



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: María José Montesdeoca Chaglla

DIRECTOR: Eco. Luis Cervantes

IBARRA, JULIO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la realización de un Estudio de Factibilidad para la creación de un Parque Acuático en el sector el Juncal, parroquia de Ambuquí, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, que permita promover el turismo de la parroquia a través de la creación de un establecimiento con diferentes atracciones acuáticas y actividades al aire libre fusionado con hermosos paisajes que brinde diversión segura a los visitantes. El diagnóstico situacional nos permitió determinar la situación actual del sector el Juncal en el cual se identificaron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno. En el estudio de mercado se identificó la oferta, demanda, competencia y precios determinando la existencia de una demanda potencial a satisfacer. Por otra parte en el estudio técnico se estableció la capacidad, tamaño, localización, inversiones y estructura aspectos relevantes para la ejecución del proyecto. El estudio financiero refleja los ingresos, egresos, costos y gastos con los cuales se estructuró los estados financieros y se estableció los indicadores financieros obteniendo resultados positivos. En la estructura organizativa se estableció los requerimientos de personal, aspectos jurídicos y legales para el desarrollo de las actividades que permita dirigir y cumplir la administración eficiente optimizando los recursos. Por último en el análisis de impactos en el ámbito económico, social, educativo y ambiental que generará el proyecto los cuales presentan una incidencia positiva y negativa por lo que se tomará acciones preventivas.

SUMMARY

This project feasibility for the creation of a water park in the Juncal community, parish Ambuquí aims to promote tourism within the sector and in turn the province, reactivating tourist attractions by creating a place of distraction and outdoor recreation merged with beautiful scenery. In the market study it took the existence of unmet demand as a starting point is to meet the needs of customers through marketing strategies that allow us to capture potential customers. Moreover, in the technical study it is set capacity, size, macro and micro location location aspects that are relevant to the project ejecución. The financial evaluation is considered income, expenses, costs and expenses necessary for the development of activities, profitability to be obtained is supported by the financial statements and turn in financial indicators such as average rate of return, net present value, internal rate of return, cost benefit and the recovery period. Organizational analysis also took into account staffing requirements, legal and legal development of activities that allows us to manage and enforce the efficient management aspects optimizing resources. The analysis of economic, social and environmental impacts generated by the project corresponds to a positive average so take preventive in order not to affect the environment and the surrounding community actions. Finally the respective conclusions and recommendations of this study are drawn.

CERTIFICACIÓN DEL TÍTULO DE GRADO
AUTORÍA

Yo, Montesdeoca Chaglla María José, con cédula de ciudadanía Nro. 100365513 - 9, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de mi autoría, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Considero que el presente trabajo cumple los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Firma

MARÍA JOSÉ MONTESDEOCA CHAGLLA

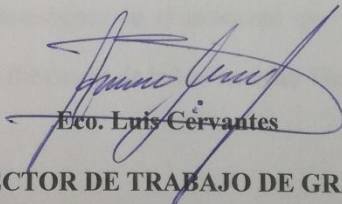
DIRECTOR DEL TÍTULO DE GRADO
C.C 100365513 - 9

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por María José Montesdeoca Chaglla, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Firma



Eco. Luis Cervantes

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **MARÍA JOSÉ MONTESDEOCA CHAGLLA** con cedula de identidad Nro. 100365513 – 9. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
María José Montesdeoca Chaglla
C.C 100365513 – 9



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento, dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100365513 - 9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MONTESDEOCA CHAGLLA MARÍA JOSÉ		
DIRECCIÓN:	JUAN HERNÁNDEZ Y AV. JAIME AGUILERA		
EMAIL:	mmary19@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 607-358	TELÉFONO MÓVIL:	0939322476

DATOS DE OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR:	MONTESDEOCA CHAGLLA MARÍA JOSÉ
FECHA:	5/12/2016
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO X POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

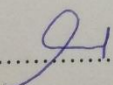
Yo, MARÍA JOSÉ MONTESDEOCA CHAGLLA, con cédula de identidad Nro. 100365513- 9, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o de trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, Diciembre del año 2016

LA AUTORA


.....
María José Montesdeoca Chaglla
C.I: 100365513 - 9

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a Dios quien me ha dado las fuerzas en momentos difíciles de igual manera a mis padres quienes fueron mi apoyo incondicional en cada momento de mi vida ellos son mi motor para lograr todas las metas que me propuesto me enseñaron a nunca darme por vencida y dar todo lo mejor de mí, por ellos le llegado a esta etapa de mi vida y les agradezco de todo corazón por todo el esfuerzo que han hecho para sacarme adelante.

María José Montesdeoca Chaglla

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me ha permitido culminar mi carrera profesional, a mis padres, a mi hermano quienes me apoyaron en cada momento de alegría y tristeza.

A la Universidad Técnica del Norte y sus docentes quienes me impartieron sus conocimientos, valores y ética me guiaron para formarme como profesional.

De manera especial le expreso mi agradecimiento al Econ. Luis Cervantes director de mi tesis por brindarme sus conocimientos y apoyo para la culminación del presente trabajo.

María José Montesdeoca Chaglla

PRESENTACIÓN

El presente trabajo denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR DEL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" está conformado por siete capítulos:

Capítulo I: El diagnóstico situacional comprende examinar el entorno referente a la ubicación geográfica a través del análisis de las diferentes variables para determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno, dando como resultado que la localización cumple con las condiciones necesarias para la implementación del proyecto.

Capítulo II: El marco teórico está fundamentado en bases teóricas y científicas lo que permite tener acceso a la información a los diferentes temas importantes y necesarios para el desarrollo del estudio con el objetivo que el trabajo de investigación sea sustentado debidamente.

Capítulo III: El estudio de mercado se determinó la demanda, oferta, competencia, precios y estrategias de comercialización con lo cual se pretende conocer los requerimientos y expectativas de los posibles potenciales clientes.

Capítulo IV: El estudio técnico comprende el tamaño, micro localización, macro localización, ingeniería del proyecto, la capacidad instalada y las inversiones fijas necesarias para el funcionamiento del proyecto eficazmente.

Capítulo V: El estudio financiero establece el monto de la inversión inicial, las fuentes de financiamiento, ingresos y gastos, con los cuales se estructuró los estados financieros actuales y proyectados, posteriormente el análisis de los indicadores económicos que permite conocer la rentabilidad del proyecto.

Capítulo VI: La estructura organizacional se basa en las necesidades de la organización con los respectivos niveles de responsabilidad y funciones para cada área de trabajo en el cual se especifican la misión, visión, valores y principios que contribuyan conjuntamente al logro de objetivos de la organización.

Capítulo VII: Finalmente se establecen los principales impactos en el ámbito económico, educativo, social y ambiental que genere la implementación del proyecto con la finalidad de implementar un plan de contingencias para reducir los impactos.

Por último se realizó las respectivas conclusiones y recomendaciones que se estableció después de desarrollar cada fase del presente estudio.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO;¡Error! Marcador no definido.	
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO;¡Error! Marcador no definido.	
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD;¡Error! Marcador no definido.	
CONSTANCIAS	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxix
INTRODUCCIÓN.....	xxx
JUSTIFICACIÓN.....	xxxi
OBJETIVOS.....	xxxii
METODOLOGÍA	xxxiii
CAPÍTULO I	34
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	34

1.1.	Antecedentes	34
1.2.	Objetivos diagnósticos	35
1.2.1.	Objetivo general.....	35
1.2.2.	Objetivos específicos	35
1.3.	Variables Diagnósticas	35
1.4.	Indicadores.....	36
1.4.1.	Antecedentes Históricos	36
1.4.2.	Geográficos	36
1.4.3.	Demográficos.....	36
1.4.4.	Aspectos Económicos	36
1.4.5.	Aspectos Sociales	36
1.4.6.	Aspectos Legales	37
1.4.7.	Infraestructura.....	37
1.4.8.	Aspectos Políticos.....	37
1.5.	Matriz de relación diagnóstica	38
1.6.	Antecedentes históricos	39
1.6.1.	Reseña Histórica	39
1.6.2.	Ubicación	39
1.6.3.	Clima.....	39
1.6.4.	Población	40
1.6.5.	Empleo	40
1.7.	Aspectos económicos.....	40
1.7.1.	Agricultura	40
1.7.2.	Turismo	40
1.7.3.	Población Económicamente Activa	41

1.7.4.	Gastronomía.....	42
1.8.	Aspectos sociales	43
1.8.1.	Educación.....	43
1.8.2.	Vivienda.....	43
1.8.3.	Tradiciones y Cultura.....	44
1.9.	Aspectos legales.....	44
1.9.1.	Ley de Turismo	44
1.9.2.	Permisos de funcionamiento	44
1.10.	Aspectos tecnológicos.....	45
1.10.1.	Sistemas de Comunicación	45
1.10.2.	Infraestructura Vial	45
1.11.	Aspectos políticos	45
1.11.1.	Licencia ambiental.....	45
1.11.2.	Límites políticos administrativos.....	46
1.12.	Matriz AOOD	48
1.13.	Identificación de la oportunidad de inversión.....	49
	CAPITULO II.....	50
2.	MARCO TEÓRICO	50
2.1.	Proyecto	50
2.1.1.	Definición	50
2.2.	Proyecto de Inversión	50
2.3.	Empresa	51
2.3.1.	Definición	51
2.4.	Turismo.....	51
2.4.1.	Definición	51

2.4.2.	Importancia del Turismo.....	51
2.4.3.	Objetivos.....	52
2.4.4.	Ventajas de la Actividad Turística.....	52
2.4.5.	El Turismo en el Ecuador	54
2.4.5.1.	Oferta turística en el Ecuador	54
2.4.5.2.	Demanda turística en el Ecuador	54
2.4.6.	Condiciones necesarias para el desarrollo del turismo	55
2.5.	Parques Acuáticos.....	56
2.5.1.	Definición	56
2.5.2.	Características y Atractivos principales de los parques acuáticos	56
2.5.3.	Recreación	58
2.6.	Estudio de mercado.....	58
2.6.1.	Definición	58
2.6.2.	Mercado Meta	58
2.6.3.	Segmentación de mercado	59
2.6.4.	Población	59
2.6.5.	Muestra	59
2.6.6.	Demanda	60
2.6.7.	Oferta	60
2.6.8.	Demanda insatisfecha	60
2.6.9.	Precio	61
2.6.10.	Comercialización	61
2.6.11.	Promoción.....	61
2.6.12.	Publicidad	62
2.6.13.	Plaza.....	62

2.6.14.	Posicionamiento.....	62
2.7.	Estudio técnico.....	63
2.7.1.	Definición	63
2.7.2.	Macro localización.....	63
2.7.3.	Micro localización	63
2.7.4.	Tamaño del proyecto	64
2.7.5.	Capacidad instalada	64
2.7.6.	Inversiones	64
2.7.7.	Flujograma de procesos	64
2.7.8.	Mano de obra	65
2.7.9.	Costos Indirectos de Fabricación.....	65
2.7.10.	Ingresos.....	65
2.7.11.	Egresos.....	66
2.7.12.	Capital de trabajo	66
2.7.13.	Depreciación	66
2.7.14.	Amortización	66
2.8.	Estudio financiero	67
2.8.1.	Definición	67
2.8.2.	Presupuesto de ingresos	67
2.8.3.	Presupuesto de gastos	67
2.8.4.	Costos.....	68
2.8.5.	Costo fijo.....	68
2.8.6.	Costos variables	68
2.8.7.	Gastos administrativos.....	68
2.8.8.	Gastos de ventas.....	69

2.8.9.	Gastos financieros.....	69
2.8.10.	Estado de situación financiera	69
2.8.11.	Estado de pérdidas y ganancias	70
2.8.12.	Estado de flujo de efectivo.....	70
2.8.13.	Tasa de redescuento	70
2.8.14.	Valor actual neto	71
2.8.15.	Tasa interna de retorno	72
2.8.16.	Relación costo beneficio	72
2.8.17.	Periodo de recuperación de inversión.....	72
2.8.18.	Punto de equilibrio.....	73
2.8.19.	Capital fijo	73
2.8.20.	Capital variable	74
2.9.	Propuesta administrativa.....	74
2.9.1.	Definición	74
2.9.2.	Misión	74
2.9.3.	Visión.....	74
2.9.4.	Principios	75
2.9.5.	Valores	75
2.9.6.	Políticas.....	75
2.9.7.	Estructura orgánica	76
CAPÍTULO III		77
3.	ESTUDIO DE MERCADO	77
3.1.	Introducción	77
3.2.	Objetivos.....	78
3.2.1.	Objetivo General.....	78

3.2.2.	Objetivos Específicos	78
3.2.3.	Variables	78
3.3.	Indicadores	78
3.3.1.	Demanda	78
3.3.2.	Oferta	79
3.3.3.	Precio	79
3.3.4.	Estrategias	79
3.4.	Matriz de variables de estudio de mercado.....	80
3.5.	Descripción del servicio.....	81
3.6.	Segmentación de mercado	82
3.6.1.	Población	82
3.6.2.	Mercado Meta	82
3.6.3.	Fórmula.....	83
3.6.4.	Cálculo de la muestra.....	83
3.7.	Evaluación y análisis de la información	83
3.8.	Identificación de la demanda	94
3.8.1.	Análisis de la demanda	94
3.8.2.	Proyección de la Demanda	95
3.9.	Identificación de la oferta	96
3.9.1.	Análisis de la Oferta	96
3.9.2.	Oferta Actual.....	96
3.9.3.	Proyección de la Oferta.....	97
3.10.	Demanda insatisfecha	97
3.11.	Análisis de precios	98
3.11.1.	Proyección de precios	99

3.12.	Estrategias de comercialización.....	99
3.12.1.	Estrategias del Servicio.....	99
3.12.2.	Estrategias de Precio.....	100
3.12.3.	Estrategias de Plaza.....	100
3.12.4.	Estrategia de Promoción.....	101
3.13.	Conclusiones del estudio de mercado.....	101
CAPÍTULO IV		103
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	103
4.1.	Introducción.....	103
4.2.	Objetivo del estudio técnico.....	103
4.2.1.	Objetivo General.....	103
4.2.2.	Objetivos Específicos.....	103
4.3.	Localización del proyecto.....	103
4.3.1.	Macro localización.....	104
4.3.1.1.	Variables de la macro localización del proyecto.....	104
4.3.1.2.	Indicadores.....	104
4.3.1.3.	Análisis de las variables.....	104
4.3.1.4.	Mapa de macro localización.....	105
4.3.2.	Micro localización.....	106
4.4.	Tamaño del proyecto.....	109
4.4.1.	Variables del tamaño del proyecto.....	109
4.4.2.	Análisis de las variables.....	110
4.5.	Ingeniería del proyecto.....	111
4.5.1.	Proceso productivo.....	111
4.5.1.1.	Flujograma de los principales procesos del servicio.....	111

4.1.	Distribución de la planta y diseño de las instalaciones.....	113
4.1.1.	Distribución de las Áreas	114
4.2.	Inversiones	115
4.2.1.	Terreno.....	116
4.2.2.	Edificio.....	116
4.2.3.	Maquinaria y Equipo	116
4.2.4.	Muebles y Enseres	117
4.2.5.	Equipos de Cómputo.....	117
4.2.6.	Menaje	118
4.3.	Activos corrientes	118
4.3.1.	Materia Prima Directa.....	118
4.3.2.	Mano de Obra Directa.....	120
4.3.3.	Costos indirectos de Fabricación	121
4.3.3.1.	Materia prima indirecta.....	121
4.3.3.2.	Servicios Básicos	121
4.3.3.3.	Depreciación Maquinaria.....	122
4.4.	Gastos administrativos	122
4.4.1.	Salarios.....	122
4.4.2.	Servicios Básicos	122
4.4.3.	Suministros de oficina	123
4.5.	Gastos de ventas.....	123
4.6.	Gastos financieros.....	124
4.7.	Gastos de constitución	124
4.8.	Capital de trabajo	125
4.9.	Financiamiento.....	125

CAPÍTULO V	126
5. ESTUDIO FINANCIERO	126
5.1. Introducción	126
5.2. Objetivos de la evaluación económica.....	126
5.2.1. Objetivo general.....	126
5.3. Presupuestos de ingresos	126
5.4. Presupuestos de costos y gastos.....	127
5.4.1. Costos de Producción.....	127
5.4.1.1. Materia Prima Directa.....	127
5.4.1.2. Mano de Obra Directa.....	129
5.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación.....	130
5.4.1.4. Resumen Costos de Producción.....	131
5.4.2. Gastos Administrativos.....	131
5.4.3. Gastos de Ventas.....	133
5.4.4. Gastos Depreciación	133
5.4.5. Gastos de Amortización.....	134
5.5. Estados financieros	134
5.5.1. Estado de situación inicial	135
5.5.2. Estado de Resultados	135
5.5.3. Estado de Flujo de Efectivo	137
5.6. Evaluación financiera	138
5.6.1. Determinación Tasa de Rendimiento Medio	138
5.6.2. Determinación del Valor Actual Neto (VAN).....	138
5.6.3. Determinación de la Tasa Interna de Retorno.	139
5.6.4. Determinación Costo- Beneficio	140

5.6.5.	Periodo de Recuperación del Capital.....	141
5.6.6.	Punto de Equilibrio	142
CAPÍTULO VI		145
6.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	145
6.1.	Introducción	145
6.2.	Objetivos.....	145
6.2.1.	Objetivo General.....	145
6.3.	Determinación de la forma jurídica	145
6.4.	Aporte de capital	145
6.5.	Aspecto legal.....	146
6.6.	Razón social.....	147
6.7.	Logotipo y eslogan.....	147
6.8.	Diseño tarjetas y hojas volantes.....	148
6.9.	Aspecto estratégico	148
6.9.1.	Misión	148
6.9.2.	Visión.....	148
6.9.3.	Objetivos.....	149
6.9.4.	Valores	149
6.9.5.	Organigrama estructural	150
6.9.6.	Estructura funcional	150
6.9.6.1.	Funciones y descripción del puesto	151
6.10.	Procesos de control interno.....	156
CAPÍTULO VII.....		158
7.	ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	158
7.1.	Introducción	158

7.2.	Objetivos.....	158
7.2.1.	Objetivo general.....	158
7.3.	Valoración de impactos	158
7.4.	Análisis de impactos	159
7.4.1.	Impacto Económico	159
7.4.2.	Impacto Social	160
7.4.3.	Impacto Ambiental	161
7.4.4.	Impacto Educativo	162
	CONCLUSIONES.....	163
	RECOMENDACIONES.....	165
	BIBLIOGRAFÍA	166
	ANEXOS	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz diagnóstica.....	38
Tabla 2: Localización política del Juncal.....	39
Tabla 3: Población de la parroquia Ambuquí.....	40
Tabla 4: Oferta turística y personal ocupado	41
Tabla 5: PEA en el cantón Ibarra, Censo 2010	41
Tabla 6: Características y estado de las viviendas en las comunidades de la parroquia de Ambuquí.....	43
Tabla 7: Matriz AOR.....	48
Tabla 8: Matriz de variables estudio de mercado.....	80
Tabla 9: Creación del parque Acuático	84
Tabla 10: Frecuencia de visita.....	84
Tabla 11: Visitas.....	85
Tabla 12: Asistencia en compañía.....	87
Tabla 13: Cuanto estaría dispuesto a pagar	88
Tabla 14: Servicios complementarios	89
Tabla 15: Tipo de menú.....	90
Tabla 16: Factores que influyen	91
Tabla 17: Beneficios de asistir a un centro de recreación	92
Tabla 18: Medios publicitarios.....	93
Tabla 19: Cálculo de la demanda	95
Tabla 20: Demanda actual.....	95
Tabla 21: Proyección de la demanda.....	96
Tabla 22: Oferta actual.....	96
Tabla 23: Proyección de la oferta.....	97

Tabla 24: Demanda insatisfecha	98
Tabla 25: Precios de la competencia	98
Tabla 26: Proyección de precios	99
Tabla 27: Matriz de micro localización.....	106
Tabla 28: Terreno	116
Tabla 29: Edificio.....	116
Tabla 30: Maquinaria y Equipo.....	116
Tabla 31: Muebles y Enseres	117
Tabla 32: Equipos de Cómputo.....	117
Tabla 33: Menaje.....	118
Tabla 34: Materia Prima Directa	118
Tabla 35: Mano de Obra Directa.....	120
Tabla 36: Materia Prima Indirecta	121
Tabla 37: Materiales indirectos	121
Tabla 38: Servicios Básicos	121
Tabla 39: Depreciación Maquinaria.....	122
Tabla 40: Gastos Salarios Administrativos	122
Tabla 41: Servicios Básicos	122
Tabla 42: Suministros de Oficina.....	123
Tabla 43: Gastos de Ventas	123
Tabla 44: Gastos de Ventas.....	123
Tabla 45: Tabla de Amortización.....	124
Tabla 46: Gastos de Constitución.....	124
Tabla 47: Capital de Trabajo	125
Tabla 48: Resumen de Inversiones.....	125

Tabla 49: Financiamiento.....	125
Tabla 50: Ingresos Proyectados.....	127
Tabla 51: Proyección de Materia Prima Directa	127
Tabla 52: Proyección de Materia Prima Directa	129
Tabla 53: Proyección de Mano de obra Directa.....	129
Tabla 54: Proyección de Costos de Mano de obra Directa	129
Tabla 55: Proyección de Materia Prima Indirecta.....	130
Tabla 56: Proyección materiales indirectos	130
Tabla 57: Proyección de Servicios Básicos.....	130
Tabla 58: Resumen de costos indirectos de fabricación	130
Tabla 59: Proyección de mantenimiento	131
Tabla 60: Proyección de reposición de menaje.....	131
Tabla 61: Resumen de costos de producción	131
Tabla 62: Sueldos básicos	131
Tabla 63: Proyección de salarios administrativos	132
Tabla 64: Proyección de suministros de oficina.....	132
Tabla 65: Proyección de servicios básicos	132
Tabla 66: Amortización.....	132
Tabla 67: Resumen de gastos administrativos	132
Tabla 68: Consolidación de gastos de ventas.....	133
Tabla 69: Depreciación	133
Tabla 70: Depreciación de activos fijos	133
Tabla 71: Tabla de amortización.....	134
Tabla 72: Estado de situación inicial.....	135
Tabla 73: Estado de resultados.....	136

Tabla 74: Estado de flujo de efectivo	137
Tabla 75: Tasa de rendimiento medio	138
Tabla 76: Determinación del VAN	139
Tabla 77: Determinación del TIR.....	140
Tabla 78: Relación Costo - Beneficio	140
Tabla 79: Periodo de recuperación de la inversión	141
Tabla 80: Tiempo de recuperación.....	141
Tabla 81: Determinación de costos fijos y costos variables.....	142
Tabla 82: Punto de equilibrio	143
Tabla 83: Matriz de evaluación nivel de impacto	158
Tabla 84: Impacto económico	159
Tabla 85: Impacto social	160
Tabla 86: Impacto ambiental.....	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Potenciales clientes	84
Gráfico N° 2: Frecuencia de visita	85
Gráfico N° 3: Visitas	86
Gráfico N° 4: Compañía	87
Gráfico N° 5: Ingresos	88
Gráfico N° 6: Servicios complementarios	89
Gráfico N° 7: Tipo de menú	90
Gráfico N° 8: Factores que influyen	91
Gráfico N° 9: Beneficios de asistir a un centro de recreación	92
Gráfico N° 10: Medios publicitarios	93
Gráfico N° 11: Logotipo y eslogan	147
Gráfico N° 12: Diseño de hojas volantes	148

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1: División política	46
Ilustración N° 2: Mapa de la parroquia Ambuquí	105
Ilustración N° 3: Mapa de la comunidad el juncal	108
Ilustración N° 4: Plano de la distribución de la planta	113
Ilustración N° 5: Área administrativa	114
Ilustración N° 6: Boletería	114
Ilustración N° 7: Restaurant	115
Ilustración N° 8: Organigrama estructural	150

INTRODUCCIÓN

La provincia de Imbabura posee una población de 398. 244 habitantes, conocida como la provincia de los lagos posee una gran variedad de paisajes, un clima ideal para tener un acercamiento con la naturaleza, la cultura y la calidez de sus habitantes componen un atractivo para el turismo.

La parroquia de Ambuquí se encuentra situada al norte del territorio ecuatoriano en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura. La población es de 5.477 habitantes conformadas por las comunidades aleñadas a la parroquia, su diversidad de cultivos existentes son el frejol, tuna, eucalipto, yuca, aguacate, caña de azúcar, pimiento, tomate riñón entre otros y en lo referente a la fauna habitan colibrí, lagartijas, mirlo etc.

El Juncal se encuentra ubicado a 49 km, al noroeste de Ibarra está poblado en su mayoría de afro ecuatorianos dedicados principalmente a la agricultura especialmente de ovos. La principal manifestación cultural es la música y el baile. Su clima es favorecido ya que es tropical seco convirtiéndose sin duda en un ambiente propicio para disfrutar de varias actividades al aire libre al mismo tiempo para observar los paisajes naturales rodeado de montañas siendo una alternativa turística

La infraestructura hotelera es extensa por lo que los turistas pueden satisfacer sus necesidades de alojamiento disfrutar la diversidad de paisajes y lugares turísticos con los que cuenta la ciudad siendo un elemento esencial para el turismo se desarrolle.

El principal objetivo del estudio es incentivar el turismo del sector el Juncal con el cual se pretende ofrecer una innovadora alternativa de diversión acompañado de paisajes naturales que permita al turista disfrutar la gastronomía, cultura y tradiciones del sector.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación nace de aprovechar el potencial turístico de la provincia de Imbabura que posee una gran variedad de lugares turísticos. En el sector el Juncal cuenta con uno de estos atractivos turísticos por lo cual, la implementación de un parque acuático permitirá promover el turismo tanto a nivel local promoviendo una atracción turística diferente mediante los paisajes naturales que posee el sector complementado con áreas de distracción y entretenimiento para la recreación familiar.

La parroquia Ambuquí cuenta con hosterías que ofrecen alojamiento, piscinas y demás pero ningún establecimiento con similares características al parque acuático permitirá a los visitantes disfrutar de un lugar recreativo al aire libre rodeado de montañas y privilegiado de la naturaleza, ofreciendo un espacio de esparcimiento y recreación fusionado con los hermosos paisajes de esa manera desarrollando el potencial turístico del Juncal.

Los turistas nacionales como extranjeros tendrán la oportunidad de conocer los paisajes naturales, cultura, costumbres y gastronomía existentes en el Juncal siendo un destino atractivo que permita tener experiencias inolvidables.

Los principales beneficiarios directos serán las familias del sector con fuentes de empleo, activación de la economía que permita elevar los ingresos, mejorar la calidad de vida y brindando apoyo al desarrollo local.

Se pretende potenciar los paisajes naturales en un clima cálido que se puede visitar en cualquier momento del año, junto a un lugar de entretenimiento para todas las personas que deseen salir de la rutina teniendo momentos sanos de dispersión y diversión que promueva significativamente el turismo local a través de reactivar los atractivos turísticos del sector

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un parque acuático en el sector del Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el diagnóstico situacional con la finalidad de identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno.
- Determinar la base teórica con la finalidad de respaldar los temas a investigar a través de una investigación bibliográfica que sustente el estudio del proyecto.
- Efectuar el estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precio, comercialización y estrategias con el fin de identificar los potenciales clientes.
- Determinar la macro localización y micro localización, tamaño del proyecto y las inversiones que requiere el presente estudio factores técnicos muy relevantes.
- Realizar el estudio financiero para determinar la inversión necesaria y la factibilidad del proyecto.
- Proponer una estructura administrativa y organizacional que permita una administración adecuada y eficiente para que su operatividad sea eficaz.
- Analizar los principales impactos que generará la creación de un Parque Acuático en el ámbito económico, social, educativo y ambiental con el fin de reducirlos o mitigarlos.

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

El presente proyecto se empleó el método cualitativo de investigación siendo utilizado como estrategia para conocer procesos y estructuras a través de la información bibliográfica y a su vez datos cuantitativos para recolar información, aspectos numéricos. Obteniendo resultados que sustentan los temas del mismo.

Métodos.

Método Inductivo

En el desarrollo del proyecto se utilizó este método para verificar la existencia de la necesidad del servicio, realizar el nombre del proyecto, planteamiento del problema y el objetivo general por último determinar las conclusiones y recomendaciones.

Método Deductivo

Este método se aplicó para la comprensión y demostración de cada uno de los capítulos del presente proyecto facilitando la interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuestas y entrevistas.

Método Analítico

Se utilizó este método para el desarrollo de los antecedentes, objetivos y la justificación también en la redacción de los impactos.

La Encuesta

La encuesta se empleó para el desarrollo del estudio de mercado con el fin de conocer acerca de la población de estudio, las perspectivas del cliente y la determinación del precio.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La provincia de Imbabura posee una población de 398. 244 habitantes, es conocida como la provincia de los lagos posee una gran variedad de paisajes, diversidad de culturas, calidez de su gente y un clima ideal para tener un acercamiento con la naturaleza estos elementos componen un atractivo para el turismo. La provincia tiene diversos cantones dedicados a las artesanías siendo muy apreciadas las esculturas en madera, trabajos en cuero, bordados, etc. La comercialización de sus artesanías se la realiza a diferentes países del mundo promoviendo el crecimiento de la provincia, dando a conocer la cultura existente a su vez incentivando a los turistas a conocer el lugar de origen de las artesanías.

Ibarra capital de la provincia de Imbabura también conocida como la ciudad a la que siempre se vuelve se caracteriza por sus casas de color blanco, techos de teja estilo colonial, diversidad de culturas y etnias que la enriquecen, también gozando de un clima privilegiado, podemos resaltar lo más significativo de su gastronomía es: helados de paila, arrope de mora, nogadas y las empanadas de morocho siendo su gastronomía apreciada.

La infraestructura hotelera es extensa por lo que los turistas pueden satisfacer sus necesidades de alojamiento disfrutar la diversidad de paisajes y lugares turísticos con los que cuenta la ciudad siendo un elemento esencial para el turismo se desarrolle.

El Juncal se encuentra ubicado a 49 km, al norte de la provincia de Imbabura, está poblado en su mayoría de afro ecuatorianos dedicados principalmente a la agricultura. La principal manifestación cultural es la música y el baile reconocidos por la Bomba del Valle siendo parte de la cultura negra por lo que sus habitantes llevan la música y el baile en la sangre, la

bomba del chota es acompañado de diversos instrumentos sus letras son inspiradas por los habitantes relatando sus experiencias personales. Su clima es favorecido ya que es tropical seco convirtiéndose sin duda en un ambiente propicio para disfrutar de varias actividades al aire libre lo que nos permite observar los paisajes naturales existentes siendo una gran alternativa turística.

1.2. Objetivos diagnósticos

1.2.1. Objetivo general

Realizar el diagnóstico situacional con la finalidad de identificar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos.
- Identificar las actividades económicas de la comunidad donde se ejecutará el proyecto.
- Analizar los aspectos sociales con la finalidad de establecer el nivel educativo y la calidad de vida de la comunidad.
- Conocer la base política relevante como la licencia ambiental y la reforma laboral.
- Determinar los aspectos tecnológicos del área que se pretende ejecutar el proyecto.
- Examinar la base legal con la finalidad de conocer las leyes a cuales se regirá el proyecto.

1.3. Variables Diagnósticas

- Antecedentes Históricos, Geográficos y Demográficos
- Aspectos Económicos

- Aspectos Sociales
- Aspectos Legales
- Aspectos Tecnológicos
- Aspectos Políticos

1.4. Indicadores

1.4.1. Antecedentes Históricos

- Reseña histórica

1.4.2. Geográficos

- Ubicación
- Límites
- Clima

1.4.3. Demográficos

- Población
- Población Económicamente Activa
- Empleo

1.4.4. Aspectos Económicos

- Agricultura
- Turismo
- Gastronomía

1.4.5. Aspectos Sociales

- Educación

- Vivienda
- Salud
- Tradiciones y cultura

1.4.6. Aspectos Legales

- Licencia Ambiental
- Permisos de Funcionamiento

1.4.7. Infraestructura

- Sistemas de Comunicación
- Infraestructura Vial

1.4.8. Aspectos Políticos

- Ley de Turismo
- Límites políticos administrativos

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1: Matriz diagnóstica

Objetivos	Variable	Indicadores	Fuente
Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos de la comunidad el Juncal.	Históricos Geográficos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Reseña histórica • Ubicación • Clima • Límites • Población • Empleo 	INEC
Identificar las principales actividades económicas de los pobladores.	Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura • Turismo • Población Económicamente Activa • Gastronomía 	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Analizar los aspectos sociales relevantes de la comunidad el Juncal.	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Vivienda • Salud • Tradiciones y Cultura 	Plan Nacional del Buen Vivir
Conocer la base política relevante como la licencia ambiental y a reforma laboral.	Político	<ul style="list-style-type: none"> • Licencia Ambiental • Límites políticos administrativos 	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
Determinar los aspectos tecnológicos del área que se pretende ejecutar el proyecto.	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de comunicación • Infraestructura vial 	Ministerio de Turismo
Examinar la base legal con la finalidad de conocer las leyes a cuales se registrará el proyecto.	Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de Turismo • Permisos de Funcionamiento 	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.6. Antecedentes históricos

1.6.1. Reseña Histórica

El pueblo negro llegó a Ecuador traídos por los Jesuitas y Mercedarios en el año XVII para que trabajen en las minas y plantaciones de caña de azúcar como esclavos. El Valle del Chota fue conocido como Coangue o de la Muerte durante la colonia debido al clima seco existente. Después de la abolición de la esclavitud los afro descendientes continuaron con los trabajos agrícolas.

En la actualidad es conocido como la cuna de diferentes deportistas destacados de la Selección Ecuatoriana de Fútbol.

1.6.2. Ubicación

Se encuentra ubicado entre Carchi e Imbabura a 35 km del cantón Ibarra y 89 km de Tulcán.

Tabla 2: Localización política del Juncal

Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	Ambuquí
Comunidad	Juncal

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.6.3. Clima

En el valle del chota se encuentra ubicada la comunidad el Juncal en la cual se implementará el proyecto. Con un clima tropical, seco, y cálido con una temperatura promedio de 24° C convirtiéndolo en un clima privilegiado conjugado con paisajes desérticos proporcionan a los visitantes un lugar atractivo para disfrutar del sol mediante el desarrollo de actividades acuáticas y recreativas.

1.6.4. Población

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos según su último censo en el año 2010 nos indica que la parroquia Ambuquí tiene una densidad poblacional de 5.477 habitantes.

Tabla 3: Población de la parroquia Ambuquí

Parroquia	Hombre	Mujer	Total
Ambuquí	2707	2770	5477

Fuente: INEC, Censo Poblacional 2010

Elaborado por: La Autora

1.6.5. Empleo

En lo que se refiere al empleo los habitantes del sector se dedican en su mayoría a la producción agrícola y a su vez se han vinculado como empleados en las diferentes hosterías del Valle ya que el sector se ha desarrollado turísticamente esto les permite contar con un sustento familiar y cubrir sus necesidades.

1.7. Aspectos económicos

1.7.1. Agricultura

La agricultura es uno de las principales fuentes de ingresos del sector cosechando principalmente ovo, maíz, algodón, ají, caña de azúcar, aguacates y frutas tropicales el clima cálido y seco favorece al cultivo de los diferentes productos a su vez existente la producción de mermelada elaborada de las frutas tropicales cultivadas en las parcelas familiares.

1.7.2. Turismo

Tabla 4: Oferta turística y personal ocupado

Parroquia	Tipo de Servicio	N° Establecimientos	Personal Ocupado
Ambuquí	Alojamiento	8	93
	Agencias de viaje	1	4
	Comidas y Bebidas	4	21
Total		13	118

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial

Elaborado por: La Autora

El turismo de la parroquia de Ambuquí se encuentra representado en el número de establecimientos de: Alojamiento, agencias de viaje y restaurantes es debido al desarrollo turístico significativo que se da una ampliación de oferta de estos servicios conjuntamente con la existencia de infraestructura hotelera para satisfacer el flujo turístico de la parroquia.

El valle ofrece a sus visitantes paisajes desérticos conjugados con montañas, flora y fauna con un clima cálido agradable que les permite a los turistas gozar de diferentes actividades al aire libre, práctica de actividades acuáticas y conocer la riqueza cultural. El carnaval del Coangue es el principal atrayente de turistas tanto nacionales como extranjeros que disfrutan de diferentes manifestaciones culturales del pueblo negro.

1.7.3. Población Económicamente Activa

La población económicamente activa para el año 2010 tiene una tasa de crecimiento de 2,99% la cual representa 20.587 personas, está distribuida en tres sectores productivos los cuales son:

Tabla 5: PEA en el cantón Ibarra, Censo 2010

Actividad	PEA	%
Sector Agropecuario	9367	11,61%
Sector Industrias	15630	19,38%
Sector Servicios	46855	58,02%
Otros	8817	10,93%
Total	80669	99,9%

Fuente: GAD Ibarra – Estructura general del territorio cantonal

Elaborado por: La Autora

El sector servicios es el más representativo con un 58,02% esto evidencia un crecimiento constante de esta actividad con la implementación de infraestructura hotelera, locales comerciales.

La comunidad el Juncal sus habitantes en su gran mayoría se dedican a la agricultura otras de las actividades productivas es el trabajo como jornaleros y las artesanías. (Estructura general del territorio cantonal).

1.7.4. Gastronomía

En lo referente a gastronomía la comunidad cuenta con una gastronomía inigualable ya que en base de sus propios cultivos la preparan uno de sus platos emblemáticos es el arroz con chuleta y guandul, también recetas preparadas con yuca, camote, plátano y los granos.

La cocina afro ecuatoriana nos ofrece productos sanos y nutritivos por lo cual la comunidad ha decidido tomar la iniciativa de elaborar un recetario en el que se evidencia la comida afrochoteña con la finalidad de fortalecer la gastronomía local y dar a conocer de su exquisita gastronomía.

1.8. Aspectos sociales

1.8.1. Educación

En cuanto a la educación según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial está conformada por la población alfabeta corresponde al 73.53% de la población de Ambuquí, y a su vez el 26.47% de la población es analfabeta que está representada en el 16,73% correspondientes a mujeres con un mayor porcentaje y el 9,74% son hombres (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial)

1.8.2. Vivienda

Tabla 6: Características y estado de las viviendas en las comunidades de la parroquia de Ambuquí

Zonas	Comunidades	Altura de la edificación	Materiales predominantes	Estado de las edificaciones
Zona baja	• Chota	1 a 2 pisos	Bloque	Regular
	• Carpuela	1 a 2 pisos	Bloque y ladrillo	Regular
	• Juncal	1 a 2 pisos	Bloque, techo y eternit	Regular
Zona Media	• La playa y el Ramal de Añuquí	2 pisos	Bloque y ladrillo	Regular
	• Añuquí	2 pisos	Bloque y ladrillo	Regular
	• Añuquí	1 piso	Bloque y ladrillo	Regular
	• San Clemente			
Zona Alta	• Peñaherrera	1 piso	Tapia y teja	Malo
	• Cahupi	1 piso	Tapia y teja	Malo
	• Guarangui	1 piso	Adobe y teja	Regular
	• Apangora	1 piso	Tapia y teja	Malo
	• Rumipamba	1 piso	Bloque y Adobe	Regular
	• Rancho chico			

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Elaborado por: La Autora

En lo referente a vivienda en la comunidad del Juncal la altura de las viviendas es de 1 a 2 pisos fueron principalmente construidas con materiales como bloque, techo y eternit.

1.8.3. Tradiciones y Cultura

Su principal manifestación cultural de la comunidad el Juncal es la bomba como tradición ancestral forma parte de la cultura negra, la bomba del chota es acompañada de la Banda Mocha que utiliza instrumentos rudimentarios como: hojas de naranjo, machetes, cornetas y bombo elaborados con materiales de su entorno básicamente con calabazos secos, sus letras son inspiradas en relatos de las vivencias de su gente, el río, los amores ya que la música y el baile los llevan en las venas.

Otra de las tradiciones del pueblo negro es la danza caracterizada en “El Caderazo” es un baile de pareja en el cual la mujer persigue a su pareja para golpearle la cadera. Uno de los bailes más populares es el en que la mujer lleva una botella de puro en su cabeza demostrando un perfecto equilibrio al momento de bailar.

1.9. Aspectos legales

1.9.1. Ley de Turismo

La ley de turismo incentiva la actividad turística y desarrolla planes de promoción con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos existentes en nuestro país, sin duda la provincia de Imbabura ha tenido un desarrollo turístico significativo por lo que la infraestructura hotelera se ha incrementado al igual que los diferentes servicios complementarios para brindar un servicio de calidad.

1.9.2. Permisos de funcionamiento

Son varios los requisitos establecidos por las autoridades competentes que se debe cumplir para formalizar un establecimiento a través de estar sujetos a varios procedimientos conjuntamente con la documentación pertinente exigida por el reglamento con el fin de obtener los permisos de funcionamiento, se analiza que no existirá algún impedimento para cumplir con todos los requerimientos de ley.

1.10. Aspectos tecnológicos

1.10.1. Sistemas de Comunicación

La población de la parroquia de Ambuquí se beneficia con teléfono fijo brindado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), a su vez cuenta con acceso al servicio de telefonía celular de las distintas operadoras existentes en el país, así también acceden al servicio de internet con fibra óptica.

1.10.2. Infraestructura Vial

La comunidad cuenta con vías de acceso de primer orden las cuales se encuentran en buenas condiciones para que los turistas puedan acudir a los lugares atractivos de la zona sin ningún inconveniente ya que existe un mantenimiento continuo del sistema vial.

1.11. Aspectos políticos

1.11.1. Licencia ambiental

La licencia ambiental es la autorización brindada por parte de la autoridad competente en base a requisitos, obligaciones y términos para la ejecución del proyecto con la finalidad de mitigar efectos negativos para el medio ambiente para que no afecte los recursos naturales el área donde se implemente el Parque Acuático.

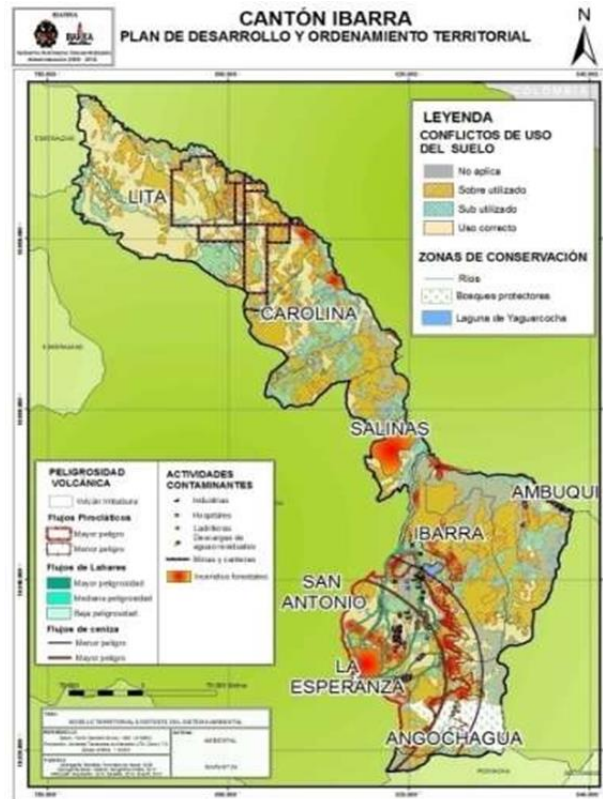
1.11.2. Límites políticos administrativos

La parroquia limita:

- Al norte, con la provincia del Carchi, donde el río Chota es su límite natural.
- Al Sur, con la parroquia Mariano Acota, del cantón Pimampiro.
- Al este, con la quebrada de Chalguayacu, límite con el cantón Pimampiro
- Al oeste, con la hacienda de Pimán en la jurisdicción de la parroquia Urbana el Sagrario, del cantón Ibarra.

Ambuquí como cabecera parroquial se encuentra dentro de un pequeño valle, y está rodeada por dos cordilleras secas y erosionadas. La superficie total de la parroquia es de 132,05 km.

Ilustración N° 1: División política



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

1.12. Matriz AOOD

Tabla 7: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación geográfica cuenta con las condiciones óptimas. • La comunidad dispone de todos los servicios básicos. • Los turistas nacionales y extranjeros buscan atractivos diferentes. • Mano de obra proporcionada por el sector. • Acceso de transporte interprovincial e intercantonal. • La infraestructura vial con la que cuenta es de primer orden. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia existe de los complejos turísticos y hosterías. • Reforma Tributaria. • Personal no calificado.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • El clima de la zona es ideal para la recreación turística. • Apoyar al desarrollo económico del sector. • Visita de turistas nacionales y extranjeros. • Los distintos feriados existentes en el país que generan turismo. • El ecosistema que posee la parroquia es un atractivo turístico. • A nivel provincial no existe un atractivo turístico similar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfrentarse a la crisis económica del país. • Inseguridad del sector. • Las regulaciones del gobierno referentes a impuestos.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.13. Identificación de la oportunidad de inversión

Al realizar el diagnóstico situacional del entorno se ha identificado los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos existentes en la ubicación geográfica del sector en el cual se implementará el proyecto. Se pretende aprovechar los atractivos naturales y turísticos con la implementación del proyecto.

En la parroquia de Ambuquí no existe un lugar de similares características que brinde servicios de recreación al aire libre conjugados con los paisajes naturales fomentando compartir momentos con la familia y amigos por lo que es relevante aprovechar el potencial turístico del sector

Las oportunidades que brinda la localización tales como: el clima, la infraestructura vial, el ecosistema y demás factores hacen un lugar adecuado para la ejecución del proyecto así también cuenta con un flujo de turistas que acuden a la comunidad.

De acuerdo a la información expuesta se concluye que la Parroquia Ambuquí posee las condiciones adecuadas y las oportunidades ya identificadas para la implementación del proyecto con el siguiente tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE ACUÁTICO EN EL SECTOR DEL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Proyecto

2.1.1. Definición

“Se define como proyecto a la idea de algo de importancia que se piensa realizar de carácter no repetitivo, teniendo en cuenta como realizarlo y a que costo” (FLORES & HERNÁNDEZ, 2010, pág. 14) .

Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas y planificadas para llevar a cabo una idea innovadora, es impulsado para satisfacer las necesidades o a su vez generar cambios en el entorno en cual va ser desarrollado.

2.2. Proyecto de Inversión

El proyecto de inversión es toda acción que tiene como propósito materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Es decir, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio con el empleo de cierta técnica y con el objetivo de obtener un resultado económico o social a partir de la utilización racional de los medios necesarios. (FLORES & HERNÁNDEZ, 2010, pág. 14)

En lo referente a proyectos de inversión es un plan que reúne ciertos factores relevantes que posteriormente serán evaluados con la finalidad de analizar la rentabilidad económica a largo plazo.

2.3. Empresa

2.3.1. Definición

“Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (RINCÓN, 2009, pág. 6).

La empresa es una unidad económica que utiliza factores productivos para satisfacer las necesidades del mercado a través de ofrecer bienes o servicios con el fin de generar utilidad.

2.4. Turismo

2.4.1. Definición

El turismo es todo el desplazamiento voluntario temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar. (GURRÍA , 2007, pág. 32)

Con lo referente al turismo es un conjunto de actividades que son realizadas por las personas o grupos de personas que se movilizan ya sea en su lugar de origen o a otros destinos por diferentes motivos como: descanso, ocio, recreación y negocios.

2.4.2. Importancia del Turismo

Hemos reiterado que el turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna, y por ende como un instrumento eficaz de desarrollo socioeconómico y cultural. Toda vez que esta actividad va convirtiendo al planeta en patria común para el viajero internacional, que invade todas las zonas geográficas y

elimina todas las barreras físicas, históricas y sociales, y contribuye a la integración de una sociedad ecuménica. (PADILLA, 2012, pág. 77)

El turismo se ha convertido en una de las fuentes de ingresos más importantes ya que genera empleos, infraestructura hotelera, sitios de esparcimiento, lugares gastronómicos también reactiva la económica de los lugares que se convierten en el atractivo turístico que permite mayores ingresos a su población.

2.4.3. Objetivos

Menciona los siguientes objetivos del turismo:

- Mejorar el medio urbano y natural del sector donde se desarrolle el turismo
- Crear nuevos productos turísticos para satisfacer de manera eficiente al visitante.
- Fomentar los recursos, servicios y oferta turística como producto y su integración como destino. (Boullon, 2011, pág. 35)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el turismo tiene como finalidad satisfacer las expectativas de los visitantes a través de la calidad de sus productos turísticos, promocionando los paisajes del destino turístico mejorando constantemente los servicios que van a ser brindados a los turistas.

2.4.4. Ventajas de la Actividad Turística

Menciona las siguientes ventajas de la actividad turística:

- **La Integración de las familias:** Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el diálogo, la interacción y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.

- **Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales:** este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.
- **Seguridad:** Gracias a los programas implementados por el Gobierno sea mejorado mucho en este aspecto, así hemos logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir de vacaciones, ya sea vía terrestre, aérea, marítima.
- **La Conservación de lugares Históricos y turísticos:** Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- **Creación de nuevas infraestructuras:** Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.
- **Generación de empleos:** Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.
- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** En Cada instante que pasa se crean nuevas Herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.
- **Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Religiosos:** Este es un factor muy contradictorio. Ya que es bueno interactuar con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.
- **Destinos para todos los Gustos y Exigencias:** Gracias a la gran variedad de destinos que podemos brindarle a todos los turistas ya sean nacionales o internacionales, se logra una mayor cobertura y satisfacción de los estos.
- **Importancia de la Administración Turística y Hotelera:** Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario de especializar y utilizar todo el recurso

humano posible, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimiento por esto.

- **El turismo como motor de la actividad empresarial.-** Esta consideración es debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía. La actividad turística está compuesto por un grupo heterogéneo de empresa. (ASCANIO, 2010, pág. 56)

Las ventajas del turismo son muy significativas para el destino turístico ya que genera empleos, reactivación de la economía, incremento de la infraestructura hotelera, servicios de comida, uno de los más relevantes es la unión familiar ya que permite integración entre los miembros.

2.4.5. El Turismo en el Ecuador

2.4.5.1. Oferta turística en el Ecuador

Es el conjunto de servicios turísticos colocados efectivamente en el mercado. La oferta turística básica corresponde al conjunto de establecimientos, bienes, y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, recreacional y de otras tipologías complementarias, capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo de tiempo dado, una población que procede del exterior. (CORDOVA, 2011, pág. 75)

La oferta turística en el Ecuador se refiere a todos los establecimientos dirigidos al turismo que ofertan sus servicios a extranjeros, nacionales y locales con el fin de dar atractivos turísticos, gastronomía, cultura y costumbres.

2.4.5.2. Demanda turística en el Ecuador

Se entiende como la cantidad de bienes y servicios de determinada índole y calidad que un mercado puede absorber, porque los requiere y de hecho los solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio y en un período de tiempo determinado. (CORDOVA, 2011, pág. 34)

En lo referente a la demanda turística en el Ecuador es el requerimiento por parte del mercado en cuanto a bienes y servicios con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

2.4.6. Condiciones necesarias para el desarrollo del turismo

El turismo, para su desarrollo, debe cumplir varias condiciones, entre ellas se encuentran:

- Un paisaje mayormente natural o un paisaje cultural de pequeños espacios ricamente estructuras.
 - Además de la belleza del paisaje deben existir otras atracciones como: culturales, históricas o de historia natural.
 - Buenas conexiones de acceso, ya que incluso regiones atractivas casi no pueden aprovechar turísticamente si no están conectadas con centros fáciles de alcanzar.
 - Debe existir una cierta infraestructura que cuente con la posibilidad de transporte, alojamiento, restaurantes, etc.
 - Estabilidad política, ya que de lo contrario no es posible comercializar incluso importantes atracciones turísticas.
 - Aceptación entre la población para la aceptación de los fines turísticos.
- (BONIFACE, 2010, pág. 27)

En lo referente a las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo el lugar donde se va a desarrollar el turismo debe contar con ciertos factores tales como: paisaje natural, atracciones culturales, una infraestructura vial que tenga buenas vías de acceso,

infraestructura a disponibilidad para los diferentes servicios que satisfagan las necesidades de los turistas.

2.5. Parques Acuáticos

2.5.1. Definición

Diego Tenesaca. (9 de Abril de 2013). Parques Acuáticos. Recuperado de <http://parquesdeagua.blogspot.com/p/blog-page.html>: “Los parques acuáticos son centros de recreación masiva, construidos y equipados con atracciones y juegos básicamente con agua. Son en esencia centros para disfrutar con seguridad durante horas en compañía de amigos y familiares. Están ubicados en todas partes del mundo, en cualquier tipo de zona climática, cerca o dentro de las ciudades.

De acuerdo al concepto los parques acuáticos es un lugar que cuenta con diferentes atracciones principalmente a base de agua para disfrutar de un momento de recreación, descanso y diversión al aire libre.

2.5.2. Características y Atractivos principales de los parques acuáticos

Existen diversas características que deben de poseer los parques acuáticos, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- a) Brindar diversión segura a sus visitantes
- b) Poseer manuales de uso de las diferentes áreas o juegos para evitar cualquier tipo de accidentes.
- c) Contar con manuales de mantenimiento para que los juegos estén en óptimas condiciones de uso durante mucho tiempo.
- d) Poseer un adecuado número de socorristas o guardavidas.

- e) Mantener un ambiente de higiene y amabilidad.
- f) Poseer señalización en las atracciones, en la que se brinde información al usuario sobre las instrucciones a seguir para su utilización.
- g) Tener vestidores y sanitarios suficientes y adecuados para ambos sexos; así como dirigidos a los niños.

Los parques acuáticos para mejorar el valor del servicio que brindan a los visitantes deben de contar con diversos atractivos, los cuales les permitan obtener mayor nivel de ingresos.

Los atractivos más comunes de un parque acuático son los siguientes:

- a) Toboganes tradicionales.- Los más conocidos son los abiertos (Toboplash) y los cerrados (Aquatubos); los cuales vienen a ser el punto de partida de todo Parque Acuático.
- b) Toboplash.- Su diseño puede ser curvo, recto o entrecruzado y pueden ser combinados con un tobogán cerrado.
- c) Aquatubos.- este diseño de tobogán garantiza una mayor seguridad al usuario y puede ser ubicado en lugares más pequeños.
- d) Piscina con olas.- Son piscinas en las cuales se simulan olas como si se estuviera en el mar, las que so impulsadas por medio de bombas y turbinas.
- e) Áreas infantiles.- Son espacios de juego y diversión para niños.
- f) Áreas deportivas.- se incluyen canchas para la práctica de diferentes deportes.
- g) Fuentes. Son chorros que individualmente o combinados brindan impresionantes efectos visuales.
- h) Área de Picnic.- Es un espacio para que el visitante pueda descansar, relajarse o consumir alimentos.
- i) Mueble Flotante.- Lugar idóneo para disfrutar un paseo en lancha, apreciar el paisaje y tomar fotos. (BONIFACE, 2010, pág. 110)

Los parques acuáticos deben contar con ciertas características que los hacen componentes básicos para su funcionamiento basándose en la seguridad de los visitantes, que cuente con diferentes toboganes y juegos para niños en una zona climática.

2.5.3. Recreación

La recreación es un conjunto de saberes, actividades y procesos libertarios en los que los sujetos implicados en dicha experiencia cultural, se introducen en una zona lúdica de característica neutra, apta para fortalecer el desarrollo de la integridad humana. (Hernandez, 2012, pág. 68)

2.6. Estudio de mercado

2.6.1. Definición

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio. En el estudio de mercado se tiene que:

Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto. Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos. Abarca variables sociales y económicas. Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad. Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio. (MARCIAL, 2011, pág. 62)

El estudio de mercado es fundamental en el desarrollo del proyecto debe contar las características de un producto y servicio con el fin de conocer si tendrá una aceptación por parte del mercado meta y lograr satisfacer las necesidades del consumidor.

2.6.2. Mercado Meta

“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado” (PADILLA, 2012, pág. 28).

El mercado meta es el segmento de la población a la cual queremos llegar con los productos y servicios a través de la implementación de marketing para conocer si las necesidades del clientes fueron cumplidas.

2.6.3. Segmentación de mercado

“La segmentación de mercado como la manera en que compañía decide agrupar a los cliente, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr ventaja competitiva” (KLOTTER , 2010, pág. 231).

La segmentación de mercado concentra un grupo de personas con similares preferencias y características donde se pretende llegar a los clientes potenciales a través de estrategias de mercadotecnia.

2.6.4. Población

“La población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación” (BERNAL, 2010, pág. 160).

La población se refiere a un conjunto de personas en un determinado lugar en el cual se va a desarrollar el proyecto al cual es dirigida la investigación de mercado.

2.6.5. Muestra

“Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto” (BACA, 2013, pág. 39).

La muestra es la representación de un conjunto de personas con similares características con el fin de recolectar información acerca de las preferencias y si se lograra la aceptación del producto o servicio.

2.6.6. Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un determinado precio.

(BACA, 2013, pág. 28)

En cuanto a la demanda es donde se va a determinar la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere se busca que satisfaga una necesidad y cubra las preferencias y gustos de la población.

2.6.7. Oferta

Oferta de un bien como las diversas cantidades que este bien que los vendedores llevaran al mercado a todos los precios alternativos posibles, permaneciendo constantes todos los demás factores. Es una relación entre los precios y las cantidades por unidad de tiempo que los oferentes desean vender. (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 45)

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los oferentes van a ofrecer a un determinado precio y un lugar determinado. Los bienes y servicios ofertados deberán tener una diferenciación a la competencia.

2.6.8. Demanda insatisfecha

“Es la demanda en la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (BACA, 2013, pág. 43).

La demanda insatisfecha se determina después de analizar la oferta y demanda existentes en el mercado con la finalidad de conocer la cantidad de bienes o servicios que serán adquiridos en un futuro.

2.6.9. Precio

El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar a imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas.

(ANZOLA, 2010, pág. 171)

El precio es el valor monetario al cual va ser comercializado un producto o servicio en el cual se ve reflejado los beneficios económicos del vendedor, puede ser fijado en base al mercado, la competencia y los costos.

2.6.10. Comercialización

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (BACA, 2013, pág. 64).

En cuanto a la comercialización es la actividad de realizar el movimiento de bienes o servicios en un lugar y tiempo determinado ya con un precio establecido y que cubra las necesidades del consumidor.

2.6.11. Promoción

“La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros” (MUCH, 2010, pág. 230).

En referencia a la promoción es un conjunto de estrategias para que el consumidor se incentive en adquirir bienes o servicios, basado en estimular las preferencias y gustos de los mismos con el fin de incrementar el volumen de ventas.

2.6.12. Publicidad

“Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes servicios por un patrocinador identificado” (ARBOLEDA, 2013, pág. 92) .

La publicidad es un medio que se emplea para el consumidor conozca las características de un bien o servicio con la finalidad de influenciar en la adquisición.

2.6.13. Plaza

Es la ubicación estratégica de un negocio, donde debo ubicar un negocio. Para la ubicación de un negocio se debe tomar en cuenta la infraestructura si es adecuada, cuenta con los servicios básicos para su normal desenvolvimiento, cuenta con espacio suficiente para parqueadero, el entorno, etc. (GALINDO, 2011, pág. 71)

La plaza es la ubicación estrategia el cual deberá disponer de ciertas características técnicas para que el negocio se desenvuelva sin ningún inconveniente.

2.6.14. Posicionamiento

“Arreglo de una oferta de mercado para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en relación con productos competidores en la mente de los consumidores meta” (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing , 2013).

2.7. Estudio técnico

2.7.1. Definición

“Los estudios técnicos engloban la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva” (ORTEGA, 2010, pág. 21).

El estudio técnico es fundamental para la ejecución el proyecto engloba la macro localización, micro localización, tamaño, capacidad, ingeniería del proyecto aspectos indispensables.

2.7.2. Macro localización

La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (CORDOVA, 2011, pág. 119)

La macro localización es la ubicación geográfica más ventajosa que cuente con características adecuadas para el desarrollo del proyecto con el fin de garantizar que la inversión haya sido correctamente utilizada.

2.7.3. Micro localización

“La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde opera” (CORDOVA, 2011, pág. 121).

De acuerdo a la micro localización hace referencia al lugar exacto donde se implementara el proyecto que cuenta con todos factores indispensables para que la empresa obtenga una rentabilidad.

2.7.4. Tamaño del proyecto

“En términos generales, el tamaño del proyecto esta conceptualizado por la capacidad instalada o de producción, y se expresa en unidades de producto en un periodo operacional determinado” (BACA, 2013, pág. 100).

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad instalada lo que se va a producir en base a la maquinaria o procesos que se utilicen.

2.7.5. Capacidad instalada

“Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipo e infraestructura disponible pueden generar permanentemente” (CORDOVA, 2011, pág. 212).

La capacidad instalada corresponde al nivel de producción en base a los recursos económicos, humanos y tecnológicos con los que dispone la empresa para su funcionamiento.

2.7.6. Inversiones

“La inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que puede generar utilidad” (ORTEGA, 2010, pág. 16).

La inversión es el capital necesario para poner en marcha un proyecto con la finalidad de obtener un beneficio a futuro.

2.7.7. Flujograma de procesos

“Son representaciones graficas del conjunto de operaciones que se realizan en un proceso productivo de repetición continua, en razón de cada uno de los productos que se obtienen de ellos” (HERNÁNDEZ, A: PALAFOX, G, 2011, pág. 215).

El flujograma es una serie de procesos consecutivos a través de una gráfica indicando cada uno de los procesos productivos con el fin de lograr una mayor comprensión.

2.7.8. Mano de obra

“Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción, sea su trabajo manual o tecnificado y apoyan directamente en la transformación de productos” (SARMIENTOS, 2010, pág. 13).

La mano de obra es el talento humano que sirven de apoyo para el proceso de producción y comercio dentro de una organización ya sea de bienes o servicios.

2.7.9. Costos Indirectos de Fabricación

“Se considera a los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, para que no fueron en los elementos anteriores como materia prima indirecta y mano de obra directa” (SARMIENTOS, 2010, pág. 37).

De acuerdo a lo manifestado los costos como desembolso que se incurre de manera indirecta para desarrollar las actividades de producción o la prestación de un servicio.

2.7.10. Ingresos

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 lo calcula multiplicando la cantidad de productos o servicios por su precio. (Sánchez, 2011, pág. 311)

Los ingresos son los benéficos económicos que obtiene la empresa por realizar sus actividades productivas o prestación de servicios.

2.7.11. Egresos

Los egresos son desembolsos presentes, pasados o futuros realizados al adquirir bienes y servicios que, al ser usados, consumidos o utilizados proporcionan beneficios o satisfacciones e impulsan directamente a la generación de una renta. (Sánchez, 2011, pág. 312)

Los egresos constituyen las salidas de efectivo ya sea para comprar bienes, servicios o cancelar pagos y da como resultado la disminución del patrimonio.

2.7.12. Capital de trabajo

“Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa” (BACA, 2013, pág. 145).

El capital de trabajo es la cantidad de dinero que se debe contar para comenzar las actividades de la empresa a corto plazo.

2.7.13. Depreciación

“La depreciación es el proceso de asignar a gasto o costo de un activo de o activo fijo durante el periodo que se usa el activo” (BRAVO, 2011, pág. 170).

La depreciación es la disminución del valor de un activo que se da tras el transcurso del tiempo utilizado para las actividades de la empresa.

2.7.14. Amortización

“En las finanzas, la expresión amortizar se utiliza para denominar un proceso financiero mediante el cual se extingue gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes” (BRAVO, 2011, pág. 173).

La amortización distribuye el valor del activo en un determinado tiempo.

2.8. Estudio financiero

2.8.1. Definición

“El estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (BACA, 2013, pág. 138).

El estudio financiero se analiza la información económica a través de presupuestos, estados financieros e indicadores económicos que sirven para analizar la rentabilidad o beneficios económicos que una organización tendrá en un periodo.

2.8.2. Presupuesto de ingresos

“Es aquel presupuesto que permite efectuar las estimaciones de ingresos para el periodo de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto” (CORDOVA, 2011, pág. 196).

El presupuesto de ingresos se refiere a los ingresos percibidos por la prestación de un servicio o la venta de un producto en un precio ya establecido.

2.8.3. Presupuesto de gastos

“Los presupuesto de egresos están integrados fundamentalmente por los siguientes rubros: costo de producción, costo de operación, gastos de administración y ventas, así como gastos financieros” (CORDOVA, 2011, pág. 211).

El presupuesto de gastos son los rubros que representan para la empresa salidas de efectivo son utilizados en el desarrollo de las actividades de la organización.

2.8.4. Costos

El costo o valor histórico original consiste en que las transacciones y los eventos económicos que cuantifica la contabilidad se registran según las cantidades de efectivo o su equivalente que resulten afectadas, o bien, según la estimación razonable que de ellos se haga al momento en que se consideren realizados contablemente. (CALLEJA, 2013, pág. 6)

De acuerdo al concepto de costos es la cantidad de dinero que son desembolsadas para el proceso productivo los mismos que se están conformados por costos fijos y costos variables.

2.8.5. Costo fijo

“Es aquel que permanece sin cambios en total por un periodo dado pese a grandes cambios en el nivel relacionado con la actividad o volumen totales” (HORNGREN, DATAR, & FOSTER, 2010, pág. 30).

Los costos fijos son que permanecen no dependen del nivel de producción que realice la organización.

2.8.6. Costos variables

“Es el que cambia en total en proporción a los cambios en el nivel relacionado del Volumen o actividad total” (HORNGREN, DATAR, & FOSTER, 2010, pág. 30).

El costo variable se relaciona con el nivel de producción ya que varía según el volumen de producto.

2.8.7. Gastos administrativos

“Son los necesarios para llevar el control de las operaciones del negocio” (GUAJARDO & ANDRADE, 2014, pág. 135).

Los gastos administrativos que son relacionados con la administración directa de la organización los costos que provienen de sueldos, servicios básicos, beneficios sociales y amortizaciones.

2.8.8. Gastos de ventas

“Corresponden a erogaciones directamente relacionados con el esfuerzo de vender los bienes o brindar los servicios objeto del negocio” (GUAJARDO & ANDRADE, 2014, pág. 135).

Los gastos de venta son los costos y gastos relacionados que se incurren en la venta de bienes y servicios como: publicidad, comisiones de venta y sueldos.

2.8.9. Gastos financieros

“Son las erogaciones relacionadas con el manejo de efectivo de la entidad y gastos no recuperables, por ejemplo: intereses pagados, comisiones bancarias, etc.” (HERNÁNDEZ, A: PALAFOX, G, 2011, pág. 70).

Los gastos financieros hacen referencia a los intereses que deben ser cancelados por la adquisición de un crédito bancario.

2.8.10. Estado de situación financiera

Generalmente una entidad debe presentar el Estado de Situación Financiera, clasificado en activos y pasivos no corrientes y corrientes. Una representación del estado de situación financiera clasificada por el orden de liquidez es aceptable cuando

provee información más relevante y confiable, como en las instituciones financieras.
(ESTUPIÑÁN, 2012, pág. 41)

El estado de situación financiera está conformado por tres partes los activos, pasivos y patrimonio con todo lo que cuenta la empresa y sus obligaciones.

2.8.11. Estado de pérdidas y ganancias

“Denominado también estado de situación económica o de operaciones, se elabora al finalizar el periodo contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa” (BRAVO, 2011, pág. 191).

En lo referente al estado de pérdidas y ganancias nos permite conocer la situación financiera de la organización.

2.8.12. Estado de flujo de efectivo

Se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos en beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas; los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir. (SAPAG, 2011, pág. 214)

El estado de flujo de efectivo representa las entradas y salidas de dinero en un determinado tiempo.

2.8.13. Tasa de redescuento

La tasa de redescuento es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. La tasa de redescuento también la podemos definir como

el costo de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero. (Orzco, 2011, pág. 149)

2.8.14. Valor actual neto

El valor Presente Neto representa el incremento de la riqueza (o tenencia o Valor de la empresa) medido en dinero actual si se toma el negocio en estudio.

Procedimiento el VPN se obtiene llevando todos los Flujos de Fondos estimados (desde el momento cero hasta el momento n) del negocio al momento cero (actual) descontados (o traídos) con la Tasa de Oportunidad, para el cálculo se utiliza la siguiente formula:

$$\text{VAN: } - \text{Inversión Inicial} + \sum \text{FCN}$$

Donde:

FCN= Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de Redescuento (%)

n= Tiempo de proyección (10 años)

$$\text{VAN} = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo año 5}}{(1+i)^5} - I_t$$

Si el VPN es positivo quiere decir que se generara riqueza o valor con la aceptación. Si el VPN es negativo se perder riqueza, o sea destruirá valor con la aceptación del negocio. (ORTÍZ, 2011, pág. 121)

VAN>0 Factible

VAN<0 No factible

El valor actual neto es el dinero actual determinado en un periodo de tiempo el mismo que puede ser positivo o negativo dependiendo si generará riqueza.

2.8.15. Tasa interna de retorno

Se define como el tanto de actualización, que hace que el valor actual de los cobros y pagos que genere la inversión sea igual a cero, bajo este criterio una inversión es viable si el TIR es mayor que el rendimiento mínimo exigido a la inversión. (LÓPEZ, 2010, pág. 102)

La tasa interna de retorno representa en porcentaje la rentabilidad siendo aceptable cuando la TIR es mayor a la tasa de rendimiento medio.

2.8.16. Relación costo beneficio

Es la relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación actividad en un determinado periodo de tiempo y los beneficios o logros alcanzados ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo. Por tanto este mide el resultado por unidad monetaria, es decir, el valor creado por cada unidad monetaria invertida. (ORTÍZ, 2011, pág. 126)

La relación costo beneficio permite determinar el valor monetario devuelto por cada cantidad de efectivo invertido.

2.8.17. Periodo de recuperación de inversión

“El periodo de recuperación es el tercer criterio más usado para evaluar el proyecto tiene como objetivo medir en cuanto tiempo se recupera la inversión influyendo el costo de capital involucrado” (SAPAG, 2011, pág. 255).

El periodo de recuperación de la inversión tiene como finalidad conocer en cuanto tiempo la inversión será recuperada lo que también nos permite conocer la factibilidad del proyecto.

2.8.18. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la interacción o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); en donde no existe pérdida ni ganancia. (SARMIENTOS, 2010, pág. 69)

El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

Donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costo fijo

MC: Margen de contribución

PV: Precio de venta

CV: Costo variable Unitario

El punto de equilibrio se da cuando el nivel de ventas alcanza a cubrir los gastos con sus ingresos donde no se tendrá ni utilidad ni pérdidas.

2.8.19. Capital fijo

“Parte el capital destinado a la compra de un terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.” (CORDOVA, 2011, pág. 161).

El capital fijo es para la adquisición de activos fijos que serán utilizados en la organización para realizar el desarrollo de las distintas actividades.

2.8.20. Capital variable

“Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gasto de estudio, estructura organizativa” (CORDOVA, 2011, pág. 192).

El capital variable corresponde a los activos intangibles de la organización utilizados en el funcionamiento de las operaciones de la misma.

2.9. Propuesta administrativa

2.9.1. Definición

“En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización” (CORDOVA, 2011, pág. 168).

La propuesta administrativa está representada por los niveles de responsabilidad designados para cada área de trabajo dentro de la organización.

2.9.2. Misión

“Es un enunciado claro del tipo de negocio en el que se halla una organización, es una declaración del propósito de la organización” (MALDONADO, 2011, pág. 59).

La misión expresa el ser de la organización el propósito de creación de la empresa.

2.9.3. Visión

“Es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que la empresa es y quiere ser en el futuro” (KLOTTER , 2010, pág. 38).

La visión es a donde queremos llegar en un futuro basándonos en objetivos y metas claras y reales para que puedan ser alcanzadas en un determinado tiempo.

2.9.4. Principios

“Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas que orientan y regulan la vida de una organización” (STONER, 2011, pág. 26).

Los principios son lineamientos que orientan con la finalidad de lograr un ambiente laboral adecuado manteniendo el respeto entre todos los colaboradores de la organización.

2.9.5. Valores

“Es el primer paso con el que se inicia la planificación estratégica, y tiene que ver con los valores y filosofía de todos los miembros de la organización” (STONER, 2011, pág. 27).

Los valores son el factor más relevante para la convivencia entre cada uno de los miembros de la organización para alcanzar un buen ambiente de trabajo.

2.9.6. Políticas

“Las políticas en una empresa son importantes porque les permite dar a conocer los principios de la misma para una futura toma de decisiones orientadas a la consecución de las metas propuestas” (KLOTTER , 2010, pág. 43).

Las políticas deben estar planteadas y ser socializadas dentro de la organización para que todos los miembros del equipo de trabajo.

2.9.7. Estructura orgánica

“Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo” (KOONTZ & WEIHRICH, 2013, pág. 169).

La estructura orgánica es donde se define cada uno de las tareas asignadas a las áreas de trabajo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es uno de los fundamentales aspectos para el desarrollo del proyecto en el cual se realizará un análisis a cada una de las variables tales como: demanda, oferta, servicio, precio, comercialización y publicidad el análisis de las variables será utilizado con la finalidad de determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

El presente estudio pretende determinar la cantidad de servicios que serán demandados. A través de implementar estrategias de marketing se conocerá si existe una aceptación o no del servicio por parte de los visitantes.

La demanda será analizada para conocer la demanda real y el nivel de consumo del servicio, a través de realizar una segmentación de mercado se conocerá los gustos y las preferencias de los clientes al cual va dirigido el servicio para lograr cumplir con sus expectativas y necesidades de los mismos.

Se pretende recolectar información a través de técnicas como: encuesta, análisis y observación ya sea aplicando la investigación de campo o documental con la finalidad de conocer los precios, características y preferencias al cual el consumidor se inclinará.

En la comunidad el Juncal se busca explotar el potencial turístico con la implementación de un Parque Acuático que brindará actividades recreativas y de ocio con la finalidad de que los turistas disfruten de los paisajes naturales, el clima y la recreación al aire libre. En el sector no existe un proyecto con similares características por lo que es una oportunidad para la ejecución del mismo.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo General

Efectuar el estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precio, comercialización y estrategias con la finalidad de identificar los potenciales clientes.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar la demanda potencial de la implementación del Parque Acuático en la comunidad el Juncal.
- Establecer la oferta del servicio basada en el perfil del consumidor preferencias y gusto para brindar un servicio de calidad.
- Analizar los precios del servicio a brindarse para que sean razonables y accesible.
- Determinar las estrategias adecuadas para la comercialización del servicio que permitan llegar al consumidor.

3.2.3. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

3.3. Indicadores

3.3.1. Demanda

- Población
- Mercado Meta

- Cantidad demanda
- Características del consumidor
- Proyección de la demanda

3.3.2. Oferta

- Análisis de los competidores
- Precio
- Cantidad Ofertada
- Proyección de la Oferta

3.3.3. Precio

- Factores para fijación de precios.
- Precios Actuales del mercado.

3.3.4. Estrategias

- Promoción
- Publicidad

3.4. Matriz de variables de estudio de mercado

Tabla 8: Matriz de variables estudio de mercado

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda potencial de la implementación del Parque Acuático en la comunidad el Juncal.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Mercado Meta • Cantidad demanda • Características del consumidor • Proyección de la demanda 	Secundaria	INEC Encuesta	Población
Establecer la oferta del servicio basada en el perfil del consumidor preferencias y gustos para brindar un servicio de calidad.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los competidores • Precio • Cantidad Ofertada • Proyección de la Oferta 	Primaria	Investigación Encuesta	Competencia
Analizar los precios del servicio a brindarse para que sean razonables y accesibles.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Factores para fijación de precios. • Precios Actuales del mercado. 	Secundaria	Investigación	Competencia
Determinar las estrategias adecuadas para la comercialización del servicio que permitan llegar al consumidor.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio • Plaza • Precio • Promoción 	Primaria	Encuesta	Población Encuestada

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

3.5. Descripción del servicio

La recreación forma parte de la vida se considera que son todas las actividades realizadas al aire libre a través de la recreación que puede ser una terapia para bajar el nivel de estrés de la vida cotidiana mejorando la salud física y mental con la finalidad de tener un equilibrio emocional.

La localización del proyecto se ha escogido por contar con las condiciones óptimas tales como: clima, paisajes naturales, la calidez de su gente y la afluencia de turistas por lo que se implementará un atractivo diferente que no existe a nivel provincial.

El presente proyecto tiene con fin la implementación de un Parque Acuático en la comunidad el Juncal como un lugar de esparcimiento, recreación y ocio dirigido a las familias que buscan actividades al aire libre y al mismo tiempo para los turistas locales y nacionales.

El parque acuático implementará diferentes atracciones tales como: piscinas, toboganes, juegos infantiles con agua, cancha de césped, restaurant aspectos fundamentales para cumplir las expectativas del consumidor al asistir al parque acuático se lleven una experiencia inolvidable al momento de visitarlo brindando un servicio de calidad a los visitantes.

A su vez el Parque Acuático ofrecerá áreas complementarias con la finalidad de ofrecer un servicio calidad y brindar una diferenciación del servicio los esfuerzos siempre dirigidos al cliente.

a) Restaurant

El servicio de restaurant contará con un menú en el cual se pretende tener en cuenta los gustos del consumidor para brindarles un servicio de calidad y satisfacer sus necesidades de alimentación. Para la elaboración de los platos se contará con un personal calificado para la manipulación de alimentos.

b) Área infantil

Se contará con juegos para los niños básicamente con agua para la diversión, recreación y las familias puedan asistir con la certeza que los pequeños cuenten con un lugar para distraerse.

c) Canchas Deportivas

Las canchas serán destinadas a la práctica de diferentes deportes para que los visitantes tengan una alternativa de recreación con la finalidad de que disfruten del deporte sano en familia o con grupo de amigos.

3.6. Segmentación de mercado**3.6.1. Población**

El universo que se tomó como referencia es la población del cantón de Ibarra corresponde a 139.721 habitantes de las parroquias urbanas el Sagrario y San Francisco se tomó en cuenta al número de familias que representan a 8.780 hogares que corresponden al mercado potencial.

3.6.2. Mercado Meta

El mercado meta para el presente estudio será la población del cantón Ibarra específicamente dirigido a las familias. El mercado comprende los estratos sociales de nivel medio, medio alto y alto que representa al 35% de las familias que se encuentran en las parroquias de San Francisco, El sagrario y Caranqui del cantón Ibarra, esto corresponde a los posibles visitantes que asistirán al Parque Acuático.

3.6.3. Fórmula

La población que se consideró en la investigación conforma los habitantes de la parroquia San Francisco, Sagrario y Caranquí que representan a 113.000 pobladores. Se procedió a tomar el 35% que representan a los estratos sociales de clase media, media alta y alta los mismos que corresponden a 9.887 habitantes que corresponde al mercado meta.

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

	Descripción	Valor
N	Población	9877
Z	Nivel de Confianza	1.96
Σ	Varianza	0.5
E	Error	5%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

3.6.4. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{9887 \times (1,96)^2 \times (0,5)^2}{(0,5)^2 (9887 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5)^2}$$

$$n = \frac{9495,474}{25,6754}$$

$$n = 370$$

3.7. Evaluación y análisis de la información

Para la recolección de información del estudio de mercado se utilizó la encuesta aplicada a la población urbana de las parroquias San Francisco, Sagrario y Caranquí ya que será los potenciales clientes.

1. ¿Cree usted interesante la creación de una Parque Acuático con diferentes atracciones (diferentes piscinas, toboganes, juegos con agua)?

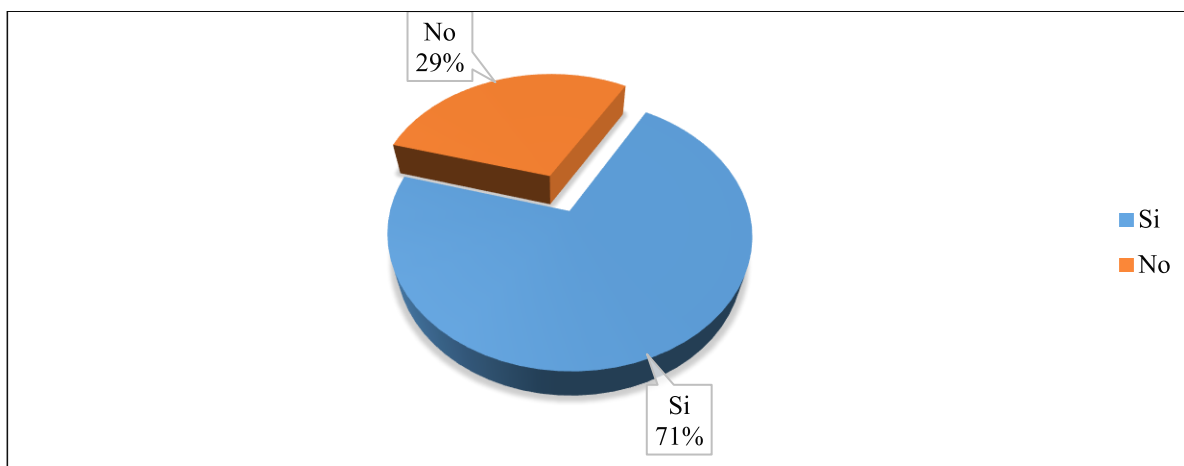
Tabla 9: Creación del parque Acuático

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	263	71%
No	107	29%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1: Potenciales clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: La población encuestada considera interesante la creación de un Parque Acuático representada con un gran porcentaje por otra parte de ellos conforma los encuestados que está en desacuerdo. Esto muestra que el proyecto tendrá una acogida por parte de los potenciales clientes.

2. ¿Con que frecuencia visitaría el Parque Acuático?

Tabla 10: Frecuencia de visita

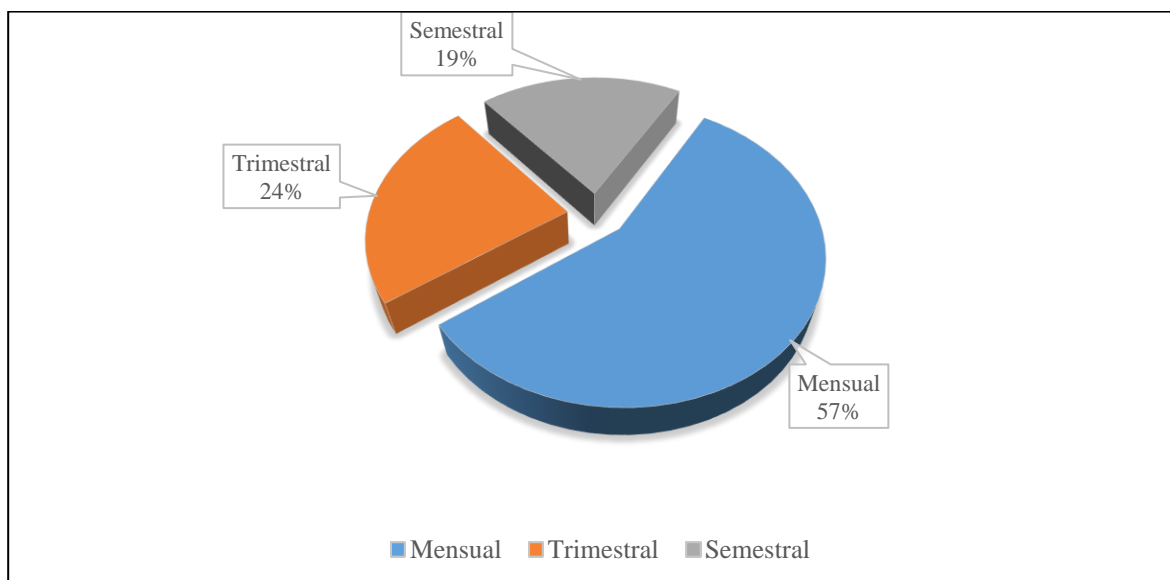
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	210	57%
Trimestral	88	24%

Semestral	72	19%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2: Frecuencia de visita



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: Con un alto porcentaje de los encuestados visitarían el Parque Acuático mensualmente. Se considera en base a la información proporcionada que la frecuencia de visitas será indicada para el Parque Acuático.

3. ¿A usted le gustaría visitar un Parque Acuático?

Tabla 11: Visitas

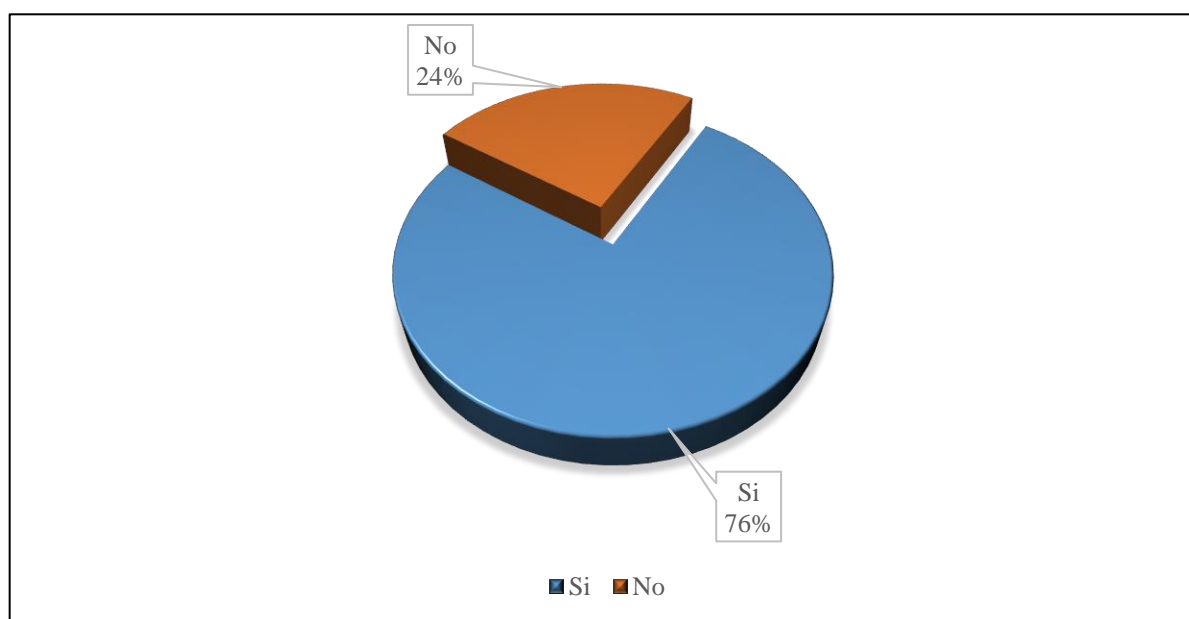
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	280	76%

No	70	24%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3: Visitas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: Con lo referente la información en un mayor porcentaje de los encuestados escogieron la opción de que si les gustaría asistir al parque acuático y a su vez en un menor porcentaje corresponde a que no les gustaría acudir al parque acuático.

4. ¿Al momento de acudir al Parque Acuático lo haría en compañía de?

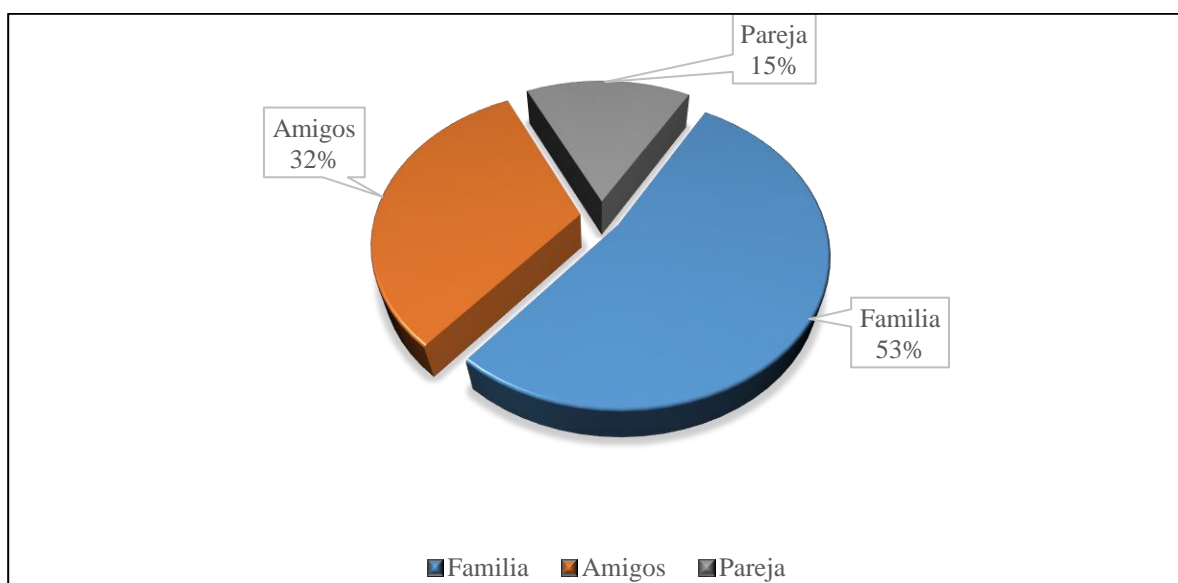
Tabla 12: Asistencia en compañía

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	195	53%
Amigos	118	32%
Pareja	57	15%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4: Compañía



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: En un mayor porcentaje acudirían al Parque Acuático en compañía de sus familiares, por otro lado lo harían en compañía de sus amigos y por último con un bajo porcentaje representa los encuestados que visitarían en compañía de su pareja.

5. De acuerdo a sus ingresos. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios en el Parque Acuático?

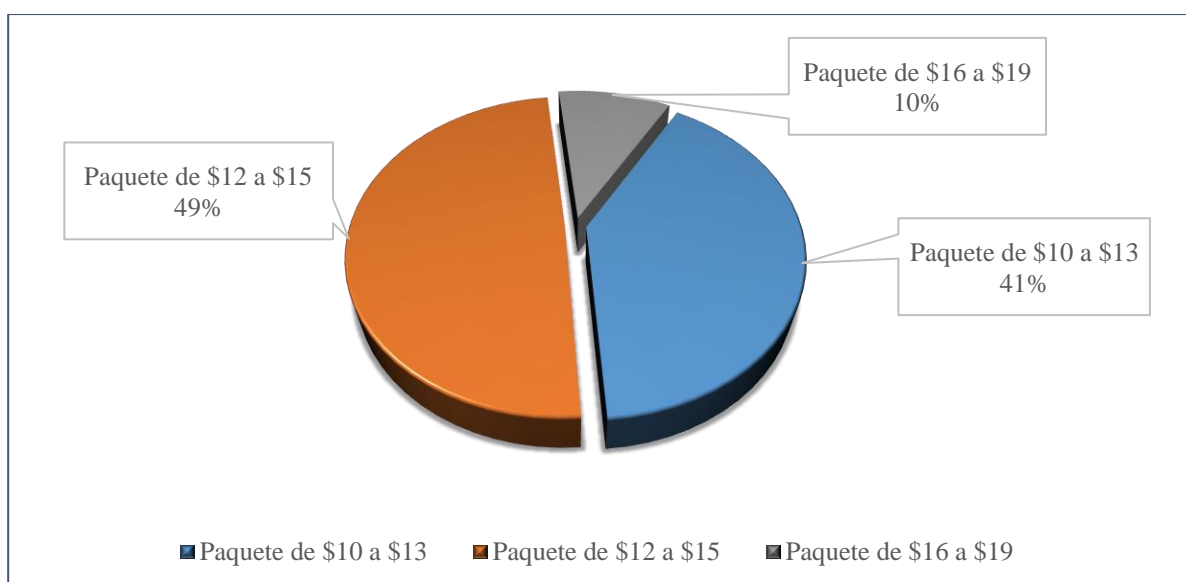
Tabla 13: Cuanto estaría dispuesto a pagar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquete por persona De \$10 a 13	150	41%
Paquete por persona De \$12 a 15	183	49%
Paquete por persona De \$16 a 19	37	10%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Ingresos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: En su mayoría los encuestados estarían dispuestos a pagar de \$12 a 17 dólares por el ingreso al Parque Acuático, por otra parte manifiestan que prefieren de \$ 10 a 15 dólares y por último los encuestados están dispuestos a pagar de \$ 14 a 19 dólares la información proporcionada nos indica que los precios deben ser accesibles con la finalidad de lograr un captación del mercado.

6. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se ofrezcan en el Parque Acuático?

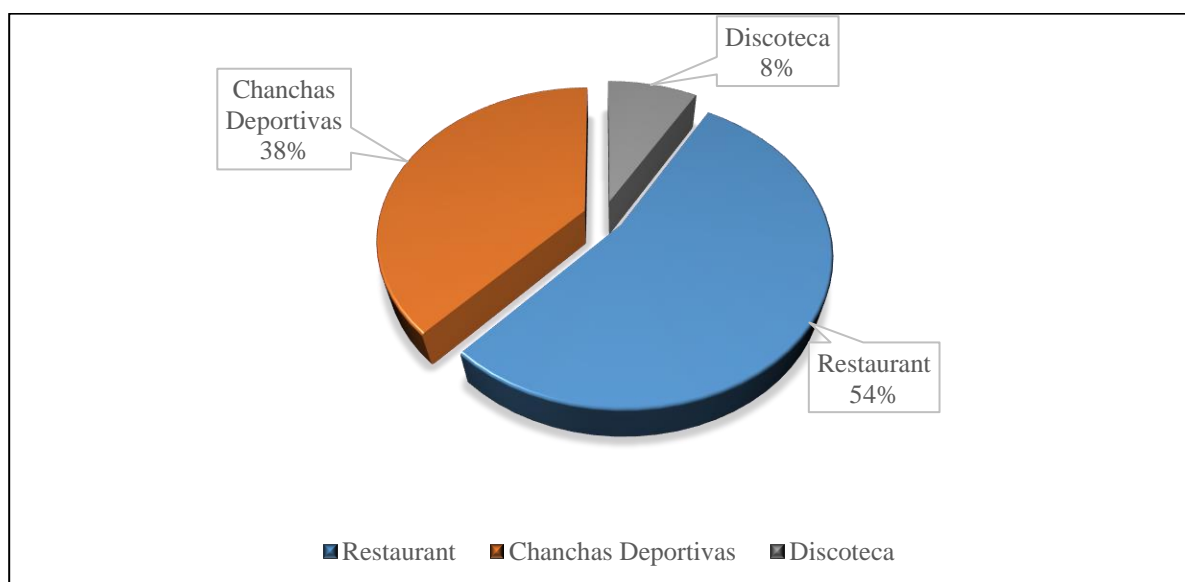
Tabla 14: Servicios complementarios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurant	198	54%
Canchas Deportivas	141	38%
Discoteca	31	8%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6: Servicios complementarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: En el caso de los servicios complementarios los encuestados en un alto porcentaje les gustaría que se implemente un restaurant, mientras otra parte manifiestan les gustaría la implementación de canchas deportivas y por último prefieren una discoteca como servicio complementario.

7. ¿Qué tipo de menú le gustaría que se ofreciera, si se decidirá implementar un restaurant?

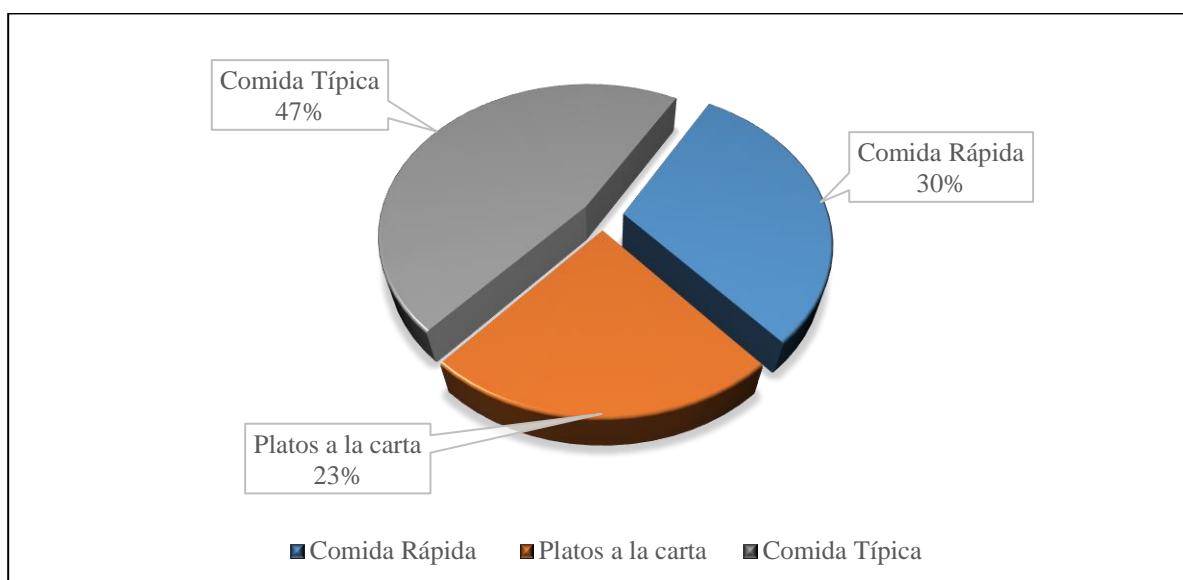
Tabla 15 Tipo de menú

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida Rápida	112	30%
Platos a la Carta	85	23%
Comida Típica	173	47%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7: Tipo de menú



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo a los encuestados el tipo de menú en su mayoría prefieren la comida típica, por otra lado los encuestados prefieren platos a la carta y con un bajo porcentaje prefieren la comida rápida. Lo que nos indica que la población prefiere la comida típica de la comunidad.

8. ¿Qué factores influyen en el momento de visitar un lugar de recreación?

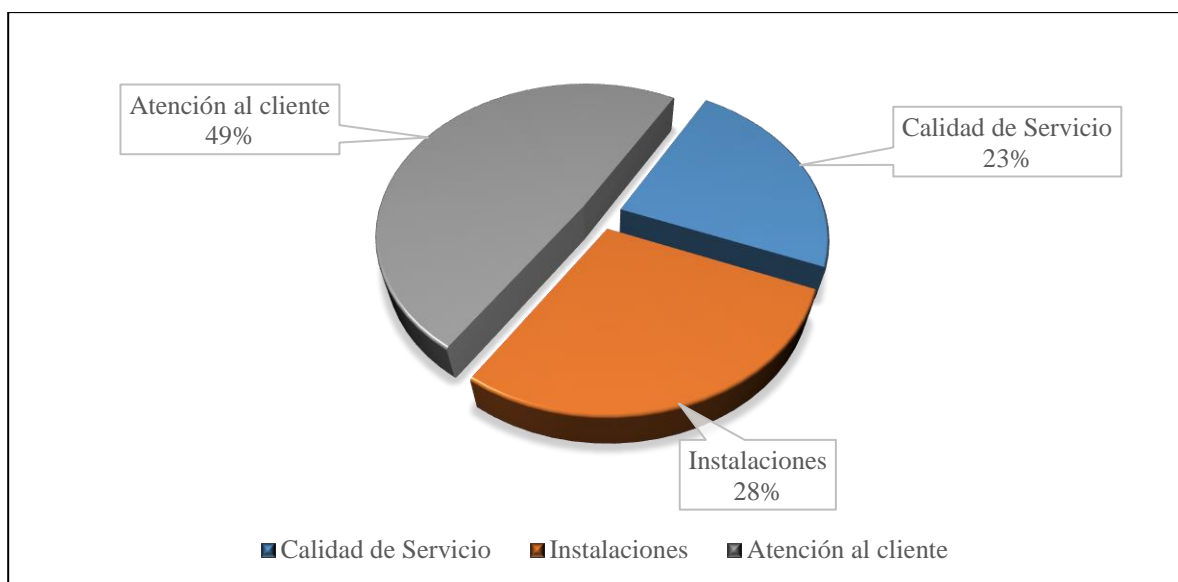
Tabla 16: Factores que influyen

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de Servicio	84	23%
Instalaciones	105	28%
Atención al cliente	181	49%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8: Factores que influyen



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los factores que influyen en los encuestados al momento de acudir a un lugar de recreación en su mayoría, con un porcentaje reducido manifiestan la calidad del servicio. Con esta información proporcionada por los encuestados se deberá brindar una atención al cliente de calidad.

9. ¿Señale los beneficios que Ud. busca al momento de visitar a un centro de recreación?

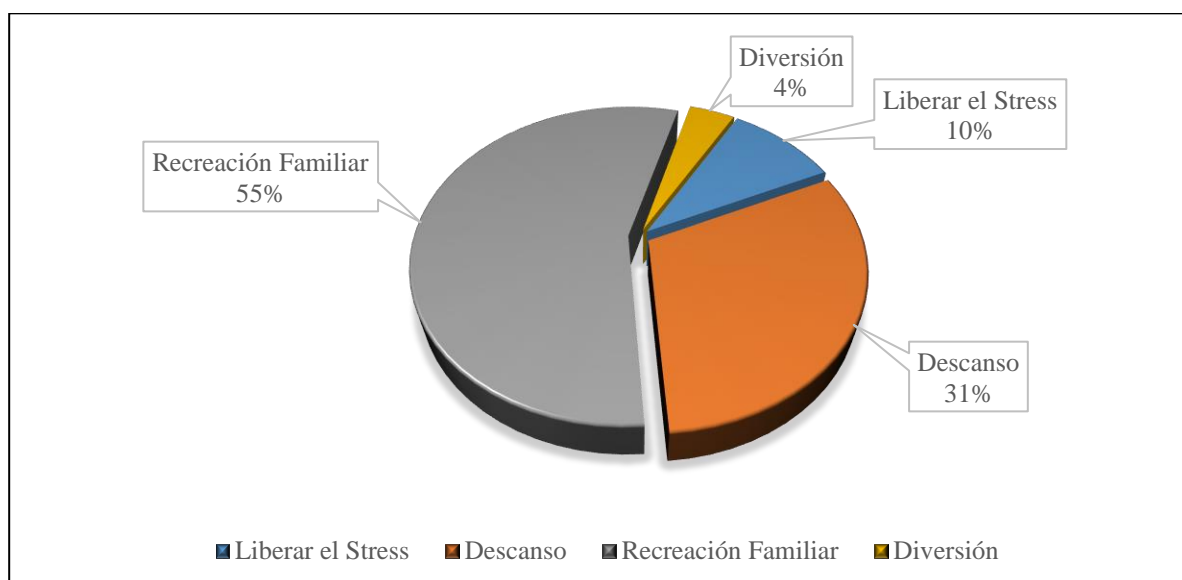
Tabla 17: Beneficios de asistir a un centro de recreación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Liberar el Stress	36	10%
Descanso	114	31%
Recreación Familiar	206	55%
Diversión	15	4%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9: Beneficios de asistir a un centro de recreación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los encuestados acuden a centros de recreación en su gran mayoría por recreación familiar, por otro lado acuden por descanso, así también por otro lado lo hacen por liberar el stress y por último acuden por diversión representado en un menor porcentaje.

10. ¿A través qué medio publicitario le gustaría que se promocioe de los servicios del Parque Acuático?

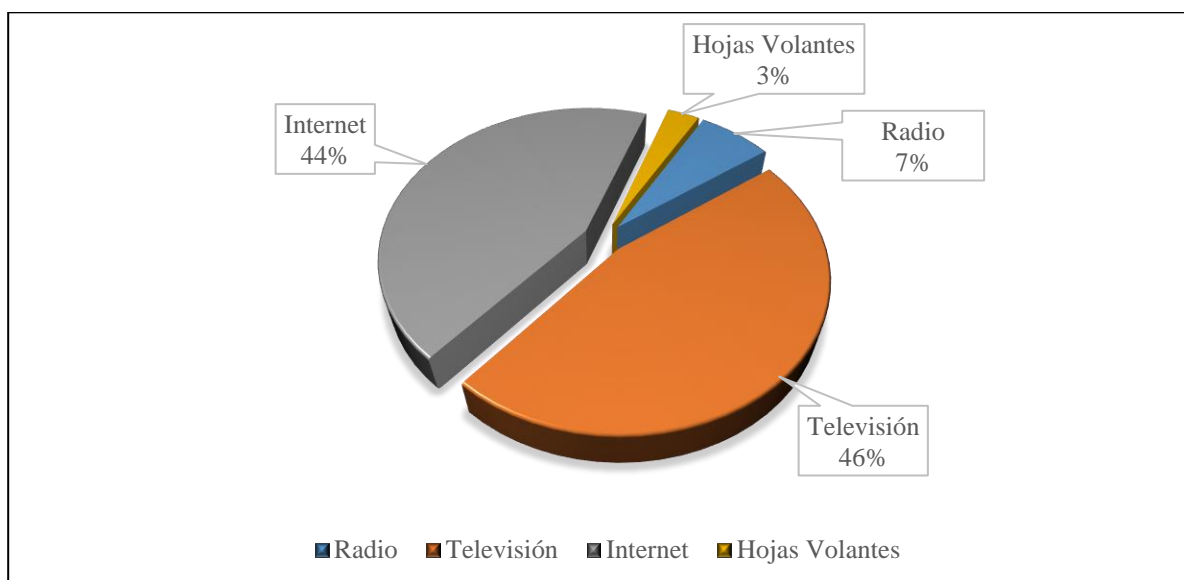
Tabla 18: Medios publicitarios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	25	7%
Televisión	171	46%
Internet	163	44%
Volantes	11	3%
Total	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10: Medios publicitarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis: El medio de publicidad escogido por los encuestados con un alto porcentaje corresponde a la televisión, por otro lado ellos prefieren el internet, así también con un porcentaje minoritario prefieren la radio y por último les gustaría que se promocioe al Parque Acuático a través de hojas volantes. Con la información recopilada se fijará las estrategias de publicidad.

3.8. Identificación de la demanda

3.8.1. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda define la cantidad de servicios que posiblemente serán adquiridos por el mercado a un determinado precio. Define los clientes potenciales con características similares que están dispuestos a percibir nuestros servicios con la finalidad de implementar estrategias que nos permita alcanzar posicionamiento en el mercado.

Las fuentes de información primaria y secundaria fueron utilizadas para recolectar datos fundamentales para determinar a demanda, analizando todos los factores que influyen en su desenvolvimiento.

La determinación de la demanda se realizó en base a las encuestas dirigidas a los posibles clientes para este caso representa el 71% de la población si esta de la acuerdo con la implementación del Parque Acuático que se puede verificar en la pregunta N° 1 de las encuestas realizadas, por lo que se puede decir que hay una demanda existe dentro del cantón, en lo referente a la frecuencia de visita representada en el 57% de los encuestados visitarían mensualmente el Parque Acuático que se puede constatar en la pregunta N°2, al respecto en compañía con la que visitarían el Parque Acuático lo harían con sus familias con un 53% que podemos evidenciar en la pregunta N° 3 respecto a la información recopilada se verifica la existencia de la demanda actual.

La información expuesta sobre la población del cantón Ibarra se procedió a proyectar en base a la tasa de crecimiento de la población con la finalidad de estimar cuantas personas se podrán captar en los próximos años. Esta información es fundamental para establecer estrategias y a su vez lograr un posicionamiento en la mente de la población.

Tabla 19: Cálculo de la demanda

Año	Población	Total
2016	10.087	7.162
2017	10.291	7.307
2018	10.499	7.454
2019	10.711	7.605
2020	10.927	7.758

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se puede verificar que el crecimiento de la población incide en el crecimiento del mercado meta lo que significa que va ser directamente proporcional.

Tabla 20: Demanda actual

Año	Población	Frecuencia	Asistencias	Pases	Demanda Total
2016	7.162	4	28.648	4	114.592

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

3.8.2. Proyección de la Demanda

Con la tasa de crecimiento de la población la cual es de 2,02% (INEC 2010) se procedió a realizar la proyección de la demanda basada en años históricos mediante la fórmula del monto, con la finalidad de conocer los potenciales usuarios en los próximos años para el presente proyecto.

Fórmula:

$$Dn = Do (1+i)^n$$

Donde:

Dn	Demanda Futura
Do	Demanda Histórica
i	Tasa de Crecimiento
n	Año proyectado

Tabla 21: Proyección de la demanda

Año	Mercado Meta	Frecuencia	Pases	Demanda Total
2016	7.162	4	4	114.592
2017	7.307	4	4	116.912
2018	7.454	4	4	119.264
2019	7.605	4	4	121.680
2020	7.758	4	4	124.128

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

3.9. Identificación de la oferta

3.9.1. Análisis de la Oferta

A nivel provincial no existe otro proyecto de similares características, pero existen hosterías que cuentan con piscinas cerca de la ubicación geográfica donde se ejecutará el proyecto en la parroquia Ambuquí lo que representan a la competencia.

3.9.2. Oferta Actual

La oferta actual de servicios similares ya establecidos en la parroquia Ambuquí son hosterías y establecimientos comunitarios toda esta información ha sido proporcionada por la Dirección de Turismo del GAD Ibarra. A continuación se detalla las hosterías y establecimientos turísticos:

Tabla 22: Oferta actual

Año	Competencia	Nro. de asistentes	Frecuencia de visitas	Pases	Oferta Anual
2016	Hosterías	4000	3	4	48.000

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

3.9.3. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se la realizará para los 5 años próximos con la tasa de crecimiento poblacional se estima en 2,02% información obtenida del Instituto de Estadísticas y Censos del año 2010.

$$Mn = Mo (1+i)^n$$

Donde:

Mn	Oferta Futura
Mo	Oferta Actual
t	Tasa de Crecimiento
N	Año proyectados

$$Mn = 48.000 (1 + 0.0202)^n$$

Tabla 23: Proyección de la oferta

Año	Oferentes
2016	48.000
2017	48.970
2018	49.959
2019	50.968
2020	51.998

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.10. Demanda insatisfecha

De la demanda insatisfecha el proyecto cubrirá el 50% de porcentaje de captación, se ha tomado en cuenta este porcentaje debido a la capacidad instalada de acuerdo con la infraestructura, materia prima y la capacidad de inversión.

Tabla 24: Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2016	114.592	48.000	66.592
2017	116.912	48.970	67.942
2018	119.264	49.959	69.305
2019	121.680	50.968	70.712
2020	124.128	51.998	72.130

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.11. Análisis de precios

Los precios se fijara de acuerdo a los precios referenciales de la competencia, costos y rentabilidad así también se tendrá en cuenta el mercado meta al cual va dirigido el proyecto varios factores relevantes para la fijación de los precios de esta manera establecer precios accesibles que permitan lograr una captación de clientes y posicionamiento en el mercado.

Tabla 25: Precios de la competencia

Hostería	Entrada	Restaurant	Total	Precio Promedio
Oasis	\$8	\$7	\$15	\$12
Arco Iris	\$6	\$5	\$11	
Aruba	\$5	\$4	\$9	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El precio promedio de la competencia es de \$12 para cada uno de los servicios similares que se prestará en el Parque Acuático esta información se tomara como referencia para la fijación de los precios.

Para establecer el precio se tomara en cuenta los precios de nuestra competencia obtenidos de las hosterías existentes en la parroquia Ambuquí para así fijar un precio que sea competitivo en el mercado.

Con la información brindada por los encuestados observamos que el 49% de los encuestados están dispuestos a pagar por Paquete \$12 dólares por persona esta información se puede constatar en la pregunta N°4.

3.11.1. Proyección de precios

Al realizar el respectivo análisis de los precios se procederá a realizar la proyección de precios mediante aplicar la tasa de inflación del año 2016 corresponde a 3.09% obtenida del Banco Central Del Ecuador

Tabla 26: Proyección de precios

Año	Precio
2015	11,67
2016	12,03
2017	12,40
2018	12,79
2019	13,18
2020	13,59

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

3.12. Estrategias de comercialización

3.12.1. Estrategias del Servicio

Las estrategias del servicio que serán implementadas por la empresa tienen como finalidad brindar un servicio de calidad enfocados en la atención al cliente que satisfaga sus necesidades a través de ofrecer actividades de recreación y esparcimiento en un ambiente acogedor.

- Brindar instalaciones que precautelen la seguridad de los visitantes, señalización adecuada, fácil acceso a las diferentes áreas de recreación y manteniendo condiciones de higiene en todas las atracciones.

- Contar con personal calificado que brinden una atención de calidad mostrando amabilidad, cortesía, y empatía con los clientes, socorristas que desempeñen actividades de primer auxilio para la seguridad de los usuarios.
- Ofrecer servicios complementarios tales como: restaurant, áreas verdes, canchas deportivas para brindar actividades de diversión y entretenimiento.

3.12.2. Estrategias de Precio

Las estrategias de precio son muy relevantes estarán enfocadas en los precios actuales de los servicios de piscinas de la parroquia de Ambuquí con la finalidad de establecer un precio justo y accesible para lograr captar usuarios y participación en el mercado meta.

- Se analizará el mercado meta para fijar el precio según el mercado al cual está encaminado el proyecto y a su vez que nos permita obtener una ganancia razonable para la empresa.
- Realizar descuentos para escuelas, colegios o grupo de personas con la finalidad de atraer a los visitantes que puedan disfrutar momentos de diversión y recreación conjugados con la naturaleza.

3.12.3. Estrategias de Plaza

Las estrategias de plaza es un factor relevante para la ejecución del proyecto ya que es la ubicación estratégica que cuente con ciertas características y condiciones necesarias que faciliten el acceso a los visitantes. Las estrategias de plaza serán las siguientes:

La ubicación estratégica para la implementación del proyecto será la comunidad el Juncal, parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra. El lugar donde se plantea ubicar el Parque Acuático cuenta con características fundamentales tales como: clima, vías de acceso, servicios básicos, y la disponibilidad de suelos.

3.12.4. Estrategia de Promoción

La promoción son herramientas claves utilizadas para dar a conocer los servicios de la empresa a través de medios de comunicación dinámicos con el objetivo de captar clientes, lograr un posicionamiento e incentivar a los clientes a acudir al Parque Acuático.

- Para la dar a conocer los servicios del Parque Acuático serán utilizados los medios publicitarios como: radio, internet y el periódico local con el fin promocionar al presente proyecto.
- Contar con una página web que les permita a los posibles clientes tener acceso a la información en cualquier momento del día.
- Entregar hojas volantes en lugares de interés para la empresa con la finalidad de estimular los clientes a adquirir los servicios.
- Establecer incentivos y descuentos para fidelizar a los clientes con la empresa.

3.13. Conclusiones del estudio de mercado

- De acuerdo a las encuestas realizadas se analizó que existirá una aceptación para los servicios de recreación, ya que con un alto porcentaje la población cree interesante la creación de un Parque Acuático por lo que no existe un proyecto con similares características a nivel de la provincia de Imbabura.
- La oferta turística de la parroquia Ambuquí es muy escasa ya que existe un número reducido de Hosterías y establecimientos dirigidos al turismo, estos servicios no abastecen a la demanda.
- Al analizar la oferta y la demanda se identificó la existencia de una demanda insatisfecha. El proyecto tendrá el 60% de captación de la demanda insatisfecha de los servicios turísticos.

- Los precios se establecen a través de varios factores tales como: los precios de la competencia, costos y los servicios que se va a brindar en el Parque Acuático con el fin que los mismos sean justos y accesibles para tener una acogida por parte del mercado meta.
- En lo referente a las estrategias serán implementadas con la finalidad de dar a conocer los servicios que brindará el Parque Acuático que permita lograr un posicionamiento en el mercado.
- Por último se concluye que existe un grado de aceptación adecuada para el Parque Acuático por parte del mercado meta. Por tanto tiene una acogida por parte de los posibles visitantes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico para la implementación del Parque acuático nos permitirá determinar el tamaño, localización óptima, la inversión que nos permita tener las condiciones óptimas posibles con la finalidad de brindar un servicio eficiente.

4.2. Objetivo del estudio técnico

4.2.1. Objetivo General

Determinar la macro localización y micro localización, el tamaño del proyecto, inversiones que requiere el presente estudio factores técnicos muy relevantes.

4.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la ubicación geográfica más favorable referente a la macro y micro localización que cuente con las condiciones necesarias para el desarrollando del proyecto.
- Establecer la capacidad instalada apropiada a través de analizar los factores tales como: disponibilidad de recursos económicos, financiamiento y demanda.
- Desarrollar un diseño de la planta adecuado así también una distribución de espacio de acuerdo a las necesidades del Parque Acuático.

4.3. Localización del proyecto

Se refiere al estudio de la macro y micro localización con el fin de establecer el lugar óptimo que cuente con los requerimientos necesarios en el cual se logre minimizar costos y maximizar la rentabilidad.

4.3.1. Macro localización

4.3.1.1. Variables de la macro localización del proyecto.

- Geográficas

4.3.1.2. Indicadores

- País
- Región
- Provincia
- Cantón
- Ciudad

4.3.1.3. Análisis de las variables.

a) País

El parque acuático estará ubicado en Ecuador. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. Está conformada por cuatro regiones naturales: región costa, región sierra, región amazónica y región insular.

b) Región

El proyecto estará ubicado en la Región Sierra la cual se extiende por los Andes que atraviesan de norte a sur del Ecuador. La Sierra está compuesta por las siguientes provincias: Pichincha, Carchi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja, Imbabura, Bolívar y Cotopaxi.

c) Provincia

El proyecto tendrá lugar en la provincia de Imbabura el cual limita al norte con el Carchi, al sur Pichincha, al este con Sucumbíos y al Oeste con Esmeraldas. La provincia tiene una superficie de 4.588 km² y su población es 398.244 habitantes, está conformada por los cantones de Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro, San Miguel de Urcuquí y Otavalo.

d) Cantón

El cantón donde se pretende ejecutar el proyecto es Ibarra sus límites son al norte: provincia del Carchi, oeste: cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha, su extensión territorial es de: 1162,22 Km² con una población de 181.175 habitantes así también cuenta con 6 parroquias rurales y 5 parroquias urbanas.

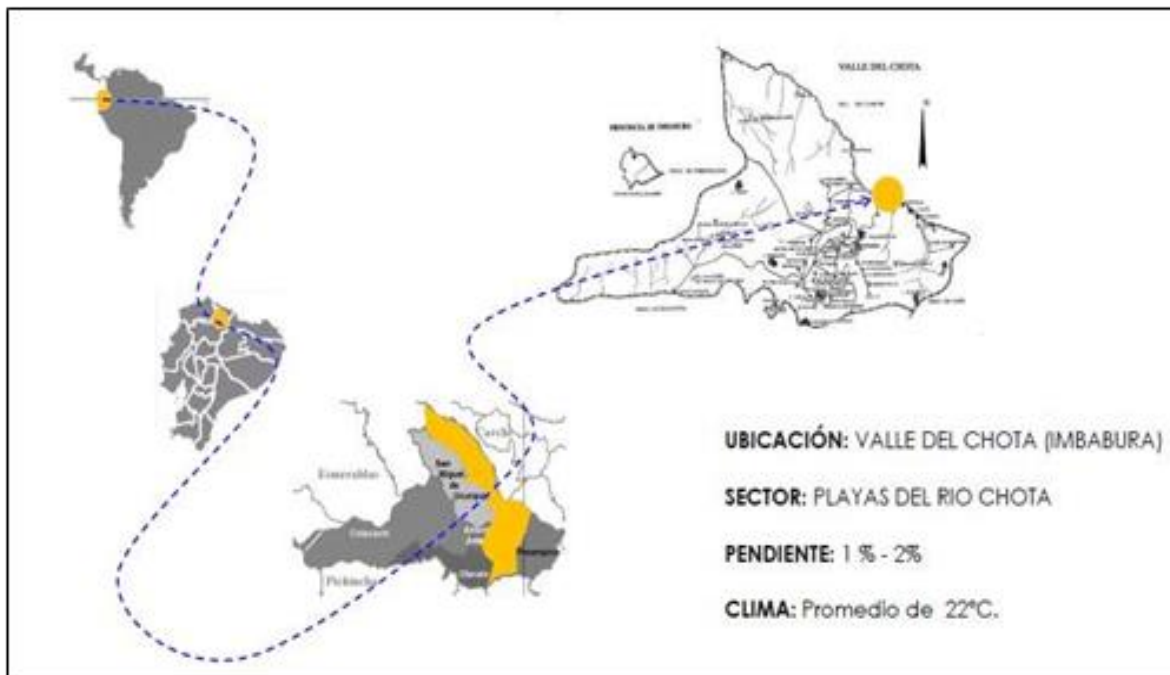
e) Parroquia

La parroquia de Ambuquí situado en los cálidos valles del norte del cantón su clima es cálido seco posee paisajes naturales muy atrayente para los turistas, su población en la gran mayoría son afro ecuatorianos que se dedican al cultivo de ovos, guandul, yuca y camote su principal manifestación cultural es la danza y la bomba del Chota en lo referente a la gastronomía es a base de los productos cultivos en la parroquia.

4.3.1.4. Mapa de macro localización.

Al realizar el análisis de cada una de las variables de la macro localización del proyecto, el parque acuático estará ubicado en la comunidad el Juncal, parroquia de Ambuquí, cantón Ibarra de la provincia de Imbabura.

Ilustración N° 2: Mapa de la parroquia Ambuquí



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.3.2. Micro localización.

La micro localización donde se estable el lugar exacto para la ubicación del proyecto. Se analizará diferentes factores del entorno los cuales nos proporcionan información relevante para conocer si afectaran de manera positiva o negativa al proyecto.

Se procederá a aplicar el método de valoración cuantitativa a través de diversos factores con el propósito de conocer si van influenciar en el desarrollo del parque acuático.

Se pondera los factores en una escala de medida de 1 a 5 puntos, tomando como 5 de mayor puntuación y 1 de menor puntuación.

Tabla 27: Matriz de micro localización

Factores	Calificación	Calle principal		Cerca de la panamericana	
	Ponderación	Calificación	Promedio	Calificación	Promedio
Sector estratégico	30%	5	1,5	5	1,5
Vías de acceso	15%	4	0,6	5	0,75
Disponibilidad de mano de obra	20%	5	1	5	1
Disponibilidad terreno	10%	3	0,3	4	0,4
Servicios Básicos	15%	4	0,6	4	0,6
Seguridad	10%	2	0,2	3	0,3
Total	100%		4,2		4,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

De las variables establecidas en la matriz de micro localización de acuerdo a su calificación de 51 sobre 60 de puntuación se considera apropiada la ubicación donde se implementará el proyecto.

A continuación se analizará cada una de las variables más detalladamente:

a) Sector Estratégico

El lugar donde se implementará el parque acuático cuenta con el espacio físico adecuado, disponibilidad de servicios básicos, condiciones ambientales así también cuenta con una vista privilegiada de los paisajes naturales que proporcionan a los visitantes un ambiente confortable para el descanso y la recreación.

b) Vías de Acceso

Las vías de acceso es la panamericana norte que se encuentra en óptimas condiciones cuenta con cuatro carriles convirtiéndola en una carretera de primer orden. La comunidad el Juncal queda a solo 30 minutos de la ciudad de Ibarra, lo cual les permite los visitantes salir de la monotonía de la ciudad y disfrutar de lugar de recreación a pocos kilómetros.

c) Disponibilidad de mano de obra

El proyecto pretende realizar una reclutación del personal de la misma comunidad que cuente con las habilidades, competencias y estén calificados para el desarrollo de las diferentes actividades del parque acuático para garantizar que se brinde un servicio de calidad mediante la amabilidad y compromiso hacia organización.

d) Disponibilidad de terreno

El terreno en el cual se implementara el proyecto corresponde a 10.000 m² contando con los servicios básicos, servicios de comunicación, infraestructura vial y al mismo tiempo contando con la ubicación propicia para la implementación del Parque Acuático.

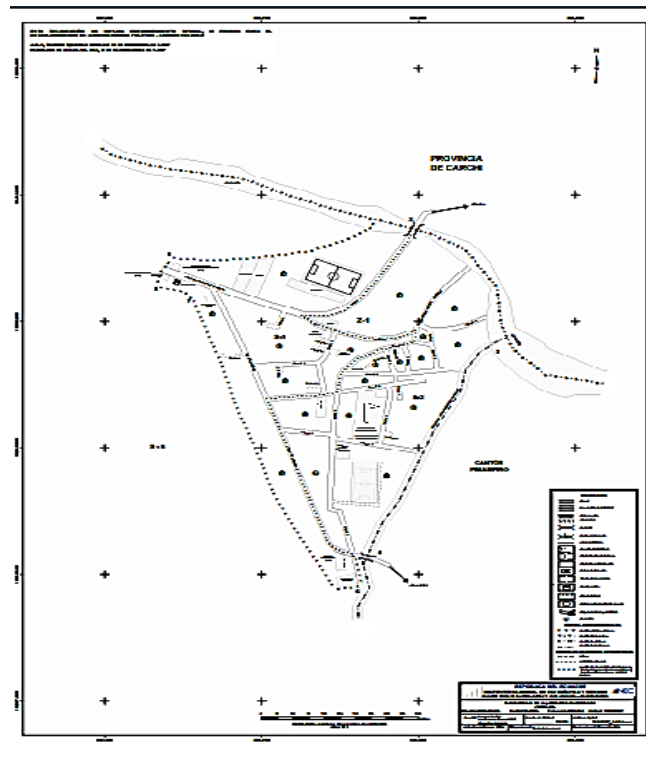
e) Servicios Básicos

La ubicación del proyecta cuenta con los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, recolección de basura que son indispensables para el desarrollo del parque acuático así también cuenta con teléfono fijo, internet y televisión por cable que nos permitirá ofrecer a los visitantes confort.

f) Clima

El clima tropical seco es apto ya que posee una temperatura promedio de 24° C adecuado para realizar actividades de recreación con agua y actividades al aire libre conjugado con los hermosos paisajes todos estos diferentes factores conforman un lugar óptimo para la prestación de este servicio.

Ilustración N° 3: Mapa de la comunidad el juncal



Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

4.4. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto estará definida por la capacidad física de las instalaciones se analizara cada uno de las variables se detallan a continuación.

4.4.1. Variables del tamaño del proyecto

- Inversión.
- Capacidad Instalada
- Disponibilidad de recursos financieros
- Demanda.
- Mercado.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Tecnología.

4.4.2. Análisis de las variables

a) Inversión

La inversión que será requerida para la implementación del proyecto es de \$764. 108,82 dólares americanos los cuales se estructuran por el 54,40% con capital propio ya que se contará con la inversión de socios y el 45,80% será financiado mediante un crédito bancario otorgado por el Banco de Guayaquil.

b) Disponibilidad de recursos financieros

Los recursos financieros serán cubiertos por la aportación de socios y a su vez a través de un crédito bancario que nos permitirá realizar la instalación del proyecto y solventar los gastos que se presente al momento de funcionar el parque acuático.

c) Demanda.

Con la información brindada en el estudio de mercado se establece una recepción de visitantes anual de 114.592 en el primer año de la implementación del proyecto, el cual se va incrementando con la tasa de crecimiento de la población a nivel provincial.

d) Mercado.

La aceptación de los posibles clientes corresponde al 71% información recolectada a través de las respectivas encuestas en una investigación de campo. El proyecto tiene una adecuada aceptación por parte los posibles clientes en base a la información obtenida la demanda insatisfecha corresponde a 66.592 un mercado atractivo a explotar el mercado meta al cual se dirige el proyecto son de niveles económicos medio, medio alto y alto

4.5. Ingeniería del proyecto.

4.5.1. Proceso productivo

4.5.1.1. Flujograma de los principales procesos del servicio.

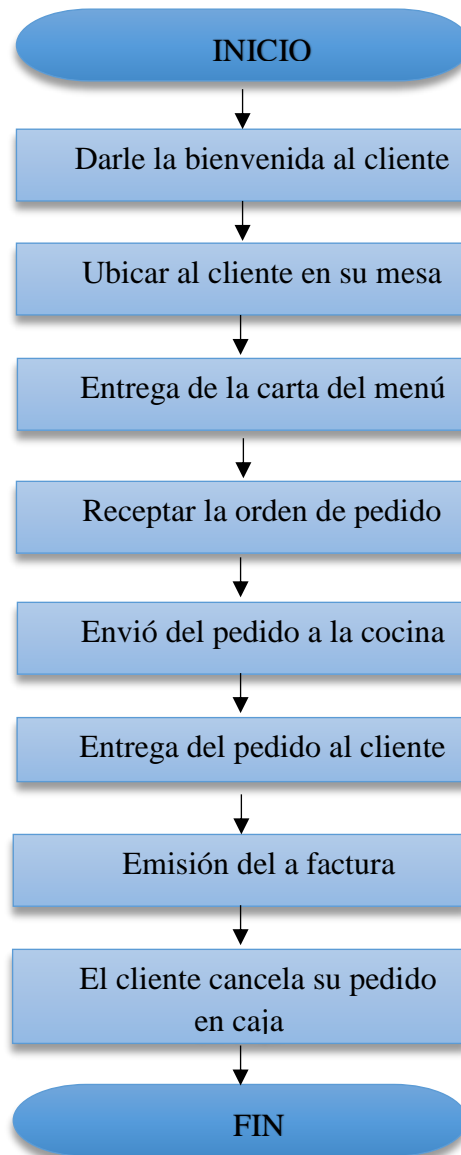


Gráfico N° 11 Flujograma del servicio de restaurant

Fuente: Observación directa
Elaborado por: La Autora

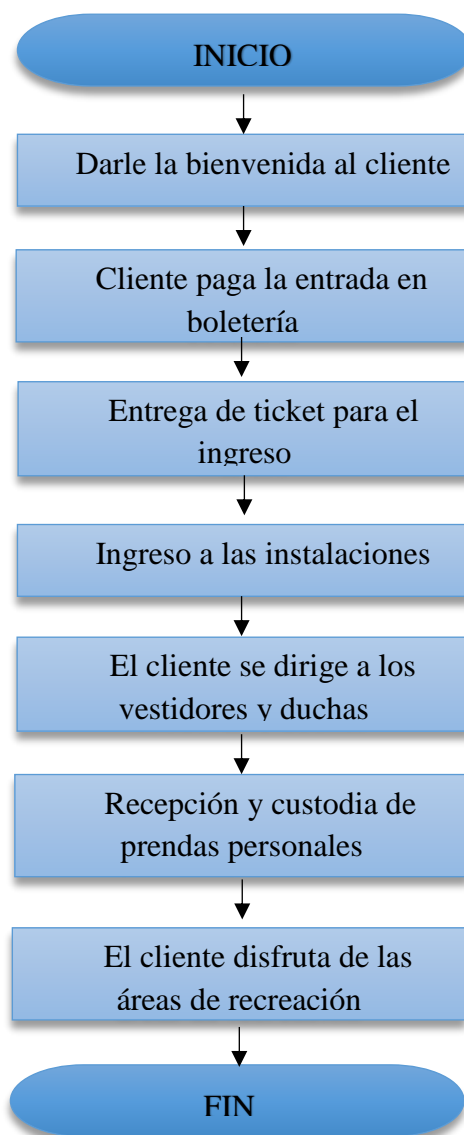


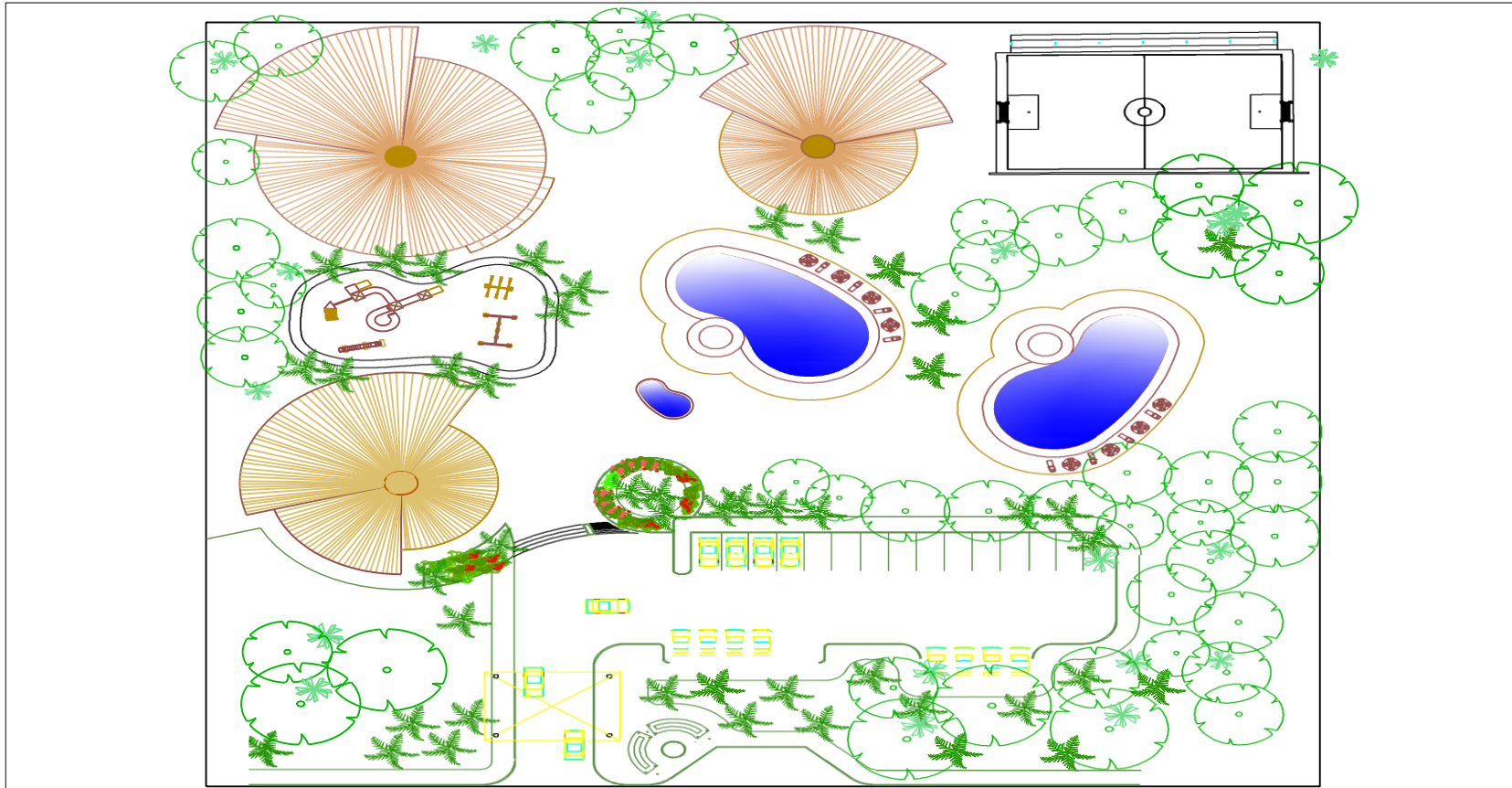
Gráfico N° 12 Flujograma del servicio de recreación

Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

4.1. Distribución de la planta y diseño de las instalaciones

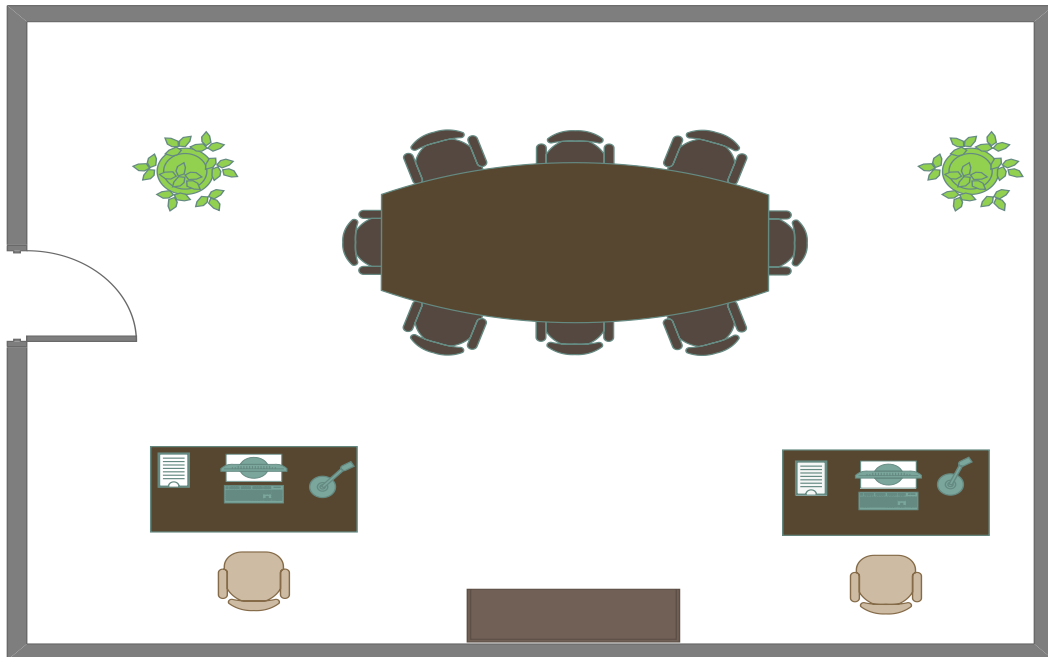
Ilustración N° 4: Plano de la distribución de la planta



Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

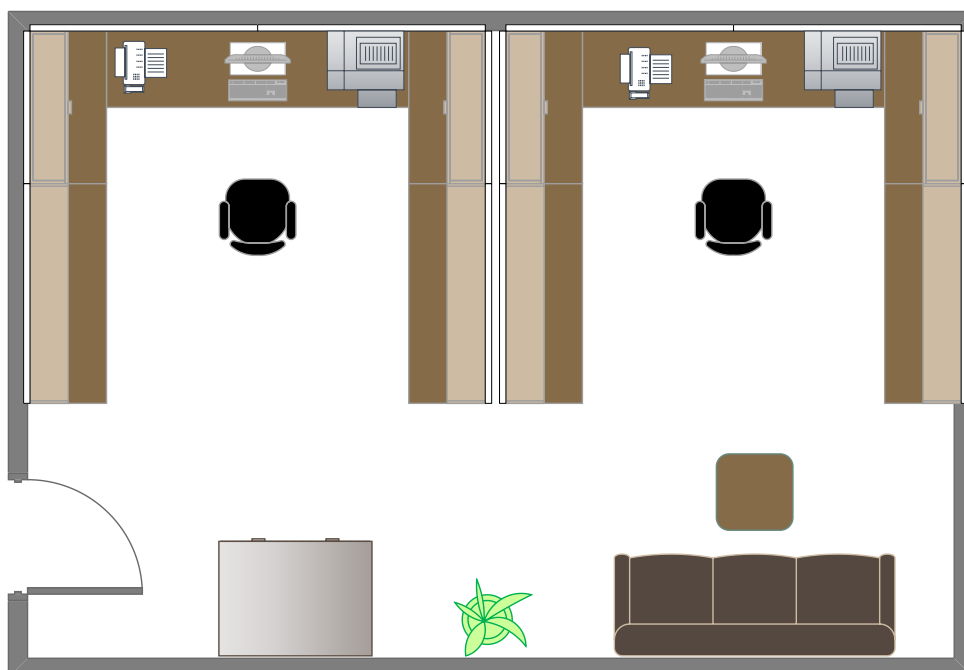
4.1.1. Distribución de las Áreas

Ilustración N° 5: Área administrativa



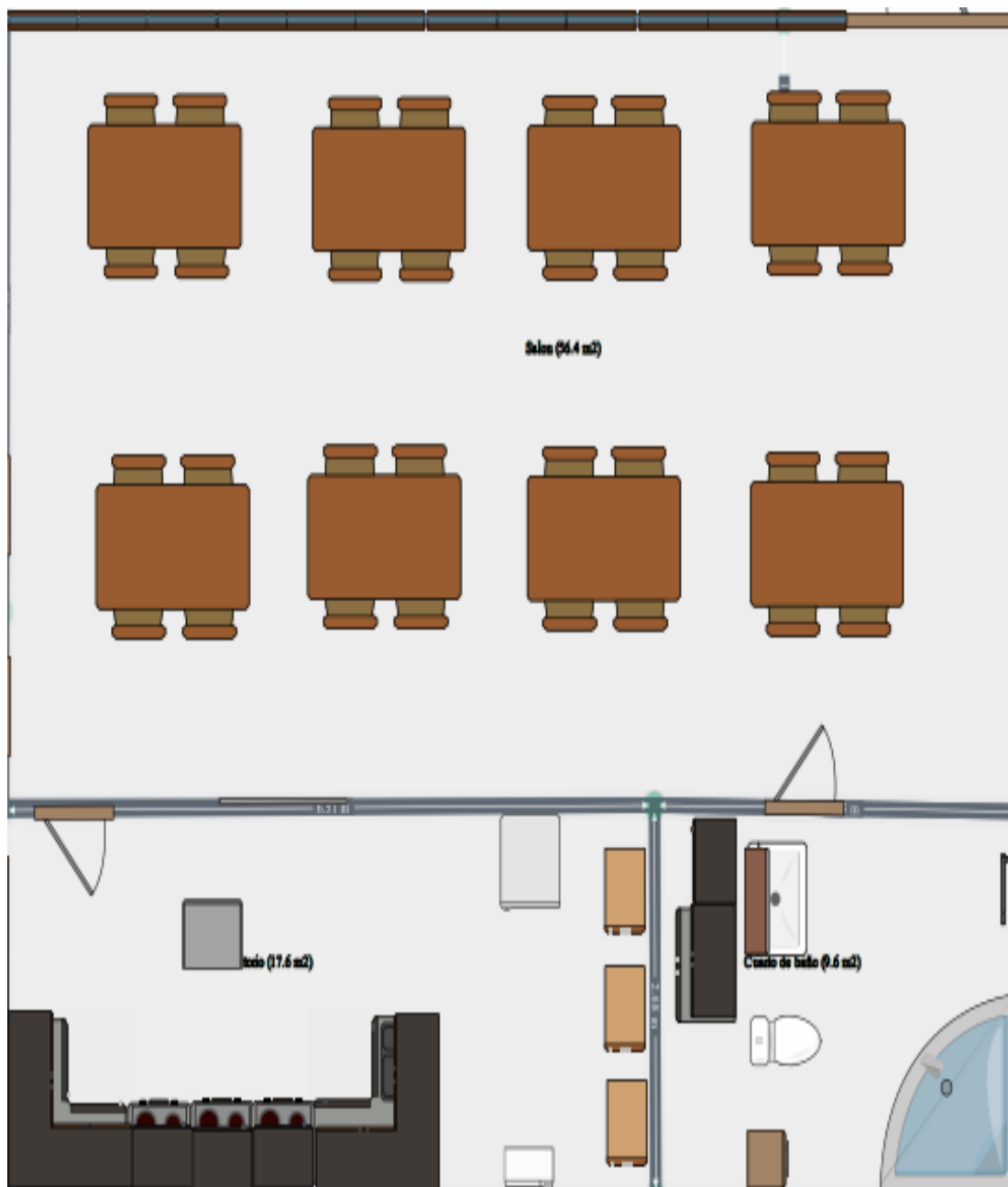
Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 6: Boletería



Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 7: Restaurant



Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

4.2. Inversiones

4.2.1. Terreno

Tabla 28: Terreno

Descripción	m2	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	10.000	8,95	89.500

Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

4.2.2. Edificio

Tabla 29: Edificio

Detalle	M2	Valor Unitario	Valor Total
	Construcción		
Boletería	50	\$ 50,00	\$ 2.500,00
Administración	100	\$ 50,00	\$ 5.000,00
Piscinas de llegada	950	\$ 250,00	\$ 237.500,00
Área Infantil 1	1200	\$ 25,00	\$ 30.000,00
Vestidores y Baños	700	\$ 40,00	\$ 28.000,00
Restaurant	400	\$ 50,00	\$ 20.000,00
Área de Mantenimiento	1100	\$ 40,00	\$ 44.000,00
Áreas Verdes	1600	\$ 5,00	\$ 8.000,00
Parqueadero	2000	\$ 10,00	\$ 20.000,00
Total			\$ 395.000,00

Fuente: Asesor Externo
Elaborado por: La Autora

4.2.3. Maquinaria y Equipo

Tabla 30: Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina industrial	1	145,00	145,00
Refrigerador	1	765,91	765,91
Licuada Oster	2	80,00	160,00
Tanque de Gas	2	56,50	113,00
Freidoras de papas	1	120,00	120,00
Cafetera	1	56,00	56,00
Microondas	1	100,00	100,00
Tobogán Abierto	1	25.500,00	25.500,00
Tobogán Cerrado	1	25.500,00	25.500,00
Tobogán Torbellino	1	55.500,00	55.500,00
Tobogán Aquaracer	1	60.000,00	60.000,00
Tobogán Kamikaze	1	25.500,00	25.500,00
Modulo Selva	1	11.000,00	11.000,00
Resbaladilla Tematizada de animal	2	10.000,00	20.000,00

Palmera de lluvia	1	4.000,00	4.000,00
Cascada de Bamboo	1	2.000,00	2.000,00
Bombas centrifugas	4	730,00	2.920,00
Bomba de filtración	1	2.345,00	2.345,00
Lonizador de Plata	1	182,99	182,99
Total			235.907,90

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

4.2.4. Muebles y Enseres

Tabla 31: Muebles y Enseres

Área	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área Administrativa	Escritorio ejecutivo	1	120,00	120,00
	Silla ejecutiva	1	10,00	10,00
	Archivador	2	40,00	80,00
	Comedor de 4 puestos	4	219,99	879,96
Restaurant	Comedor de 6 puestos	3	350,00	1.050,00
	Mesa de trabajo	1	200,00	200,00
	Estanterías	2	30,00	60,00
	Sillas de bebes	1	40,00	40,00
Boletería	Modular	1	50,00	50,00
	Sillas	2	10,00	20,00
	Archivador	1	40,00	40,00
Área Acuática	Sillas de sol	10	20,00	200,00
	Lockers 9 casilleros	10	25,00	250,00
Área de Maquinas	Estanterías	2	30,00	60,00
	Mangueras	2	20,00	40,00
Total				3.099,96

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.2.5. Equipos de Cómputo

Tabla 32: Equipos de Cómputo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	2	445,00	890,00
Impresora	1	72,00	72,00
Teléfono	2	30,00	60,00
Caja registradora	1	349,99	349,99
Total			1.371,99

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.2.6. Menaje

Tabla 33: Menaje

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ollas Grandes	3	19,50	58,50
Ollas Medianas	2	37,00	74,00
Juego de Sartenes	3	15,30	45,90
Juego de Cuchillos	3	20,00	60,00
Juego de Cucharas	10	2,60	26,00
Juegos de Platos	10	16,00	160,00
Juegos de Trinches	10	11,00	110,00
Juego de Vasos	10	4,30	43,00
Bandejas de mesas	2	2,60	5,20
Saleros	20	0,95	19,00
Tablas para picar	3	4,00	12,00
Jarras	15	2,40	36,00
Ajiceros	20	1,90	38,00
Manteles 4 puestos	4	18,00	72,00
Manteles 6 puestos	3	30,00	90,00
Limpiones	10	1,50	15,00
Basurero	5	11,70	58,50
Total			923,10

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.3. Activos corrientes

4.3.1. Materia Prima Directa

Tabla 34: Materia Prima Directa

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Verduras y Legumbres				
Tomate riñón	1	12,00	12,00	144,00
Brócoli	16	0,50	8,00	96,00
Lechuga	12	0,33	3,96	47,52
Zanahoria	20	0,50	15,00	120,00
Ají	20	0,50	15,00	120,00
Pepinillo	15	0,50	7,50	90,00
Cebolla paiteña	25	0,50	15,00	150,00
Cebolla blanca	25	0,75	22,50	225,00
Subtotal				992,52
Frutas				

Fresa	100	1,00	100,00	1.200,00
Mora	110	1,00	150,00	1.320,00
Naranja	100	1,00	100,00	1.200,00
Piña	50	1,00	50,00	600,00
Papaya	50	1,50	75,00	900,00
Limón	150	1,00	150,00	840,00
Naranja	20	1,00	200,00	2.400,00
Guanábana	50	3,00	225,00	1.800,00
Subtotal				8.100,00
Tubérculos				
Papa chola	4	16,00	64,00	768,00
Papa roja	25	0,60	15,00	180,00
Subtotal				948,00
Gramíneas				
Arveja	15	1,00	15,00	180,00
Lenteja	25	0,80	20,00	240,00
Arroz	10	60,00	600,00	7.200,00
Subtotal				9.516,00
Carnes				
Pollo	50	1,30	65,00	780,00
Carne de cerdo	50	2,50	112,50	1.350,00
Carne de res	50	2,50	112,50	1.350,00
Chuletas	40	2,50	100,00	1.200,00
Salchichas	30	3,00	90,00	1.080,00
Mortadela	20	1,25	25,00	300,00
Subtotal				6.060,00
Total				25.616,52

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.3.2. Mano de Obra Directa

Tabla 35: Mano de Obra Directa

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Patronal (12,15%)	Personal (9,35%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total
Chef	1	600,00	7.200,00	874,80	673,20	600,00	366,00	300,00	49,98	10.063,98
Mesero	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	366,00	366,00	183,00	30,49	6.281,77
Jefe de Mantenimiento	1	400,00	4.800,00	583,20	448,80	400,00	366,00	200,00	33,32	6.831,32
Personal de Limpieza	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	366,00	366,00	183,00	30,49	6.281,77
Total	4	1.732,00	20.784,00	2.525,26	1.943,30	1.732,00	1.464,00	866,00	144,28	29.458,84

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

4.3.3. Costos indirectos de Fabricación

4.3.3.1. Materia prima indirecta

Tabla 36: Materia Prima Indirecta

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Perejil	10	0,25	2,5	30
Ajo	5	1	5	60
Aceite	5	9	45	540
Sal	7	0,75	5,25	63
Comino	4	0,25	1	12
Achiote	2	1,5	3	36
Cilantro	10	0,25	2,5	30
Total				771

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Tabla 37: Materiales indirectos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Cloro	10	2,00	20,00	240,00
Desinfectante	20	5,00	100,00	1.200,00
Total				1.440,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.3.3.2. Servicios Básicos

Tabla 38: Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	450	0,08	36,00	432,00
Agua	50	0,51	25,50	306,00
Gas	5	2,5	12,50	150,00
Total				888,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.3.3.3. Depreciación Maquinaria

Tabla 39: Depreciación Maquinaria

Tipo de Activo	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Edificio	395.000,00	19.750,00	18.762,50
Maquinaria y Equipo	235.907,90	23.590,79	42.463,42
Muebles y Enseres	1.371,99	137,20	123,48
Equipo de Computación	3.099,96	1.033,22	688,91
Total			62.038,32

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.4. Gastos administrativos

4.4.1. Salarios

Tabla 40: Gastos Salarios Administrativos

Cargo	Cantidad	Mensual	Anual
Gerente General	1	600,00	7.200,00
Cajero	1	366,00	4.392,00
Total	2	966,00	11.592,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.4.2. Servicios Básicos

Tabla 41: Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	100	0,08	8,00	96,00
Agua	45	0,51	22,95	275,40
Teléfono	5	0,4	2,00	24,00
Internet	1	30	30,00	360,00
Total				395,40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.4.3. Suministros de oficina

Tabla 42: Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Perforadora	1	2,50	0,20	2,50
Grapadora	1	3,00	3,00	3,00
Esferográficos	1	5,00	5,00	60,00
Resmas papel bond	1	5,00	5,00	60,00
Hojas Membretadas	1	0,25	0,29	3,50
Grapas	1	0,30	0,30	3,60
Total				132,60

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.5. Gastos de ventas

Tabla 43: Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Cuñas Radiales	4	Cuña radial	15,00	60,00	720,00
Hojas Volantes	1	Unidad	0,05	15,00	180,00
				Total	\$900,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Tabla 44: Gastos de Ventas

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Total
Página Web	1	Página	\$ 449,00
		Total	\$ 449,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.6. Gastos financieros

Tabla 45: Tabla de Amortización

Años	Saldo de la deuda	Cuota	Interés	Amortización de la deuda
1	350.000,00	61.944,46	42.000,00	19.944,46
2	330.199,71	61.944,46	39.606,67	22.337,79
3	307.717,75	61.944,46	36.926,13	25.018,33
4	282.699,42	61.944,46	33.923,93	28.020,53
5	254.678,90	61.944,46	31.561,47	31.148,95
6	223.295,91	61.944,46	26.795,51	35.148,95
7	188.146,96	61.944,46	22.577,63	39.366,82
8	148.780,13	61.944,46	17.853,62	44.090,84
9	104.689,29	61.944,46	12.562,72	49.381,74
10	55.307,55	61.944,46	6.636,91	55.307,55
	-	61.944,46	0,00	61.944,46

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.7. Gastos de constitución

Tabla 46: Gastos de Constitución

Descripción	Valor
Ruc	-
Patente Municipal	\$ 500,00
Permiso Bomberos	\$ 100,00
Certificado de Salud	\$ 10,00
Permiso Ministerio de Trabajo	\$ 500,00
Permiso Ambiental	\$ 200,00
Nombramiento de Representante	\$ 600,00
Constitución	\$ 1.000,00
Total	\$ 2.910,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.8. Capital de trabajo

Tabla 47: Capital de Trabajo

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 2.737,65	\$ 32.851,78
Mano de Obra Directa	\$ 2.454,90	\$ 29.458,84
CIF	\$ 258,25	\$ 3.099,00
Mantenimiento Maquinaria	\$ 4.914,75	\$ 58.976,98
Reposición Menaje	\$ 11,54	\$ 138,47
Gastos Administrativos		
Sueldos Administrativos	\$ 1.265,12	\$ 15.181,43
CIF Administrativos	\$ 32,95	\$ 395,40
Suministros y Materiales de Oficina	\$ 11,05	\$ 132,60
Gasto de Ventas		
Publicidad	\$ 112,42	\$ 1.349,00
Total	\$ 11.798,62	\$ 141.583,48
Capital de Trabajo	\$ 35.395,87	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Tabla 48: Resumen de Inversiones

Activos fijos	\$ 725.802,95
Capital de trabajo	\$ 35.395,87
Activos Diferidos	\$ 2.910,00
Total	\$ 764.108,82

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

4.9. Financiamiento

Tabla 49: Financiamiento

Capital Propio	\$ 417.614,85	54,40%
Capital Financiado	\$ 350.000,00	45,60%
Total	\$ 767.614,85	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El estudio financiero es el aspecto fundamental en el cual se realizará un análisis acerca del capital, fuentes de financiamiento que nos permita implementar el proyecto con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto.

En este capítulo se determinara los presupuestos de ingresos, costos y gastos, así también los estados financieros proyectados, flujos de efectivo el cual nos permitirá aplicar los indicadores financieros.

5.2. Objetivos de la evaluación económica

5.2.1. Objetivo general

Realizar el estudio financiero para determinar la inversión necesaria y la factibilidad del proyecto.

5.3. Presupuestos de ingresos

El volumen de ventas está representado por la cantidad por el precio, los ingresos que obtendrá el parque acuático se darán por los servicios que se ofrecerá a través de paquetes promocionales con la finalidad obtener un posicionamiento en el mercado.

El cálculo de las proyecciones para el presupuesto de ingresos se realizó en base a la tasa de 3,66% de inflación según el Banco Central del Ecuador para los próximos años.

Tabla 50: Ingresos Proyectados

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad	33.480	33.590	33.701	33.813	33.924
Precio	12,00	12,44	12,89	13,37	13,86
Total	401.760,00	417.838,75	434.560,98	451.952,45	470.039,94

Fuente: Estudio técnico - Financiero

Elaborado por: La autora

5.4. Presupuestos de costos y gastos

La determinación de este presupuesto se tomara en cuenta los costos y gastos en lo que se incurrirán determinando materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y gastos administrativos por último los gastos de ventas los mismos que serán proyectados con la tasa de inflación.

5.4.1. Costos de Producción

5.4.1.1. Materia Prima Directa

Se refiere al volumen de producción que se utilizará en la prestación del servicio de restaurant y el servicio de recreación que se ofrecerán en el parque acuático proyectado para los próximos años en base a la tasa de inflación.

Tabla 51: Proyección de Materia Prima Directa

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Verduras y Legumbres					
Tomate riñón	144,00	149,27	154,73	160,40	166,27
Brocoli	96,00	99,51	103,16	106,93	110,84
Lechuga	47,52	49,26	51,06	52,93	54,87
Zanahoria	120,00	124,39	128,94	133,66	138,56
Ají	120,00	124,39	128,94	133,66	138,56
Pepinillo	90,00	93,29	96,71	100,25	103,92

Cebolla paiteña	150,00	155,49	161,18	167,08	173,20
Cebolla blanca	225,00	233,24	241,77	250,62	259,79
Frutas					
Fresa	1.200,00	1.243,92	1.289,45	1.336,64	1.385,56
Mora	1.320,00	1.368,31	1.418,39	1.470,31	1.524,12
Naranja	1.200,00	1.243,92	1.289,45	1.336,64	1.385,56
Piña	600,00	621,96	644,72	668,32	692,78
Papaya	900,00	932,94	967,09	1.002,48	1.039,17
Limón	1.800,00	1.865,88	1.934,17	2.004,96	2.078,34
Naranja	2.400,00	2.487,84	2.578,89	2.673,28	2.771,12
Guanábana	2.700,00	2.798,82	2.901,26	3.007,44	3.117,52
Tubérculos					
Papa chola	768,00	796,11	825,25	855,45	886,76
Papa roja	180,00	186,59	193,42	200,50	207,83
Gramíneas					
Arveja	180,00	186,59	193,42	200,50	207,83
Lenteja	240,00	248,78	16.027,32	16.613,92	17.221,99
Arroz	7.200,00	7.463,52	7.736,68	8.019,85	8.313,37
Carnes					
Pollo	780,00	808,55	838,14	868,82	900,62
Carne de cerdo	1.350,00	1.399,41	1.450,63	1.503,72	1.558,76
Carne de res	1.350,00	1.399,41	1.450,63	1.503,72	1.558,76
Chuletas	1.200,00	1.243,92	1.289,45	1.336,64	1.385,56
Salchichas	1.080,00	1.119,53	1.160,50	1.202,98	1.247,01
Mortadela	300,00	310,98	322,36	334,16	346,39
Total	25.616,52	26.554,08	27.525,96	28.533,41	29.577,74

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Tabla 52: Proyección de Materia Prima Directa

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Agua Potable m3	3.695,26	3.830,50	3.970,70	4.116,03	4.266,67
Cloro Concentrado	2.700,00	2.798,82	2.901,26	3.007,44	3.117,52
Clarificador	240,00	248,78	257,89	267,33	277,11
Pastillas de Tricloro	600,00	621,96	644,72	668,32	692,78
Total	7.235,26	7.500,07	7.774,57	8.059,12	8.354,08

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

5.4.1.2. Mano de Obra Directa

En lo referente a la mano de obra directa es el talento humano que colabora en el proceso de producción y servicios como mano de obra directa forma parte un chef y un mesero siendo del servicio de restaurant.

A continuación se proyecta las remuneraciones del personal para los próximos cinco años.

Tabla 53: Proyección de Mano de obra Directa

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Chef	600,00	621,96	644,72	668,32	692,78
Mesero	366,00	379,40	393,28	407,68	422,60
Jefe de Mantenimiento	400,00	414,64	429,82	445,55	461,85
Personal de Limpieza	366,00	379,40	393,28	407,68	422,60
Total	1.732,00	1.795,39	1.861,10	1.929,22	1.999,83

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Tabla 54: Proyección de Costos de Mano de obra Directa

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo Básico Unificado	20.784,00	21.544,69	22.333,23	23.150,63	23.997,94
Aporte Patronal	2.525,26	2.617,68	2.713,49	2.812,80	2.915,75
Fondos de Reserva	-	1.731,31	1.794,67	1.860,36	1.928,45
Vacaciones	866,00	897,70	930,55	964,61	999,91
Décimo Tercero	1.732,00	1.795,39	1.861,10	1.929,22	1.999,83
Décimo Cuarto	1.464,00	1.517,58	1.573,13	1.630,70	1.690,39
Total	27.371,26	30.104,35	30.341,30	31.451,80	32.602,93

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

A continuación se detallan los costos de materia prima indirecta que serán utilizados en la elaboración y prestación de servicios del Parque Acuático.

Tabla 55: Proyección de Materia Prima Indirecta

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Perejil	30,00	31,10	32,24	33,42	34,64
Ajo	60,00	62,20	64,47	66,83	69,28
Aceite	540,00	559,76	580,25	601,49	623,50
Sal	63,00	65,31	67,70	70,17	72,74
Comino	12,00	12,44	12,89	13,37	13,86
Achiote	36,00	37,32	38,68	40,10	41,57
Cilantro	30,00	31,10	32,24	33,42	34,64
Total	771,00	799,22	828,47	858,79	890,22

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Tabla 56: Proyección materiales indirectos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Cloro	240,00	248,78	257,89	267,33	277,11
Desinfectante	1.200,00	1.243,92	1.289,45	1.336,64	1.385,56
Total	1.440,00	1.492,70	1.547,34	1.603,97	1.662,67

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La autora

Tabla 57: Proyección de Servicios Básicos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Energía eléctrica	432,00	447,81	464,20	481,19	498,80
Agua	306,00	317,20	328,81	340,84	353,32
Luz	150,00	155,49	161,18	167,08	173,20
Total	888,00	920,50	954,19	989,11	1.025,32

Fuente: Emapa, Emelnorte

Elaborado por: La autora

Tabla 58: Resumen de costos indirectos de fabricación

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima Indirecta	2.211,00	2.291,92	2.375,81	2.462,76	2.552,90
S. Básicos	888,00	920,50	954,19	989,11	1.025,32
Total	3.099,00	3.212,42	3.330,00	3.451,88	3.578,21

Fuente: Emapa, Emelnorte

Elaborado por: La autora

Tabla 59: Proyección de mantenimiento

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Mantenimiento Maquinaria	58.976,98	61.135,53	63.373,09	65.692,55	68.096,90
Total	58.976,98	61.135,53	63.373,09	65.692,55	68.096,90

Fuente: Emapa, Emelnorte

Elaborado por: La autora

Tabla 60: Proyección de reposición de menaje

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Reposición de menaje	138,47	143,53	148,79	154,23	159,88
Total	138,47	143,53	148,79	154,23	159,88

Fuente: Emapa, Emelnorte

Elaborado por: La autora

5.4.1.4. Resumen Costos de Producción

Por último se detalla el resumen del presupuesto de costos y gastos proyectados para los próximos 5 años.

Tabla 61: Resumen de costos de producción

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima	32.851,78	34.054,15	35.300,53	36.592,53	37.931,82
Mano de Obra Directa	26.505,26	29.270,02	30.341,30	31.451,80	32.602,93
CIF	3.099,00	3.212,42	3.330,00	3.451,88	3.578,21
Total	62.456,03	66.536,60	68.971,84	71.496,20	74.112,97

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.2. Gastos Administrativos

Los gastos Administrativos se refieren a los gastos correspondientes a los salarios administrativos, servicios básicos y suministro de oficina que serán utilizados en el funcionamiento de la empresa.

Tabla 62: Sueldos básicos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente General	600,00	621,96	644,72	668,32	692,78
Cajero	366,00	379,40	393,28	407,68	422,60

Total	966,00	1.001,36	1.038,01	1.076,00	1.115,38
--------------	---------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

Tabla 63: Proyección de salarios administrativos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo Básico					
Unificado	11.592,00	12.016,27	12.456,06	12.911,95	13.384,53
Aporte Patronal	1.408,43	1.459,98	1.513,41	1.568,80	1.626,22
Fondos de Reserva	-	1.000,96	1.037,59	1.075,57	1.114,93
Vacaciones	483,00	500,68	519,00	538,00	557,69
Décimo Tercero	966,00	1.001,36	1.038,01	1.076,00	1.115,38
Décimo Cuarto	732,00	758,79	786,56	815,35	845,19
Total	15.181,43	16.738,02	17.350,63	17.985,67	18.643,94

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

Tabla 64: Proyección de suministros de oficina

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros de Oficina	132,60	137,45	142,48	147,70	153,10
Total	132,60	137,45	142,48	147,70	153,10

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

Tabla 65: Proyección de servicios básicos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios Básicos	395,40	409,87	424,87	440,42	456,54
Total	395,40	409,87	424,87	440,42	456,54

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

Tabla 66: Amortización

Detalle	Valor	Amortización	1	2	3	4	5
Activos							
Diferidos	3410	20%	682,00	682,00	682,00	682,00	682,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

Tabla 67: Resumen de gastos administrativos

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos Básicos	15.181,43	16.738,02	17.350,63	17.985,67	18.643,94
Suministros de oficina	132,60	137,45	142,48	147,70	153,10

Servicios Básicos	395,40	409,87	424,87	440,42	456,54
Gastos de Constitución	2.910,00				
Total	18.619,43	17.285,35	17.917,99	18.573,39	19.253,59

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.3. Gastos de Ventas

En cuanto a los gastos de ventas son los utilizados para promocionar los servicios que prestara el Parque Acuático a los clientes a continuación se detallan cada uno de los gastos incurridos.

Tabla 68: Consolidad de gastos de ventas

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Cuñas Radiales	720,00	746,35	773,67	801,98	831,34
Hojas Volantes	180,00	186,59	193,42	200,50	207,83
Página Web	449,00	465,43	482,47	500,13	518,43
Total	1.349,00	1.398,37	1.449,55	1.502,61	1.557,60

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.4. Gastos Depreciación

Las depreciaciones se calculan con el método de línea recta sobre todos los activos fijos intangibles.

Tabla 69: Depreciación

Tipo de Activo	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Edificio	395.000,00	19.750,00	18.762,50
Maquinaria y Equipo	235.907,90	23.590,79	42.463,42
Muebles y Enseres	1.371,99	137,20	123,48
Equipo de Computación	3.099,96	1.033,22	688,91
Total			62.038,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Tabla 70: Depreciación de activos fijos

Tipo de Activo	1	2	3	4	5
Edificio	18.762,50	18.762,50	18.762,50	18.762,50	18.762,50

Maquinaria y Equipo	42.463,42	42.463,42	42.463,42	42.463,42	42.463,42
Muebles y Enseres	123,48	123,48	123,48	123,48	123,48
Equipo de Computación	688,91	688,91	688,91		
Total	62.038,32	62.038,32	62.038,32	61.349,40	61.349,40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.4.5. Gastos de Amortización

Los gastos de amortización representan el interés generados por la adquisición del crédito bancario que será utilizado para la implementación del parque acuático, a continuación se detalla la tabla de amortización.

Tabla 71: Tabla de amortización

Años	Saldo de la deuda	Cuota	Interés	Amortización de la deuda
1	350.000,00	61.944,46	42.000,00	19.944,46
2	330.199,71	61.944,46	39.606,67	22.337,79
3	307.717,75	61.944,46	36.926,13	25.018,33
4	282.699,42	61.944,46	33.923,93	28.020,53
5	254.678,90	61.944,46	31.561,47	31.148,95
6	223.295,91	61.944,46	26.795,51	35.148,95
7	188.146,96	61.944,46	22.577,63	39.366,82
8	148.780,13	61.944,46	17.853,62	44.090,84
9	104.689,29	61.944,46	12.562,72	49.381,74
10	55.307,55	61.944,46	6.636,91	55.307,55
	-	61.944,46	0,00	61.944,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.5. Estados financieros

5.5.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial refleja los activos fijos, pasivos, capital y el patrimonio con lo que inicia las actividades el proyecto.

Tabla 72: Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS			
CORRIENTES	\$ 35.395,87	PASIVOS	
Bancos	\$ 35.395,87	Cuentas por pagar	\$ 350.000,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 728.712,95	PATRIMONIO	
Terreno	\$ 89.500,00	Capital	\$ 414.108,82
Edificio	\$ 395.000,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 235.907,90		
Muebles y Enseres	\$ 3.099,96		
Equipo de Computo	\$ 1.371,99		
Menaje	\$ 923,10		
Otros Activos	\$ 2.910,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 764.108,82	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 764.108,82

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.5.2. Estado de Resultados

El estado de Resultados nos permite evaluar la rentabilidad con la que contara el parque acuático a través de los resultados financieros para los próximos periodos.

Tabla 73: Estado de resultados

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	401.760,00	417.838,75	434.560,98	451.952,45	470.039,94
(-) Costos de Producción	121.571,47	127.815,66	132.493,71	137.342,98	142.369,74
Utilidad Bruta	280.188,53	290.023,09	302.067,27	314.609,47	327.670,20
(-) Gastos Administrativos	18.619,43	17.285,35	17.917,99	18.573,79	19.253,59
(-) Gastos de Ventas	1.349,00	1.398,37	1.449,55	1.502,61	1.557,60
(-) Gastos Financieros	42.000,00	39.606,67	36.926,13	33.923,93	30.561,47
(-) Depreciaciones	62.038,32	62.038,32	62.038,32	61.349,40	61.349,40
Utilidad Operacional	156.181,78	169.694,39	183.735,28	199.259,74	214.948,14
(-) 15% Participación Trabajadores	23.427,27	25.454,16	27.560,29	29.888,96	32.242,22
Utilidad antes de Impuestos	132.754,52	144.240,23	156.174,98	169.370,78	182.705,92
(-) 25% Impuesto a la Renta	33.188,63	36.060,06	39.043,75	42.342,69	45.676,48
Utilidad Neta	99.565,89	108.180,17	117.131,24	127.028,08	137.029,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.5.3. Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo nos permite conocer las variaciones y movimientos del comportamiento financiero que representa el circulante que tiene la empresa.

Tabla 74: Estado de flujo de efectivo

Descripción	0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	764.108,82					
Ingresos						
Utilidad Operacional		156.181,78	169.694,39	183.735,28	199.259,74	214.948,14
(+) Depreciaciones		62.038,32	62.038,32	62.038,32	61.349,40	61.349,40
(=)Total Ingresos		218.220,10	231.732,70	245.773,59	260.609,14	276.297,54
Egresos						
(-) Utilidad de Trabajadores		23.427,27	25.454,16	27.560,29	29.888,96	32.242,22
(-) Impuestos		33.188,63	36.060,06	39.043,75	42.342,69	45.676,48
Recuperación de la Inversión						
Edificio						301.187,50
Maquinaria y Equipo						23.590,79
Muebles y Enseres						754,59
Equipo de Computo						1.033,22
(+) Capital de Trabajo						38.401,90
Flujo neto de caja	-764.108,82	161.604,20	170.218,49	179.169,655	188.377,48	560.340,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.6. Evaluación financiera

5.6.1. Determinación Tasa de Rendimiento Medio

La tasa de rendimiento medio es el costo de oportunidad cuenta con dos partes la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, a continuación se realiza el correspondiente calculo.

Tabla 75: Tasa de rendimiento medio

Capital	Cantidad	% de Aportación	TMAR	Ponderación
Inversionistas	414.108,852	54%	12,86%	7,00%
Banco	350.000,00	46%	12%	5,50%
Tasa Global Mixta				12,49%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

TMAR	Premio al riesgo	Inflación	i* f
12,86%	9,17%	3,38%	0,31%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

TMAR= 12,86%

5.6.2. Determinación del Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto representa los beneficios reales del proyecto ante la inversión en un tiempo determinado, permitiéndonos conocer si el resultado es igual o superior a cero es viable el proyecto.

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo año 5}}{(1+i)^5} - IT$$

Tabla 76: Determinación del VAN

Años	Flujo Neto	Factor Ajustado	Flujo Neto Actualizado
2016	161.604,20	0,886	143.190,04
2017	170.218,49	0,785	133.637,10
2018	179.169,55	0,696	124.636,34
2019	188.377,48	0,616	116.110,00
2020	560.340,81	0,546	306.022,29
		Valor presente	\$ 823.595,78
		Inversión Inicial	\$ 764.108,82
		VAN	\$ 59.486,96

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Aplicación de la fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = \$ 823.595,78 - 764.108,82$$

$$\text{VAN} = \$ \mathbf{59.486,96}$$

Análisis:

El valor actual neto del proyecto es de \$ 59.486,96 siendo positivo, por lo tanto se considera factible, debe aceptarse la inversión.

5.6.3. Determinación de la Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno nos permite determinar la rentabilidad del proyecto durante su vida útil, la tasa porcentual que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

Tabla 77: Determinación del TIR

0	2016	2017	2018	2019	2020
\$ -764.108,82	161.604,20	170.218,49	179.169,55	188.377,48	560.340,81
	1,1541	1,3320	1,5374	1,7744	2,0479
	140.019,11	127.783,88	116.528,18	106.161,65	273.606,00
\$ 764.108,82					
0					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Análisis:

La TIR del proyecto es de 15% lo que representa una tasa positiva por lo que es superior a la tasa mínima aceptable se considera que el proyecto es factible.

5.6.4. Determinación Costo- Beneficio

La relación costo – beneficio nos permite conocer el retorno que tienen los ingresos en función de los gastos del proyecto en unidades monetarias se conocerá la relación a través de la aplicación de la siguiente fórmula:

Tabla 78: Relación Costo - Beneficio

Años	Inversión	Flujos Netos
1	\$ 764.108,82	161.604,20
2		170.218,49
3		179.169,55
4		188.377,48
5		560.340,81
	Total	1.259.510,54

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

Aplicación de la fórmula:

$$\frac{C}{B} = \frac{1.259.710,54}{764.108,82}$$

$$\frac{C}{B} = 1,65$$

Análisis:

El costo beneficio nos indica que por cada dólar de inversión en el proyecto se genera \$0,65 dólares de utilidad.

5.6.5. Periodo de Recuperación del Capital

El periodo de recuperación de la inversión hace referencia el periodo que se recupera la inversión del proyecto.

Tabla 79: Periodo de recuperación de la inversión

Años	Inversión	Flujos Netos	Flujos Netos Acumulados
1	\$764.108,82	161.604,20	161.604,20
2		170.218,49	331.822,69
3		179,169,55	349.388,04
4		188.377,48	367.547,04
5		560.340,81	748.718,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Análisis:

El periodo de recuperación del presente proyecto es de 4 años con 2 meses y 11 días.

Tabla 80: Tiempo de recuperación

748.718,29	4 Años
13.777,64	2 Meses
1.613,68	1 Días

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.6.6. Punto de Equilibrio

$$P.E (Unidades) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{P_v - C_{vu}}$$

$$P.E (Dolares) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 81: Determinación de costos fijos y costos variables

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
Costos de Operación			
Materia Prima Directa		32.851,78	32.851,78
Mano de Obra Directa		26.505,26	26.505,26
Materia Prima Indirecta		3.099,00	3.099,00
Mantenimiento		58.976,98	58.976,98
Reposición menaje		138,47	138,47
Depreciaciones de Activos	62.038,32		62.038,32
Gastos de Administrativos			
Sueldos	15.181,43		15.181,43
Servicios Básicos	132,60		132,60
Suministros de Oficina	395,40		395,40
Amortización Activos Diferidos	582,00		
Gastos de Ventas			
Publicidad	1.349,00		1.349,00
Gastos Financieros			
Interés	42.000,00		42.000,00
Total	121.678,74	121.571,47	242.668,22

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Tabla 82: Punto de equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Fijo Total	121.678,74	126.132,19	130.748,62	135.534,02	140.494,57
Costo Variable Total	121.571,47	126.020,99	136.633,36	135.414,54	140.370,71
Cantidad	31.480	33.590	33.701	33.813	33.924
Costo Variable Unitario	3,63	3,76	3,90	4,04	4,19
Precio de Venta	12,00	12,44	12,89	13,37	13,86
P.E (Unidades)	14.540	15.072	15.623	16.195	16.788
P.E (\$)	174.474,14	180.858,89	187.479,36	194.341,11	201.453,99

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

- **Conclusiones del Estudio Financiero**

Resumen de la Evaluación financiera

Nro	Sigla	Rubro	Resultado	Observaciones
.	s			
1	TRM	Tasa Rendimiento Medio	12,86%	Aceptable
2	TIR	Tasa Interna de Retorno	15%	Es superior al TRM
3	VAN	Valor Actual Neto	59.486,96	Aceptable
4	RC	Recuperación Inversión	4 años	Aceptable
5	CB	Costo Beneficio	1,65	Por cada dólar gana 0,82
6	PE	Punto de Equilibrio	14.540	Para quedar en equilibrio.

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

Analisis:

Se puede concluir que los evaluadores financieros presentan una situación potencial favorable lo que significa que es atractivo debido a que a la tasa interna de retorno muestra un escenario conservador de 2,14% sobre la tasa de rendimiento medio es superior.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Introducción

La estructura organizacional tiene como finalidad implementar bases organizacionales para lograr el desenvolviendo de las diferentes actividades dentro de la organización en base a identificar los niveles de responsabilidad y autoridad y así también los aspectos relevantes en cuanto a la base legal, la razón social, misión, visión, principios y valores diferentes aspectos fundamentales para conseguir una administración eficiente del talento humano y los recursos económicos de la empresa.

6.2. Objetivos

6.2.1. Objetivo General

Efectuar la propuesta administrativa a través en la estructura organizacional y funcional para la administración efectiva de los recursos.

6.3. Determinación de la forma jurídica

El Parque Acuático pertenecerá al sector privado debido a que el capital proviene por socios o accionistas siendo personas naturales sin ninguna vinculación con el Estado. El parque acuático es un establecimiento dirigido al sector de servicios de entretenimiento y de recreación que se regirá a las leyes vigentes.

6.4. Aporte de capital

El aporte del capital para el Parque Acuático estará conformado a través de la aportación de recursos propios de 10 socios conformando la Compañía Limitada donde se definirá las

responsabilidades de cada socio, que estará regida por la Ley de Compañías, reglamentos y estatutos de la misma.

6.5. Aspecto legal

Para la constitución del Parque Acuático se deberá efectuar una serie de requisitos y trámites que se deben llevar a cabo en las instituciones competentes con la finalidad de obtener los diferentes permisos pertinentes para el funcionamiento dentro de la normativa legal.

A continuación:

A. Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original y copia del certificado de votación (último proceso electoral).
- Copia de la planilla de agua, luz, o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica

B. Patente Municipal

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

C. Permiso de los Bomberos

- Solicitud de inspección del local;

- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC;
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

D. Certificado de Salud

- Especie Valorada
- Fotografía Tamaño carnet
- Copia de Cedula de Identidad
- Muestra

6.6. Razón social

La razón social para el parque acuático es aqua mundo cía. Ltda, que es una combinación de latín y español, esta elección se debe a que se contará con una gran variedad de atracciones relacionadas con el agua, la diversión y recreación que serán compartidos entre familia y amigos.

6.7. Logotipo y eslogan

Gráfico N° 11: Logotipo y eslogan



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

6.8. Diseño tarjetas y hojas volantes

Gráfico N° 12: Diseño de hojas volantes



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

6.9. Aspecto estratégico

6.9.1. Misión

El parque acuático “Aqua Mundo” es un establecimiento de recreación y diversión contando con una gran variedad de atractivos relacionados con el agua en un ambiente libre rodeado de la naturaleza y los hermosos paisajes en el que los visitantes pueden compartir momentos entre familia y amigos.

6.9.2. Visión

En el año 2021 aqua mundo será una empresa líder en entretenimiento y diversión proporcionando atracciones acuáticas innovadoras ofreciendo un servicio de alta calidad en un ambiente agradable que satisfaga las expectativas de los clientes, logrando un posicionamiento a nivel nacional.

6.9.3. Objetivos

Los objetivos organizacionales se plantean para corto, mediano y largo plazo con la finalidad de alcanzar la excelencia en cada uno de los servicios brindados por el Parque Acuático, esto se detallan a continuación:

- Lograr una mejora continua para la optimización de los recursos a través de una administración eficiente.
- Potencializar el desarrollo turístico de la comunidad así también del cantón Ibarra.
- Brindar un servicio de calidad a todos los visitantes mediante la amabilidad, cordialidad y respeto satisfaciendo las necesidades.
- Logra un posicionamiento en el mercado local y nacional.
- Innovar continuamente las atracciones acuáticas que nos permita permanecer en el mercado.

6.9.4. Valores

Los valores son normas que orientan el comportamiento y actitudes de cada individuo. Los valores nos ayudan como pauta al plantearnos objetivos son importantes para la convivencia tanto a nivel personal como profesional.

- **Responsabilidad.-** Cumplir oportunamente un deber u obligación adquiridos de manera que se logre mantener la imagen corporativa de la organización.
- **Respeto.-** Brindar respeto a cada ser humano ante las diferentes opiniones y creencias con la finalidad de mantener un ambiente en armonía en sus interacciones.
- **Perseverancia.-** Mantener la firmeza y constancia enfrentando los diferentes obstáculos que se presentan en el camino hacia el éxito.

- **Honestidad.-** Basarse en la verdad, justicia, rectitud e integridad moral expresando buenas prácticas éticas y morales dentro de la organización.

6.9.5. Organigrama estructural

El organigrama es un gráfico que nos permite conocer la estructura con cada las diferentes áreas, cargos y responsables dentro de los distintos niveles jerárquicos de la organización.

El Parque Acuático Aqua Mundo Cía. Ltda, contará con el siguiente organigrama con los diferentes niveles jerárquicos.

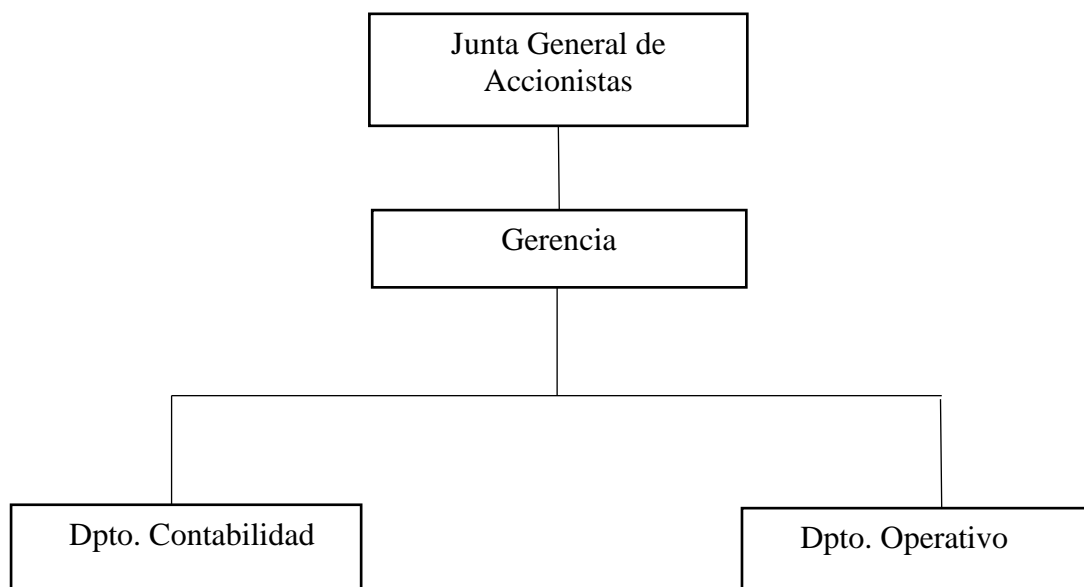


Ilustración N° 8: Organigrama estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

6.9.6. Estructura funcional

La estructura funcional se describe las responsabilidades y actividades identificando los niveles de responsabilidad y niveles salariales que serán designadas a cada uno de los diferentes departamentos que conforman el parque acuático

6.9.6.1. Funciones y descripción del puesto

A. Gerente

Departamento: Administrativo

Salario: \$ 600,00

COMPETENCIAS

- Buenas habilidades de comunicación
- Capacidad de organizar actividades
- Capacidad de tomar decisiones
- Negociación

PERFIL

- Título: Ingeniero Comercial
- Experiencia: Mínima de 2 años

FUNCIONES:

- Administrar los recursos de la organización de manera eficiente.
- Planificar, dirigir y controlar todas las actividades del personal.
- Formular las políticas y verificar que se cumplan por parte del personal administrativo y operativo.
- Asignar recursos de manera oportuna a cada una de las áreas de la organización
- Resolver los problemas de manera oportuna, eficaz y velando por los intereses de la organización

B. Cajero

Sección: Contabilidad

Salario: \$ 366,00

COMPETENCIAS

- Trabajo en equipo
- Orientación al Cliente
- Habilidad para afrontar problemas bajo presión
- Trabajo en equipo

PERFIL

- Título: Contabilidad
- Experiencia: Mínima de 1 año en cargos similares

FUNCIONES:

- Vender los tickets de ingreso para los visitantes
- Llevar de manera sistemática los registros diarios de los tickets vendidos.
- Realizar el cierre de caja y cuadro del mismo
- Custodiar el dinero recaudado de las entradas.
- Atender a los visitantes de manera amable y efectiva.

C. Chef

Sección: Operativo

Salario: \$ 600, 00

COMPETENCIAS

- Comunicación
- Energía
- Orientación al Cliente
- Orientación a la calidad

PERFIL

- Título: Gastronomía
- Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares

FUNCIONES:

- Preparar de manera inocua los alimentos que serán servidos a los visitantes.
- Organizar y dirigir las operaciones de la cocina.
- Inspección de la higiene de la cocina y todo el personal.
- Dirigir al personal a su cargo en el cumplimiento de sus funciones.
- Controlar el inventario de los insumos necesarios para la preparación del menú para el restaurante.

D. Mesero

Sección: Operativo

Salario: \$ 366,00

COMPETENCIAS

- Trabajo en Equipo.
- Vocación de servicio.
- Orientación al Cliente.
- Capacidad Organizativa.

PERFIL

- Formación: Secundaria
- Experiencia: Mínima de 1 año en cargos similares

FUNCIONES:

- Dar la bienvenida a los clientes de manera amable.
- Asignar una mesa considerando la comodidad de cliente.
- Ofrecer la carta de menú.
- Registrar la orden de pedido y transmitir la orden a la cocina.
- Servir los platillos a la mesa de acuerdo con la orden de pedido.
- Mantener las mesas limpias y ordenadas.

E. Jefe de Mantenimiento

Sección: Operativo

Salario: \$ 400, 00

COMPETENCIAS

- Planificación
- Trabajo en Equipo
- Comunicación

PERFIL

- Título: Ingeniero Industrial
- Experiencia: Mínima de 3 años en cargos similares

FUNCIONES:

- Planificar los trabajos de mantenimientos a los equipos e instalaciones del Parque Acuático.
- Supervisar las actividades de mantenimiento de las piscinas y toboganes.
- Inspeccionar el correcto funcionamiento de las maquinarias y equipos.
- Realizar el diagnostico de las máquinas y equipos.
- Realizar reportes de los equipos en mal estado.

F. Personal de Limpieza

Sección: Operativo

Salario: \$ 366, 00

COMPETENCIAS

- Vocación de Servicio
- Energía
- Orientación a la calidad

PERFIL

- Formación: Secundaria
- Experiencia: Mínima de 1 año en cargos similares

FUNCIONES:

- Cuidar que las instalaciones se encuentren en orden y limpias.
- Velar por el buen funcionamiento de los servicios higiénicos y vestidores.
- Realizar la limpieza de pisos y ventanas de todas las instalaciones.
- Mantener en orden los insumos utilizados en las actividades de limpieza.
- Mantener los botes de basura en correcto estado y en su lugar.

6.10. Procesos de control interno

Manejo para bancos

- El giro de cheques debe hacerse con la autorización y firma autorizada, en este caso del gerente general.

- Todo cheque girado tendrá dos firmas de legalización.
- La persona encarga del manejo de chequera debe mantener registros para constatación.
- La auxiliar contable deberá realizar las conciliaciones bancarias cada mes, o dependiendo del movimiento de la cuenta se realizarán en periodos más cortos.

Manejo de recursos humanos

- Eficiencia y eficacia de las operaciones.
- Cumplimiento de leyes, reglamentos, políticas establecidas dentro y fuera de la organización.
- Control de asistencia.
- Segregación de funciones de acuerdo a las capacidades laborales de los empleados.

Manejo de efectivo

- Arqueos sorpresivos de los fondos en poder de los cajeros.
- Constataciones físicas de dinero.
- Conciliaciones bancarias.
- Los sobrantes o faltantes no identificados se considera con un gran irregularidad.
- Los sobrantes o faltantes en caja serán cargados a la persona encargada con una multa del mismo valor de la diferencia.

Manejo de documentación presentada

- Correcto archivo de los documentos como: facturas, depósitos, notas de crédito, notas de débito, comprobantes de ingreso y egreso.
- Salvaguardar los documentos cronológicamente.
- El buen manejo de la documentación a cargo de la persona responsable.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Introducción

El análisis de impactos se da mediante la aplicación de una matriz de impactos tales como: económico, social y ambiental la información obtenida en la valoración se procederá a realizar el análisis de cada uno de los indicadores que nos permitirá conocer los aspectos positivos y negativos.

La valoración se hará de manera cuantitativa en función de las actividades realizadas y resultados que generará la implementación del Parque Acuático.

7.2. Objetivos

7.2.1. Objetivo general

Analizar los principales impactos que generara el proyecto de creación de un parque acuático en el ámbito económico, social y ambiental.

7.3. Valoración de impactos

Tabla 83: Matriz de evaluación nivel de impacto

Cualitativa	Cuantitativa
Negativa en el nivel alto	-3
Negativa en el nivel medio	-2
Negativa en el nivel bajo	-1
Indiferente	0
Positivo en el nivel bajo	1
Positivo en el nivel medio	2
Positivo en el nivel alto	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

$$\text{Grado de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivles de impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

7.4. Análisis de impactos

Los impactos analizar serán los siguientes.

- Económico
- Social
- Ambiental

7.4.1. Impacto Económico

Tabla 84: Impacto económico

Indicador	Nivel de Impacto					
	-3	-2	-1	1	2	3
Estabilidad Económica					X	
Fuentes de Empleo						X
Calidad de Vida						X
Total					2	6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\sum \text{Nivles de impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Impacto Económico} = 2,66$$

Impacto Económico = Medio positivo

El crecimiento económico será para la comunidad ya que a través de la generación de fuentes de trabajo los habitantes elevarán su poder adquisitivo lo que generará un efecto consecutivo para las actividades agrícolas, artesanales y productivas del sector.

El nivel de inversión del proyecto generará prosperidad mejorando la economía y bienestar familiar tanto la calidad de vida como los ingresos monetarios, de esta manera se fomentará la inversión de los socios para que el proyecto surja y cuente con las características esenciales para crear una aceptación propicia por parte de los turistas locales, nacionales e internacionales.

7.4.2. Impacto Social

Tabla 85: Impacto social

Indicador	Nivel de Impacto					
	-3	-2	-1	1	2	3
Disminución de índices de desempleo					X	
Apoyo a la comunidad					X	
Calidad de Vida						X
Total					4	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Social} = \frac{\sum \text{Nivles de impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto Social} = 2,33$$

Impacto Económico = Medio positivo

El beneficio social más significativo será la generación de fuentes de empleo para los habitantes del Juncal y de sus familias elevando sus ingresos económicos, mejorando la calidad de vida y a su vez disminuyendo los índices de desempleo y delincuencia de la provincia, contribuyendo al bienestar familiar y al desarrollo de la comunidad mediante explotar el potencial turístico poniendo a disposición un proyecto de recreación diferente que gozará de paisajes naturales existentes en el entorno.

La apertura de un parque acuático dará un nuevo espacio de diversión siendo un lugar sano de recreación familiar con lo que se pretende elevar el turismo local brindando a los turistas diferentes características como la flora y fauna conjugado con instalaciones y servicio de calidad con el fin de cumplir con las expectativas de los visitantes.

7.4.3. Impacto Ambiental

Tabla 86: Impacto ambiental

Indicador	Nivel de Impacto					
	-3	-2	-1	1	2	3
Conservación del medio ambiente					X	
Reciclaje de desechos					X	
Contaminación Ambiental				X		
Total				1	4	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{Nivles de impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 1,67$$

Impacto Económico = Medio positivo

El Parque Acuático cumplirá las leyes y normas con el fin de reducir el impacto ambiental se pretende con el desarrollo del proyecto preservar los paisajes naturales con los que se contará procurando proteger al medio ambiente a través de reducir la contaminación, separar y reciclar los desechos, concientizar al cliente sobre la basura y la preservación de la naturaleza.

7.4.4. Impacto Educativo

Tabla 89: Impacto educativo

Indicador	Nivel de Impacto					
	-3	-2	-1	1	2	3
Aprendizaje al manejo del presupuesto familiar, Empresarial.					X	
Competitividad para brindar atención de calidad.					X	
Capacidad de desarrollo comunitario y turístico.						X
Total					4	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{Nivles de impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 2,33$$

Impacto Económico = Medio positivo

Al realizar la respectiva matriz de evaluación se pudo constatar que el impacto es medio positivo debido a que con la creación del parque acuático se favorece el aprendizaje de la sociedad a través del manejo de presupuesto familiar y empresarial, así también para innovar en los procesos de atención a los clientes de calidad en la prestación de servicios turístico.

CONCLUSIONES.

- El diagnóstico situacional permitió conocer la situación actual del sector referente a la ubicación geográfica, desarrollo industrial, actividades productivas y el turismo lo que manifestó las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas dentro del sector se logró verificar que la ubicación geográfica cuenta con las condiciones óptimas, se dan las potencialidades económicas y turísticas como para la implementar del proyecto.
- Las bases teóricas y científicas respaldan la investigación a través de considerar importantes y necesarios temas para el desarrollo del mismo, a través de una investigación bibliográfica y documental que fundamenten aspectos relevantes como: técnicos, evaluación financiera, propuesta de estructura organizacional con el objetivo que el proyecto sea sustentado apropiadamente.
- El estudio de mercado permitió determinar la demanda potencial insatisfecha y estableciendo las necesidades de los visitantes para determinar estrategias de marketing que logrará alcanzar un posicionamiento en el mercado dando así una pauta positiva para la creación del Parque Acuatico.
- El desarrollo del estudio técnico se estableció la localización óptima para el desarrollo del proyecto al mismo tiempo analizar la infraestructura, inversión total, capacidad instalada y los recursos humanos capacitados necesarios para el apoyo en el desarrollo de las actividades el conjunto de estos elementos para brindar un servicio de alta calidad.
- El estudio financiero es fundamental para el funcionamiento del proyecto se pudo analizar la evaluación financiera determinando el monto de la inversión inicial, las fuentes de financiamiento, ingresos y gastos, los estados financieros actuales y proyectados posteriormente se procedió a evaluar los indicadores financieros

permitiendo establecer la factibilidad del proyecto determinando los beneficios económicos esperados.

- En la estructura organizacional se diseñó una propuesta basada en los niveles de responsabilidad y funciones para cada área de trabajo se lo realizó a través de la misión, visión, valores y principios que contribuyan conjuntamente al logro de objetivos que facilite una gestión eficiente del proyecto obteniendo una coordinación entre el personal y los directivos.
- Finalmente se analizaron los principales impactos en el ámbito económico, social, ambiental y educativo dando como resultado en su mayoría un nivel positivo lo que no afectará de manera significativa al medio ambiente por consiguiente se procurará mitigar las consecuencias a través de acciones preventivas.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda tomar en cuenta las oportunidades que brinda la ubicación geográfica de la parroquia de Ambuquí ya que no existe un lugar con similares características que brinde un ambiente agradable conjugado con paisajes naturales haciendo un lugar atractivo para los visitantes.
- Es fundamental utilizar la bibliografía actualizada por lo que se sustentara teóricamente las definiciones técnicas a desarrollarse en el proyecto.
- Es necesario brindar un servicio de alta calidad para darse a conocer se deberá establecer medios publicitarios que permitan alcanzar posicionamiento en el mercado local y nacional.
- Se sugiere cumplir con la capacidad instalada teniendo en cuenta brindar la seguridad hacia los visitantes de la misma manera diseñando instalaciones atractivas que permita persuadir al cliente logrando fidelizar al mismo con los servicios prestados por el parque acuático.
- Se recomienda a los accionistas tomar en consideración los beneficios económicos son convenientes mismos que se obtendrán a corto plazo y se brindará fuentes de empleo a la comunidad mejorando la calidad de vida.
- La estructura organizacional debe contar con todos los parámetros de organización a su vez contar con un talento humano capacitado que tengan capacitaciones permanentes.
- Se deberá mantener los niveles de impactos positivos, si existieran cambios elaborar un plan de contingencias para reducir o mitigar las consecuencias.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA, S. (2010). *Administración de Pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill.
- ARBOLEDA, G. (2013). *Proyectos Identificación, formulación y evaluación*. Bogotá: Alfaomega.
- BACA, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill.
- BERNAL, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia : Pearson Educación.
- BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General*. Quito: Escobar .
- CALLEJA, F. (2013). *Costos* . México: Pearson.
- CORDOVA, M. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocios*. Bogotá: Ecoe.
- Ejemplode.com, R. (2013). *Ejemplode.com*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de Principales cuentas del activo: http://www.ejemplode.com/46-contabilidad/956-principales_cuentas_del_activo.html
- ESTUPIÑÁN, R. (2012). *Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIIF*. . Bogotá.
- FLORES, S., & HERNÁNDEZ, M. (2007). *Fundamentos teórico-metodológicos para la evaluación económico-financiera de proyectos de inversión*. El Cid Editor.
- GALINDO, C. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocios*. Bogotá: Ecoe.
- GUAJARDO, G., & ANDRADE, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: Mc Graw Hill.
- ERNÁNDEZ, A: PALAFOX, G. (2011). *Administración, teoría, procesos, áreas funcionales y estratégicas para la competitividad*. México: Mc Graw Hill .
- HORNGREN, C., DATAR, S., & FOSTER, G. (2010). *Contabilidad de Costos un Enfoque diferente*. México: Pearson Educación.
- KLOTTER , P. (2010). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.

- KOONTZ, H., & WEIHRICH. (2013). Elementos de administración: Un enfoque internacional de innovación. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* . Mexico: Prentice Hall.
- LÓPEZ, D. (2010). Fundamentos de la Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la investigación aplicada. México.
- Luna, F., Barragan, G. M., & Quintero Miranda, V. (2010). *Formulacion y Evaluacion de proyectos de inversion*. Instituto Politecnico Nacional.
- MALDONADO, H. (2011). Manual de normas y procedimientos administrativos. México: Mc Graw Hill.
- MARCIAL, H. (2011). Formulación y Evaluación de proyectos . México: Trillas.
- MUCH, L. (2010). Adinistración Gestión Organización enfoques y Procesos Administrativo. México: Prentine Hall Pearson.
- ORTÍZ, A. (2011). Gerencia Financiera un enfoque estrategico . Bogotá: McGrawHill.
- PADILLA, O. (2012). *Turismo Actividad Mundial*. México: Trillas.
- RINCÓN, C. A. (2009). *Contabilidad Siglo XXI*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- SAPAG, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. . Chile: Pearson Educación de Chile S.A.
- SARMIENTOS, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito: Segunda Edición.
- STONER, J. (2011). *Administración*. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuestas dirigida a los posibles demandantes del Parque Acuático.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación del Parque Acuático en el sector el Juncal, parroquia Ambuquí del cantón Ibarra.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste.
- Marque con una X según su criterio.

Datos Técnicos:

Género: M () F () Ocupación: Edad:

CUESTIONARIO

1. ¿Cree usted interesante la creación de una Parque Acuático con diferentes atracciones (diferentes piscinas, toboganes, juegos con agua)?

SI

NO

2. ¿Con que frecuencia visitaría el Parque Acuático?

MENSUAL

TRIMESTRAL

SEMESTRAL

3. ¿A usted le gustaría visitar un Parque Acuático??

SI

NO

4. ¿Al momento de acudir al Parque Acuático lo haría en compañía de?

AMIGOS

FAMILIARES

PAREJA

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el ingreso al Parque Acuático?

De \$ 12 A 17

De \$ 10 A 15

De \$ 14 A 19

6. ¿Qué servicios complementarios le gustaría que se ofrezcan en el Parque Acuático?

RESTAURANT

CANCHAS DEPORTIVAS

DISCOTECA

7. ¿Qué tipo de menú le gustaría que se ofreciera, si se decidirá implementar un restaurant?

COMIDA RÁPIDA

PLATOS A LA CARTA

COMIDA TÍPICA

8. ¿Qué factores influyen en el momento de visitar un lugar de recreación?

CALIDAD DEL SERVICIO

INSTALACIONES

ATENCION AL CLIENTE

PRECIO

9. ¿Señale los beneficios que busca al momento de visitar a un centro de recreación?

LIBERAR EL STRESS

DESCANSO

RECREACIÓN FAMILIAR

DIVERSIÓN

10. ¿A través qué medio publicitario le gustaría que se promocióne de los servicios del Parque Acuático?

- RADIO
- TELEVISIÓN
- INTERNET
- VOLANTES

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PROFORMAS

mercado libre

También puede interesarle: Cuchetas, sillas, muebles, muebles cocina, sillas.

Valor al Estado | Hogar y Muebles > Cocina

Cocina Industrial 6 Quemadores Premium **US\$ 650⁰⁰**

¡Único disponible!

Comprar

mercado libre

También puede interesarle: Inodoros, cisternas gas, sillas comedor, sillas gas.

Valor al Estado | Hogar y Muebles > Cocina

Cilindros Tanques De Gas Azul Agip Gas **US\$ 56⁰⁰**

Comprar

mercado libre

También puede interesarle: Muebles oficina, sillas, muebles, muebles cocina, sillas.

Valor al Estado | Hogar y Muebles > Cocina

Umco Set De 5 Ollas De Aluminio Con Tapas Para Cocinas A Gas **US\$ 37⁰⁰**

Comprar

mercado libre

También puede interesarle: Sillas, sillas comedor, sillas oficina, sillas.

Valor al Estado | Hogar y Muebles > Oficina

Mesa De Vidrio Templado Con 4 Sillas De Comedor **US\$ 219⁰⁰**

Comprar

Procesos de filtración de agua

Filtración de agua

Bomba de filtración para piscina pública ARAL C-1500

2077

Comprar

Piscinas OnLine

14 años de experiencia en piscinología

800 300 103

Skimmer Astral Estandar, color gris, boca ancha 15 litros

Comprar

mercado libre

También puede interesarle: Intel, mouse, computadores electrónicos, mouse inalámbrico.

Valor al Estado | Computación > Computación y Servidores > Sillas Com O

Computadora Core I3 4170 3.6 4ta Genera 1000 Gb 4gb Led 16 **US\$ 445⁰⁰**

Comprar

mercado libre

También puede interesarle: Sillas, sillas comedor, sillas gas.

Valor al Estado | Hogar y Muebles > Muebles

Archivador Metalico De 4 Gavetas **US\$ 139⁰⁰**

Comprar