.5.4.7. Vallas publicitarias

Se proyecta contratar de los servicios de alguna agencia de publicidad para la creación de una valla que estará ubicada en un punto estratégico, que permita dar a conocer a la población y además de los servicios que ofrecerá.

A continuación el detalle de los gastos de publicidad. (Ver Cuadro N° 12).

CUADRO N° 12 Detalle de la publicidad

| MEDIOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| VOLANTES (POR MILLAR) | \$100,80 | \$105,84 | \$111,13 | \$116,69 | \$122,52 | \$128,65 | \$135,08 | \$141,84 | \$148,93 | \$156,37 | \$164,19 | \$172,40 | \$181,02 | \$190,07 | \$199,58 |
| TRÍPTICOS (POR MILLAR) | \$300,00 | \$315,00 | \$330,75 | \$347,29 | \$364,65 | \$382,88 | \$402,03 | \$422,13 | \$443,24 | \$465,40 | \$488,67 | \$513,10 | \$538,76 | \$565,69 | \$593,98 |
| VALLA | \$12.857,16 | \$13.500,02 | \$14.175,02 | \$14.883,77 | \$15.627,96 | \$16.409,36 | \$17.229,82 | \$18.091,32 | \$18.995,88 | \$19.945,68 | \$20.942,96 | \$21.990,11 | \$23.089,61 | \$24.244,09 | \$25.456,30 |
| CUÑA RADIAL | \$31.680,00 | \$33.264,00 | \$34.927,20 | \$36.673,56 | \$38.507,24 | \$40.432,60 | \$42.454,23 | \$44.576,94 | \$46.805,79 | \$49.146,08 | \$51.603,38 | \$54.183,55 | \$56.892,73 | \$59.737,36 | \$62.724,23 |
| TOTAL GASTO PUBLICIDAD | \$44.937,96 | \$47.184,86 | \$49.544,10 | \$52.021,31 | \$54.622,37 | \$57.353,49 | \$60.221,16 | \$63.232,22 | \$66.393,83 | \$69.713,53 | \$73.199,20 | \$76.859,16 | \$ 80.702,12 | \$84.737,23 | \$88.974,09 |

Fuente: Varias Cotizaciones

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.1.5.4.8. Marketing directo

- Campañas directas por correspondencia (correo directo)
- Ofrecer paquetes promocionales a escuela y colegios.
- Hacer festivales y concursos que tengan convocatoria masiva

Plan Cartera de Clientes.- Con la creación de esta cartera se buscará fidelidad clientes mediante la propuesta de estar pendiente de ellos.

Para llegar a tener una buena cartera se contara con una base de datos en la que se guardaran información como la fecha del cumpleaños de nuestros clientes, en la cual se lo llamara a felicitarlo y decirle que tiene opción de descuento por celebrar su cumpleaños en el centro recreacional.

4.1.5.4.9. Matriz Boston Consulting group (BCG)

La matriz BCG o matriz Boston Consulting Group o también conocida como la matriz de crecimiento o participación.

Es un método gráfico que se utiliza para llevar a cabo un análisis de la cartera de negocios, así como la posición de un negocio o un producto dentro del mercado. Esta matriz se basa en dos variables a saber:

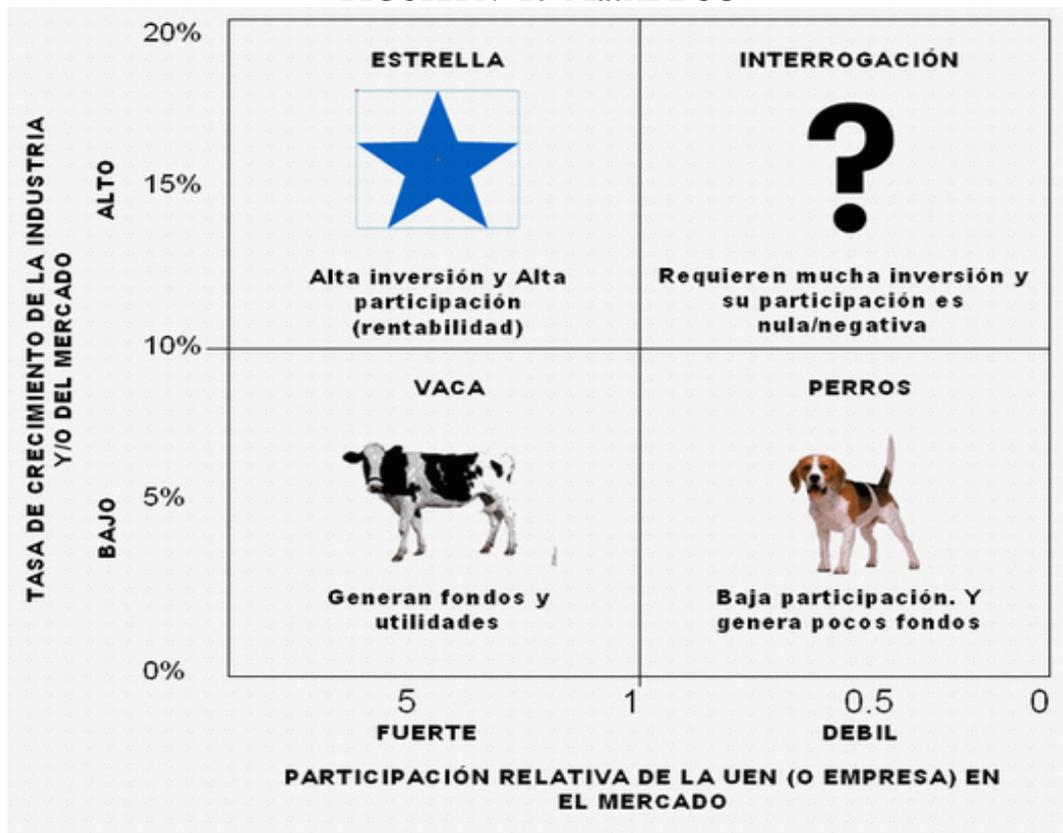
- La tasa de crecimiento del mercado
- La posición del negocio en el mercado

La matriz en su eje vertical evalúa el crecimiento anual en el que se desarrolla el centro recreacional, y en el eje horizontal la participación que tiene en el mercado.

Esta matriz se divide en cuatro cuadrantes que son:

- En el primer cuadrante se ubican Las Unidades de Negocios Estrellas.
- En el segundo cuadrante se ubican las unidades de Negocios Signos de Interrogación.
- En el tercer Cuadrante se ubican las Unidades de Negocios Vacas lecheras.
- Y en el Cuarto cuadrante se ubican las unidades de negocios Perros

FIGURA N° 10 Matriz BCG



Fuente: Imágenes de Google.
 Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

- **Negocios Estrellas**

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado con una alta tasa de crecimiento del mismo. Son negocios generadores de rentabilidad pero que requieren constantes inversiones lo que hace que tengan un flujo de fondos nulo o negativo generalmente.

- **Negocios Vacas**

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado, pero el mercado tiene una baja tasa de crecimiento. En este estado, los negocios son generadores de ingresos, lo que implica una importante rentabilidad y con bajas inversiones, pueden financiar a aquellos negocios perros e interrogantes

- **Negocios Signos de Interrogación**

Estos negocios tienen una baja participación en el mercado y el mercado a su vez tiene una alta tasa de crecimiento. Son negocios que no se conoce exactamente qué pasará con ellos. Requieren de constantes inversiones, las cuales se desconoce si serán rentables o no.

Toda empresa parte de esto ya que intentan penetrar en un mercado.

- **Negocios Perros**

Se combina una baja participación del mercado por parte de la empresa, con un mercado estancado o en pleno decrecimiento. Son Productos en su última etapa del ciclo de vida.

El centro recreacional Maravillas de la Naturaleza se encuentra ubicado en el cuadrante de unidad de negocio de signo de interrogación, debido al alto crecimiento que tiene el mercado en el cual se desarrollara dicho centro recreacional, dicho mercado es el turístico, en el cual se desenvuelven centros recreativos, complejo deportivo-recreacionales, clubes sociales y demás centros que conforman este mercado.

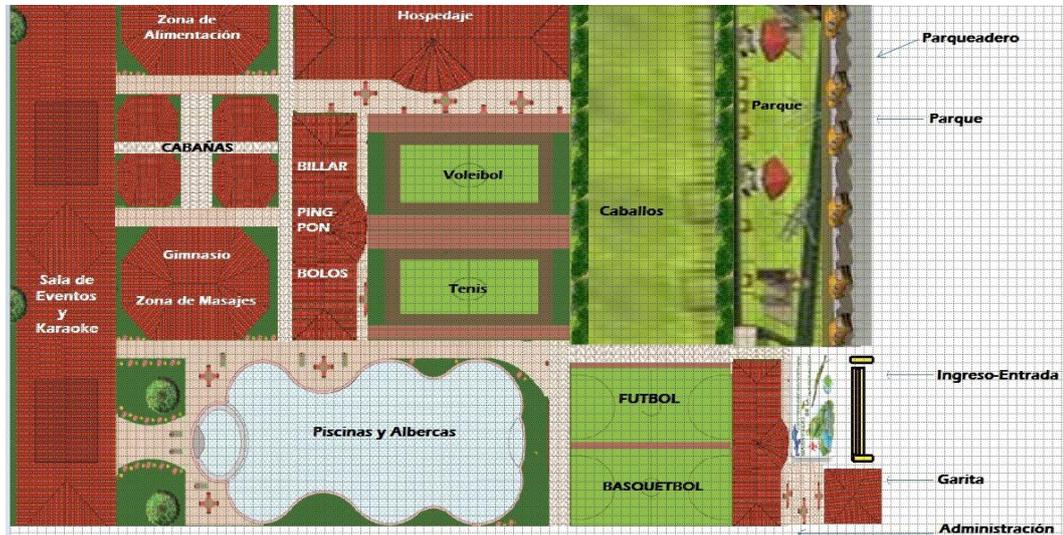
El centro recreacional tendría una baja participación ya que al ser nuevo en dicho mercado, no se sabe con exactitud cómo sería el comportamiento de la población en el lugar de ubicación. Dicha participación podrá ir aumentando de acuerdo con la inversión que se vaya realizando, además de los servicios que presta llegaran a satisfacer las expectativas de los habitantes, por lo que un futuro cercano convertirse en un producto estrellas.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

Este apartado tiene por objetivo estimar las variables técnicas del proyecto, comenzando por la descripción del terreno y las instalaciones. Es importante tener dominio sobre esta información porque la acogida y el éxito que tenga el centro recreacional dependerán de las condiciones de infraestructura, calidad de servicio.

4.2.1. Infraestructura de la empresa

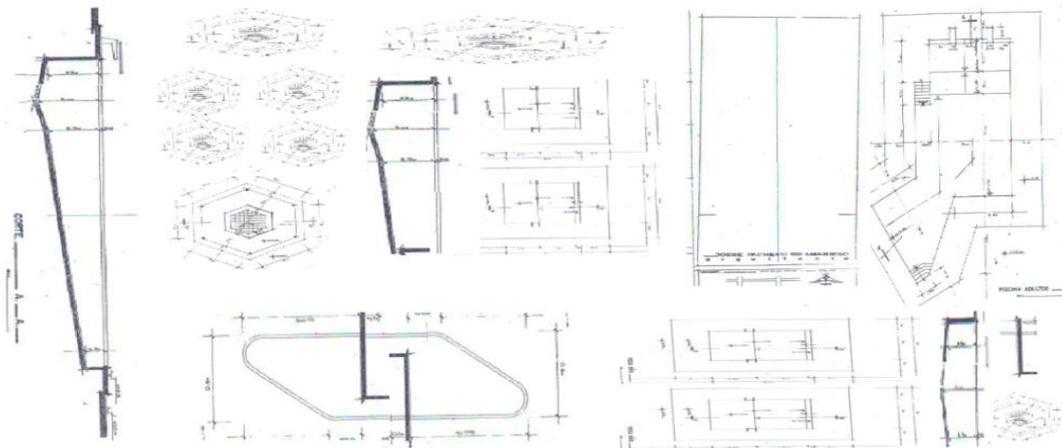
FIGURA N° 11 Infraestructura del centro recreacional



Fuente: Diseño personal.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

FIGURA N° 12 Planos del centro recreacional



Fuente: Diseño personal.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.2.2. Capacidad Instalada

La capacidad instalada está determinada por el volumen máximo de prestación de servicio que se puede alcanzar, así como también el componente tecnológico sometiendo a su pleno uso en un periodo de tiempo determinado, independientemente de los costos de producción que genere.

Está en función de la demanda de cubrir durante todo el periodo de vida de la empresa.

4.2.3.-Tamaño

El terreno donde se va a realizar la construcción del complejo turístico es de propiedad familiar tiene una dimensión de 5 hectáreas, es decir se cuenta con un terreno de tamaño 50000m², al comenzar con la creación del centro recreacional se contara con la obra física de solo 3 hectáreas, es decir al principio se utilizaran solo 30000m².

4.2.4. Tipología de Construcción

Para la construcción de la infraestructura del complejo turístico se lo va a realizar con una construcción de tipo mixta la cual se la hace guardando la armonía con la naturaleza que la rodea y de esta forma poder brindar al cliente la mejor atención y confort durante su estadía en el lugar.

4.2.5. Ubicación del Proyecto

La ubicación del centro recreacional Maravillas de la Naturaleza influye directamente en la rentabilidad del mismo, por lo que disponiendo del terreno ya que es propiedad familiar, y se cuenta con el mismo y al hacer las respectivas investigaciones tenemos una localización estratégica puesto que el respectivo

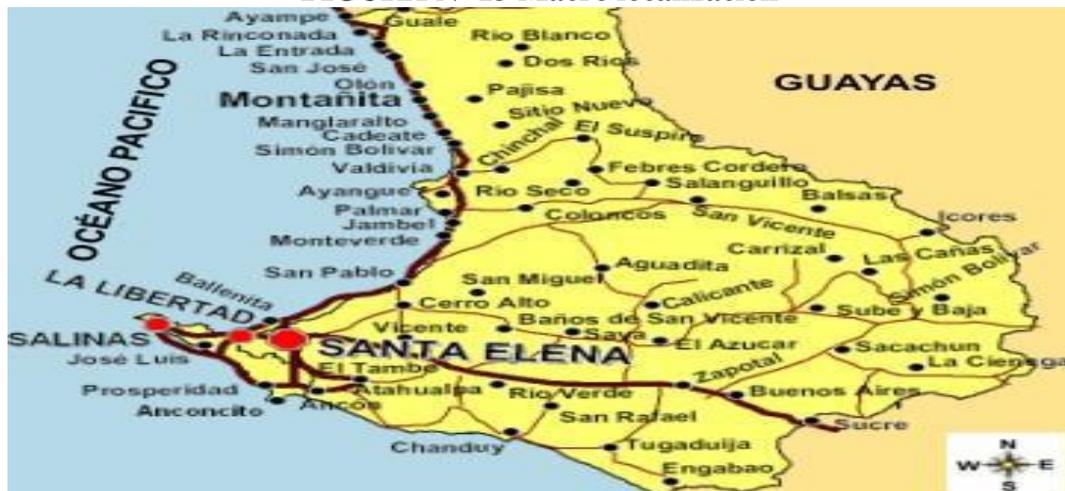
lugar de recreación será debidamente ubicado en una de las comunas ubicadas a la entrada de la provincia de Santa Elena convirtiéndose en un atractivo turístico.

Al momento de hacer las encuestas las personas indicaron que si la ubicación se encontraba en la parte principal sería un mayor atractivo y el proyecto tendría mayor acogida.

4.2.6. Macro Localización

Como ya se explicó el centro recreacional será ubicado en la provincia de Santa Elena zona Oeste del Ecuador. Se tomó la decisión de la ubicación para hacer de la provincia un lugar más turístico y atractivo.

FIGURA N° 13 Macro localización



Fuente: Encarta 2009

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.2.7. Micro Localización

Los actuales propietarios tienen terrenos en la Comuna Río Verde por lo cual se hace de mayor facilidad crear este centro recreacional en este lugar, el sector donde se encuentra ubicado el terreno, goza de un ambiente rodeado de naturaleza.

FIGURA N° 14 Micro localización



Fuente: Encarta 2009

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.2.8. Descripción de los Procesos

Se establecieron diagrama de flujos, los mismos que facilitarían la provisión del servicio, desde que el potencial cliente solicita información hasta que termine su visita.

4.2.9. Diagrama de Flujo de los Procesos

Flujograma general de producción de servicios turísticos:

FIGURA N° 15 Diagrama de flujo de los procesos



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

4.2.10. Recursos

Consiste en definir el tipo de equipos que serán necesarios para poder otorgar el servicio, en este caso son:

Proyector para eventos

El proyector se utilizara para presentar distintos funcione en sus respectivos eventos.

FIGURA N° 16 Proyector para eventos



Fuente: Imágenes de Google.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Características

Hc900:

LCD (paneles D5). Resolución: 1280x720. Procesado de imagen a 12 bits.

Luminosidad: .000 lúmenes. Contraste: 5.000:1 con doble iris dinámico.

Ruido: 22 dB (Eco, Lampmodetheaterblack).

Vida de la lámpara: 2.000 h (Normal Mode), 3.000 h (Eco).

Tiro: 1,36 - 2,76 x la base de imagen.

Dimensiones: 382 x 126,8 x 304,3 mm.

Peso: 4 kg

Bomba de agua

Bombas centrífugas monocelulares autoaspirantes, con prefiltro incorporado. Completamente silenciosas. Aplicaciones: recirculación y filtración de agua en piscinas medianas y grandes.

FIGURA N° 17 Bomba de agua



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Características

Totalmente cerrados, protección ip55, con ventilación exterior.

Monofásicos 1x230 v, con protector termo-amperimétrico incorporado y su correspondiente condensador.

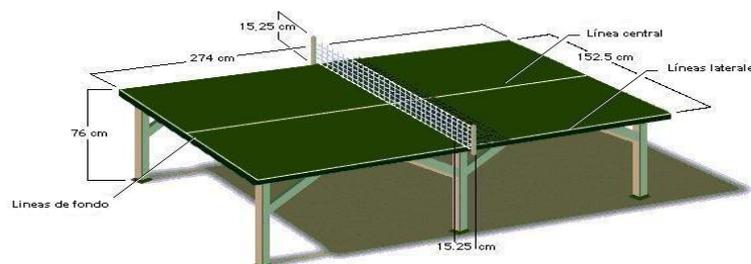
Los motores trifásicos deben ser protegidos por el usuario.

Tensión de alimentación 3x230/400 v a 2.900 Rpm.

Mesa de ping pong

Deporte de raqueta, que se disputa entre dos jugadores o dos parejas (dobles), un juego interesante que se utilizará para el centro recreacional, una buena distracción para quienes lo utilicen.

FIGURA N° 18 Mesa de ping pong



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Características

Longitud: 2,74 m

Ancho: 1,525 m

Altura: 0,76 m

Altura de la red: 15,25 cm

Grosor de la mesa: 22 mm.

La superficie de juego será de color oscuro (generalmente azul), uniforme y mate, con una línea de 2 cm de anchura que circunda todo el borde de la mesa.

La línea central o divisoria mide 3 mm de ancho.

Frigoríficos

De 6 bandejas de 625*415 será utilizado para mantener a los productos en óptimas condiciones de conservación.

FIGURA N° 19 Frigorífico



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Refrigeradora

De 138 x 62 x 69 cm utilizado para conservar los condimentos frescos para el plato típico, utilizada para la zona de alimentación.

FIGURA N° 20 Refrigeradora



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.2.11. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.

CUADRO N° 13 Recursos de maquinaria, equipos y herramientas

| Detalle | Cantidad |
|-----------------------------|----------|
| Escritorios | 3 |
| Sillas de Espera | 6 |
| Sillones giratorios | 3 |
| Archivadores | 2 |
| Bombas | 2 |
| Filtros | 1 |
| Toallas | 12 |
| Equipos de salvavidas | 2 |
| Armarios | 4 |
| Perezosa para piscina | 4 |
| Mesa de Ping Pong | 1 |
| Reflectores | 4 |
| Resbaladera | 2 |
| Casilleros | 5 |
| Casitas Infantiles | 2 |
| Podadora eléctrica | 1 |
| Mesas | 80 |
| Sillas | 320 |
| Aires Acondicionados | 2 |
| Manteles | 160 |
| Proyector | 1 |
| Sumadora | 2 |
| Teléfono | 6 |
| Caja Registradora | 1 |
| Computadoras | 2 |
| Impresoras Multifuncionales | 2 |
| UPS 600 | 2 |

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se refiere a los aspectos organizativos y legales necesarios que permitirán la implementación y funcionamiento de la empresa en forma eficaz para alcanzar sus metas. Específicamente, se determina el recurso humano y material, así como los procesos y mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo de la empresa.

4.3.1. Nombre de la Empresa

La Empresa Turística tendrá por nombre “CENTRO RECREACIONAL MARAVILLAS DE LA NATURALEZA”

4.3.2. Slogan

“Lo mejor de la vida es recrearse en la maravillas de la Naturaleza”

4.3.3. Logotipo

FIGURA N° 21 Logotipo centro recreacional



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.3.4. Misión de la Empresa

“La misión o propósito, se identifica la función o tarea básica de una empresa o institución o de una parte de ésta.”

La misión del centro recreacional. Se define de la siguiente manera:

“Brindar el mejor servicio de recreación dirigidos a niños, jóvenes y adultos ofreciéndoles calidad y variedad de servicios, rodeados de naturaleza, siendo un lugar acogedor y de una estancia agradable, llena de tranquilidad, deleite, con una asistencia personalizada, responsable y capacitada fomentando el desarrollo turístico y social de la zona con el fin de lograr la mayor de las satisfacciones, y de sus usuarios”

4.3.5. Visión de la Empresa

“Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de que es una empresa y que quiere ser en el futuro.”

La visión del centro recreacional. Se define de la siguiente manera:

“Lograr ser reconocidos como una de las mejores empresa de recreación confiable y de calidad, comprometida a brindar alternativas divertidas con una amplia infraestructura, belleza escénica, descanso y confort. Con el más alto equipo de profesionales y la mayor variedad de atracciones y servicios”.

4.3.6. Filosofía

“La filosofía y visión de una organización, se expresan en una declaración de misión.”

Esta empresa obedecerá a una filosofía coherente e integral que acceda la consecución de los objetivos diseñados, para lo cual deberá plantear objetivos, estrategias, políticas, principios y valores que direccionen correctamente la administración de la compañía formando así una cultura corporativa para alcanzar la competitividad deseada.

4.3.7. Valores

“Los valores son el conjunto de principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización, constituye la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional.”

Los valores que empleará el centro recreacional están:

•**Comunicación:** Entender y hacerse comprender, facilitando la convivencia y armonía del lugar, ayudando a crear un ambiente de cordialidad, buscando la armonía de todos.

•**Buen Trato:** Valorar a las personas que colaboran con nosotros en sus capacidades y brindarles una confianza justa a todos aquellos con quienes tenemos relación.

•**Respeto:** Consideración, forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás.

•**Eficiencia:** Es importante manejar bien los recursos que se encuentran en el entorno para establecer una mayor productividad.

•**Puntualidad:** Con responsabilidad por lo tanto se debe cumplir con los horarios establecidos.

•**Compromiso:** Estar permanentemente dispuesto a dar lo mejor de cada uno de nosotros participando activamente con la empresa para el cumplimiento de sus objetivos.

•**Servicio y Responsabilidad:** Responder de manera oportuna a las necesidades de nuestros clientes, propiciando una relación continua duradera, Cumpliendo las metas y objetivos en beneficio de la empresa.

•**Trabajo en Calidad:** Manifestando que se puede dar calidad en todas las condiciones, acciones y labores que se realice con orgullo individual y espíritu de empresa.

•**Competitividad:** establecer buenos y mejores promociones y ofertas.

•**Honestidad:** En el trato ético y profesional hacia nuestros clientes, empleados, proveedores, comunidad en general a quienes es enfocado nuestro servicio.

•**Trabajo en equipo:** el futuro de la empresa depende de la excelencia individual y buen trabajo en equipo. Siendo amables, teniendo buen sentido del humor y el positivismo.

•**Ética:** Se debe tener un alto sentido de la moral, ser íntegro y justo en todas las funciones

4.3.8. Objetivos General y Específicos

“Los objetivos o metas, son los fines que se persigue por medio de una actividad de una u otra índole.”

4.3.8.1. Objetivos General

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 y contribuir con el cuidado del medio ambiente, alcanzando un superior reconocimiento cumpliendo con las expectativas de sus usuarios.

4.3.8.2. Objetivos específicos

- Ofrecer variedad en sus servicios creando fidelidad de los usuarios
- Capacitar y tener en cuenta las necesidades de sus colaboradores generando trabajadores de excelencia.
- Brindar un ambiente agradable de confort y entretenimiento a la comunidad, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios.
- Colaborar con el medio ambiente y generar un mejor estilo de vida.
- Crear una mayor capacidad de servicio, distinción y variedad de recreación para competir nacionalmente.

4.3.9. Actividades de la Empresa

ACTIVIDAD PRIMARIO

El centro recreacional tiene como actividad principal el de recrear a habitantes de la provincia de Santa Elena y en especial a los turistas, incluyendo sala de eventos y Karaoke, todas las formas en que las familias puedan divertirse y distraerse.

ACTIVIDAD SECUNDARIO

También el centro recreacional “Maravillas de la Naturaleza”, brindara diferentes cursos como actividades secundarias, estas son de manualidades, carpintería, costura, belleza, entre otras, o en tal caso lo que demande la población ya que

estas agilidades se darán en los días menos demandados de sus usuarios.

4.3.10. Estudio Organizacional

ESTRUCTURA ORGÁNICA

“Se define como Estructura Orgánica a las responsabilidades, autoridades y relaciones dispuesta en un modelo a través del cual una organización efectúa sus funciones.”

La estructura organizacional de esta compañía estará delineada de tal forma que se pueda coordinar las actividades de los diferentes puestos con la finalidad de potencializar completamente a la compañía.

Las actividades se ejecutaran bajo la estructura de organización lineal que nos permite determinar una relación directa entre los jefes y subordinados inmediato y nos presenta un esquema de comunicación a través de una sola línea vertical descende la autoridad y asciende la responsabilidad.

Con una estructura orgánica bien diseñada se podrá entender de mejor manera la actuación del equipo de trabajo con cada una de las funciones asignadas sus beneficios y oportunidades.

4.3.11. Organigrama Estructural

Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupan en la compañía en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.

El organigrama estructural del centro recreacional, constara con la junta general de accionistas, gerencia, recepcionista, área financiera, área talento humano, área

administrativa y área de gestiones como se lo muestra a continuación:

FIGURA N° 22 Organigrama estructural



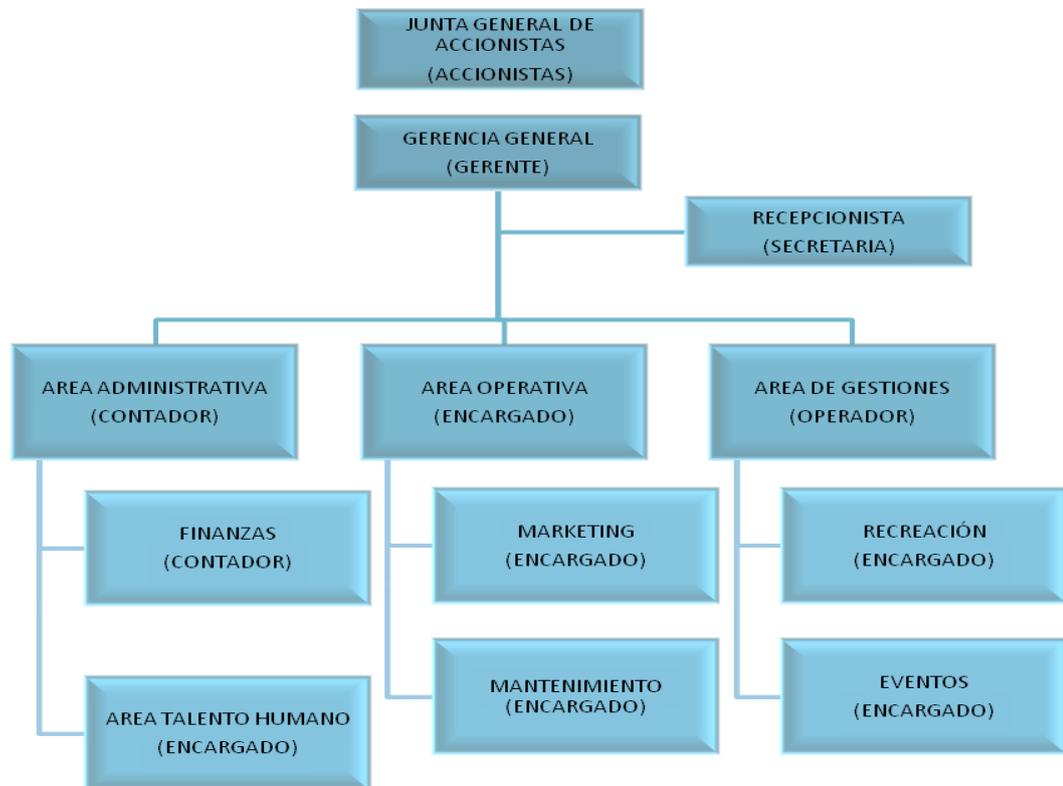
Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.3.12. Organigrama funcional

Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio de la especialización de funciones para cada tarea, que separa, distingue y especializa. Este organigrama se detallara las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en el centro recreacional para cumplir los objetivos establecidos:

FIGURA N° 23 Diagrama funcional



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:

Se encuentra conformada por los socios quienes se reunirán periódicamente y extraordinariamente de conformidad con lo que dispone la ley, las convocatorias se realizarán por medio de una comunicación escrita y firmada por el Gerente General, la misma que se hará con días de anticipación, fecha, hora y lugar.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Legislar y definir políticas que beneficien los intereses de la empresa.

-FUNCIONES:

- Definir y aprobar las políticas que favorezcan el desarrollo económico y social de la empresa.

- Deliberar ya probar los montos de utilidad que corresponde a cada socio.
- Dictar reglamentos, resoluciones y acuerdos.
- Modificar los estatutos de acuerdo a las sugerencias de los socios.
- Aprobar o rechazar los presupuestos presentados por los directivos.
- Tomar decisiones, calificar y autorizar el aumento o disminución del capital social.
- Designar y remover al gerente de la empresa.

-CARACTERÍSTICAS:

Responsabilidad en la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa en general.

-REQUISITO:

Ser socio activo de la empresa

GERENCIA GENERAL:

Es la persona encargada de representar el establecimiento y tomar decisiones importantes pero estas decisiones pueden ser aprobadas, ratificadas o rechazadas por la Junta General de socios.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Planificar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso del servicio entregado, actuando de forma empresarial para la satisfacción del cliente, el crecimiento y rentabilidad.

-FUNCIONES:

- Mantener una imagen positiva y un servicio de buena calidad.
- Implantar políticas y procedimientos operativos

- Mantener comunicación efectiva entre las áreas establecidas.
- Asegurarse y Supervisar el personal idóneo, capacitado y estén motivados.
- Dirigir, Controlar, Evaluar, Administrar Recursos de la Empresa
- El Gerente General ejercerá sus funciones por el periodo de 5 años y podrá ser reelegido.

-CARACTERÍSTICAS:

Responsabilidad administrativa y técnica en la ejecución de tareas

-REQUISITO:

- Título en Ingeniería Comercial.
- Experiencia mínima 2 años.
- Curso de Relaciones Humanas y Administración Turística.

RECEPCIONISTA:

Profesional que atenderá a los usuarios del Centro Recreacional en una zona particular conocida como recepción, controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la empresa.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Proporcionar todo tipo de información y asistencia, Realizar la recepción de los visitantes informando sobre todos los servicios que se ofrecen.

-FUNCIONES:

- Recepción y control de comunicaciones internas y externas.
- Atender al turista que necesite información acerca de los servicios paquetes turísticos que ofrece la empresa.

- Archivar en forma ordenada las fichas de ingreso al Centro Recreacional.
- Brindar una atención de calidad al turista para que decida hospedarse.
- Reservar y vender el tipo de recreación o el evento a necesitar.
- Atender e informar a público demandante lo necesario del centro recreacional.

-CARACTERÍSTICAS:

Se requiere de responsabilidad, facilidad de palabra, empatía, excelentes relaciones interpersonales, eficiencia o eficacia y agilidad y buen trato en atención al cliente.

Cuidado y esmero.

-REQUISITO:

- Cursos en Relaciones Humanas
- Título en Secretariado Ejecutivo en Bilingüe
- Conocimiento en Administración Turística.

ÁREA ADMINISTRATIVA:

Persona con conocimientos contables, graduada en administración contable o general, es quien se encargará de realizar y presentar los estados financieros, prepara los presupuestos y estadísticas.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Administración y Contabilidad de la empresa

-FUNCIONES:

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa
- Paga los impuestos de ley periódicamente.
- Coordina el manejo de cuentas bancarias junto a la gerencia.
- Tramitar la documentación que corresponde al IESS.
- Mantener un correcto manejo de los programas contables.

-CARACTERÍSTICAS:

Manejo correcto de la contabilidad de la empresa, Garantizar la custodia de documentos, honesta, responsable, respetuosa, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad, orden, discreción, compromiso, eficaz, agilidad mental y destreza para los números.

-REQUISITO:

- Título de contador.
- Experiencia mínima 1 años
- Profesional en el área de Contaduría Pública

ÁREA TALENTO HUMANO:

La gestión del talento humano es la responsable de la dimensión humana en la organización. Gestión de Talento Humano, potencial Humano o Activo Humano, hace referencia al conjunto de trabajadores, empleados o personal que conforma un negocio o empresa.

La administración de los Recursos Humanos, hace referencia al manejo, administración, gestión o dirección del personal del negocio.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Contratar personas que cumplan con las competencias necesarias para ejercer diferentes cargos. Capacitar a los empleados. Proporcionar los mecanismos y ambientes necesarios que propicien la motivación y la productividad en la organización.

-FUNCIONES:

- Garantizar el cumplimiento de las normas legales y reglamentarias en materia de administración de personal
- Responder por los trámites relacionados con las novedades de personal, situaciones administrativas, carrera administrativa, selección e ingreso, retiro del servicio y demás eventos, situaciones que correspondan a la administración del recurso humano.
- Liquidar y tramitar adecuadamente la nómina, factores salariales y demás prestaciones y reconocimientos económicos del personal, así como los descuentos a que haya lugar de conformidad con las disposiciones.
- Verificar que la liquidación de las deducciones de nómina estén correctas y acordes con la normatividad vigente.
- Proyectar para firma del funcionario competente los actos administrativos relacionados con las novedades de personal.
- Conservar un registro y archivo de las situaciones administrativas.

-CARACTERÍSTICAS:

- Seres humanos dotados de personalidad y poseen conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades indispensables para la gestión adecuada de los recursos organizacionales.
- Activadores inteligentes de los recursos organizacionales.
- Las personas son fuente de impulso propio que dinamizan la organización, y no agentes pasivos o estáticos.

- Socios de la organización: Invierten en la organización esfuerzo, dedicación, responsabilidad, compromiso, riesgos.
- Educativa. Proveer valores y actitudes positivas.
- Capacitación: consiste en proveer conocimiento
- Apto para cualquier movimiento no anticipado.

-REQUISITO:

- Cursos en Relaciones Humanas
- Experiencia requerida de 1- 2 años en cargos de jefatura, coordinación o supervisión de área de Talento Humano.
- Título Profesional en Administración de Recursos Humanos, Psicología, Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.

ÁREA OPERATIVA:

Esta área será el lugar donde se encuentre el personal que de una u otra manera dirigirán el Centro Recreacional puesto que es esta área es el centro del negocio.

La Comercialización y todo el proceso relacionado con el servicio.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Representar, planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa.

-FUNCIONES:

- Diseñar, implementar y mantener los procedimientos de prestación de servicios.
- Mantener en correcto estado de servicio, presentación y funcionamiento los implementos, y equipos de trabajo que se le confíen.
- Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa.
- Planear y desarrollar nuevos productos y procesos.
- Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.

-CARACTERÍSTICAS:

- Proactivo
- Actitud positiva
- Experiencia laboral
- Responsable.
- Eficaz
- Espontaneo.
- Líder

-REQUISITO:

- Ingeniería en administración de empresas
- Administración de recursos humanos
- Experiencia: 4 años
- Actitudes:
- Honesto, responsable, tolerante, criterio, autonomía, puntualidad.

ÁREA DE GESTIONES

El encargado en el área de gestiones se ocupa principalmente de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad en las actividades que ofrece el Centro Recreacional, tanto en los servicios internos y externos ofertados.

-ENTORNO DEL TRABAJO:

Desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

-FUNCIONES:

- Encargado de promocionar el centro recreacional es decir, de la publicidad, relaciones públicas y la imagen del mismo.

- Se encarga de diseñar distintas campañas publicitarias de acuerdo a las temporadas de en las cuales se vende
- Selecciona los mejores medios publicitarios para atraer a los clientes.
- Sugiere ideas de atención al cliente, servir al público una buena imagen corporativa.
- Se encarga de mejorar continuamente el servicio que se ofrece, de manera que se satisfagan las necesidades de demanda
- Realizar anualmente una investigación de mercados en la cual se analice los más actuales requerimientos del mercado.
- Periódicamente debe aplicar cuestionarios de retroalimentación

-CARACTERÍSTICAS:

Innovador, Perseverante, Atento, Detallista, Previsor, Orientado al cambio.

-REQUISITO:

- Conocimientos de computación, Ingeniero en Administración
- Experiencia mínima 2 años en el puesto, administrando planes de producción y manejo de personal, conocimientos en manufactura y procesos de producción.

RECREACIÓN: En esta área actuaran personal especializados para sus distintas actividades como son: Voleibol, Tenis, Fútbol, Básquetbol, Cuidado de los niños en los parques, Paseo en Caballos, Billar, Ping-pon, Bolos, Gimnasio, Zona de Masajes, Natación.

EVENTOS: En esta área actuaran personal especializados para toda clase de Eventos como: Quinceañera, Bautizos, Bodas, Premiaciones, Graduaciones o Incorporaciones, Fiestas Infantiles, Navidades, Fin de Año entre otras.

4.4. ESTUDIO LEGAL

4.4.1. Constitución política del Ecuador

TÍTULO VI REGIMEN DE DESARROLLO Capítulo sexto Del Trabajo y producción Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección segunda

Tipos de propiedad

Art. 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley.

Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad.

Art. 323.- Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley.

Se prohíbe toda forma de confiscación.

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

4.4.2. Ley de compañías

FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones. (Expide la siguiente codificación de la ley de compañías. Codificación No. 000. RO/ 312

Requisitos:

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008). Las denominaciones sociales se rigen por los principios de propiedad y de inconfundibilidad o peculiaridad. (Art. 16 LC).

El principio de propiedad consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad.

El principio de inconfundibilidad o peculiaridad consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad de la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

1.2.2 FORMA DE CONSTITUCIÓN

1.2.2.1. Constitución simultánea.- Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

1.2.2.2. Constitución sucesiva.- Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.

1.2.3. ACCIONISTAS

1.2.3.1. Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

1.2.3.2. Números de accionistas.- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.

La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

1.2.3. Capital

1.2.3.1. Capital mínimo.- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

1.2.3.2. Acciones.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley.

La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley

4.4.3. Ley de turismo

Capítulo II. DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

4.4.4. Reglamento general de la aplicación de la ley de turismo.

CAPÍTULO VI

Quien puede ejercer actividades turísticas. El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

1) Registro único

Art. 47. Obligación del Registro Único de Turismo. Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier TÍTULO, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro. El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional.

El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48. Pago por concepto de registro. El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55. Requisito previo para la operación. Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56. Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.

A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 58. Establecimiento de requisitos.

El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción.

Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 60. Pago de la licencia El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro.

En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo

que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

4.4.5. Reglamento general de la actividad turística

SECCIÓN 7

COMPLEJOS VACACIONALES

Art. 31.- Complejos vacacionales.- Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial. No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado.

Estas últimas estarán obligadas, únicamente, a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañando una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento.

Art. 32.- Servicios en los complejos vacacionales.- Para que un alojamiento sea considerando complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

a. De hospedaje y complementarios

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.

- Servicio de comedor. Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado. Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de "souvenirs" y artículos de uso, frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y,

b. Servicios de carácter deportivo

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.
- En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.
- Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34, el mismo que comprenderá como mínimo un período de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrellas.
- En los complejos vacacionales, cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio.
- La asistencia médica será prestada con cargo a los clientes que lo soliciten. En todo caso, el médico realizará una visita diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería
- El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento, especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34.

Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales.- Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del

establecimiento, con excepción de las siguientes:

- Campo de golf.
- Pista de tenis.
- Bolos.
- Alquiler de caballos
- Embarcaciones y demás material
- Equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje. La celebración de veladas folklóricas, bailes, concursos o entretenimientos, dentro de los complejos vacacionales, podrá dar lugar al cobro de un valor adicional, siempre y cuando lo autorice el Ministerio de Turismo.

Art. 34.- Reglamento interno de los complejos vacacionales.- En todos los complejos vacacionales existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinarán las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

4.4.6. Requisitos legales

Para la constitución de la empresa se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro único del contribuyente

- a) Formulario RUC lleno con los datos de la compañía.

- b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- c) Original y copia del nombramiento del representante legal de la compañía.
- d) Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- e) Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

2) Patente municipal

- a) Formulario de patente de actividades económicas (comprar en la ventanilla de venta de especies valoradas N 14: \$0.20).
- b) Original y copia de la cedula y papeleta de votación.
- c) Original y copia del RUC.
- d) Copia permiso de cuerpo de bomberos.
- e) Copia del acta de Constitución de la empresa.
- f) Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio.
- g) En caso de inscripción para obtener la patente para personas jurídicas por primera vez, deben presentar:
 - i. Formulario de declaración de patentes, original y copia.
 - ii. Escritura de constitución de la compañía original y copia.
 - iii. Original y copia de la resolución de la superintendencia de compañías.
 - iv. Copia de la cedula de ciudadanía.

3) Permiso sanitario

- a) Categorización (locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.

- b) Comprobante de pago de patente del año.
- c) Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- d) Certificado de salud.
- e) Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- f) Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro actividad turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar una solicitud en el formulario acompañado de los siguientes documentos.

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos si los hubiere tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil.
- c) Copia del RUC.
- d) Copia de la cedula de identidad., copia de la papeleta de votación.
- e) Certificado de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- f) Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía, según sea persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

g) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

h) Lista de precios de los servicios ofertados.

i) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

5) Licencia anual de funcionamiento

a) Solicitud de registro en el catastro turístico dirigida al señor alcalde.

b) Certificado de registro conferido por el ministerio de turismo.

c) Patente municipal actualizada.

d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.

e) Copia certificada del RUC.

f) Lista de precios del establecimiento turístico.

g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

6) Afiliación a la cámara de turismo provincial

a) Copia de la cedula de identidad del representante legal de la empresa.

b) Copia del certificado de votación.

c) RUC

d) Patente municipal, registro dl ministerio de turismo.

e) Dos fotos tamaño carnet.

4.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Después de los estudios que se han venido realizando para la construcción del centro recreacional se debe hacer un estudio financiero, que es verdaderamente importante ya que, este estudio hace referencia al monto de inversión que se necesitará y los recursos que demandará el emprender la empresa, teniendo conocimiento sobre todos los presupuestos.

4.5.1. Inversión Inicial

La inversión se suele referir a la aplicación de recursos financieros líquidos para obtener activos que se espera contribuyan al logro de los objetivos de la empresa en el futuro”

Por ellos se han tomado en cuenta aquellas inversiones que se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto como las siguientes:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles
- Capital de Trabajo.

4.5.1.1. Activos Fijos

“La inversión en activo fijo son aquellas que se realizan en los bienes intangibles que se utilizaran en el proceso de fabricación de los insumos o que sirven de apoyo en la operación normal del proyecto”

Dentro de este rubro se incluirá todo lo correspondiente a la obra física del centro recreacional, la infraestructura, todo lo concerniente a equipamiento del centro recreacional. En el siguiente recuadro se detalla con más claridad cada activo descrito.

CUADRO N° 14 Presupuesto de inversión inicial

| CUADRO INVERSIÓN INICIAL | |
|--------------------------------|----------------------|
| Activos Fijos | |
| Obra física | \$ 332,152.29 |
| Muebles de oficina | \$ 2,180.00 |
| Máquinas y equipo | \$ 17,487.60 |
| Equipo de oficina | \$ 234.26 |
| Equipo de computo | \$ 778.36 |
| Total Activos Fijos | \$ 352,832.51 |
| Capital de Trabajo | \$ 10,923.47 |
| Total Inversión Inicial | \$ 363,755.99 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.1.2. Inversión en activos intangibles

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del negocio.

Los principales ítems que configuran esta sección son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos en puesta en marcha, la capacitación.

De acuerdo a las NIIF, no se reconocerán como activos intangibles las marcas, las cabeceras de periódicos o revistas, los sellos o denominaciones editoriales, las listas de clientes, Costos de iniciación, Costos de capacitación, publicidad y promoción, gastos de reasignación y reorganización, u otras partidas similares que se hayan generado internamente.

En este caso el centro recreacional no cuenta con este tipo de activos.

4.5.1.3. Inversión en capital de trabajo.

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para la capacidad y tamaño determinados.

Los métodos principales para el cálculo del monto de inversión de este capital es el siguiente:

- Método Contable
- Método de periodo de desfase
- Método de déficit acumulado máximo

- **Método Contable**

Este método trata sobre la diferencia entre el total de activos corriente y pasivos corrientes generados en el proyecto. Dicha inversión dependerá de los siguientes factores: costo de producir saldos insuficientes, el tener exceso de saldo y costo de administrar efectivo.

- **Método de periodo de desfase**

Este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que deben financiarse desde el momento que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta de los productos, que se destinará a financiar el período de desfase siguiente.

- **Método de déficit acumulado máximo**

Dicho método supone calcular para cada mes los flujos de ingresos y egresos

proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo. Este método será utilizado para el cálculo de la inversión de capital de este proyecto, ya que al recién el centro recreacional iniciar su actividad económica no cuenta con información histórica para su posterior calculo, además con esta técnica se puede calcular el capital de trabajo con la información obtenida a base de la inversión previa a la puesta en marcha del proyecto y de la operación del primer año del Centro Recreacional.

4.5.2. Financiamiento

4.5.2.1. Capital Propio

En todo proyecto de inversión es imprescindible la aportación de los socios. En el caso del Centro Recreacional, se financiará la inversión inicial con 20% de aportaciones de los 6 socios, y teniendo un inversionista principal quien es el Sr. Mario Panchana, la cual ha aportado con este proyecto y su terreno de 5 hectáreas valorado en \$50.000,00 del cual se utilizaran solo 3 hectáreas valoradas en 30.000,00. (Ver cuadro N°14)

3 hectáreas x 10000 = 30000 metros cuadrados.

CUADRO N° 15 Capital propio

| METROS² | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|---------------------------|------------------------|--------------|
| 30000 | \$ 1.00 | \$ 30,000.00 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

En la siguiente tabla se define como se repartirá entre ellos este porcentaje.

| | |
|------------------------------|---------------|
| Total de la Inversión | \$ 363.755,99 |
| 60% Préstamo Bancario | \$ 218.253,59 |
| 40% Aportación de los socios | \$ 145.502,39 |

CUADRO N° 16 Tabla aportación de los socios del centro recreacional

| APORTACIÓN DE LOS INVERSIONISTAS | | |
|---|----------------|----------------------|
| Accionistas | % | Total |
| Lorena Panchana | 20.00% | \$ 29,100.48 |
| Leidy Panchana | 20.00% | \$ 29,100.48 |
| Fabricio Panchana | 20.00% | \$ 29,100.48 |
| Mario Panchana | 20.00% | \$ 29,100.48 |
| Yanela Panchana | 20.00% | \$ 29,100.48 |
| Total | 100.00% | \$ 145,502.39 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.2.2. Préstamo bancario

Se realizará un préstamo al Banco de Fomento por el valor de:

\$ 218.253,59 que representa el 60% del total de la inversión, dicho préstamo será otorgado por el Banco de Fomento a una tasa del 14% anual por el transcurso de 15 años.

4.5.2.3. Amortización de la deuda.

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo antes citado.

CUADRO N° 17 Amortización de la deuda

| PAGO | CUOTA | INTERÉS | CAPITAL | SALDO |
|------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 0 | | | | \$ 218,253.59 |
| 1 | \$ 35,533.64 | \$ 30,555.50 | \$ 4,978.14 | \$ 213,275.45 |
| 2 | \$ 35,533.64 | \$ 29,858.56 | \$ 5,675.08 | \$ 207,600.38 |
| 3 | \$ 35,533.64 | \$ 29,064.05 | \$ 6,469.59 | \$ 201,130.79 |
| 4 | \$ 35,533.64 | \$ 28,158.31 | \$ 7,375.33 | \$ 193,755.46 |
| 5 | \$ 35,533.64 | \$ 27,125.76 | \$ 8,407.88 | \$ 185,347.58 |
| 6 | \$ 35,533.64 | \$ 25,948.66 | \$ 9,584.98 | \$ 175,762.60 |
| 7 | \$ 35,533.64 | \$ 24,606.76 | \$ 10,926.88 | \$ 164,835.72 |
| 8 | \$ 35,533.64 | \$ 23,077.00 | \$ 12,456.64 | \$ 152,379.08 |
| 9 | \$ 35,533.64 | \$ 21,333.07 | \$ 14,200.57 | \$ 138,178.52 |
| 10 | \$ 35,533.64 | \$ 19,344.99 | \$ 16,188.65 | \$ 121,989.87 |
| 11 | \$ 35,533.64 | \$ 17,078.58 | \$ 18,455.06 | \$ 103,534.81 |
| 12 | \$ 35,533.64 | \$ 14,494.87 | \$ 21,038.77 | \$ 82,496.04 |
| 13 | \$ 35,533.64 | \$ 11,549.45 | \$ 23,984.20 | \$ 58,511.84 |
| 14 | \$ 35,533.64 | \$ 8,191.66 | \$ 27,341.98 | \$ 31,169.86 |
| 15 | \$ 35,533.64 | \$ 4,363.78 | \$ 31,169.86 | \$ 0.00 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.3. Proyección de ventas

La proyección de Ventas según entradas al centro recreacional y zona de picnic para los habitantes de la provincia de Santa Fe:

CUADRO N° 18 Proyección de ventas

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <i>DETALLE</i> | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| ENTRADA DÍAS ORDINARIOS | \$1,411.93 | \$1,622.99 | \$1,818.92 | \$2,024.22 | \$2,239.25 | \$2,464.37 | \$2,700.00 | \$2,946.51 | \$3,204.33 | \$3,473.90 | \$3,755.64 | \$4,050.03 | \$4,357.54 | \$4,678.66 | \$5,013.91 |
| ENTRADA FINES DE SEMANA | \$53,653.49 | \$61,673.68 | \$67,956.98 | \$75,627.11 | \$83,660.72 | \$92,071.82 | \$100,874.89 | \$110,084.94 | \$119,717.51 | \$129,788.64 | \$140,314.97 | \$151,313.71 | \$162,802.64 | \$174,800.18 | \$187,325.39 |
| TOTAL INGRESO POR ENTRADA AL CLUB | \$55,065.42 | \$63,296.68 | \$69,775.90 | \$77,651.33 | \$85,899.97 | \$94,536.19 | \$103,574.88 | \$113,031.45 | \$122,921.84 | \$133,262.54 | \$144,070.61 | \$155,363.74 | \$167,160.18 | \$179,478.85 | \$192,339.30 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Para sacar este promedio utilizaremos el valor de las entradas en días ordinarios y fines de semana con un incremento del 1.71% tasa de inflación. (Ver Anexo 4.)

Ingreso proyectado canchas deportivas

Para los casos de alquileres de canchas se calculará un precio promedio de los costos históricos que los pobladores de la provincia de Santa Elena han cancelado por estos servicios, información que se obtuvo de las observaciones dando como resultado un precio promedio por la entrada a las canchas de fútbol es de \$ 15 y

de Básquetbol de \$10 teniendo un promedio de visitas al año de 96 visitas a l año. Este valor se obtuvo como resultado del inv. de campo calculando las horas promedio semanales que se ocupa este tipo de canchas en la provincia de Santa Elena, pero en el centro recreacional se utilizaran 2 veces a la semana, luego este valor se lo multiplico por 4 semanas que tiene un mes y para obtenerlo anualmente se lo multiplico por 12. (Ver Anexo 5 y 6)

CUADRO N° 19 Ingresos proyectados cancha fútbol

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$109,665.85 | \$128,703.84 | \$ 151,229.27 | \$169,651.55 | \$191,636.70 | \$218,352.94 | \$238,828.22 | \$264,118.30 | \$295,565.35 | \$318,307.40 | \$347,299.24 | \$384,077.82 | \$409,321.75 | \$442,455.27 | \$485,233.16 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

CUADRO N° 20 Ingresos proyectados cancha básquetbol

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$87,732.77 | \$102,963.18 | \$120,983.53 | \$135,721.37 | \$153,309.50 | \$174,682.51 | \$191,062.75 | \$211,294.82 | \$236,452.48 | \$254,646.13 | \$277,839.61 | \$307,262.49 | \$327,457.65 | \$353,964.47 | \$388,186.81 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Ingresos proyectados salón de eventos

Para el precio de alquiler de Salón de eventos se obtendrá un promedio de los

precios y eventos por semana de la competencia que brinda este servicio en la provincia de Santa Elena.

Este precio aumentara al 3er año y se mantendrá constante, su aumento radica en costos que se incurren al mantener el local en perfecta condiciones, además de aumento de la demanda.

CUADRO N° 21 Ingresos proyectados salón de eventos

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$9,600.00 | \$9,600.00 | \$9,764.16 | \$9,764.16 | \$9,764.16 | \$9,931.13 | \$9,931.13 | \$ 9,931.13 | \$10,100.95 | \$10,100.95 | \$ 10,100.95 | \$10,273.68 | \$10,273.68 | \$10,273.68 | \$10,449.36 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Ingresos proyectados piscina

El ingreso de ventas por piscina, se tomó en cuenta la población de la provincia de Santa Elena y el 70% de aceptación que tuvo este servicio.

CUADRO N° 22 Ingresos proyectados piscina

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$10,235.48 | \$12,012.36 | \$14,114.73 | \$15,834.14 | \$17,886.09 | \$20,379.61 | \$22,290.63 | \$24,651.04 | \$27,586.10 | \$29,708.69 | \$32,414.60 | \$35,847.26 | \$38,203.36 | \$41,295.82 | \$45,288.43 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Proyección entradas ping pong.

CUADRO N° 23 Ingresos proyectados ping pong

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$8,773.28 | \$10,296.32 | \$12,098.35 | \$13,572.14 | \$15,330.95 | \$17,468.25 | \$19,106.27 | \$21,129.48 | \$23,645.25 | \$25,464.61 | \$27,783.96 | \$30,726.25 | \$32,745.76 | \$35,396.45 | \$38,818.68 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Proyección entradas parque infantil

CUADRO N° 24 Ingresos proyectados parque infantil

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$2,193.32 | \$2,574.08 | \$3,024.59 | \$3,393.03 | \$3,832.74 | \$4,367.06 | \$4,776.57 | \$5,282.37 | \$5,911.31 | \$6,366.15 | \$6,945.99 | \$7,681.56 | \$8,186.44 | \$8,849.11 | \$9,704.67 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

Proyección entradas zona de alimentación

CUADRO N° 25 Ingresos proyectados zona alimentación

| INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| \$9,138.83 | \$10,725.33 | \$12,602.45 | \$14,137.64 | \$15,969.74 | \$18,196.09 | \$19,902.37 | \$22,009.88 | \$24,630.47 | \$26,525.64 | \$28,941.63 | \$32,006.51 | \$34,110.17 | \$36,871.30 | \$40,436.13 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.4. Balance de situación financiera

El Estado de Situación Financiera está compuesto por el Activo, Pasivo y Capital.

- Activo: " Es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que se espera obtener, en el futuro, beneficios económicos"
- Pasivo: "Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento del cual, y para cancelarla la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos"
- Capital: "Patrimonio Neto es la parte residual de los Activos de la empresa, una vez deducidos todos los vez deducidos todos sus Pasivos".

CUADRO N° 26 Balance de situación financiera

| "Centro Recreacional Maravillas de la Naturaleza" | | |
|---|-----------------------------------|----------------------|
| Balance de Situación Financiera | | |
| Al 31 de Diciembre del 2013 | | |
| ACTIVOS | PASIVOS | |
| <i>Activos Circulantes</i> | <i>Pasivos</i> | <i>No</i> |
| Capital de Trabajo | Préstamo a Largo Plazo | \$ 218,253.59 |
| 10,923.47 | Total Pasivos | |
| <i>Activos No Circulantes</i> | <i>Patrimonio</i> | |
| Maquinarias y equipo | Capital Propio | \$ 145,502.39 |
| Muebles y Enseres | Total Patrimonio | |
| Equipo de Oficina | | |
| Equipo de Computación | | |
| Obra Física | | |
| Total Activos Fijos | | |
| | Total Pasivos y Patrimonio | \$ 363,755.99 |
| Total Activos | | |
| \$ 363,755.99 | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.5. Ingresos

Aquí el resumen obtenido fruto de la prestación del servicio.

CUADRO N° 27 Total de ingresos proyectados

| CUADRO DE INGRESOS PROYECTADOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| INGRESO POR ENTRADA PISCINA | \$10,235. | \$12,012. | \$14,114. | \$15,834. | \$17,886. | \$20,379. | \$22,290. | \$24,651. | \$27,586. | \$29,708. | \$32,414. | \$35,847. | \$38,203. | \$41,295. | \$45,288. |
| TOTAL INGRESO POR ENTRADA AL CLUB | \$55,065. | \$63,296. | \$69,775. | \$77,651. | \$85,899. | \$94,536. | \$103,57 | \$113,03 | \$122,92 | \$133,26 | \$144,07 | \$155,36 | \$167,16 | \$179,47 | \$192,33 |
| TOTAL INGRESO PING PONG | \$8,773.28 | \$10,296.3 | \$12,098.3 | \$13,572.1 | \$15,330.9 | \$17,468.2 | \$19,106.2 | \$21,129.4 | \$23,645.2 | \$25,464.6 | \$27,783.9 | \$30,726.2 | \$32,745.7 | \$35,396.4 | \$38,818.6 |
| INGRESO POR ALQUILER DE SALÓN DE EVENTO | \$9,600.00 | \$9,600.00 | \$9,764.16 | \$9,764.16 | \$9,764.16 | \$9,931.13 | \$9,931.13 | \$9,931.13 | \$10,100.9 | \$10,100.9 | \$10,100.9 | \$10,273.6 | \$10,273.6 | \$10,273.6 | \$10,449.3 |
| INGRESO PARQUE INFANTIL | \$2,193.32 | \$2,574.08 | \$3,024.59 | \$3,393.03 | \$3,832.74 | \$4,367.06 | \$4,776.57 | \$5,282.37 | \$5,911.31 | \$6,366.15 | \$6,945.99 | \$7,681.56 | \$8,186.44 | \$8,849.11 | \$9,704.67 |
| INGRESO ZONA DE ALIMENTACIÓN | \$9,138.83 | \$10,725.33 | \$12,602.45 | \$14,137.64 | \$15,969.74 | \$18,196.09 | \$19,902.37 | \$22,009.88 | \$24,630.47 | \$26,525.64 | \$28,941.63 | \$32,006.51 | \$34,110.17 | \$36,871.30 | \$40,436.13 |
| INGRESO POR ALQUILER DE CANCHAS DE BÁSQUETBOL | \$87,732.77 | \$102,963.1 | \$120,983.5 | \$135,721.3 | \$153,309.5 | \$174,682.5 | \$191,062.7 | \$211,294.8 | \$236,452.4 | \$254,646.1 | \$277,839.6 | \$307,262.4 | \$327,457.6 | \$353,964.4 | \$388,186.8 |
| INGRESO POR ALQUILER DE CANCHAS DE FÚTBOL | \$109,665.8 | \$128,703.8 | \$151,229.2 | \$169,651.5 | \$191,636.7 | \$218,352.9 | \$238,828.2 | \$264,118.3 | \$295,565.3 | \$318,307.4 | \$347,299.2 | \$384,077.8 | \$409,321.7 | \$442,455.2 | \$485,233.1 |
| TOTAL DE PROYECCIÓN DE TODOS LOS INGRESOS | \$292,404.95 | \$340,171.78 | \$393,592.98 | \$439,725.37 | \$ 493,629.84 | \$557,913.78 | \$ 609,472.83 | \$671,448.47 | \$746,813.74 | \$804,382.12 | \$875,396.59 | \$ 963,239.31 | \$1,027,458.99 | \$1,108,584.95 | \$1,210,456.54 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6. Gastos

En esta sección se incluirá todo lo referente a gastos incurridos para llevarse a cabo el proyecto, estos rubros son:

- Gastos en Mantenimiento
- Gastos en Constitución
- Gastos en Suministros de oficina
- Gastos en Publicidad
- Gastos en Suministros de limpieza
- Gastos Administrativos
- Gastos en Servicios Básicos
- Otros Gastos
- Otros Gastos Administrativos

4.5.6.1. Gastos en mantenimiento

Este rubro está asignado aquellos gastos que sirven para la preservación de las instalaciones del centro recreacional, sean estas las revisiones periódicas en las piscinas, canchas deportivas, el tratamiento de áreas verdes, ya que estos son la principal fuente de ingresos del centro recreacional por lo que merecen el cuidado necesario.

Dicho rubro se incrementara cada año un 5% de acuerdo al incremento de la participación de mercado del centro recreacional, la cual está estrechamente ligada a los ingresos. En el siguiente cuadro se muestra dicho gasto.

CUADRO N° 28 Gasto de mantenimiento

| Gasto de Mantenimiento | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Mantenimiento Computadoras | \$450.00 | \$472.50 | \$496.13 | \$520.93 | \$546.98 | \$574.33 | \$603.04 | \$633.20 | \$664.85 | \$698.10 | \$733.00 | \$769.65 | \$808.14 | \$848.54 | \$890.97 |
| Mantenimiento piscinas | \$19,200.00 | \$20,160.00 | \$21,168.00 | \$22,226.40 | \$23,337.72 | \$24,504.61 | \$25,729.84 | \$27,016.33 | \$28,367.14 | \$29,785.50 | \$31,274.78 | \$32,838.52 | \$34,480.44 | \$36,204.46 | \$38,014.69 |
| Mantenimiento Canchas deportivas | \$12,000.00 | \$12,600.00 | \$13,230.00 | \$13,891.50 | \$14,586.08 | \$15,315.38 | \$16,081.15 | \$16,885.21 | \$17,729.47 | \$18,615.94 | \$19,546.74 | \$20,524.07 | \$21,550.28 | \$22,627.79 | \$23,759.18 |
| Total Gasto de Mantenimiento | \$31,650.00 | \$33,232.50 | \$34,894.13 | \$36,638.83 | \$38,470.77 | \$40,394.31 | \$42,414.03 | \$44,534.73 | \$46,761.46 | \$49,099.54 | \$51,554.51 | \$54,132.24 | \$56,838.85 | \$59,680.80 | \$62,664.84 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.2. Gasto de constitución

“Son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una empresa desde cero”. Este rubro se relaciona con la parte jurídica como escrituras, registros mercantil y permisos para el debido funcionamiento del centro recreacional.

CUADRO N° 29 Gasto de constitución

| GASTO DE CONSTITUCIÓN | COSTO TOTAL |
|------------------------------------|--------------------|
| Registro de nombre Comercial | \$ 116.00 |
| Software contable | \$ 1,200.00 |
| Constitución de Sociedad | \$ 350.00 |
| Organización / Puesta en Marcha | \$ 900.00 |
| Cuerpo de Bomberos | \$ 50.00 |
| Permiso Municipal | \$ 2,000.00 |
| Impuesto Predial | \$ 1,489.00 |
| Matrícula de Comercio | \$ 250.00 |
| R.U.C. | \$ - |
| Gastos Legalización | \$ 350.00 |
| Imprevistos 2% | \$ 1,764.16 |
| Total Gasto de Constitución | \$ 8,469.16 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.3. Gasto en suministro de oficina

Corresponde a aquellos útiles que se utilizan de forma diaria para la realización del trabajo administrativo del centro recreacional. Este gasto también incrementará un 5% anual.

CUADRO N° 30 Gasto en suministro de oficina

| útiles de oficina | 2013 | 2014 | 2015 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Resma hojas A4 | \$163.20 | \$171.36 | \$179.93 | \$208.29 | \$218.70 | \$229.64 | \$241.12 | \$253.18 | \$265.84 | \$279.13 | \$293.08 | \$307.74 | \$323.12 |
| Archivadores | \$57.96 | \$60.86 | \$63.90 | \$73.97 | \$77.67 | \$81.56 | \$85.63 | \$89.91 | \$94.41 | \$99.13 | \$104.09 | \$109.29 | \$114.76 |
| Bolígrafos (caja 24) | \$16.35 | \$17.17 | \$18.03 | \$20.87 | \$21.91 | \$23.01 | \$24.16 | \$25.36 | \$26.63 | \$27.96 | \$29.36 | \$30.83 | \$32.37 |
| Lápiz de papel (caja 24) | \$16.08 | \$16.88 | \$17.73 | \$20.52 | \$21.55 | \$22.63 | \$23.76 | \$24.95 | \$26.19 | \$27.50 | \$28.88 | \$30.32 | \$31.84 |
| Grapadora | \$17.85 | \$18.74 | \$19.68 | \$22.78 | \$23.92 | \$25.12 | \$26.37 | \$27.69 | \$29.08 | \$30.53 | \$32.06 | \$33.66 | \$35.34 |
| Perforadora | \$11.60 | \$12.18 | \$12.79 | \$14.80 | \$15.55 | \$16.32 | \$17.14 | \$18.00 | \$18.90 | \$19.84 | \$20.83 | \$21.87 | \$22.97 |
| Saca Grapa | \$6.70 | \$7.04 | \$7.39 | \$8.55 | \$8.98 | \$9.43 | \$9.90 | \$10.39 | \$10.91 | \$11.46 | \$12.03 | \$12.63 | \$13.27 |
| Sacapuntas | \$1.50 | \$1.58 | \$1.65 | \$1.91 | \$2.01 | \$2.11 | \$2.22 | \$2.33 | \$2.44 | \$2.57 | \$2.69 | \$2.83 | \$2.97 |
| Borrador caja de 12 | \$7.20 | \$7.56 | \$7.94 | \$9.19 | \$9.65 | \$10.13 | \$10.64 | \$11.17 | \$11.73 | \$12.31 | \$12.93 | \$13.58 | \$14.26 |
| Corrector | \$50.16 | \$52.67 | \$55.30 | \$64.02 | \$67.22 | \$70.58 | \$74.11 | \$77.81 | \$81.71 | \$85.79 | \$90.08 | \$94.58 | \$99.31 |
| Tijera | \$2.28 | \$2.39 | \$2.51 | \$2.91 | \$3.06 | \$3.21 | \$3.37 | \$3.54 | \$3.71 | \$3.90 | \$4.09 | \$4.30 | \$4.51 |
| Cinta transparente | \$21.12 | \$22.18 | \$23.28 | \$26.96 | \$28.30 | \$29.72 | \$31.20 | \$32.76 | \$34.40 | \$36.12 | \$37.93 | \$39.82 | \$41.82 |
| Dispensador de cinta | \$5.36 | \$5.63 | \$5.91 | \$6.84 | \$7.18 | \$7.54 | \$7.92 | \$8.32 | \$8.73 | \$9.17 | \$9.63 | \$10.11 | \$10.61 |
| Total Útiles de Oficina | \$377.36 | \$396.23 | \$416.04 | \$481.62 | \$505.70 | \$530.98 | \$557.53 | \$585.41 | \$614.68 | \$645.41 | 677.68 | \$711.57 | \$747.15 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.4. Gasto de publicidad

En este rubro se incluirá aquellos gastos efectuados en diferentes medios de comunicaron para publicitar el centro recreacional a su mercado meta. Los precios de volantes, trípticos, fueron presupuestados con las imprentas de la ciudad de la Libertad. (Ver Anexo 1)

CUADRO N° 31 Gasto de publicidad

| Medios | 2013 | 2014 | 2015 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Volantes (por millar) | \$100.80 | \$105.84 | \$111.13 | \$128.65 | \$135.08 | \$141.84 | \$148.93 | \$156.37 | \$164.19 | \$172.40 | \$181.02 | \$190.07 | \$199.58 |
| Trípticos (por millar) | \$300.00 | \$315.00 | \$330.75 | \$382.88 | \$402.03 | \$422.13 | \$443.24 | \$465.40 | \$488.67 | \$513.10 | \$538.76 | \$565.69 | \$593.98 |
| Valla | \$14,400.00 | \$15,120.00 | \$15,876.00 | \$18,378.45 | \$19,297.38 | \$20,262.25 | \$21,275.36 | \$22,339.13 | \$23,456.08 | \$24,628.89 | \$25,860.33 | \$27,153.35 | \$28,511.02 |
| Cuña Radial | \$31,680.00 | \$33,264.00 | \$34,927.20 | \$40,432.60 | \$42,454.23 | \$44,576.94 | \$46,805.79 | \$49,146.08 | \$51,603.38 | \$54,183.55 | \$56,892.73 | \$59,737.36 | \$62,724.23 |
| Total Gasto Publicidad | \$46,480.80 | \$48,804.84 | \$51,245.08 | \$59,322.59 | \$62,288.72 | \$65,403.15 | \$68,673.31 | \$72,106.98 | \$592,377.31 | \$621,996.17 | \$653,095.98 | \$685,750.78 | \$720,038.32 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

4.5.6.5. Gastos administrativos

Este rubro se enfoca en el desembolso de dinero en el que se incurrirá por aquellos servicios que presta el personal que forma la parte organizacional de la empresa y los beneficios de ley pagados por cada uno de ellos.

CUADRO N° 32 Gasto administrativo

| Cargos | Incremento de sueldo por cargo | | Salario Básico Unificado | | 13er Sueldo | | 14to Sueldo | | Vacaciones | | Aporte Patronal 11,15% | | 0,5% Secap | | 0,5% IECE | | Aporte Individual 9,35% | | Sueldo Mensual por empleado | | # de empleados | | Total sueldo Mensual | | Total Sueldo Anual | |
|-----------------------|--------------------------------|--|--------------------------|---------|-------------|----------|-------------|---------|------------|--------|------------------------|------------|------------|--|-----------|--|-------------------------|--|-----------------------------|--|----------------|-------------|----------------------|--|--------------------|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gerente General | 25% | | \$294.92 | \$24.58 | \$24.33 | \$24.58 | \$12.29 | \$32.88 | \$1.47 | \$1.47 | \$27.58 | \$455.47 | 1 | | | | | | | | 1 | \$455.47 | \$5,465.6 | | | |
| Admr. Financiero | 20% | | \$294.63 | \$24.55 | \$24.33 | \$24.55 | \$12.28 | \$32.85 | \$1.47 | \$1.47 | \$27.55 | \$436.85 | 1 | | | | | | | | 1 | \$436.85 | \$5,242.2 | | | |
| Jefe Área Operativa | 15% | | \$293.20 | \$24.43 | \$25.33 | \$24.43 | \$12.22 | \$32.69 | \$1.47 | \$1.47 | \$27.41 | \$417.90 | 1 | | | | | | | | 1 | \$417.90 | \$5,014.8 | | | |
| Auxiliar Contable | 10% | | \$292.87 | \$24.41 | \$24.33 | \$24.41 | \$12.20 | \$32.66 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.38 | \$398.21 | 1 | | | | | | | | 1 | \$398.21 | \$4,778.6 | | | |
| Jefe Mantenimiento | 5% | | \$292.29 | \$24.36 | \$24.33 | \$24.36 | \$12.18 | \$32.59 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.33 | \$379.41 | 1 | | | | | | | | 1 | \$379.41 | \$4,552.9 | | | |
| Recepcionista | 5% | | \$292.87 | \$24.41 | \$24.33 | \$24.41 | \$12.20 | \$32.66 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.38 | \$380.11 | 1 | | | | | | | | 1 | \$380.11 | \$4,561.4 | | | |
| Encargado Zona Recre | 5% | | \$292.29 | \$24.36 | \$24.33 | \$24.36 | \$12.18 | \$32.59 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.33 | \$379.41 | 16 | | | | | | | | 16 | \$6,070.57 | \$72,846.9 | | | |
| Personal de seguridad | 5% | | \$292.00 | \$24.33 | \$25.33 | \$24.33 | \$12.17 | \$32.56 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.30 | \$380.11 | 3 | | | | | | | | 3 | \$1,140.33 | \$13,684.0 | | | |
| conserje | 5% | | \$292.00 | \$24.33 | \$24.33 | \$24.33 | \$12.17 | \$32.56 | \$1.46 | \$1.46 | \$27.30 | \$379.06 | 2 | | | | | | | | 2 | \$758.12 | \$9,097.4 | | | |
| Total | | | | | | \$219.76 | | | | | | \$3,606.54 | 27 | | | | | | | | | \$10,436.98 | \$125,243.8 | | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.6. Gastos en servicios básicos

El concepto de estos gastos tiene como objeto agrupar las asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento del centro recreacional.

CUADRO N° 33 Gastos en servicios básicos

| Servicios Básicos | Cantidad | Precio Unitario | Total | Total Anual |
|------------------------|----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| Agua (metros cúbicos) | 2800.00 | \$ 0.84 | \$2,586.40 | \$ 31,036.80 |
| Luz (kilovatios/hora) | 1200.00 | \$0.67 | \$ 804.00 | \$ 9,648.00 |
| Total | 4000.00 | | \$ 390.40 | \$ 40,684.80 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.7. Gastos en suministro de limpieza

A este rubro se cargara todos los gastos en los que la empresa incurra para la limpieza del centro recreacional y el mantener la pulcritud de las instalaciones.

CUADRO N° 34 Gastos en suministro de limpieza

| Items | Cantidad Mensual | Precio Unitario |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|
| Cloro (galón) | 1.00 | \$ 6.50 |
| Detergente | 2.00 | \$ 1.65 |
| Cepillos para lavar baños | 2.00 | \$ 1.90 |
| Escoba | 2.00 | \$ 3.00 |
| Trapeador | 3.00 | \$ 5.00 |
| Tachos de Basura | 6.00 | \$ 9.93 |
| Esponja | 2.00 | \$ 0.25 |
| Total Suministro de Limpieza | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.8. Otros gastos administrativos

Para tener una mejor distribución de gastos del centro recreacional, separa los costos de los servicios básicos en los que son para el servicio a los clientes, y los rubros del área administrativa detallando en el siguiente cuadro lo proyectado para el primer año.

CUADRO N° 35 Otros gastos administrativos

| Gastos | Cantidad | Precio Unitario | Total Mensual | Total Anual |
|-------------------------------------|----------|-----------------|------------------|--------------------|
| Teléfono (minutos) | 3.00 | \$ 15.00 | \$ 45.00 | \$ 540.00 |
| Agua | 200.00 | \$ 0.54 | \$ 108.00 | \$ 1,296.00 |
| Luz | 150.00 | \$ 0.57 | \$ 85.50 | \$ 1,026.00 |
| Extintor | 1.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 |
| Internet | 1.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 240.00 |
| Total Gastos Administrativos | | | \$ 308.50 | \$ 3,152.00 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.6.9. Otros gastos

Aquellos gastos en los cuales se incurren para dar mayor facilidad al cliente, estos rubros son los siguientes:

CUADRO N° 36 Otros gastos

| Gastos | Cantidad | Precio Unitario | Costo Total Mensual | Costo total Anual |
|---------------------------|----------|-----------------|---------------------|-------------------|
| Arcos | 4 | \$16.00 | \$64.00 | \$64.00 |
| Aros | 2 | \$14.00 | \$28.00 | \$28.00 |
| Raquetas | 4 | \$15.00 | \$60.00 | \$60.00 |
| Balones de Básquetbol | 4 | \$35.00 | \$140.00 | \$420.00 |
| Balones de Fútbol | 4 | \$35.00 | \$140.00 | \$420.00 |
| Mallas para los arcos | 8 | \$13.00 | \$104.00 | \$104.00 |
| Total otros Gastos | | \$128.00 | \$536.00 | \$1,096.00 |

Fuente: Varias Proformas

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.7. Depreciación activos fijos

La siguiente tabla muestra la respectiva depreciación de los activos del centro recreacional Maravillas de la Naturaleza:

CUADRO N° 37 Depreciación de activos fijos

| Activo | Cantid | Precio Unitario | Costo Total | Vida Util | Valor depreciado x unidad | Valor de depreciacion total anual |
|------------------------------|--------|-----------------|-------------|-----------|---------------------------|-----------------------------------|
| Escritorios | 3 | 350 | 1050 | 5 | \$ 70,00 | 210 |
| Sillas de Espera | 6 | \$ 45,00 | \$ 270,00 | 5 | \$ 9,00 | \$ 54,00 |
| Archivadores | 2 | \$ 160,00 | \$ 320,00 | 5 | \$ 32,00 | \$ 64,00 |
| Bombas | 2 | 420 | \$ 840,00 | 5 | \$ 84,00 | \$ 168,00 |
| Equipos salvavidas | 2 | 250 | \$ 500,00 | 5 | \$ 50,00 | \$ 100,00 |
| Toallas | 12 | 3 | \$ 30,00 | 5 | \$ 40,00 | \$ 40,00 |
| Equipos salvavidas | 2 | 250 | \$ 500,00 | 5 | \$ - | \$ - |
| Armarios | 4 | 110 | \$ 440,00 | 5 | \$ - | \$ - |
| Perezosa para piscina | 4 | 15 | \$ 60,00 | 5 | \$ 80,00 | \$ 320,00 |
| Mesa de Ping Pong | 1 | 200 | \$ 200,00 | 5 | \$ - | \$ - |
| Resbaladera | 2 | 25 | \$ 50,00 | 5 | \$ 5,00 | \$ 10,00 |
| Podadora eléctrica | 1,00 | 400,00 | \$ 400,00 | 5 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| Casilleros | 5,00 | 110,00 | \$ 550,00 | 5 | \$ 22,00 | \$ 110,00 |
| Mesas | | | | | | |
| Sillas | 320,00 | 8,00 | \$ 2.560,00 | 5 | \$ 1,60 | \$ 512,00 |
| Aires Acondicionados | 2,00 | 400,00 | \$ 800,00 | 3 | \$ 133,33 | \$ 266,67 |
| Manteles | 160,00 | 8,86 | \$ 1.417,60 | 5 | \$ 1,77 | \$ 283,52 |
| Proyector | 1,00 | 540,00 | \$ 540,00 | 3 | \$ 180,00 | \$ 180,00 |
| Computadoras | 2,00 | 302,40 | 604,80 | 5 | \$ 60,48 | \$ 120,96 |
| UPS 600 | 2,00 | 35,28 | 70,56 | 5 | \$ 7,06 | \$ 14,11 |
| Obra Fisica | | | 332152,29 | 20 | | 16607,61 |
| Total depreciacion | | | | | | 20007,37 |
| Compra de Activo al 3 er año | | | \$ 152,32 | | | |

Fuente: S.R.I

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

La depreciación de activos es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y la función que realizan para generar ingresos, además que sirven como Escudo fiscal para la declaración de impuestos.

Para el presente proyecto de creación del centro recreacional “Maravillas de la naturaleza” se utilizó el método de line recta, reconocido en el SRI como el método autorizado para la respectiva declaración de los impuestos, obtenido en la

Ley de Régimen Tributario Interno; con el porcentaje (%) y años correspondientes para cada uno de los activos.

4.5.8. Estado de resultado integral

Este reporte refleja el movimiento del centro recreacional “Maravillas de la Naturaleza”, con todos sus ingresos – costos -gastos, llegando a determinar la Utilidad antes de participación e impuestos y la Utilidad líquida (Utilidad Neta), proyectado para un periodo de 15 años, tiempo para el que fue hecho el estudio del proyecto.

El Estado de Resultado Integral de la empresa es el siguiente:

CUADRO N° 38 Estado de resultado integral

| DETALLE | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ingresos por servicio | 292.404,95 | 340.171,78 | 393.592,98 | 439.725,37 | 493.629,84 |
| Gastos Administrativos | -125.243,79 | -132.197,01 | -139.497,88 | -147.163,80 | -155.213,02 |
| Otros Gastos | | | | | |
| Administrativos | -3.152,00 | -3.309,60 | -3.475,08 | -3.648,83 | -3.831,28 |
| Útiles de Oficina | -377,36 | -396,23 | -416,04 | -436,84 | -458,68 |
| Gasto de Publicidad | -46.480,80 | -48.804,84 | -51.245,08 | -53.807,34 | -56.497,70 |
| Gastos de Constitución | -8.469,16 | | | | |
| Depreciación Anual | -20.007,37 | -20.007,37 | -20.007,37 | -20.007,37 | -20.007,37 |
| Gasto de Mantenimiento | -31.650,00 | -33.232,50 | -34.894,13 | -36.638,83 | -38.470,77 |
| Suministro de Limpieza | -229,08 | -240,53 | -252,56 | -265,19 | -278,45 |
| Otros Gastos | -1.096,00 | -1.150,80 | -1.208,34 | -1.268,76 | -1.332,19 |
| Gastos de Intereses | 30.555,50 | 29.858,56 | 29.064,05 | 28.158,31 | 27.125,76 |
| Gastos en Servicios | | | | | |
| Básicos | -40.684,80 | -42.719,04 | -44.854,99 | -47.097,74 | -49.452,63 |
| UAI | 45.570,08 | 87.972,42 | 126.805,56 | 157.548,98 | 195.213,51 |
| 15% Participación | -6.835,51 | -13.195,86 | -19.020,83 | -23.632,35 | -29.282,03 |
| Utilidad Antes impuestos | 38.734,57 | 74.776,56 | 107.784,73 | 133.916,63 | 165.931,48 |
| Impuesto a la renta 22% | -8.521,61 | -16.450,84 | -23.712,64 | -29.461,66 | -36.504,93 |
| Utilidad Neta | 30.212,97 | 58.325,72 | 84.072,09 | 104.454,97 | 129.426,56 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.9. Flujo de caja

“La proyección del Flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella.”

- Existen diferentes fines en la construcción de este flujo:
- Uno para medir la rentabilidad del proyecto
- Otro para medir la rentabilidad de los recursos propios y un tercero para medir la capacidad de pago frente a los préstamos que ayudaron su financiación.

En este proyecto se analizarán dos de estos flujos que son:

Flujo de caja del inversionista

Este flujo asume que la inversión que requiere el proyecto proviene de fuentes de financiamiento internas (propias), es decir, que los recursos totales que necesita el proyecto provienen de la entidad ejecutora o del inversionista.

CUADRO N° 39 Resumen flujo de efectivo del inversionista

| | | 2013 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------|------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| FNE TOTAL | | -363755.9858 | 29962.04103 | 58536.86245 | 84657.67258 | 105793.3846 | 131449.5476 |
| TMAR=ke | 14% | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 |
| TIR | 30.25% | 163330.857 | 186550.8693 | 215968.9605 | 253528.4757 | 278980.5202 | 278980.5202 |
| VAN | 660,086.34 | | | | | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Flujo de caja del proyecto

Supone que los recursos que utiliza el proyecto son, en parte propios y en parte de terceras personas (naturales y/o jurídicas), es decir, que el proyecto utiliza

recursos externos para su financiamiento. Por lo que este flujo Permite medir la rentabilidad que se le devolverá tanto a los accionistas y al financiamiento externo. El flujo completo de efectivo:

CUADRO N° 40 Resumen flujo de efectivo proyecto

| | | 2013 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| FNE TOTAL | | -145502.3943 | 11775.72855 | 44415.71229 | 71857.79394 | 94499.75549 | 298812.7463 |
| TMAR | 12% | | | | | | |
| TIR | 53.19% | 155864.1943 | 181011.1415 | 213125.5482 | 253737.5382 | 282343.4392 | 282343.4392 |
| VAN | 1,030,157.57 | | | | | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

4.5.10. Valor actual neto (van)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” “El criterio del VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”

De acuerdo a los resultados obtenidos en los flujos de caja el VAN es positivo, dando como resultado en el Flujo de Caja del Proyecto un VAN de \$1030157.57, en el Flujo de Caja del Inversionista se obtuvo un VAN de \$660086.34 cada Van de los flujos antes citados han demostrado ser mayores a cero, por lo tanto se puede decir que el proyecto es rentable.

4.5.11. Tasa interna de retorno (tir)

Esta tasa evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Es decir que representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

La TIR del Flujo de Caja del centro recreacional “Maravillas de la Naturaleza” es de 53.19% y la del Flujo de Caja del Inversionista es de 30.25, %, ambas tasas son superiores a la tasa de descuento, por lo que se interpreta que es rentable.

4.5.12. Periodo de recuperación (payback)

Es el periodo de tiempo o número de años que necesita una inversión para que el valor actualizado de los flujos netos de Caja, igualen al capital invertido en el presente proyecto. Supone un cierto perfeccionamiento respecto al método estático, pero se sigue considerando un método incompleto. No obstante, es innegable que aporta una cierta información adicional o complementaria para valorar el riesgo de las inversiones cuando es especialmente difícil predecir la tasa de depreciación de la inversión, cosa por otra parte, bastante frecuente.

Este método proporciona el plazo en el que se recuperará la inversión inicial a través de los flujos de caja netos e ingresos menos gastos, obtenidos con el proyecto.

Período de recuperación flujo del inversionista

CUADRO N° 41 Período de recuperación flujo del inversionista

| Años | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| FNE TOTAL | \$ (363,755.99) | \$ 29,962.04 | \$ 58,536.86 | \$ 84,657.67 | \$ 105,793.38 | \$ 131,449.55 | \$ 163,330.86 | \$ 186,550.87 | \$ 215,968.96 | \$ 253,528.48 | \$ 278,980.52 | \$ 312,551.60 | \$ 356,451.91 | \$ 384,285.44 | \$ 422,430.68 | \$ 473,395.90 |
| Nominal | \$ (363,755.99) | \$ (333,793.94) | \$ (275,257.08) | \$ (190,599.41) | \$ (84,806.03) | \$ 46,643.52 | \$ 209,974.38 | \$ 396,525.25 | \$ 612,494.21 | \$ 866,022.69 | \$ 1,145,003.21 | \$ 1,457,554.81 | \$ 1,814,006.72 | \$ 2,198,292.16 | \$ 2,620,722.84 | \$ 3,094,118.73 |
| Descontado | \$ (363,755.99) | \$ 26,388.84 | \$ 45,407.46 | \$ 57,837.96 | \$ 63,658.15 | \$ 69,663.21 | \$ 76,236.25 | \$ 76,690.12 | \$ 78,195.61 | \$ 80,847.51 | \$ 78,354.27 | \$ 77,314.22 | \$ 77,658.23 | \$ 73,737.66 | \$ 71,390.39 | \$ 70,462.44 |
| FLUJO ACUMULADO | \$ (363,755.99) | \$ (337,367.15) | \$ (291,959.69) | \$ (234,121.73) | \$ (170,463.58) | \$ (100,800.37) | \$ (24,564.12) | \$ 52,126.00 | \$ 130,321.61 | \$ 211,169.12 | \$ 289,523.39 | \$ 366,837.62 | \$ 444,495.85 | \$ 518,233.51 | \$ 589,623.90 | \$ 660,086.34 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

Se concluye que para este flujo se podrá recuperar la inversión se podrá recuperar en 7 años.

Periodo de recuperación flujo del proyecto

CUADRO N° 42 Período de recuperación flujo del proyecto

| Años | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| FNE TOTAL | \$ (145,502.39) | \$ 11,775.73 | \$ 44,415.71 | \$ 71,857.79 | \$ 94,499.76 | \$ 298,812.75 | \$ 155,864.19 | \$ 181,011.14 | \$ 213,125.55 | \$ 253,737.54 | \$ 282,343.44 | \$ 319,531.24 | \$ 368,032.90 | \$ 400,612.35 | \$ 444,341.59 | \$ 501,672.57 |
| Nominal | \$ (145,502.39) | \$ (133,726.67) | \$ (89,310.95) | \$ (17,453.16) | \$ 77,046.60 | \$ 375,859.34 | \$ 531,723.54 | \$ 712,734.68 | \$ 925,860.23 | \$ 1,179,597.76 | \$ 1,461,941.20 | \$ 1,781,472.45 | \$ 2,149,505.35 | \$ 2,550,117.70 | \$ 2,994,459.29 | \$ 3,496,131.86 |
| Descontado | \$ (145,502.39) | \$ 10,473.24 | \$ 35,133.64 | \$ 50,553.78 | \$ 59,129.44 | \$ 166,289.73 | \$ 77,144.67 | \$ 79,681.62 | \$ 83,441.40 | \$ 88,353.56 | \$ 87,440.03 | \$ 88,011.46 | \$ 90,158.31 | \$ 87,284.42 | \$ 86,103.86 | \$ 86,460.80 |
| FLUJO ACUMULADO | \$ (145,502.39) | \$ (135,029.15) | \$ (99,895.51) | \$ (49,341.73) | \$ 9,787.70 | \$ 176,077.43 | \$ 253,222.10 | \$ 332,903.72 | \$ 416,345.12 | \$ 504,698.69 | \$ 592,138.72 | \$ 680,150.18 | \$ 770,308.49 | \$ 857,592.91 | \$ 943,696.77 | \$ 1,030,157.57 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala.

Se concluye que para este flujo se podrá recuperar la inversión se podrá recuperar en 4 años.

4.5.13. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como “PUNTO MUERTO” porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existe utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el

punto de equilibrio obtendremos utilidades.

4.6. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

Se utilizó la Matriz de Lázaro Lagos la cual es una “Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos” en las que se explica la evaluación matricial de impactos y “Línea Base Ambiental para Proyectos de Obra o Actividad” que da detalles generales de proceso.

Identificación de acciones que pueden causar impacto

Fase de instalación

Montaje de la Obra:

Esta acción se refiere a la fase de construcción de planta turística. Habiendo varios impactos, lo que es importante analizar con detalles los pasos de este proyecto.

Movimiento de tierra

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, deforestación, entre otras. Los cuales son acciones inevitables, pero necesarias, ya que en un futuro se tendrá un centro recreacional libre de maleza y lleno de naturaleza.

Fase de Operación

Debido a que la operación requiere de actividad humana habrá impactos en el momento de realizar las actividades, en todos los servicios en el momento de la construcción y cuando ya sea visita al centro recreacional se tendrá muchos impactos sociales ya ambientales.

CUADRO N° 43 Plan de acción

| CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y TURÍSTICO EN LA COMUNA RIO VERDE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013". | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <p>Problema principal: De qué manera contribuye los Programa Recreativo para el desarrollo de las actividades sociales y turísticas de los pobladores de la comuna Rio Verde de la provincia de Santa Elena en el año 2013.</p> | | | | |
| <p>Fin del proyecto: 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 y contribuir con el cuidado del medio ambiente, alcanzando un superior reconocimiento cumpliendo con las expectativas de sus usuarios.</p> | | | <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encuesta a posibles beneficiarios | |
| <p>Propósito del proyecto: Crear el Centro recreacional para el desarrollo social y turístico de la comuna Río Verde en la provincia de Santa Elena</p> | | | <ul style="list-style-type: none"> Número de beneficiarios y brindar fuentes de empleo en la creación del centro recreacional. | |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | INDICADORES | ESTRATEGIAS | COORDINADOR DEL OBJETIVO | ACTIVIDADES |
| Ofrecer variedad en sus servicios creando fidelidad de los usuarios. | Encuesta a población de la provincia de Santa Elena. | Realizar una investigación profunda sobre los servicios que ofrecen los centros recreacionales de la provincia de Santa Elena | Encargado del centro recreacional | 1.1 Seleccionar los centros recreacional de mayor relevancia. 1.2. Determinar los centros recreacionales de mayor visitas 1.3. Seleccionar los centros recreativos. 1.4. Realizar actividad. |
| Brindar un ambiente agradable de confort y entretenimiento a la comunidad, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios. | Encuesta a población de la provincia de Santa Elena. | Planificar para poder determinar qué programas recreativos son factibles para el desarrollo de la sociedad y el atractivo turístico. | Encargado del centro recreacional | 2.1. Establecer las fuentes de información 2.2. Definir tecnología y recursos a ser utilizados 2.3. Definir el presupuesto 2.4. Ejecutar el estudio. |
| Desarrollar programas recreativos que ayude al mejoramiento de la comunidad. | Encuesta a población de la provincia de Santa Elena. | Utilizar de manera adecuada el programa recreativo para la atracción de su comunidad. Creatividad e innovación en los programas recreativos | Encargado del centro recreación | 3.1. Determinar la información que se requiere. 3.2. Ejecutar el estudio. |
| Determinar el grado de aceptación de la creación de un centro recreacional para los pobladores de la comuna Río Verde. | Encuesta a población de la provincia de Santa Elena. | Contribuir con la comunidad para la aceptación de creación del centro recreacional. | Encargado del centro recreacional. | 4.1. Elaborar el instrumento indicado para la investigación. 4.2. Obtener información clara y concisa sobre la creación del centro recreacional. |

Fuente: Plan de Acción.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

CONCLUSIONES

- El presente proyecto tienen como finalidad principal desarrollar la parte social y turística de la provincia de Santa Elena en especial de la zona Este, donde será ubicado el centro recreacional en la Comuna Río Verde, contando con un espacio para brindar actividades recreativas, con un servicio de primera calidad que favorezca la convivencia sana, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus pobladores y así beneficiándose de forma económica como lo requiere toda empresa.
- Para el desarrollo del proyecto se obtuvo información de la provincia de Santa Elena y en especial de la Comuna Río Verde, con un excelente estudio técnico, económico y financiero.
- Los diferentes servicios que se brindaran en el centro recreacional están enmarcadas hacer al aire libre, las cuales forman un importante acceso al mejoramiento de la salud física y mental del consumidor.
- El lugar donde será ubicado la zona recreativa es en la Comuna Río Verde parte principal de la carretera vía a Guayaquil, terrenos familiares empezando con utilización de 3 hectáreas debidamente separadas para cada juego o servicio.
- De acuerdo al estudio económico financiero realizado se determinó que el monto de 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.

RECOMENDACIONES

- Una vez que se haga la apertura del centro recreativo se recomienda apertura con promociones o hacer una publicidad llamativa para alcanzar la atracción del usuario y planificar las debidas acciones para satisfacer al cliente que visite la estancia.
- Crear servicios innovadores, contar con cursos de manualidades, cocinas, tejidos, belleza u otros diferentes cursos de aprendizaje que satisfagan a los usuarios en su tiempo libre y se puedan brindar en los días que el centro recreacional tienen menor acogida.
- Se recomienda ofrecer servicios innovadores con su respectivo guía para que aquel sea instructor de quienes no tengan conocimiento sobre algún deporte o servicio. Cumplir con un plan de manejo ambiental para no afectar a la naturaleza y de quienes la rodean.
- Contar con todos los requisitos que pide la ley de turismo y de compañías para no tener inconvenientes a futuro, contando con una empresa que está al día en el aspecto legal.
- Es un proyecto que demanda muchos gastos y tienen como 4 años de tiempo de recuperación, así como tienen beneficios también se hace una inversión muy fuerte por eso al principio se recomienda gestionar otros tipos de ingresos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos”. Mc Graw Hill. Quinta Edición. México 2008.

BERASTAIN, Luis. “Aprender a innovar en una PYME” Editorial Cidel, España. 2009.

BAEZ; ACUÑA A. “Guía para mejores prácticas de Ecoturismo en Áreas protegidas”. México. 159p.

CONTRERAS, C. “La Demanda Turística”. Segunda Edición. México. 2008.

CUARTAS, F., “Evaluación Económica y financiera de los Proyectos” Sexta Edición. Editorial Trillas México., 2008.

GUILLEN, G. “Tesis de Grado, Desarrollo Turístico”,. 2011.

HERNANDEZ, Edgar. “Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación”. Editorial Trillas. México 2008.

HITT, Michael. “Administración”. Editorial Pearson. Novena Edición. México., 2009.

LUNA, R., “Guía para estudios de Factibilidad de proyectos eco-turísticos, Guatemala. 2010.

MENESES, E. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 6ta ed. Quito-Ecuador, 2008.

ORELLANA, A., “Informe del Parque Recreacional y Bosque protector Jerusalén. 2008.

Organización Mundial del Turismo. Introducción al Turismo. 1ra Edición.

PADILLA, M., “Formulación y Evaluación de Proyectos. ECOE Ediciones, Bogotá, 2009.

PEÑAFIEL. “Manual sobre diseño y elaboración de proyectos” A&B Editores. Galápagos-Ecuador. 2008.

PÉREZ, SÁNCHEZ. A. “La importancia Social y su relación con la Recreación”. Edit. Diana S.A. México. (2009)

QUEZADA. “Procedimientos de la Investigación”. Editorial 5. 2010.

ROBBINS, Stephen. “Fundamentos de Administración”. Editorial Pearson. México., 2009.

RODRIGUEZ, F. Elaboración de Estudio Técnicos para Proyectos de Creación. Editorial MC GRAW-HILL. 2011

VALDIVIESO, L, “Texto Básico de Administración de Empresas”. Riobamba-Ecuador. 34-35p.2010

ZAPATA, Pedro. “Contabilidad General”. Sexta Edición. Editorial Mc Graw-Hill. Colombia 2008.

GLOSARIO

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

CAMPING: Es una actividad comúnmente al aire libre que implica pasar uno o más noches en una tienda, carpa o caravana, generalmente con el fin de alejarse de la civilización “y alejarse de la naturaleza.

ECOTURISMO: Es una forma sustentable de turismo basado en recursos naturales que se enfoca principalmente en experimentar y aprender sobre la naturaleza, y que se asemeja éticamente para ser de bajo impacto, no consumista y localmente orientado (la administración, los beneficios y la escala). Ocurre típicamente en áreas naturales, y debe contribuir a la conservación o preservación de tales.

ECOSISTEMA: Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúa como una unidad funcional.

HÁBITAT: Lugar donde se cría una planta o animal.

INFRAESTRUCTURA: Acervo físico y material que permite el desarrollo de la actividad económica social, el cual está representado por las obras relacionadas con las vías de comunicación y el desarrollo urbano y rural tales como: carreteras, caminos, puentes, sistemas de riego, suministro de agua potable, alcantarillado, viviendas, entre otros.

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

OMT; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO: En la actualidad es una de las Agencias especializadas de Naciones Unidas cuya actividades, como el programa “Turismo Sostenible - Eliminación de la Pobreza”, contribuyen a

reforzar la colaboración en el sistema de la ONU con el fin de promover un turismo que sea sostenible en lo social, en lo económico y en lo ecológico, y se encamine a reducir la pobreza y a llevar empleo a los habitantes de los países en desarrollo. Sus objetivos son plenamente coherentes con las conclusiones de la cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible y con los objetivos señalados en la Declaración del Milenio.

PERNOCTAR: Pasar la noche en determinado lugar, especialmente si es fuera del propio domicilio.

PRECIO: Es la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio.

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

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

TURISTA: Es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 4 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

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

VISITANTE: Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a 24 horas y no pernocta en el destino.

ABREVIATURAS

B.G. BALANCE GENERAL

C.F.N. CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

E.I.A. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

F.O.D.A. FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS.

I.N.E.C. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSO.

I.E.S.S. INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

I.V.A IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

O.M.T. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.

O.N.U. ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS.

P.E.A POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA

P.I.B. PRODUCTO INTERNO BRUTO

R.U.C. REGISTRO ÚNICO CONTRIBUYENTE

T.I.R. TASA INTERNA DE RETORNO

V.A.N. VALOR ACTUAL NETO.

4P. PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN, PRODUCTO.

ANEXOS

ANEXO 1. PLANOS DEL TERRENO



Fuente: Documentos Legales comuna Río Verde.
Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

ANEXO 2. ENCUESTA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Buenos Días, Soy Yanela Panchana Orrala, estudiante de la UPSE, me encuentro realizando una investigación con fines académicos que me ayudaran a desarrollar un estudio sobre la Creación de un Centro de Recreación para impulsar el desarrollo social y turístico de la Comuna Rio Verde y su Provincia por la cual me gustaría contar con su valiosa opinión:

-INSTRUCCIÓN: Marque con un (*) la opción que prefiera y justifique su respuesta si lo requiere.

1.- Género

Masculino Femenino

2.- Intervalo de Edad

18_22 23_27 28 a 32
33 a 37 38_42 42 en adelante

3.- Escriba su lugar de domicilio.

La Libertad Santa Elena Salinas

4.- Pregunta ¿Qué suele hacer en su tiempo libre?

Leer un libro Ir al Cine
Recreación al air libre Reunión con amigos
Salir de viajes otros (especifique)

5.- ¿Cuánto gasta generalmente cuando sale de paseo?

\$5_20 De \$21 a 35
\$36_50 De \$51 en adelante

6.- ¿Cuándo sale de paseo o viaje generalmente cuantas personas lo acompañan?

Personas

7.- Usualmente en su tiempo libre ¿Asiste a algún centro recreativo?

SI NO

8.- ¿Usted cuando tiene un grado de estrés en que piensa?

Leer un libro Salir de paseo
Asistir a Lugares Recreacionales otros (especifique)

9.- ¿Qué tiempo frecuenta un centro recreacional?

Fin de semanas Días Feriados
Fin de mes otros (Especifique)

10.- ¿Conoce usted Centros Recreativos dentro de la provincia?

SI NO ¿Cuáles?

ANEXO 3. ENCUESTA COMUNA

Buenos Días, Soy Yanela Panchana Orrala, estudiante de la UPSE, me encuentro realizando una investigación con fines académicos que me ayudaran a desarrollar un estudio sobre la Creación de un Centro de Recreación para impulsar el desarrollo social y turístico de la Comuna Rio Verde y su Provincia por la cual me gustaría contar con su valiosa opinión:

-INSTRUCCIÓN: Marque con un (*) la opción que prefiera y justifique su respuesta si lo requiere.

1.- Género

Masculino

Femenino

2.- Intervalo de Edad

18_22

23_27

28 a 32

33 a 37

38_42

42 en adelante

3.- Pregunta ¿Qué suele hacer en su tiempo libre?

Leer un libro

Ir al Cine

Recreación al air libre

Reunión con amigos

Salir de viajes

otros (especifique)

4.- ¿Cuándo sale de paseo o viaje generalmente cuantas personas lo acompañan?

Personas

5.- Usualmente en su tiempo libre ¿Asiste a algún centro recreativo?

SI

NO

6.- ¿Usted cuando tiene un grado de estrés en que piensa?

Leer un libro

Salir de paseo

Ir a Lugares Recreacionales

otros (especifique)

7.- ¿Conoce usted Centros Recreativos dentro de la provincia?

SI NO ¿Cuáles?

8.- Que tipo de servicios le gustaría que se ofrezca en el Centro recreación.

| | | | |
|-----------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| a. Sala de eventos. | <input type="checkbox"/> | b. Hospedaje | <input type="checkbox"/> |
| c. Piscina y Albercas | <input type="checkbox"/> | d. Cancha de Fútbol. | <input type="checkbox"/> |
| e. Billar | <input type="checkbox"/> | f. Ping Pon de mesa. | <input type="checkbox"/> |
| g. Tenis | <input type="checkbox"/> | h. Bolos | <input type="checkbox"/> |
| i. Caballos | <input type="checkbox"/> | j. Cancha de básquetbol | <input type="checkbox"/> |
| k. Cancha Voleibol. | <input type="checkbox"/> | l. Gimnasio. | <input type="checkbox"/> |
| m. estacionamientos | <input type="checkbox"/> | n. Otros (Especifique) | <input type="text"/> |

9.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca actividades deportivas para los jóvenes?

SI NO

10.- ¿Dentro del centro recreacional le gustaría que se ofrezca diferentes cursos como manualidades, repostería, carpintería, entre otros?

SI NO

14.- ¿Cuál sería el precio de estos cursos?

\$1_5 \$6 a 10 \$11_15 \$16 en adelante

11.- ¿Está de acuerdo con la construcción de un Centro Recreativo que brinden servicios sociales y turísticos?

SI NO

12.- ¿Le gustaría que el Centro Recreacional se encuentre ubicado en la Entrada de la Comuna Rio Verde de la Provincia de Santa Elena?

SI NO

13- Sugerencias y Recomendaciones.

.....
.....
.....Gracias por su colaboración.

ANEXO 4. PROYECCIÓN DE VENTAS DÍAS ORDINARIOS Y FINES DE SEMANA – ZONA DE PICNIC

| | | Años | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| Proyección de demanda Anual | | 18826 | 21276 | 23845 | 26536 | 29355 | 32306 | 35395 | 38626 | 42006 | 45540 | 49233 | 53093 | 57124 | 61333 | 65728 |
| % personas asisten de lunes a jueves | 5% | 941 | 1064 | 1192 | 1327 | 1468 | 1615 | 1770 | 1931 | 2100 | 2277 | 2462 | 2655 | 2856 | 3067 | 3286 |
| % personas que asisten de viernes a domingo | 95% | 17884 | 20212 | 22652 | 25209 | 27887 | 30691 | 33625 | 36695 | 39906 | 43263 | 46772 | 50438 | 54268 | 58267 | 62442 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

| | Precios | Incremento |
|-------------------------|---------|------------|
| Entrada días Ordinarios | \$ 1.50 | 1.71% |
| Entrada fines de semana | \$ 3.00 | 1.71% |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

ANEXO 5. PROYECCIÓN DE VENTAS ENTRADAS CANCHA DE FÚTBOL

| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Proyección de demanda canchas de fútbol anual | | 10967 | 12870 | 14869 | 16965 | 19164 | 21468 | 23883 | 26412 | 29060 | 31831 | 34730 | 37762 | 40932 | 44246 | 47708 |
| # de personas por equipo | 12 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Demanda Anual por grupo | | 914 | 1073 | 1239 | 1414 | 1597 | 1789 | 1990 | 2201 | 2422 | 2653 | 2894 | 3147 | 3411 | 3687 | 3976 |
| Demanda mensual por grupo | | 76 | 89 | 103 | 118 | 133 | 149 | 166 | 183 | 202 | 221 | 241 | 262 | 284 | 307 | 331 |
| Frecuencia promedio asistencia a Canchas(horas) | 96 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Precio promedio por entrada canchas | 15 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Incremento precio al 3er año | 1.71 % | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

| Ingresos Proyectados | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| \$109,665.85 | \$128,703.84 | \$151,229.27 | \$169,651.55 | \$191,636.70 | \$218,352.94 | \$238,828.22 | \$264,118.30 | \$295,565.35 | \$318,307.40 | \$347,299.24 | \$384,077.82 | \$409,321.75 | \$442,455.27 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

ANEXO 6. PROYECCIÓN DE VENTAS SALÓN DE EVENTOS.

| | |
|--------------------------------|-----------|
| Promedio Eventos Semanales | 1 |
| Semanas al año | 48 |
| Precio por evento | \$ 200.00 |
| Incremento del precio al 3 año | 1.71% |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala

ANEXO 7. GASTO DE PUBLICIDAD

| Medios | Precio Unitario | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total 2013 |
|-------------------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Volantes (por millar) | \$ 16.80 | \$16.80 | | \$ 16.80 | | \$ 16.80 | | \$ 16.80 | | \$ 16.80 | | \$ 16.80 | | \$100.80 |
| Trípticos (por millar) | \$ 25.00 | \$25.00 | \$25.00 | \$ 25.00 | \$25.00 | \$ 25.00 | \$25.00 | \$25.00 | \$ 25.00 | \$25.00 | \$25.00 | \$ 25.00 | \$25.00 | \$ 300.00 |
| Valla | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | \$14,400.00 |
| Cuña Radial | \$3,000.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$2,640.00 | \$31,680.00 |
| Total Gasto Publicidad | | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$3,881.80 | \$3,865.00 | \$46,480.80 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Yanela Panchana Orrala