



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO

EN EL CANTÓN JARAMIJÓ

AUTOR:


MARIO LENÍN ANCHUNDIA QUIJIJE

TUTOR:

ING. CARLOS ORLANDO VÉLEZ CHÁVEZ, MBA.

MANTA - ECUADOR

2022

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Quijije Anchundia Mario Lenin, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021(2)-2022(1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO, cuyo tema del proyecto es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO EN EL CANTÓN JARAMIJÓ".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 30 de julio del 2022.

Lo certifico,



Ing. Carlos Vélez Chávez, MBA
Docente Tutor
 Área: Carrera de Administración de Empresas



Administración de Empresas
Facultad Ciencias Administrativas

Certificado de originalidad

Manta, 01 de agosto del 2022.

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia "Ouriginal", al que fue sometido el trabajo de titulación del estudiante Anchundia Quijije Mario Lenin, en la modalidad de Proyecto de Emprendimiento, su análisis presenta el 4% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



Document Information

Analyzed document	ANCHUNDIA MARIO LENIN 20220730 pasar.docx (D142583140)
Submitted	8/1/2022 4:39:00 PM
Submitted by	Carlos Vélez Chávez
Submitter email	carlos.velez@uleam.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	carlos.velez.uleam@analysis.orkund.com

Lo certifico,

Ing. Carlos Vélez Chávez, MBA
Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Mario Lenín Anchundia Quijije, declaro ser el único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas, mismo que lleva por título “Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó, señalo que todas las ideas planteadas en el presente trabajo de emprendimiento y que aparecen como propias, son de total exclusiva responsabilidad del autor y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estime pertinente.

Manta, 27 de julio del 2022

Mario Lenín Anchundia Quijije

Autor

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El Tribunal de Grado, aprueba el trabajo de graduación sobre el tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREATIVO EN EL CANTÓN JARAMIJÓ”, elaborado por el señor, Anchundia Quijije Mario Lenín, estudiante de la carrera de Administración de empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

DRA. PIGUAVE PEREZ VICENTA ROCIO

PRESIDENTA

DRA. GARCIA LOOR ANA DEL ROCIO

Tribunal 1

ING. RODRIGUEZ DURAN MIGUEL OSWALDO

tribunal 2

DEDICATORIA

Dedico con orgullo a mi papá, Eco. Mario Anchundia y a mi mamá por ser el mejor soporte en todo el proceso de preparación profesional, por mostrarme aires de superación y esfuerzo, además porque siempre me han enseñado el valor de las cosas y el camino correcto para cumplir mis metas.

Al entorno académico que me rodea y me motivó a nunca rendirme, me brindó seguridad y confianza cuando más lo necesité.

Por último, dedico a todas las personas que me acompañaron en mis inquietudes académicas y estudiantiles, gracias a eso no pude decaer.

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios, por bendecir cada paso y que haya hecho posible este momento junto a personas importantes en mi vida.

A mi familia principalmente a mis padres por todo el apoyo y confianza otorgada, por no dejar de creer en mí y levantarme siempre.

A cada uno de mis docentes por las experiencias en el aula de clases y los aprendizajes obtenidos por cada uno de ellos.

Gracias a todos los mencionados por ser parte de mi proceso de profesionalización.

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DE URKUNG	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
APROBACIÓN DEL TRABAJO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INDICE DE CONTENIDOS	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS	14
1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	19
1.1. Planteamiento del problema	19
1.2. Objetivos del Proyecto	20
1.2.1. Objetivo general	20
1.2.2. Objetivos Específicos	20
1.3 Justificación del Proyecto	21
1.4 Delimitación Del Proyecto	22
1.4.1 Delimitación geográfica	22
1.4.2 Delimitación temporal	22
1.4.3 Delimitación social	22

	9
CAPÍTULO II	24
2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	24
2.1 Misión	24
2.2 Visión	24
2.3 Valores empresariales	24
2.4 Análisis interno del proyecto	25
CAPÍTULO III	27
3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA	27
3.1 Análisis externo	27
3.1.1 Factores políticos	27
3.1.2 Factores Sociales	27
3.1.3 Factores demográficos	28
3.1.4 Factores tecnológicos	28
3.1.5 Factores económicos	28
3.2 Segmento del mercado	28
3.2.1 Análisis e interpretación de los resultados	32
3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix	43
3.3.1 Producto	43
3.3.2 Precio	45
3.3.3 Publicidad	46
3.3.4 Plaza	47

	10
3.3.5 Promoción	48
3.4 Análisis competitivo (Porter)	48
3.4.1 Características del “Centro Recreativo La Esperanza”	51
3.5 Análisis comparativos con productos similares	53
CAPÍTULO IV	55
4. ESTUDIO TÉCNICO	55
4.1. Descripción de las características de localización del negocio	55
4.2. Bosquejo del área de trabajo	55
4.3 Diagrama de procesos del servicio	56
CAPÍTULO V	66
5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	66
5.1 Organigrama estructural y funcional	66
5.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona	67
CAPÍTULO VI	75
6. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO	75
6.1 Marco legal	75
6.2 Requisitos para su legitimidad	76
6.3 Permiso de funcionamiento	78
CAPÍTULO VII	80
7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	80
7.1 Costo diario de alojamiento en el centro turístico	80

	11
7.2 Estructura de costos y gastos	81
7.3 Proyección de ventas	83
7.4 Plan de inversión	87
7.5 Líneas de financiamiento	88
7.6 Flujo de caja proyectado (5 años)	88
7.7 Estado de resultados proyectado (5 años)	90
7.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)	91
CAPÍTULO VIII	92
8. EVALUACIÓN FINANCIERA	92
8.1 VAN	92
8.2 TIR	92
8.3 Relación beneficio/costo (RBC)	93
8.4 Razones financieras	95
8.4.1 Liquidez	95
8.4.2 Endeudamiento	95
8.4.3 Rentabilidad	95
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	96
Referencias bibliográficas	97
ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA	26
Tabla 2 Segmentación de mercado	C VZD29
Tabla 3 Cálculo de la muestra.....	30
Tabla 4 Turismo.....	32
Tabla 5 Sector estratégico.....	33
Tabla 6 Centro recreativo.....	34
Tabla 7 Mejorar las actividades turísticas.....	35
Tabla 8 Visita.....	36
Tabla 9 Áreas.....	37
Tabla 10 Mayor competencia.....	38
Tabla 11 Lugar estratégico.....	39
Tabla 12 Tiempo de estadía	40
Tabla 13 Precio	41
Tabla 14 Paquetes	42
Tabla 15 Precio del servicio.....	46
Tabla 16 Publicidad	47
Tabla 17 Análisis competitivo (Productos similares)	53
Tabla 19 Funciones del gerente	67
Tabla 20 Funciones de secretaria.....	68
Tabla 21 Funciones de asesor jurídico.....	69
Tabla 22 Funciones del personal de seguridad	70

Tabla 23 Funciones del contador	71
Tabla 24 Funciones del personal del servicio	72
Tabla 25 Previsión de RRHH (Mensual)	74
Tabla 26 Costos de alojamiento	80
Tabla 27 Estructura de costos y gastos	81
Tabla 28 Proyecciones de ventas	83
Tabla 29 Resumen de las proyecciones de venta	86
Tabla 30 Plan de inversión.....	87
Tabla 31 Resumen de plan de inversión	88
Tabla 32 Amortización de préstamo	88
Tabla 33 Flujo de caja.....	88
Tabla 34 Estado de Resultados	90
Tabla 35 Estado de situación financiera proyectado.....	91
Tabla 36 VAN.....	92
Tabla 37 TIR.....	92
Tabla 38 Relación beneficio/costo.....	93
Tabla 39 Representación del punto de equilibrio.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Turismo.....	32
Figura 2 Sector estratégico.....	33
Figura 3 Centro turístico	34
Figura 4 Mejorar las actividades turísticas	35
Figura 5 Visita.....	36
Figura 6 Áreas.....	37
Figura 7 Mayor competencia	38
Figura 8 Lugar estratégico	39
Figura 9 Tiempo de estadía.....	40
Figura 10 Precio.....	41
Figura 11 Paquetes.....	42
Figura 12 Logo.....	45
Figura 13 Canal directo.....	48
Figura 14 proyección del centro recreativo “La Esperanza”	55
Figura 15 Diagrama de procesos del servicio	56

Resumen

En el presente trabajo se desarrolló de manera acertada el proceso para la factibilidad de un Centro de recreación en el cantón de Jaramijó. El objetivo general del proyecto fue determinar la factibilidad en la creación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó, ubicado en la provincia de Manabí. Para obtener la factibilidad del proyecto se realizó un estudio de mercado, técnico y financiero, los mismos que favorecieron a la personalización de la demanda del cantón, capacidad productiva y análisis económico-financiero para instalar la empresa. La metodología que se implementó fue de carácter cuantitativo, con un enfoque descriptivo, los medios de obtención de datos están basados en documentales y de campo, es decir, por medio de fuentes secundarias y primarias. Los principales resultados que se generaron mediante la encuesta señalan que la población si requiere de un centro de recreación tanto para ellos como para sus hijos y este se acomode al bolsillo del consumidor. Se logra concluir que actualmente existen muchos estudios de mercados que han servido al emprendedor para tomar decisiones sobre la ejecución de proyectos y nuevos negocios, por tal motivo ha sido importante llevar a cabo este trabajo de análisis de factibilidad. Se recomienda seguir realizando estudios de mercado para tener una visión sustentable entre los emprendimientos con la aceptación del mercado.

Palabras clave: Factibilidad, Centro Recreativo, Jaramijó

Abstract

In the present work the process for the feasibility of a recreation center in the canton of Jaramijó was successfully developed. The general objective of the project was to determine the feasibility of implementing a recreation center in the Jaramijó canton, located in the province of Manabí. To obtain the feasibility of the project, a market, technical and financial study was carried out, which favored the personalization of the demand of the canton, productive capacity and economic-financial analysis to install the company. The methodology implemented was quantitative, with a descriptive approach, the means of obtaining data are based on documentary and field, that is, through secondary and primary sources. The main results generated by the survey indicate that the population does require a recreation center for them and their children, and that it is affordable for the consumer. It can be concluded that there are currently many market studies that have helped the entrepreneur to make decisions on the execution of projects and new businesses, which is why it has been important to carry out this feasibility analysis. It is recommended to continue carrying out market studies in order to have a sustainable vision among the ventures with market acceptance.

Keywords: Feasibility, Recreational Center, Jaramijó.

Introducción

En la actualidad se destaca el hecho de que Ecuador ostenta grandiosas perspectivas de desarrollo en lo concerniente con el turismo, el cual es, sin lugar a duda, un eje primordial para la reactivación económica, la procreación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un seductor atractivo de divisas para el país. La diversidad de paisajes, fauna, grupos étnicos y las cuantiosas posibilidades de perpetrar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país un destino turístico atractivo.

El turismo precede en Ecuador como la sección que más viabilidad ofrece a la economía, el país al tener una biodiversidad sorprendente en la cual crea un patrimonio natural para las actuales y futuras procreaciones, lugares naturales magníficos, así como atractivos de interés colectivo como es el ámbito de relaciones comerciales y sociales.

Durante el siglo XX y los años sucedidos del XXI, el turismo es unas de las primordiales actividades del ser humano, este fenómeno social fue originado especialmente por los altos niveles de estrés en los que se desenvuelven gran parte de la localidad, lo que procedió en un acrecentamiento sucesivo en la demanda de productos y servicios predestinados a relajar y entretener a dichas personas. (Gaibor, 2014)

Los centros recreativos son parte esencial del nivel turístico dentro de una ciudad, no solo en el desarrollo social sino también en el desarrollo económico que este nos brinda. La construcción o creación de ellos permite generar nuevas fuentes de empleos que favorecen a la economía interna y mejorar la calidad de vida de los habitantes que aprovechan de sus recursos.

Atribuyendo a lo antes mencionado este proyecto tiene necesidad de analizar la factibilidad de la creación de un centro recreativo, ubicado en el canto Jaramijó en la Provincia de Manabí, donde la ubicación geográfica y el clima juega un papel favorable que permite nuevas experiencias turísticas y diferentes alternativas recreativas tanto para los residentes como para los turistas.

Es importante mencionar que para la creación de este centro turístico se requiere evaluar varios factores como es el financiamiento el cual permite determinar la factibilidad a través de

estrategias permanentes las cuales se dan a conocer mediante el uso de los recursos para satisfacer las necesidades de los clientes y de esta forma ganar prestigio y reconocimiento en el medio turístico.

A continuación, se observará como el proyecto se desplegó en diferentes etapas para la construcción total del mismo, por medio de investigaciones de carácter bibliográfico y de campo para lo cual se hizo a través de fuentes primarias y secundarios acercándose a un óptimo desarrollo y estudio de la población y la factibilidad para la creación de un centro de recreación en Jaramijó.

CAPÍTULO I

Tema

Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1.Planteamiento del problema

La provincia de Manabí es reconocida a nivel nacional por sus playas, balnearios lo que permite que tenga una alta demanda turística lo que genera grandes ingresos y beneficios económicos que favorecen el crecimiento y desarrollo de esta espacialmente en el cantón Jaramijó donde los centros recreativos cada día surgen con finalidad de satisfacer las necesidades turísticas en el área.

La implementación de centros recreativos genera grandes costo por lo que esta investigación desea conocer la factibilidad o rentabilidad que estos generan a largo plazo y así desea llegar a una expansión de territorio y penetración dentro del mercado nacional, colocando así un emprendimiento turístico que contribuirá en la sociedad, económicamente, culturalmente y además de eso es importante destacar que el disfrute del turismo mejora las relaciones interpersonales en familia y amistades o reuniones de negocios.

De acuerdo con Cuasquer (2014) señala que existe inexperiencia en cuanto a la importancia de ser parte de actividades recreativas producidas por un ritmo de vida apresurado, transportando un estilo de vida con sometimiento de enfermedades, incluso se puede hablar de un bajo rendimiento de las actividades del día a día, imposibilitando desenvolverse apropiadamente con las ocupaciones o labores delegadas.

Además, menciona que al no existir lugares que suministren una gama de servicios encaminados al desarrollo de actividades recreativas que permitan al ser humano sentirse bien emocionalmente tanto con uno mismo y con los demás, da como consecuencia un desequilibrio físico y mental en las personas principalmente en los adolescentes y jóvenes los que están propensos a relacionarse en actividades ociosas o perjudiciales.

Por otra parte, Peñafiel (2013) manifiesta que en la actualidad la demanda de

actividades de recreación y turismo es la suplen piscinas con áreas verdes y recreación para niños, optando a que los clientes viajen a otras ciudades y por ende a otras regiones con el propósito de buscar un prospecto más amplio como ofrecen las ciudades de Guayaquil, Quevedo, Manta, entre otros, con la finalidad de encontrar un espacio de recreación natural y turístico. Los puntos de los lugares naturales que posee Jaramijó no se han explotado turísticamente, lo cual reduce la capacidad de acoger a turistas de otras partes Ecuador.

Es por esto que crear un centro recreacional turístico en Jaramijó el cual posee condiciones naturales y espacios disponibles para establecer un negocio de recreación, resulta innovador y genera expectativas altas dentro de las actividades comerciales que existen en el cantón, generando plazas de empleos y subempleos dentro de la misma, de igual forma generando un empleo informal a los alrededores de la zona donde se implemente el centro recreativo.

1.2.Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó, ubicado en la provincia de Manabí.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer planteamientos estratégicos para alcanzar las metas prevista en el centro recreativo de Jaramijó
- Realizar un estudio de mercadotecnia para identificar el público objetivo del centro recreacional.
- Caracterizar por medio de un estudio técnico la demanda y oferta que obtendrá el centro recreacional en el cantón Jaramijó.
- Establecer la planificación administrativa y organizacional para el funcionamiento del centro recreacional.
- Determinar los asuntos legales y permisos para el óptimo funcionamiento del centro recreacional.

- Identificar el monto financiero y económico que conllevará la obra del centro recreacional.
- Realizar una evaluación financiera identificando las proyecciones de ingresos en los primeros cinco años.

1.3 Justificación del Proyecto

La industria del turismo mueve una cantidad de dinero considerable a nivel mundial, por tal motivo se considera importante en cualquier lugar del mundo se fomente cada día la implementación de variedades en lugares turísticos y dar a conocer la cultura, gastronomía y tradiciones de cada ciudad, ya que son elementos que cautivan el deseo de aprender diferentes costumbres.

La idea del proyecto se centra de una visible escasez de lugares turísticos en el cantón, al observar un primer atractivo ubicado en el muelle artesanal fue capaz de provocar un alto impacto turístico en el cantón. Además de esto en los últimos años se destaca un gran desarrollo de infraestructura que han sido útiles para la comodidad de circulación en Jaramijó, pero a pesar de eso es evidente que no se está considerando el máximo de todas las zonas donde se pueden implementar más lugares atractivos para las personas.

Este proyecto se implementará con la finalidad de conocer más sobre el sector turístico del cantón Jaramijó, a través de investigaciones comprobadas en años pasados, de la misma manera, investigar mediante otros estudios todas las variables importantes de analizar y tener una organización programada de todos los procesos que se realizarán para la realización de este. La creación de este centro será un gran aporte en la industria turística de Jaramijó, además con esto se proyecta un reconocimiento y mejoramiento del prestigio del cantón en el sector turístico, se refleja en los últimos periodos una gran promoción e impulso del lugar, tendrán todas las comodidades para cubrir las necesidades del turista. Además, será motivo para que otros proyectos se ejecuten porque se logrará la fomentación de nuevas áreas recreativas y una visión más grande de este campo.

Los resultados obtenidos en este proyecto serán de gran utilidad para le elaboración de nuevos estudios sobre el turismo a nivel local, provincial y nacional, porque se utilizan instrumentos de medición que expulsarán un resultado claro sobre lo que se desea confirmar, es decir que todos los métodos científicos empleados aumentan la confiabilidad de un resultado.

1.4 Delimitación Del Proyecto

Campo: Administración

Área: Emprendimiento

Aspecto: Implementación de un centro recreativo.

Tema: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó”.

Problema: ¿Cuál es el nivel de factibilidad en la implementación de un centro recreativo en el cantón Jaramijó?

1.4.1 Delimitación geográfica

El espacio geográfico donde se ejecutará el proyecto es en el barrio “Los Ángeles” de la cantón de Jaramijó, cantón perteneciente a la provincia de Manabí, es relevante considerar que se encuentra limitado con los cantones Manta, Montecristi y Portoviejo y actualmente es uno de los lugares que están siendo reconocidos en muchos medios de comunicación por la situación actual turística, además ha generado una gran cantidad de visitas de personas externas al cantón.

1.4.2 Delimitación temporal

Para obtener los resultados esperados sobre la factibilidad de este proyecto, se necesita un periodo de 6 meses entre el periodo 2021-2022 para la proyección del centro recreativo, considerando solamente los resultados del comportamiento del turismo y factores que impactan el turismo.

1.4.3 Delimitación social

La aplicación de este proyecto se realizará en el cantón Jaramijó, se considera que los beneficiados del proyecto es toda la comunidad Jaramijense, sin clasificar las edades, porque poseerán de un gran centro recreativo con alto nivel turístico en la ciudad. Además, se espera tener acogida de personas que residan en otras ciudades.

- Ejecutores del proyecto
- Productores de la zona

- Consumidores
- Trabajadores formales e informales
- Transportistas

CAPÍTULO II

2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1 Misión

Brindar servicios turísticos con todas las comodidades posibles para lograr la satisfacción del cliente, teniendo todos los recursos adecuados para cumplir sus deseos vacacionales y una variedad de áreas recreativas para personas de todas las edades, fidelizando los clientes de otras ciudades logrando el consumo masivo de nuestro servicio.

2.2 Visión

Ser reconocido a nivel local por brindar servicios completos vacacionales, por la confianza de los turistas, y ser promocionado a nivel nacional por ser una gran alternativa para la audiencia de nuevos turistas.

2.3 Valores empresariales

Excelencia: Conjunto de prácticas sobresalientes en la gestión de una organización y el logro de resultados basados en conceptos fundamentales, entre los que se incluyen: la orientación hacia los resultados, orientación al cliente, liderazgo y perseverancia.

Transparencia: Es aquella actitud y metodología que permite controlar los aspectos financieros de una empresa para que ésta cumpla con su misión y visión.

Puntualidad: Es la disciplina que forma parte de la ética y cultura empresarial e incide en gran medida en la imagen.

Responsabilidad social: Es el compromiso y las obligaciones que asumen los miembros de una comunidad entre ellos y, también, ante el resto de la comunidad como conjunto.

Adaptabilidad: Son los procesos internos y desarrolla equipos eficaces de trabajo.

Compromiso: Es un conjunto integral de tácticas, estrategias y actividades de apoyo que se diseñan para promover la prosperidad y el éxito empresarial mediante la creación de soluciones valiosas para las necesidades de la empresa.

Profesionalismo: Regirnos con respeto, objetividad y efectividad en cada una de las actividades que se desarrollen.

2.4 Análisis interno del proyecto

De acuerdo con el criterio de Arriaga et al., (2017), indica que el análisis interno permite identificar fortalezas y debilidades, justificar lo indispensable que tiene el análisis interno dentro del análisis estratégico además de eso busca conocer las técnicas más importantes disponibles para el mismo.

Según Dyson (2004) el análisis FODA es una de las técnicas más excedentes en la planeación estratégica, en específico para el valor de la perspectiva estratégica de la empresa. Por lo consiguiente, es una transcendental herramienta de soporte para la toma de decisiones totalmente usada para analizar metódicamente los ambientes interno y externo de una compañía.

Por otro lado, Nikulin y Becker (2015) mencionan que la herramienta FODA radica en la edificación de una matriz a partir de la caracterización de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el trabajo de la organización. Consecutivamente, se comparan los factores internos con los externos, tal que acceda crear estrategias basadas en las fortalezas de la organización para corregir sus debilidades y así poder tomar ventaja de las oportunidades y equilibrar las amenazas; desplegando cuatro tipos de estrategias.

A continuación, en la tabla 1 se resume el análisis interno y externo del centro recreativo en base al entorno en que se encuentra.

Tabla 1 *Análisis FODA*

ASPECTOS POSITIVOS		ASPECTOS NEGATIVOS	
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ● Será el primer centro recreativo con paquetes vacacionales que exista en el cantón Jaramijó. ● Aplicar todos los conocimientos obtenidos, teniendo en cuenta que la ejecución de este proyecto estará a cargo de personas preparadas en el campo de la administración. ● Proyecto realizado con una visión diferente del turismo en Jaramijó ya que incluirá paquetes de servicios turísticos en un solo lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El personal especializado en instalaciones para el parque recreativo podría encontrarse fuera la provincia. ● Accesibilidad de la vía principal al cantón en mal estado. ● Falta de proveedores directos de todos los recursos físicos que se necesitan para el mantenimiento y activación masiva del centro recreativo. 		
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
<ul style="list-style-type: none"> ● En el cantón Jaramijó existen pocos lugares de recreación. ● Potencial turístico en desarrollo dentro del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Inestabilidad económica de la ciudadanía para cubrir los costos de consumo en el lugar. ● Posibles afectaciones ambientales. 		

Nota. En la tabla se observa el análisis FODA del proyecto del centro recreativo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA

3.1 Análisis externo

Entre los factores externos que afectan las actividades turísticas se exploran los más importantes como lo es: los factores económicos, factores demográficos, factores políticos, factores sociales y factores tecnológicos.

3.1.1 Factores políticos

Estos factores están relacionados con la parte jurídica que ampara al turismo, además que se basa en la relación entre la oferta y demanda ayuda a garantizar un emprendimiento transparente en la sociedad. Además, Sánchez y León (2018) señalan que los factores políticos abarcan las acciones y procesos políticos, el grado en que un gobierno interviene en la economía de un país. Incluye políticas de gravámenes, fiscales, aranceles, clima político, entre otros.

Impuesto a la renta

De acuerdo con el SRI (2022) la declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
2. Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

3.1.2 Factores Sociales

Es importante destacar en este punto que la ciudad de Jaramijó se ha convertido en un atractivo turístico y con diferentes plazas de negocios que se han desarrollado en los últimos tiempos por lo cual se considera que es una sociedad altamente consumista.

El centro recreativo que se construirá implica momentos de diversión y ciertos placeres que las personas desean obtener, además de convertirse en un refugio para pasar momentos de distracción y entretenimiento.

3.1.3 Factores demográficos

En el país personas de todas partes buscan vivir emociones diferentes en lugares diferentes del cual residen, existe una serie de lugares turísticos como esta proyección, pero en otros lugares externos a la ciudad donde encuentran muchas aventuras y asimismo en este caso se logrará el interés del turista para conocer sobre los distintos servicios que se ofertarán.

3.1.4 Factores tecnológicos

La tecnología es un elemento importante en todo tipo de negocio, ya que actualmente está avanzando aceleradamente y es indispensable que las empresas utilicen todos los recursos tecnológicos actualizados, los factores que se destacan con respecto a la tecnología pueden ser materiales, productos, innovación continua de equipos, información sobre calidad, soporte y capacidades que debe tener el personal, la tecnología que se utilizarán serán los equipos de computación. (Roque, Salinas, López, & Herrera, 2016)

3.1.5 Factores económicos

Ecuador es un país que se encuentra en estado de desarrollo, y aunque han existido varios fenómenos que afectaron esta variable en cada lugar del país se han reportado apertura de nuevos negocios de diferentes ramas y a pesar de que las plazas de empleos sean limitadas, varias familias han creado emprendimientos pequeños que ha logrado subsistir después de la pandemia registrada en el año 2019 y todos los acontecimientos de inestabilidad económica que han existido en el país.

3.2 Segmento del mercado

De acuerdo con Gaibor (2014) el segmento de mercado es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. A la vez los segmentos están formados por subsegmentos, es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseña para identificar y servir a este grupo. Es por eso que se debe probar diversas variables, solas y combinadas, con el fin de concebir la estructura de mercado, las variables utilizadas para la

segmentación de mercados son: segmentación geográfica, psicográfica, motivacional, entre otros.

Los indicadores de los turistas y posibles clientes que se tomarán en cuenta para este mercado se reflejan en tabla 2::

Tabla 2 Segmentación de mercado

Geográficas	País: Ecuador
	Cantón: Jaramijó
Demográficas	Estado Civil: Solteros, casados, separados, viudos, con o sin hijos.
	Educación: Superior, técnica, licenciatura, básica.
	Ingreso: Más de \$300
	Ocupación: Profesional, empresario, jubilado, ama de casa.
	Nivel Cultural: Bajo, Medio y Alto
Psicográficas	Personalidad: Sociable, amigable, extrovertido, introvertido, divertido.
	Estilo de vida: actividades al aire libre, viajes, conciertos.
Conductual	Beneficios deseados: seguridad, prolijidad del servicio entregado, confianza de cumplimiento del servicio, tiempo libre, distracción.

Nota. En la tabla se muestra la segmentación del mercado.

El mercado objetivo del proyecto son los habitantes de Manabí, por lo cual se accedió a evaluar la factibilidad mediante las opiniones de ellos, tomando en cuenta que según el Instituto de Estadísticas y Censos- Año 2010, Manabí cuenta con 1, 369,780 habitantes, del cual 461.362 pertenece a la población económicamente activa, es decir, tiene poder adquisitivo, por cual se determina la muestra de la siguiente manera:

Tabla 3 *Cálculo de la muestra*

Z	Porcentaje de distribución normal	1,96
p	Probabilidad de ocurrencia	0,5
q	1-p	0,5
N	Tamaño de la Población	461.362
e	Error de muestreo	0,5
n	Tamaño de la muestra	

Nota. En la tabla se observa el calcula que se le realizara a la población para extraer la muestra.

El presente estudio se dará a través de una muestra probabilística aleatoria simple, debido a que sus fuentes son consideradas por medio de la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(461.362)}{(461.362)(0,05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(461.362)}{(46,136,2)+(3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0.25)(18486)}{(46,136)+(0.9604)}$$

$$n = \frac{17753,9544}{46,136}$$

n = 385 habitantes encuestados

Las personas para encuestar dentro del proyecto de emprendimiento serán a 385 habitantes de la población activa de Manabí, asegurando que estas respuestas tengan validez para el desarrollo de la misma.

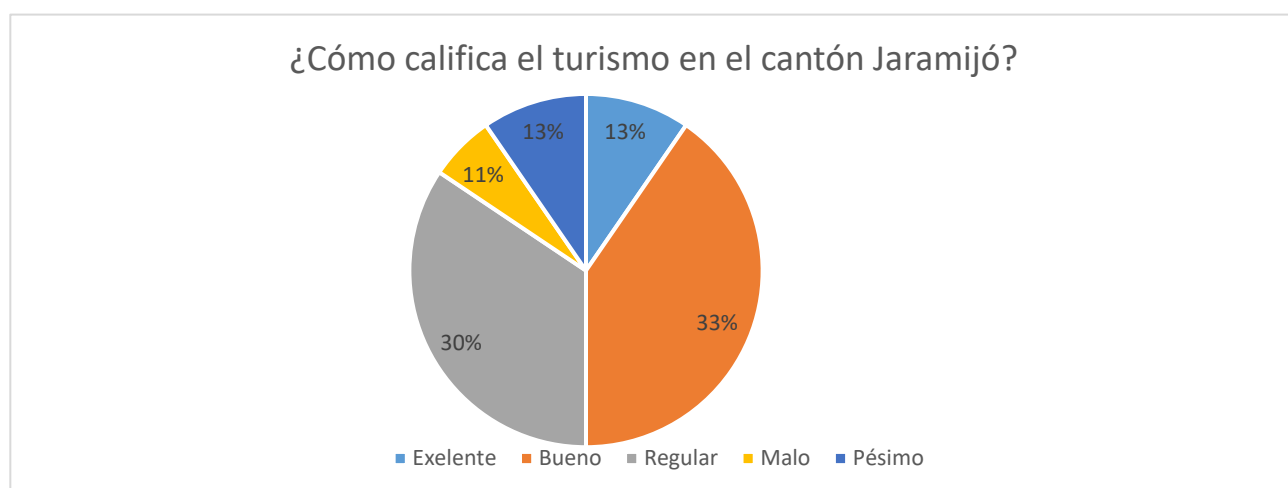
3.2.1 Análisis e interpretación de los resultados

1. ¿Cómo califica el turismo en el cantón Jaramijó?

Tabla 4 Turismo

Variable	Frecuencia	%
Excelente	50	13%
Bueno	128	33%
Regular	115	30%
Malo	42	11%
Pésimo	50	13%
Total	385	100%

Figura 1 Turismo



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

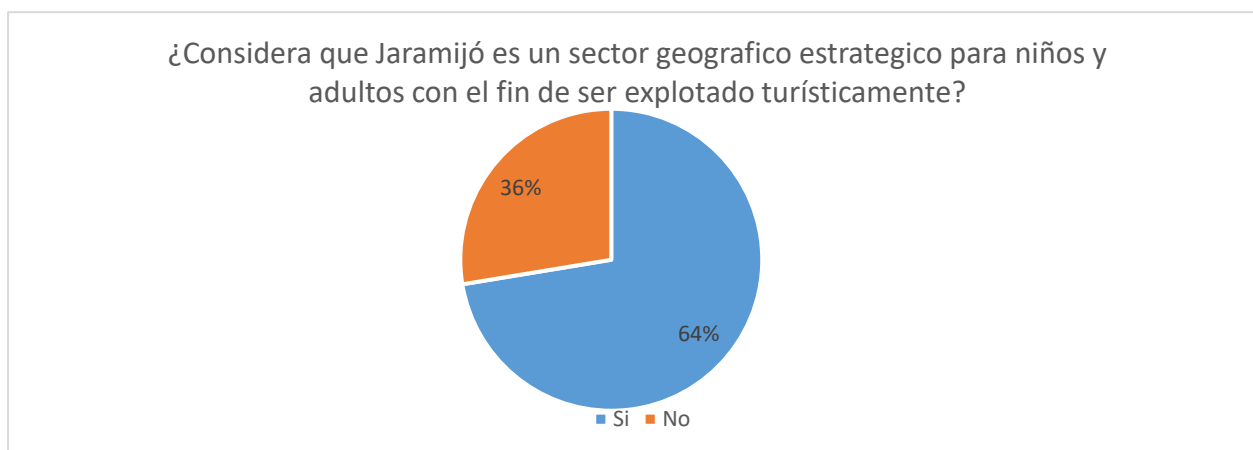
Según los resultados que se muestran en la figura 1, el índice de porcentaje de las personas encuestadas determinó que el turismo en Jaramijó es bueno, en este caso es el 40%. Luego de eso el 34% mencionó que es regular el turismo en el cantón resaltando que aún hay muchas cosas que se deben mejorar. El turismo en Jaramijó es bueno, pero aún se pueden implementar mejoras en el sector turístico para que luego sea calificado como excelente.

2. ¿Considera que Jaramijó es un sector geográfico estratégico para niños y adultos con el fin de ser explotado turísticamente?

Tabla 5 Sector estratégico

Variable	Frecuencia	%
Si	246	64%
No	139	36%
Total	385	100%

Figura 2 Sector estratégico



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

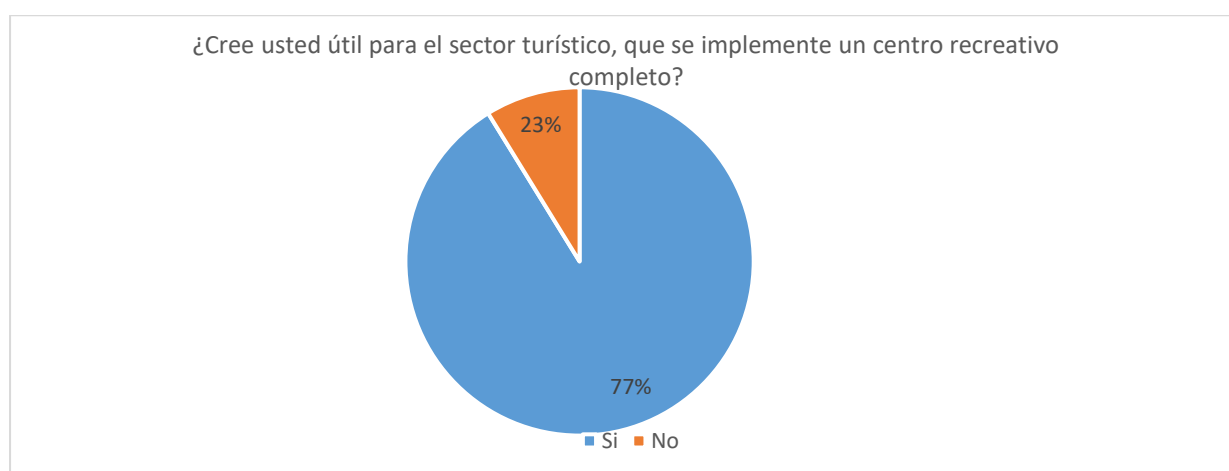
De acuerdo con los datos recolectados en la encuesta que se observa en la figura 2, un 64% de personas encuestadas indicaron que el Cantón Jaramijó es un sector que se puede explotar turísticamente, ya que dispone de áreas estratégicas donde es posible construir nuevos atractivos turísticos. Asimismo, un porcentaje del 36% mencionaron que no es un sector estratégico para explotarlo en el sector turístico.

3. ¿Cree usted útil para el sector turístico que se implemente un centro recreativo completo?

Tabla 6 Centro recreativo

Variable	Frecuencia	%
Si	296	77%
No	89	23%
Total	385	100%

Figura 3 Centro recreativo



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

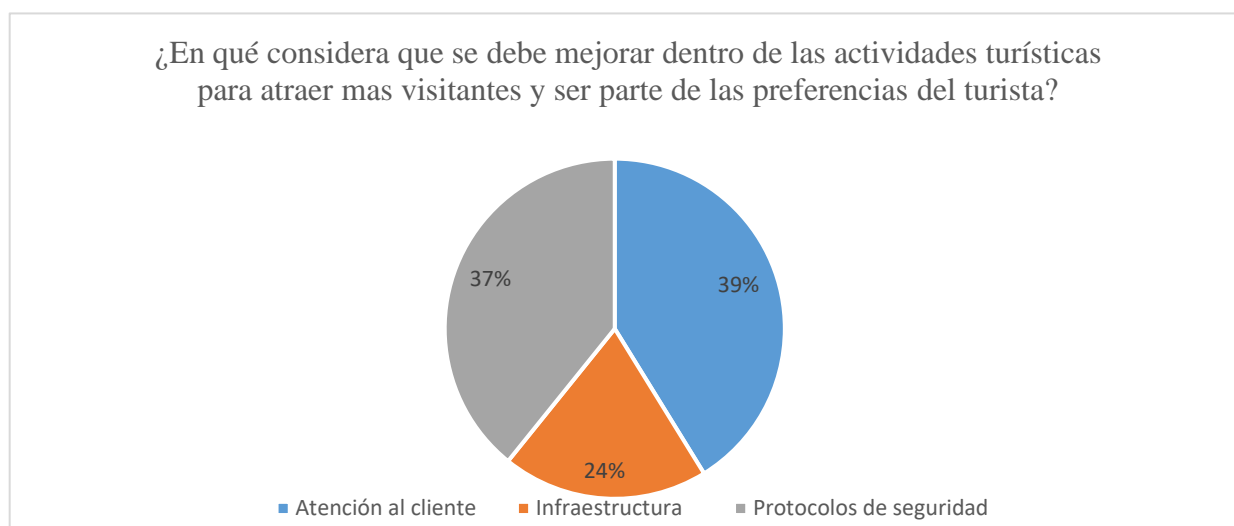
Según la pregunta planteada, y de acuerdo a lo que determinan los encuestados en la figura 3, el 91% indicaron que es útil que se implemente un centro recreativo completo para el beneficio del cantón, y con un porcentaje mínimo del 9% mencionaron que no.

4. ¿En qué considera que se debe mejorar dentro de las actividades turísticas para atraer más visitantes y ser parte de las preferencias del turista?

Tabla 7 *Mejorar las actividades turísticas*

Variable	Frecuencia	%
Atención al cliente	150	39%
Infraestructura	92	24%
Protocolos de seguridad	143	37%
Total	385	100%

Figura 4 *Mejorar las actividades turísticas*



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

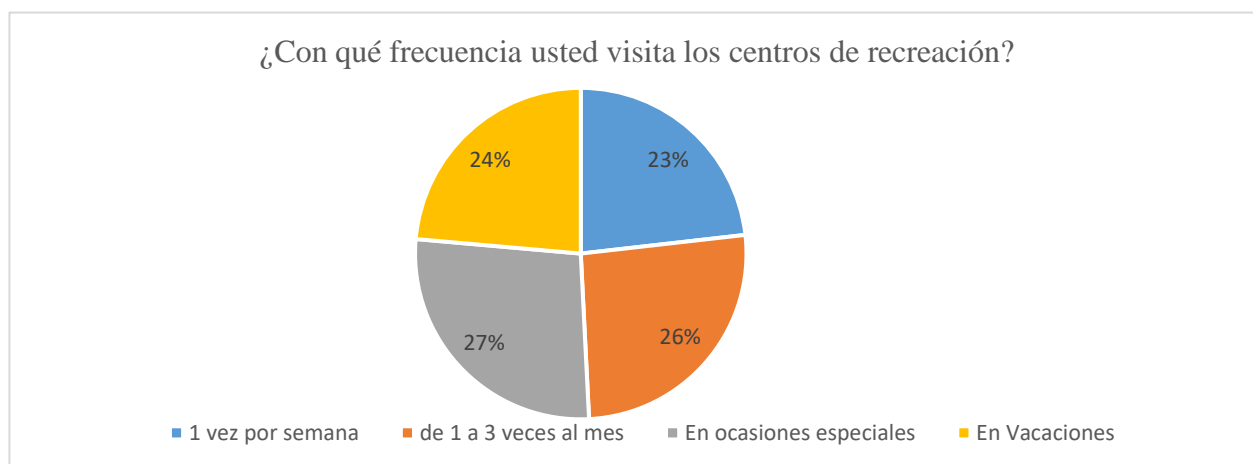
Según lo que se refleja en el figura 4, indica que el 41% de los encuestados consideraron que se debe mejorar en la atención al cliente, un 39% indicaron que debe existir mejoras en los protocolos de seguridad e implementar todas las medidas de protección posibles por los últimos sucesos de pandemia que se han presentado en la actualidad, y un 20 % mencionó que se debe mejorar en la infraestructura.

5. ¿Con qué frecuencia usted visita los centros de recreación?

Tabla 8 *Visita*

Variables	Frecuencia	%
1 vez por semana	89	23%
de 1 a 3 veces al mes	100	26%
En ocasiones especiales	104	27%
En Vacaciones	92	24%
Total	385	100%

Figura 5 *Visita*



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

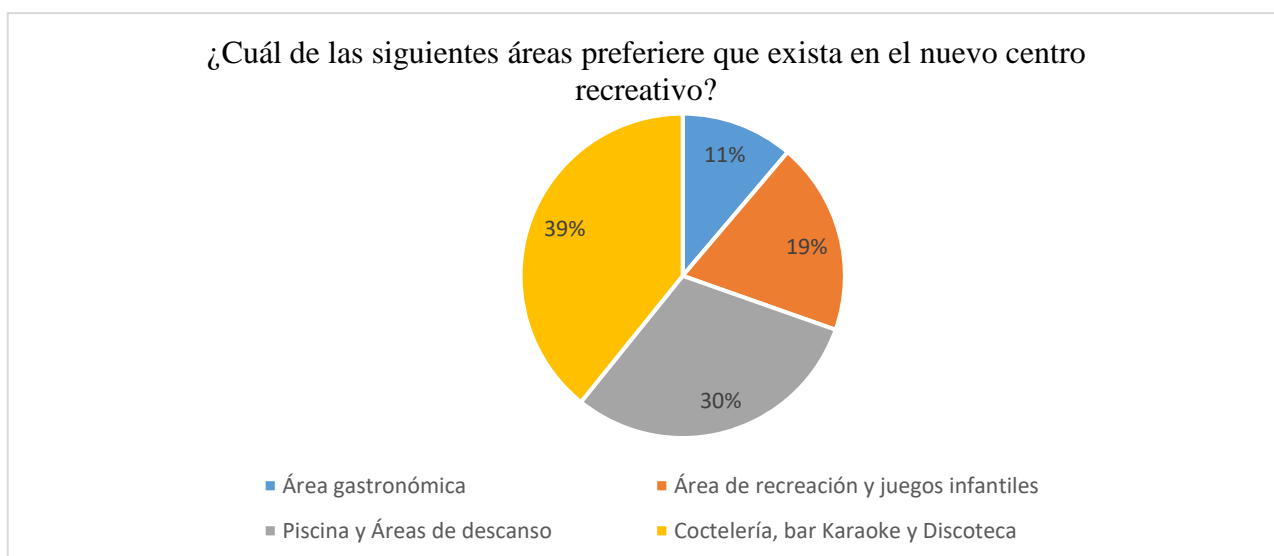
Según los resultados mostrados, en la figura 5, el 27% mencionaron que acuden a los centros turísticos en ocasiones especiales como fechas familiares o feriados, el 26% indicaron que frecuentan de 1 a 3 veces al mes, el 24% indicaron que aprovechan sus vacaciones para acudir a recrearse a estos centros, y por último el 23% indican que asisten una vez por semana. Por lo cual se presume que dependiendo de la vida cotidiana de cada persona asisten a estos centros turísticos.

6. ¿Cuál de las siguientes áreas prefiere que exista en el nuevo centro recreativo?

Tabla 9 Áreas

Variable	Frecuencia	%
Área Gastronómica	46	12%
Área de recreación y juegos	73	19%
Piscina y Áreas de descanso	116	30%
Coctelería, bar Karaoke y Discoteca	150	39%
Total	385	100%

Figura 6 Áreas



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

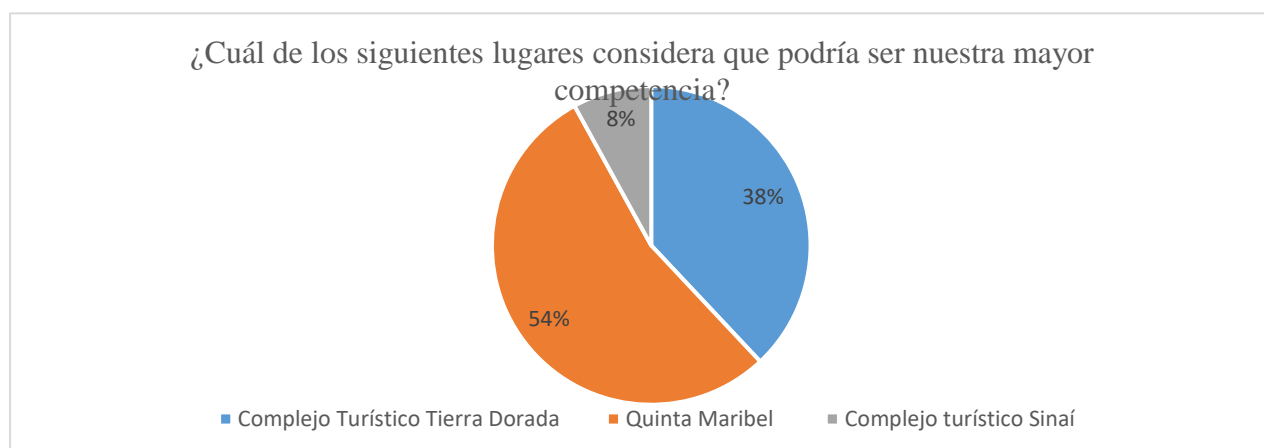
Según lo que respondieron las personas encuestadas, la figura 6 muestra que un 39% prefieren el área de coctelería, karaoke y discoteca ya que mencionan que ningún centro recreativo cercano incluye ese tipo de servicio. El 30% de las personas mencionaron que la piscina y áreas de descanso son de preferencia para muchos, el 19% optaron por preferir el área de recreación y juegos infantiles y por último el 12% que mencionaron que prefieren el área gastronómica.

7. ¿Cuál de los siguientes lugares considera que podría ser competencia para el centro recreativo en Jaramijó?

Tabla 10 *Mayor competencia*

Variable	Frecuencia	%
Complejo Turístico Tierra Dorada	146	38%
Quinta Maribel	208	54%
Complejo turístico Sinaí	31	8%
Total	385	100%

Figura 7 *Mayor competencia*



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

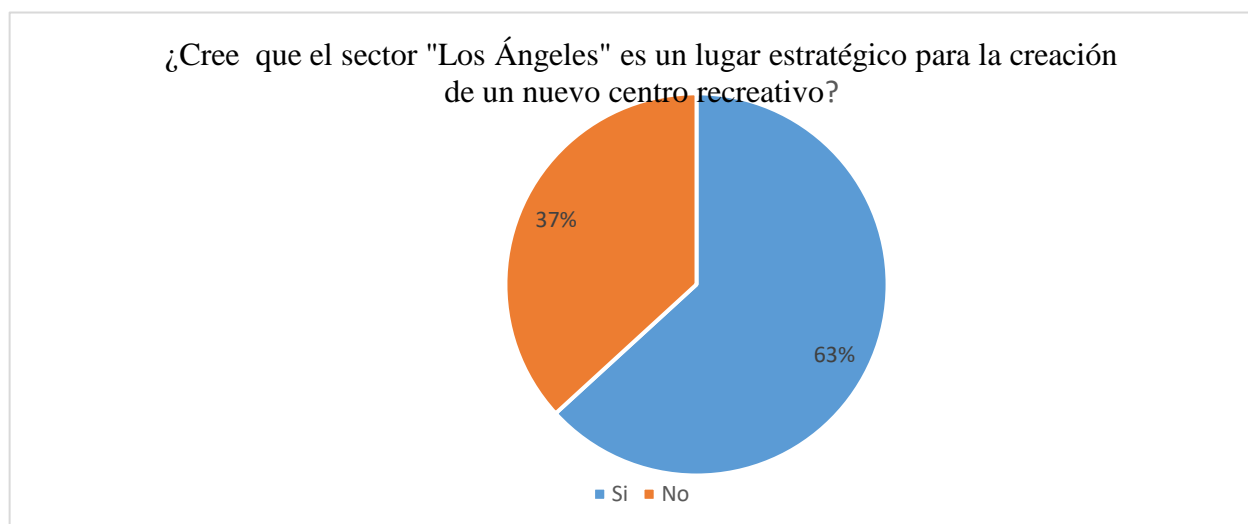
De acuerdo a la figura 7 los centros turísticos cercanos más conocidos que existen, con porcentaje considerable del 54% los encuestados mencionaron que el centro turístico “Quinta Maribel” es un centro completo para recrearse y podría ser una mayor competencia para cualquier centro que se desee implementar ya que a pesar de que no está ubicado dentro del cantón, es conocido a nivel provincial, y ha logrado ser parte de las preferencias de muchos turistas. Mientras que el 38% mencionaron que la Piscina “Tierra Dorada” también es competencia ya que se encuentra cerca de la ciudad, y por último el 8% mencionaron al centro turístico “Sinaí”, por lo que se determina que es poco frecuentado por las personas de Jaramijó.

8. ¿Cree que el sector "Los Ángeles" es un lugar estratégico para la creación de un nuevo centro recreativo?

Tabla 11 Lugar estratégico

Variable	Frecuencia	%
Si	243	63%
No	142	37%
Total	385	100%

Figura 8 Lugar estratégico



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

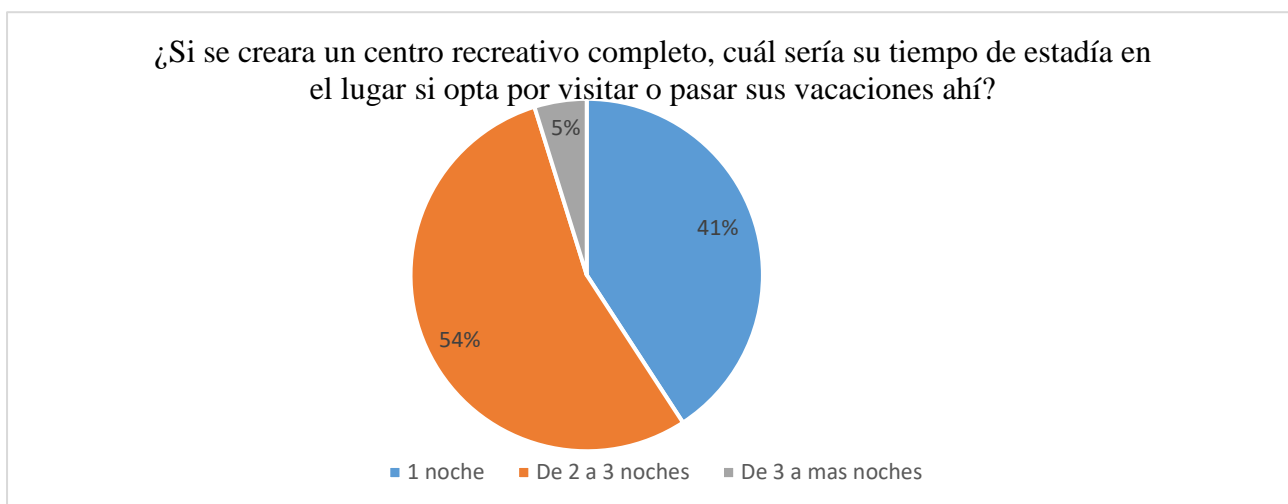
Según lo que respondieron los encuestados, en la figura 8 el 63% indicaron que el sector "Los Ángeles" es un lugar estratégico para la creación de este centro, por la frecuencia de personas que a diario caminan y recorren el sector. Mientras que un 37% indicaron que no es un sector estratégico para la ubicación de un centro recreativo.

9. Si se creará un centro recreativo completo, ¿Cuál sería su tiempo de estadía en el lugar si opta por visitar o pasar sus vacaciones ahí?

Tabla 12 *Tiempo de estadía*

Variables	Frecuencia	%
1 noche y 1 día	158	41%
De 2 noches y 2 días	208	54%
De 3 a más noches	19	5%
Total	385	100%

Figura 9 *Tiempo de estadía*



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

De acuerdo con lo mencionado en la figura 9 el 54% de las personas encuestadas optarían un tiempo de estadía de 2 a 3 noches ya que destacan que podrían relajarse y disfrutar de cada área del centro. Seguido de eso el 41% solo se quedarían por una noche y el 5% indicaron que su tiempo de estadía sería de 3 a más noches.

10. ¿Cuál es el valor que usted pagaría para acceder a los servicios de un centro recreativo familiar?

Tabla 13 Precio

Variables	Frecuencia	%
\$2 - \$4	323	84%
\$5 - \$7	62	16%
\$8 - \$10	0	0%
Total	385	100%

Figura 10 Precio



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

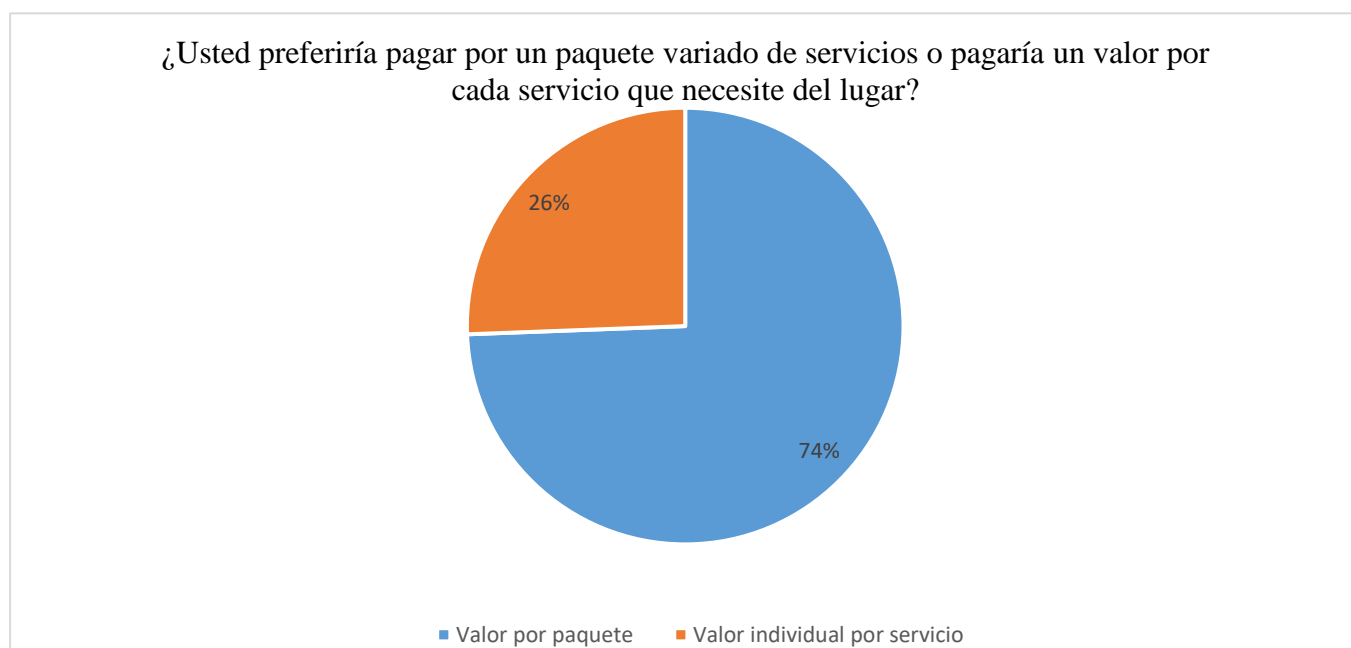
De acuerdo con lo expuesto en la figura 10 se logra determinar que el 84% de los encuestados prefiere pagar un valor entre un rango de \$2 a \$4 por el día, por otro lado, el 16% de los posibles clientes señalan que estarían dispuestos a pagar entre \$5 a \$7 por la entrada al centro recreativo.

11. ¿Usted preferiría pagar por un paquete variado de servicios o pagaría un valor independiente por cada servicio que necesite del lugar?

Tabla 14 Paquetes

Variables	Frecuencia	%
Valor por paquete	285	74%
Valor individual por servicio	100	26%
Total	385	100%

Figura 11 Paquetes



Nota. La tabla muestra las encuestas aplicadas a los habitantes de Manabí, implementado por el autor de la investigación.

Análisis e interpretación

De acuerdo con la figura 11 se expone que, el 74% indicaron que es más factible cancelar un valor por un paquete completo de estadía, y un 26% indican que prefieren pagar por cada uno de los servicios que ofrezca un centro de turismo. Es decir que la mayor parte de

las personas piensan que es mejor disfrutar de todas las áreas del centro por un mejor precio.

3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix

De acuerdo con la investigación realizada por Bayas (2015) el concepto de Marketing Mix se utiliza para elegir aquellos materiales y variables con las que cuenta el responsable del área para poder resumir los objetivos que se plantea la compañía en la cual se desempeña. Por tanto, el marketing mix, también designado como, mezcla de mercadotecnia, mix comercial y mezcla comercial, es la estrategia que se planea cuando la empresa solicita fundamentalmente obtener una mayor cantidad de clientes.

El marketing mix se establecerá por conseguir y desarrollar la satisfacción del cliente, que como se entiende es precisa para que el cliente reaparezca a elegir el servicio o producto y además lo recomiende entre su entorno, por tanto, para conseguirlo se deberá recurrir a varios principios y métodos a través de la gestión de cinco P's.

Esta variable conlleva a tomar la mejor decisión sobre los elementos importantes de un producto o servicio, ayudando en la determinación del lugar correcto en donde se realizará el proyecto en el precio oportuno y con las cualidades necesarias para llegar a los clientes.

3.3.1 Producto

Existen diferentes servicios turísticos que se pueden ofrecer en el mercado, en este proyecto se escogieron implementar las siguientes áreas en un solo centro recreativo para complementar y brindar un mejor servicio.

- Área de piscina para niños y adultos
- Coctelería
- Área gastronómica
- Área verdes (parque)
- Parqueadero
- Chozas para descansar
- Baños, vestidores
- Área de hostería

Branding

- Nombre

El Centro Recreacional del cantón de Jaramijó adoptara el nombre de “La esperanza” se escogió este nombre porque la palabra conlleva un sinnúmero de definiciones una de ellas es el estado de ánimo que surge cuando se presenta como alcanzable lo que se desea. Por otro lado, se puede contextualizar como un sustento lógico o en base a la fe, quien tiene esperanza considera que puede conseguir algo o alcanzar un determinado logro.

- Slogan

Se escogió el siguiente slogan debido a que en este lugar se puede disfrutar de un día en familia y combinarlo con la diversión y descanso.

DONDE LA DIVERSIÓN NO TIENE LÍMITE....

- Isologo de la empresa

Los colores utilizados en el isologo de la empresa representan la paz y tranquilidad que brinda el lugar, haciendo contacto con la naturaleza. Entonces se interpreta que el texto y el icono se encuentran fundidos en un solo elemento. A continuación, se definirá cada uno de los colores utilizados en el logo de la empresa.

Verde: Transmitir tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud, y generosidad.

Blanco: Está asociado con la paz, la pureza y la limpieza.

Azul: Transmite seguridad, tranquilidad, protección y salud.

Celeste: Está asociada al cielo y/o al mar.

Rojo: Transmite pasión, amor, energía o calor.

En el siguiente apartado se podrá observar el logo el cual estará conformado por la empresa, para darse a conocer como marca para los diferentes turistas que visiten el centro recreativo.

Figura 12 Logo



Nota. En la figura 12 se observa el logo del proyecto.

3.3.2 Precio

Es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se brindan en el mercado poseen un precio, que es el dinero que el consumidor o cliente debe acreditar para sintetizar la acción. (Oña, 2016). El precio es la cuantía de dinero que un consumidor paga por el servicio y su osadía se ejecutará en base a un estudio de las cuatro variables que son los costos, variables del producto, la demanda, la competencia y las prioridades del cliente con un mínimo de beneficio.

De acuerdo con la encuesta realizada a los habitantes de Jaramijó, en el literal 10 se preguntó el valor que estaría dispuesto a pagar por los ingresos al centro turístico y recreativo, la mayoría de los habitantes mencionaron que el valor de \$2 a \$4 es un precio acorde a sus servicios, por ello, se ha determinado que el valor de la entrada al centro "LA ESPERANZA" tenga un cuantioso valor de \$4 ya que sus beneficios y servicios que brindan están en relación a al valor antes mencionado.

Se ha determinado precios promocionales en paquetes dependiendo del tiempo de estadía para que los usuarios puedan disfrutar de todos los servicios a la vez:

Tabla 15 Precio del servicio

Tiempo de servicio	Precio Adultos	Precio niños hasta máximo 10 años	Servicios del paquete
4 a 6 horas	\$4	\$4	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilización de todas las áreas en el tiempo de estadía. ● 1 coctel a su elección si es adulto, caso contrario no incluye cóctel.
De 6 a 24 horas	\$10	\$10	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilización de todas las áreas en el tiempo de estadía. ● 1 comidas. ● 2 cócteles a elección si es adulto, caso contrario no incluye cóctel ● Hospedaje por el tiempo de estadía.
De 24 a 48 horas	\$18	\$18	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilización de todas las áreas en el tiempo de estadía. ● 1 comidas. ● 3 cócteles a elección si es adulto, caso contrario no incluye cóctel. ● Hospedaje por el tiempo de estadía.

Nota. En la tabla 15 se muestra los precios del servicio en el centro recreativo

3.3.3 Publicidad

En este centro recreativo se impulsarán los servicios por medio de una excelente atención e innovación de estructura de acuerdo con las temporadas festivas del año, lo cual creará familiarización entre el cliente y la empresa.

Tabla 16 Publicidad

Medio Prensa Escrita	Dado el segmento de mercado objetivo definido por la compañía se estima que la publicidad escrita se realice a través de anuncios impresos en diario de la localidad, debido a que los lectores corresponden al perfil de clase media – alta.
	El aviso se emitirá un domingo al mes en las páginas centrales.
Medio Radial	Al igual que la publicidad en medio escrito, se ha elegido la radio Gaviota para realizar la publicidad radial dado su segmento de radioescuchas.
Medio Gráfico	Los primeros 3 meses de funcionamiento se realizará una fuerte campaña para dar a conocer la empresa a través de la entrega de flyers en casas y municipalidades.
	Se consideran campañas publicitarias en este medio cada 3 meses durante 1 semana.
Internet	Se realizará campaña a través de la página web y redes sociales, donde se darán a conocer los servicios ofrecidos.

Nota. En la tabla muestran los diferentes medios de publicidad.

Se realizarán descuentos a las personas que consuman una cierta cantidad en el centro turístico, para de esta manera engancharlo a una próxima visita en el lugar, asimismo, se efectuarán promociones en bebidas y comidas para generar mayores ventas dentro del local, al igual que la estadía del lugar.

3.3.4 Plaza

Este será ubicado en Los Ángeles, en la ciudadela 17 de octubre ubicado en la ciudad de Jaramijó, se escogió este sector ya que dispone de diversos terrenos baldíos a la venta el cual cuentan con el espacio adecuado y suficiente para la construcción de este centro recreativo.

- Canal directo

El canal de distribución para la empresa será directamente entre ofertante del servicio y consumidor final, debido a que el consumidor va por cuenta propia.

Figura 13 *Canal directo*



Nota. Se muestran el tipo de canal que se utiliza en el centro recreativo “La Esperanza”

3.3.5 Promoción

Se realizarán descuentos a las personas que consuman una cierta cantidad en el centro turístico, para de esta manera engancharlo a una próxima visita en el lugar, asimismo, se efectuarán promociones en bebidas y comidas para generar mayores ventas dentro del local, al igual que la estadía del lugar. La promoción del centro recreativo se realizará por medio de las redes sociales y medios de comunicación locales como programas de radio

3.4 Análisis competitivo (Porter)

De acuerdo con muchas investigaciones se ha llegado a la conclusión de que realizar el análisis de las cinco fuerzas de Porter es útil para medir muchas probabilidades del éxito o un riesgo de fracaso, además es indispensable realizar en casos de lanzamiento de nuevos productos o servicios ya que mide variables necesarias para conocer el entorno de un negocio.

De acuerdo con Costa (2018) las estrategias competitivas son maneras que utilizan para prevalecer a los competidores. Son las acciones enfocadas al crecimiento empresarial, ya sea en el tamaño, en sus beneficios o en su rentabilidad. Por otro lado, Estolano et al., (2013) menciona que estas cinco fuerzas de Porter dirigen a la empresa a tener una visión sobre la competencia y rentabilidad del negocio y son:

3.4.1 Amenaza de nuevos participantes

Que se refiere a que otras personas se motiven a crear productos o servicios parecidos al nuestro y generen una gran competencia. Por esta razón se debe elegir los mejores proveedores de materiales, mejores prestadores de servicios de mantenimiento para nuestras áreas, y obviamente personal profesional que se encargue de brindar un excelente servicio que motive a la fidelización del cliente sin importan la participación de nuevos competidores.

3.4.2 Poder de los proveedores

Es un factor muy importante en las empresas ya que de los precios que ellos dispongan dependerá el precio lanzado en nuestro servicio, se debe tener en claro que se pretende mantener el dinamismo en los servicios utilizando los mejores instrumentos y mantenimiento por lo que debemos analizar bien la situación de los proveedores e implementar estrategias de compra como son el abastecimiento semanal en productos perecibles y mensual o quincenal en productos no perecibles, de la misma forma, otra estrategia que se implementaría serian contratos de conveniencia mutua con los proveedores, generando de esta manera al centro turístico y recreativo La Esperanza mantener precios accesibles para nuestros clientes.

3.4.2.1 Lista de proveedores

- Importador Ferretero Trujillo: para compra de materiales para mantenimiento de piscina, duchas, inodoros, lavamanos, y otras herramientas que son necesaria para el funcionamiento cotidiano del centro turístico.
- Juan “El Juri”: para compras de materia prima, instrumentos y materiales para área de bar y coctelería.
- Comerciantes mayoristas de pescado y mariscos: para la compra de materia prima para restaurant gastronómico del centro turístico.
- Comerciantes mayoristas de legumbres: para adquisición de materia prima en área de gastronomía.
- Comercial “El Arbolito”: compra de otros materiales directos para complementar los platos gastronómicos, servilletas, productos de limpieza y desinfección, productos de bioseguridad.

- Todo Hogar: compra de sillas, mesas, instrumentos para cocina y atención en restaurante. Además, proveerá las sobrecamas, cortinas, manteles, cobertores, toallas que son necesarios para el área de hostería.
- Indumaster: compra de muebles de oficina, mobiliarios para otras áreas
- Almacén “El rebajón”: compra de electrodomésticos como los TV Led de 54’, aires acondicionados, refrigeradoras, armarios frigoríficos, congeladores, cocinas, botellas de gas y otros.

3.4.3 Poder de los compradores

Hace referencia a las necesidades del cliente ya que siempre existirá en sus exigencias la relación entre precio y calidad del servicio, esto empuja a una amenaza de que se cambien a otro proveedor del mismo tipo de servicio que ofrecemos, por lo tanto, las estrategias que se pueden implementar es potencializar el centro turístico con productos alimenticios, de buena calidad y a un precio acorde, promociones en ciertas temporadas, generando de manera indirecta la fidelización del cliente, esto se relacionaran junto con la fuerza anterior ya que es importante para el desarrollo económico de la empresa mantener una demanda activa de clientes.

3.4.4 Productos sustitutos

Se refiere a una serie de productos similares existente en el mercado, como son locales con piscina en las cuales no tienen estadías, pero cumplen una misma función que el centro turístico, es importante tener en cuenta que con muchas manías de la empresa y buenas políticas que aseguren la calidad del servicio brindado podríamos estabilizar la situación con respecto a esta amenaza.

La rivalidad entre competidores

Incluye varias formas de ofrecer e impulsar productos o servicios, con respecto a los precios, innovación y promoción de la competencia, es decir que se trata de una rivalidad corporativa entre empresas del mismo sector. Pero es indispensable mantener la calidad y promociones del servicio.

Con todo lo antes mencionado se debe considerar que todas las fuerzas de Porter van relacionadas entre sí, por lo que se debe aplicar ciertas estrategias de innovación, promoción y mejores precios del mercado para lograr tener demanda activa y mejores ofertas de nuestros productos turísticos.

3.4 Descripción del servicio

De acuerdo con García (2009) menciona que la descripción de un producto o servicio es un proceso indispensable para tener claro lo que se promocionará al mercado considerando la lluvia de ideas que el emprendedor tiene en mente para lanzar un bien o servicio al mercado y así sembrar dicho producto eficientemente en el mercado. (pág. 15)

Por otro lado, Thompson (2016) señala que los servicios son actividades reconocibles, intangibles y perecederas que son el efecto de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un cometido o un esfuerzo que involucran generalmente la colaboración del cliente y que no es viable conservar físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que consiguen ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, logran ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

De acuerdo a lo anterior es importante describir todos los detalles del centro turístico que se desea crear en el cantón Jaramijó, lo cual se puede realizar redactando cada uno de los detalles y cualidades de los servicios que se desean implementar. A continuación, se describen todos los servicios que dispondrá el centro turístico:

3.4.1 Características del “Centro Recreativo La Esperanza”

Cualidades

- Dispone de áreas de hospedaje, piscina, coctelería, patios de comida gastronómica del cantón, recreación, juegos infantiles.
- Los servicios brindados se agendarán con orden de llegada de acuerdo con la capacidad de aforo.
- Cada área dispone de instalaciones acogedoras para el visitante.
- Equipo de trabajo especializado de acuerdo con cada servicio.

- Luces dinámicas que resaltan en el lugar por las noches.
- Medidas de bioseguridad 100% controladas para brindar confianza en los clientes.

Elementos

- Palmeras y áreas verdes para descanso.
- Camas.
- Equipos para habitación.
- Procesos para organizar el orden dentro del centro.
- Instalaciones, sillas y mesas con estilo Rústico.
- Copas e instrumentos de coctelería.
- Columpios, resbaladillas y juegos infantiles.
- Servicios básicos siempre disponibles.
- Instalaciones de servicios básicos en cada área incluyendo servicio de internet.

Sensaciones y perspectivas que se pueden lograr al visitar el centro turístico.

En este centro recreativo se lograrán satisfacciones cognitivas del visitante, ya que por el ambiente que otorgan las diferentes áreas se puede tener sensaciones de paz, relajación, diversión, ocio, integridad, unión y sensaciones placenteras de cumplir con sus objetivos vacacionales.

Esta idea de negocio fue elegida gracias a la audiencia que actualmente tiene el cantón por sus atractivos turísticos que iniciaron en los últimos años, es evidente que Jaramijó aún tiene mucho por explotar en el sector turístico, además es una gran oportunidad de desarrollo socioeconómico ya que con la apertura de este centro se abrirán nuevas plazas de trabajo para los Jaramijenses.

3.5 Análisis comparativos con productos similares

De acuerdo con Tonon (2011), indica que el análisis comparativo es un proceso útil para comparar similitudes y diferencias, permite comparar de forma horizontal objetos, o elementos de cualquier tipo de la misma naturaleza, es decir que permite la comparación entre dos o más elementos con ciertas dimensiones que forman parte de un tema de investigación. (pág. 11)

Tabla 17 Análisis competitivo (*Productos similares*)

Centros turísticos competentes	Servicios que ofrecen	Nivel de reconocimiento en el mercado	Publicidad
Complejo Turístico Tierra Dorada	Piscina de adultos, piscina de niños, comedores, áreas recreativas, bar restaurant, sala de eventos.	Media	Redes sociales
Piscina Sinaí	Piscina para niños y adultos, áreas recreativas, bar restaurant	Media	Poca publicidad de visitantes.
Quinta Maribel	Áreas verdes, piscina para adultos, piscina para niños, áreas de descanso, bar restaurant.	Alta	Redes sociales, y otros medios de comunicación.

Nota. En la tabla 17 se logra apreciar los precios de los competidores directos.

De acuerdo al análisis comparativo expuesto en la tabla 15 se logra identificar que la mayoría de los centros recreativos son publicitados por medio de las redes sociales, por lo que existe un mayor incremento en clientes, las tres empresas cuentan con los mismos servicios

que se quieren implementar en “La Esperanza”, la diferenciación del nuevo centro de recreación en Jaramijó es que va a contar con una publicidad de forma agresiva para captar consumidores de diferentes ciudades del país.

CAPÍTULO IV

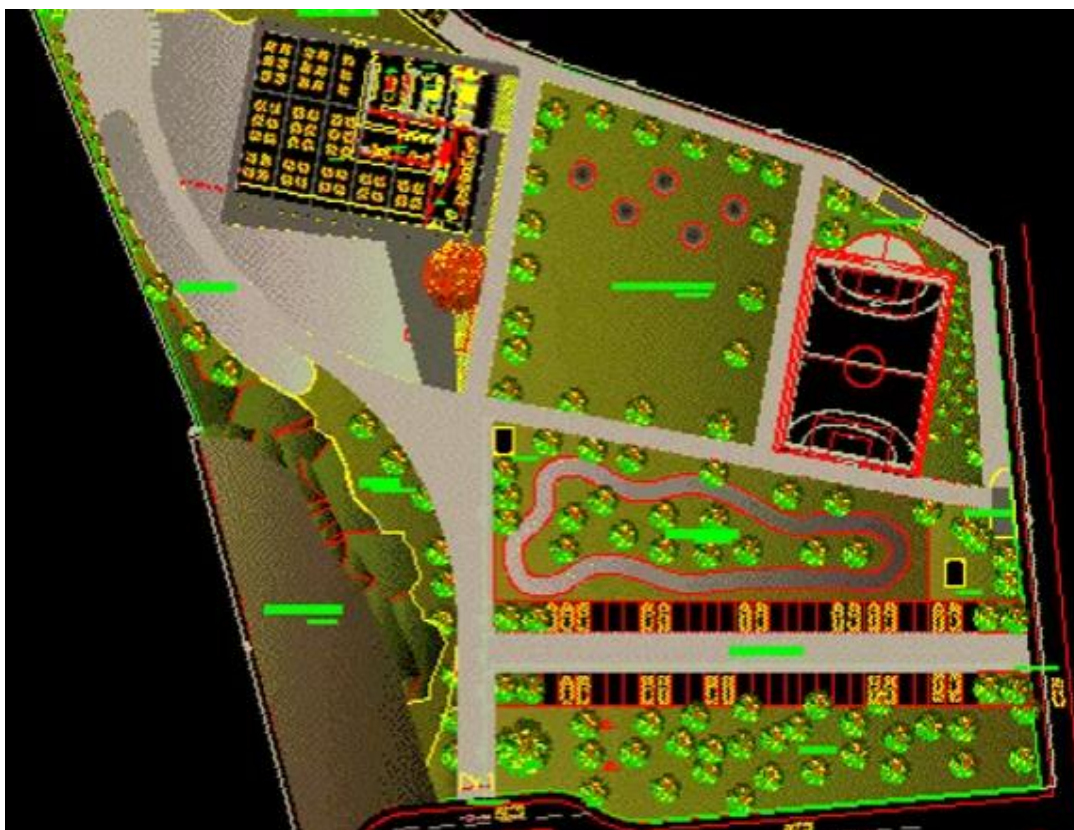
4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Descripción de las características de localización del negocio

Para determinar la localización del negocio se consideró un lote de terreno, del cual adueño y está apto para la construcción del centro turístico. El centro turístico se construirá en el sector “Los Ángeles” del cantón Jaramijó.

La localización del sitio esta geográficamente en una zona transcurrida por diferentes medios de transporte generando curiosidad por el lugar, siendo preciso para la construcción del centro turístico “La Esperanza”.

Figura 14 *proyección del centro turístico “La Esperanza”*



Nota. En la figura 14 se observa la proyección del sitio donde se realizará el centro turístico.

4.2. Bosquejo del área de trabajo

En la imagen de la proyección de centro turístico se refleja las distintas áreas que funcionarán dentro del mismo. La entrada principal será del lado izquierdo donde tendrá el

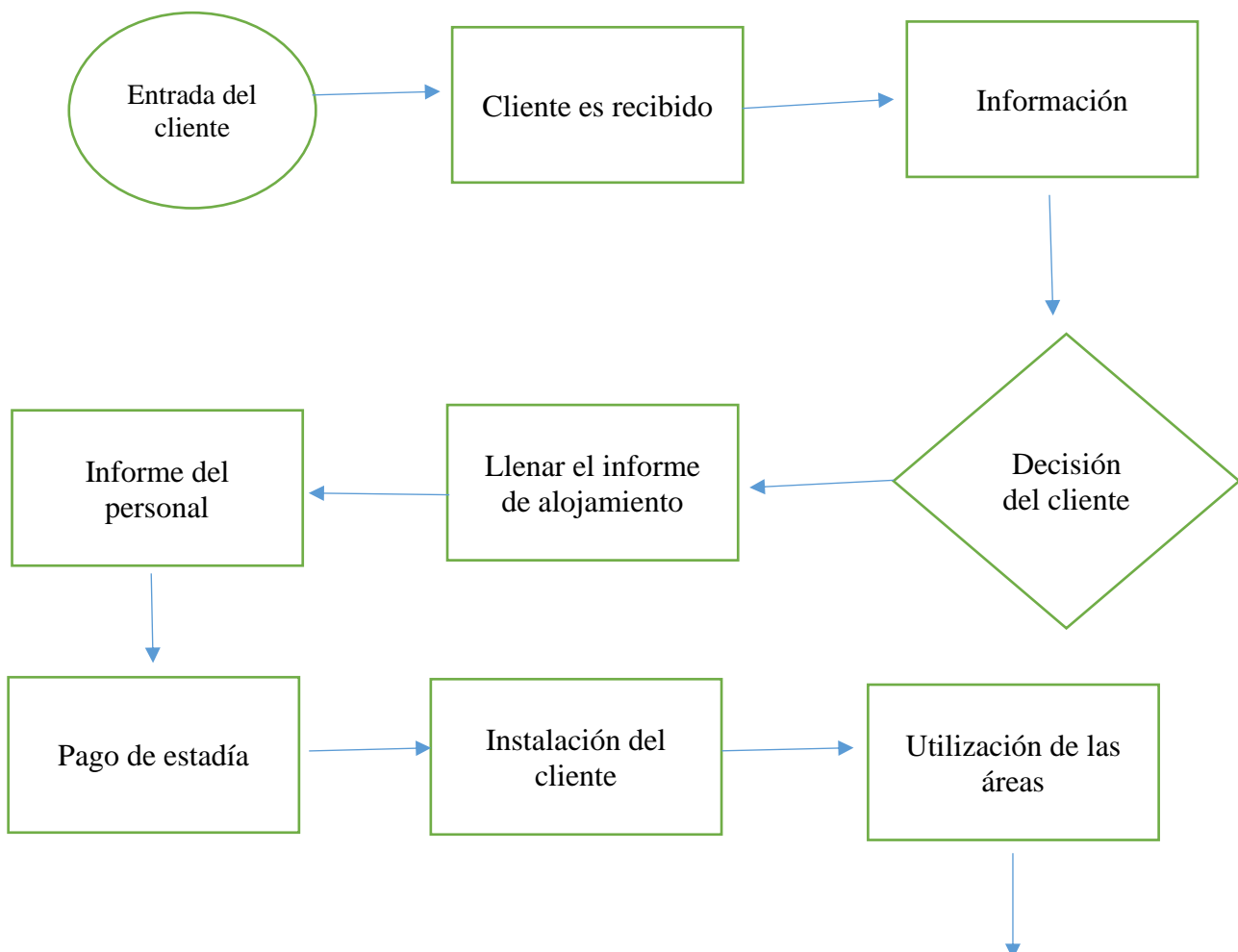
primer acceso a la piscina y áreas de juegos infantiles, del lado derecho se encontrará el área de recreación y deporte, en la parte de atrás se encontrará el espacio para huéspedes, es decir hostería donde incluye un restaurante y área de coctelería y bar discoteca.

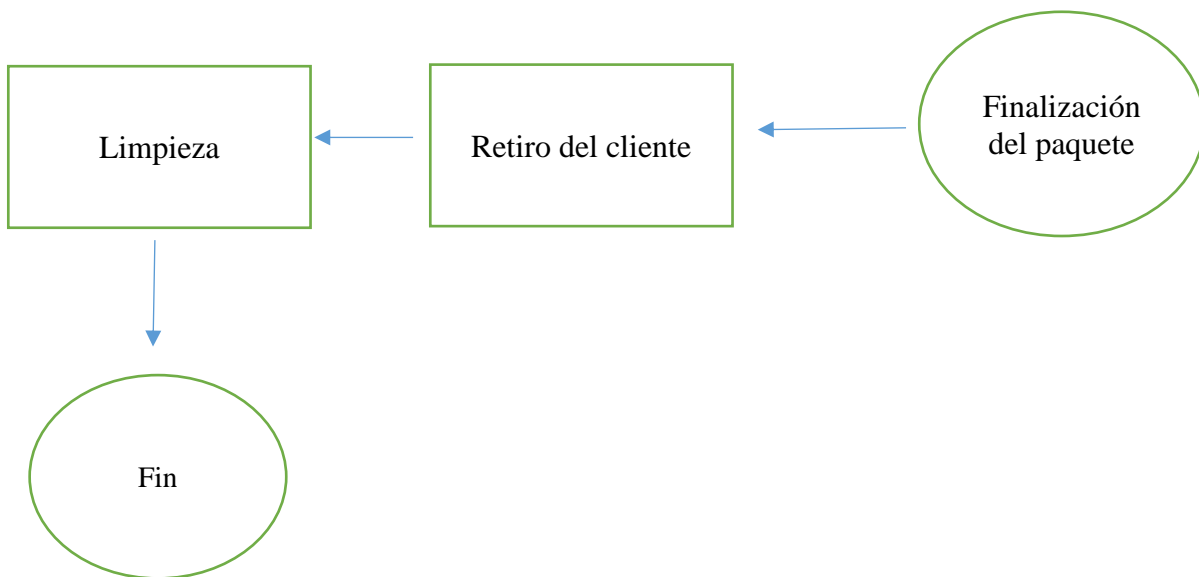
Es importante considerar que la parte administrativa funcionará de forma virtual, es decir, por medio de sistemas en línea para que la información se quede guardada en la nube, pero a la vez, va de la mano con la entrada principal, donde se encontrará personal en garita que controle y facture todos los servicios adquiridos de los visitantes, ellos se encargarán de custodiar el dinero recaudado en los días de funcionamiento y enviarán todos los informes y constancias pertinentes al gerente propietario.

4.3 Diagrama de procesos del servicio

En el diagrama se describe los procesos del servicio del centro recreativo, es decir, desde que el cliente entra al centro recreacional hasta la hora de su partida, siguiendo procesos adecuados para la satisfacción del usuario.

Figura 15 Diagrama de procesos del servicio





Nota. En la figura 15 se muestra se muestra el diagrama del proceso de servicio del centro “La Esperanza”

El diagrama de procesos es un conjunto de figuras que representan un sin número de actividades, procesos, decisiones y demás simbologías necesarias para identificar el acontecimiento.

Dentro del diagrama de procesos encontramos las siguientes actividades:

Entrada del cliente: La entrada del cliente es primordial para la generación de afluencia de flujo en el centro recreativo.

Cliente es recibido: Una vez ingresando al centro recreativo es recibido por el personal la cual le tomara temperatura y los debidos procesos de sanitización.

Información: El personal encargado le dará toda la información necesaria de los paquetes que dispone el centro recreativo.

Decisión del cliente: El cliente optara por el paquete que mejor le convenga para la estadía del lugar y de esta forma disfrutar de sus beneficios.

Llenar el informe de alojamiento: Una vez elegido el paquete se llenará un formulario con los datos del cliente para informar cualquier inconveniente.

Informe del personal: Se le informará al personal del huésped el cual estará en el centro recreativo para estar atento a sus necesidades.

Pago de estadía: Una vez llenado el formulario se accede al pago de la estadía por los días del contrato.

Instalación del cliente: Se le instalara en una cómoda habitación por los servicios necesarios según su necesidad y requerimiento.

Utilización de las áreas: Una vez realizado el contrato de estadía el cliente accede a las áreas de recreación.

Finalización del paquete: Al completar las horas de estadía se realiza la partida del cliente.

Retiro del cliente: Se retirarán en una hora específica de acuerdo a las normas del centro recreativo lo estipule.

Limpieza: Se entrará a las habitaciones para realizar la limpieza correspondiente.

4.4 Listado de máquinas, equipos y herramientas

4.4.1 Equipos y materiales para área de piscina y recreación

- Equipo de filtrar
- Bomba
- Válvula selectora
- Prefiltro hidrociclónico
- Skimmer, ayuda a aspirar el agua de la superficie
- Regulados de nivel que detecta y rellena de manera automática la piscina.
- Boquilla de retorno que devuelve limpia el agua
- Proyector de luces led, para iluminar las partes interiores y exteriores de la piscina

- Limpiafondos automáticos
- Escalera para Piscina
- Sillas y mesas
- Hamacas
- Duchas
- Inodoros y lavamanos
- Portadores de gel antiséptico y alcohol
- Dosificador de cloro
- Resbaladillas
- Tobogán para piscina
- Montaña Rusa
- Columpios
- Tobogán para áreas de recreación
- Césped Sintético con efecto natural
- Palmeras

4.4.2 Materiales Y Equipos Para Bar

- Cocteles
- Coctelera
- Jiger 3 medidas (1onz/1.5onz) (1onz/2onz)
- Colador de gusanilla
- Colador de malla

- Cuchara bailarina
- Vaso mezclador
- Ahumado
- Pistola de burbujas
- Deshidratador
- Pinzas de fruta
- Pinzas de hielo
- Palas de hielo
- Organizador de fruta
- Organizador de granos
- Licuadora
- Lava copas
- Envases de bebidas
- Botellas de vidrio
- Mesas
- Sillas
- Computadora
- Consola
- Micrófono
- Luces led
- Foco parlante

- Amplificadores de audio
- Proyector
- Sillones de barra
- estación de hielo
- Estación de copa
- Espacio de licuados
- Lavado
- Riel de velocidad
- Cajones de reposición
- Área de botellas
- Área de bebidas calientes
- Área de equipos de frío
- Bodega de insumos
- Estación de servicio
- Vitrina para Cerveza
- Congeladores

4.4.3 Para área de hostería

- Colchón o cama
- Almohadas
- Funda de almohadas
- Cobertor o edredón

- Sabanas y encimeras
- Teléfono fijo
- Reloj
- Lámparas
- Cortinas
- Basureros
- Cuadros (opcional)
- Armarios frigoríficos
- Distribuidor de café y otras bebidas calientes para desayunos
- Máquinas de café hidráulicas
- Distribuidores de bebidas refrescantes
- Cafetería de filtro rápido
- Batidoras y trituradoras
- Máquinas de cubitos de hielo
- Horno de microondas
- Lavavajillas
- Molinos de café
- Termos
- Máquinas de hielo pile
- Tostadora de pan
- Plancha

- Instalaciones para cerveza
- Carros para restaurante
- Exprimidor de zumos
- Equipo para buffet para desayunos

4.4.4 Para área de facturación, gerencial y contable

- Calculadoras
- Computadoras
- Esferográficos
- Bitácora
- Hojas
- Tickets colgantes para identificación de paquetes contratados
- Sillas giratorias
- Escritorios
- Impresoras

4.4.5 Materiales y equipos para área de restaurante o gastronomía

- Cucharas de acero
- Canastas para servir
- Bandejas antideslizantes
- Tablas de cortar
- Dispensador de salsas
- Diferentes clases de cuchillos

- Espátulas
- Mesa de preparación o de trabajo
- Licuadora
- Lavavajillas
- Sartenes
- Ollas
- Cazuelas
- Cucharones
- Delantales
- Filipinas
- Trapos de cocina
- Servilletas
- Mesas
- Sillas
- Platos (de diferentes tamaños y usos: para sopa, ensalada, postre, entre otros)
- Vasos (para agua o refresco, copas de vino y tarros cervecedores)
- Tazas
- Cubiertos (cucharas, tenedores y cuchillos)
- Saleros, pimenteros, azucareros
- Manteles
- 2 cocinas industriales

- 2 botellas de gas
- Fosforeras

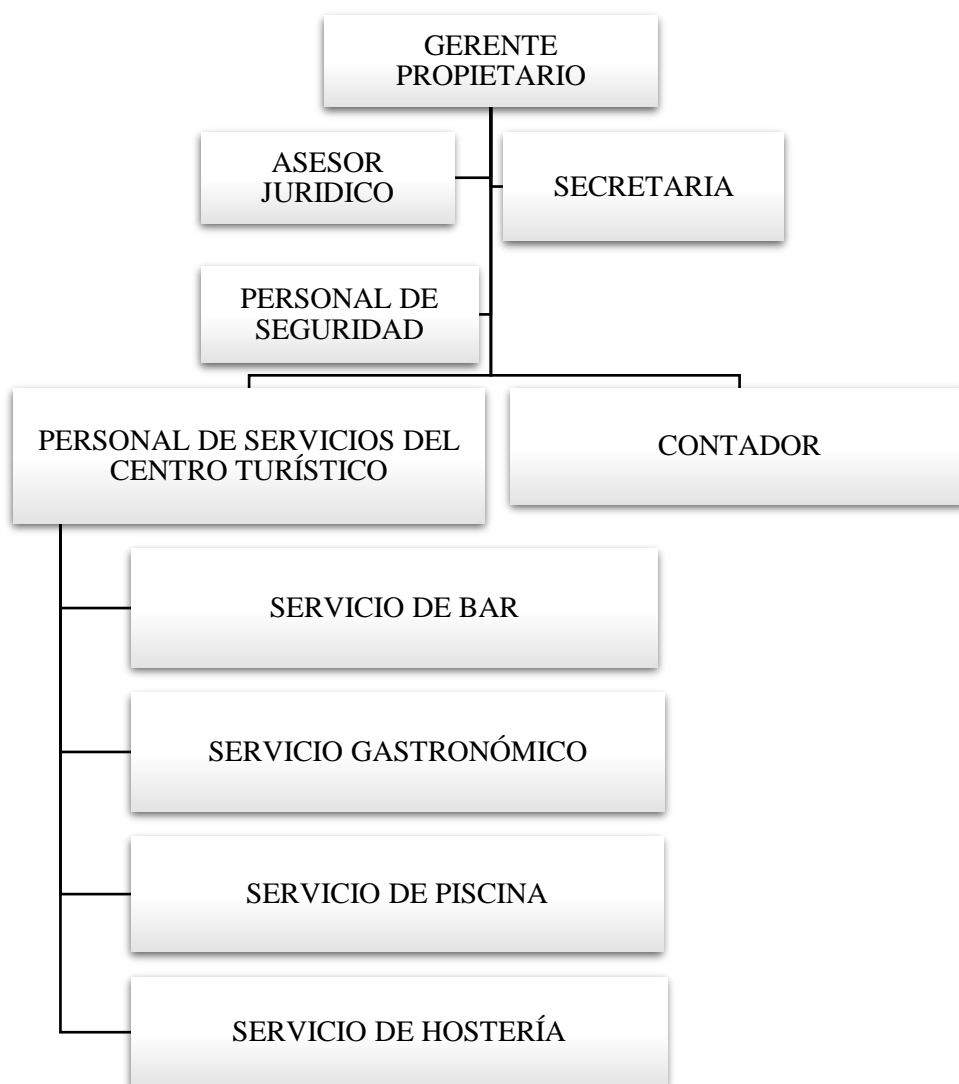
CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Organigrama estructural y funcional

En los siguientes cuadros se establecerá de manera jerárquica de qué forma irán establecidos los puestos o lugares de trabajos, al igual que los departamentos administrativos, en primer lugar se establece el gerente general que es el encargado de que las operaciones funcionen dentro del centro recreativo, asimismo se requerirá personal jurídico y de seguridad conjunto a la secretaria, que es la encargada de generar el papeleo dentro del mismo, en otros departamentos estará el contador, que de igual forma será ayudado o asistido por la secretaria, por último, el personal de servicio del centro turístico que consistirá en el servicio del bar, servicio gastronómico, servicio de piscina y hostelería.

Figura 16 *Organigrama estructural*



Nota. En la figura 16 se muestra el organigrama del centro turístico y recreacional “La Esperanza”

5.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

En los siguientes recuadros se determinará de manera apropiada las descripciones de las funciones del personal encargado del funcionamiento del centro recreacional, expuesto anteriormente mediante el organigrama.

Tabla 18 *Funciones del gerente*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Gerente
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Gerencia General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Accionistas
SUPERVISAR A:	Los diferentes departamentos
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Lcdo. Comercial o afines
Ejecutar el proceso administrativo en cada una de las actividades económicas, mercantiles, financieras encaminadas al desempeño y desarrollo de las estrategias y objetivos de la empresa.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa. • Administrar los recursos de forma que se cumplan los objetivos. 	

- Prever la evolución del mercado.
- Evaluar e identificar la creación de nuevos productos o servicios.
- Autorizar solicitudes de permisos y extensión de horario laboral.
- Mantenerse al tanto de la situación interna de la empresa.

Nota. En la tabla 19 se observa las funciones del gerente del centro turístico.

Tabla 19 *Funciones de secretaria*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Secretaria
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Gerencia
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente general
SUPERVISAR A:	Los diferentes departamentos
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Secretaria ejecutiva o afines
Ejerce como asistente de dirección o administrativo, encargada de supervisar los asuntos, sobre todo aquello que requiera confidencialidad.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar documentos para la empresa. • Organiza reuniones en los diferentes departamentos. • Conceder y coordina la agenda de acuerdo a prioridades. • Atiende a los clientes internos y externos. 	

-
- Ejecuta las Relaciones Públicas de la empresa
 - Receptar y entregar correspondencia que ingresa a la Dirección.
-

Nota. En la tabla 20 se observa las funciones de la secretaria del centro turístico.

Tabla 20 *Funciones de asesor jurídico*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Asesor jurídico
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Administración
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente general
SUPERVISAR A:	Los diferentes departamentos
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Abogado
<p>Tiene como papel principal garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones del negocio y es clave en cualquier estrategia empresarial.</p>	
<p>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil, y al igual, en la elaboración de actas de asamblea. • Defiende los intereses de la compañía en todo tipo de procedimientos judiciales. • Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas. • Emite informes sobre las distintas áreas de la organización y las asesora en temas de su competencia. • Negocia y redacta contratos. 	

-
- Orienta en materia fiscal y administrativa, dando contestación a requerimientos de autoridades en participación con otras áreas.
-

Nota. En la tabla 21 se observa las funciones del asesor jurídico del centro turístico.

Tabla 21 *Funciones del personal de seguridad*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Personal de seguridad
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Seguridad
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente general
SUPERVISAR A:	Empresa en general
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Persona de seguridad

Es un profesional de carácter privado que vela por la seguridad, primordialmente en relación a las personas, edificios y bienes materiales de cuya protección, vigilancia y custodia estuviera principalmente encargado por la empresa

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- El análisis de situaciones de riesgo y la planificación y programación de las actuaciones precisas para la implantación y realización de los servicios de seguridad privada.
- La organización, dirección e inspección del personal y servicios de seguridad privada.
- La propuesta de los sistemas de seguridad que resulten pertinentes, y el control de su funcionamiento y mantenimiento, pudiendo validarlos provisionalmente hasta tanto se produzca la inspección y autorización, en su caso, por parte de la Administración.

Nota. En la tabla 22 se observa las funciones del personal de seguridad del centro turístico.

Tabla 22 *Funciones del contador*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Contador
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Contabilidad
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente general
SUPERVISAR A:	Secretaria
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Ing. contabilidad y auditoría
Es un profesional que ejerce la disciplina de la contabilidad o contaduría dentro de un ámbito económico.	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de investigación, análisis y síntesis • Habilidad para los números y operaciones matemáticas • Comunicación asertiva y fluida • Agilidad de pensamiento • Capacidad para negociar • Habilidad creativa para asesorar y promover soluciones • Capacidad de trabajo en equipo • Conocimientos avanzados de computación y tecnología 	

Nota. En la tabla 23 se observa las funciones del contador del centro turístico.

Tabla 23 *Funciones del personal del servicio*

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
PUESTO:	Personal del servicio
DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:	Servicios/ administración
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente general
SUPERVISAR A:	Clientes
DESCRIPCION DEL PUESTO:	Personal natural
<p>El personal es la imagen de la empresa, la imagen que ofrecemos al cliente se basa fundamentalmente de la atención, hospitalidad, el uniforme y el aseo personal.</p>	
<p>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al público, recepción e información. • Apertura y cierre de las puertas, control de acceso a las instalaciones • Labores sencillas de mantenimiento, conservación y control preventivo de las instalaciones • La custodia de llaves y demás equipos auxiliares. 	

Nota. En la tabla 24 se observa las funciones del personal de servicio del centro turístico.

5.3 Previsión de RRHH

Es el proceso de establecer y dar seguimiento a las necesidades de los trabajadores o empleados de una empresa, mediante estatutos y modelos de funcionamiento interno para corroborar ambiente de seguridad en las relaciones interpersonales y organizacionales dentro de la empresa. Además, tienen el fin de identificar las falencias y habilidades del personal, para reestructurar o mejorar, el departamento de recursos humanos también se encarga de administrar todos los contratos de trabajo. (Ricardo, 2020)

Tabla 24 *Previsión de RRHH (Mensual)*

CARGO	CANT	SUELDO	TOTAL SUELDOS	DEC. TERCERO	F. DE RESERVA	DEC. CUARTO	VACAC.	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 124,95	\$ 35,41	\$750,00	\$2.537,45	\$30.449,40
Secretaria	3	\$ 508,91	\$ 1526,73	\$ 112,50	\$ 112,46	\$ 35,41	\$225,00	\$2.012,14	\$24.145,68
Asesor judicial	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 41,67	\$ 49,98	\$ 35,41	\$300,00	\$637,00	\$7.644,00
Contador	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 41,67	\$ 49,98	\$ 35,41	\$300,00	\$637,00	\$7.644,00
Seguridad	4	\$ 508,91	\$ 2.035,64	\$ 150,00	\$ 149,94	\$ 35,41	\$225,00	\$2.595,99	\$31.151,88
Personal	6	\$ 508,91	\$ 3.053,46	\$ 225,00	\$ 224,91	\$ 35,41	\$225,00	\$3.763,78	\$45.165,36
Total de sueldos	16	\$ 4.226,73	\$ 9.315,83	\$ 695,84	\$ 712,22	\$ 212,46	\$2.025,00	\$11.423,76	\$146.200,32

Nota. En la tabla 25 se observa la previsión de talento humano del centro recreacional.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO

6.1 Marco legal

De acuerdo con Gaibor (2014) la viabilidad legal se delega a estudiar si coexisten obstáculos legales, para realizar el proyecto en estudio en lo concerniente a su operatividad. Lo primero que se debe forjar es establecer la forma jurídica que poseerá la empresa o la entidad productora del proyecto; analizando si será de aspecto natural o jurídico; y a partir de esto determinar si es la segunda opción puede conformarse en sociedad o compañía según las necesidades de los encargados.

De acuerdo a un instructivo para la creación de centros turísticos comunitarios, entregado por la Ministra de Turismo Verónica Sión menciona los siguientes artículos a los que debe acogerse quienes deseen invertir en proyectos turísticos.

El Art. 3 de la Ley de Turismo que busca establecer la autonomía de participación de la comunidad de cualquier grupo social del país, como uno de los principios de la actividad turística: ya que las actividades turísticas se basan en la inclusión sin importar su cultura y tradiciones, destacando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos"

El art. 2 de la ley del turismo menciona que, para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios que deseen iniciar sus actividades, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por los organismos competentes.

El Art. 4 de la misma habla sobre los estándares mínimos para el registro de los centros de turismo comunitario, menciona los siguientes:

Instalaciones Adecuadas Y Seguras

- Señalización En Cada Área Para Garantizar La Buena Circulación De Vehículos Y Peatones
- Ambientación
- Decoración
- Mobiliario

- Cultura
- Condiciones Básicas De Instalación De Habitaciones
- Servicio De Alimentos Y Bebidas
- En Caso De Servicio De Movilización Dentro Del Centro
- Servicio De Información
- Seguridad E Higiene
- Proceso De Registro De Los Centros De Turismo Comunitario

6.2 Requisitos para su legitimidad

De acuerdo con el criterio de Cruz (2008) señala que la idea de analizar el concepto de legitimidad surge a partir de la necesidad de lograr diferenciar el concepto de poder y el de autoridad en el comportamiento administrativo. Por otro lado, manifiesta que la legitimación es lo que define el poder tener un negocio y organización al nombre de una persona natural o jurídica con el propósito que esta sea la encargada de asumir efectos o consecuencias de la misma.

Según Meza (2020) determina que los pasos para lograr la legitimidad de una empresa de acuerdo a la ley de compañías son los siguientes: (pág. 42)

- Aprobación del nombre de la compañía
- Nombre de los accionista y representante legal
- Minuta de constitución
- Legalización ante el órgano de control competente que en este caso es la superintendencia de compañías
- Obtención del registro único de contribuyente
- Pagos de impuesto municipales, permiso de funcionamiento, patente, entre otros.
- Además, se debe “concretar el acto contractual del terreno donde se va a implementar el negocio, puede ser propio o arrendado, por eso puede ser escritura o contrato de arriendo”.

A continuación, se detallará de forma más precisa los procesos o pasos para la correcta documentación de la legitimidad de una empresa.

Reserva un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. En esta se debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se haya pensado para la misma.

Elaborar los estatutos. Es el contrato social que presidirá a la sociedad y se autorizan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se ejecuta en cualquier banco del país. Las exigencias básicas, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales)
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego se requiere pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

Elevar a escritura pública. Es necesario asistir donde un notario público y llevar la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Prueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y consentimiento mediante resolución.

Publicar en un diario. La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un resumen para ejecutar una publicación en un diario de circulación nacional.

Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Inscribir su compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

Obtención de los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te concederán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se consigue en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

6.3 Permiso de funcionamiento

De acuerdo con el Ministerio de Gobierno (2022) señala que, para poder obtener el permiso de funcionamiento de un local comercial, centro de diversión, entre otros, es necesario e indispensable contar con aquellos permisos, por ello, el centro recreativo que se realizará requerirá de seguir los siguientes pasos:

1. Registro del representante legal del establecimiento en la página web del Ministerio del Interior <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>
2. Cédula de identidad en el caso de personas ecuatorianas y pasaporte para las y los extranjeros, nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o poder notariado, en el caso de que actúe en representación del propietario
3. Registro único de contribuyentes (RUC)
4. Patente Municipal, licencia única de actividades económicas o su equivalente;
5. Permiso de cuerpo de bomberos (para locales de consumo de alimentos preparados supermercados, tiendas y abacerías y centros de entretenimiento.
6. Comprobante de pago por recuperación de costos administrativos por concepto del otorgamiento del Permiso Anual de Funcionamiento (para centros de diversión para mayores de 18 años, licorerías y depósitos de bebidas alcohólicas al por mayor)

7. Informe previo y favorable de inspección del local o establecimiento, realizado por el/la Intendente o su delegado

8. Declaración juramentada del representante legal del establecimiento que exprese que los fondos y los activos utilizados, directa o indirectamente, en el local o establecimiento correspondiente, no provienen de actividades ilícitas, tales como narcotráfico o lavado de activos, entre otras; esta declaración deberá detallar que el solicitante no actuará como testaferro. La declaración juramentada deberá estar suscrita dentro del mismo periodo fiscal para el cual se solicita el Permiso Anual de Funcionamiento (para centros de diversión para mayores de 18 años, licorerías y depósitos de bebidas alcohólicas al por mayor).

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

7.1 Costo diario de alojamiento en el centro recreativo

Tabla 25 *Costos de alojamiento*

Elemento del costo	Unidad de Medida	Cantidad	Valor o precio	Costo Total mensual
Materiales y suministros directos				
Materia prima para desayunos	Unidad	600	\$3,50	\$2.100
Materia Prima para almuerzos	Unidad	1050	\$4,20	\$4.410
Materia prima para cenas	Unidad	575	\$3,50	\$2.013
Productos de higiene (Jabón de tocador y papel higiénico grande)	Unidad	300	\$5,00	\$1.500
Productos de bioseguridad (Alcohol de 5 litros y gel antiséptico grande)	Unidad	50	\$20	\$1.000
Paquetes de Servilletas x 100	Paquete	300	\$0,25	\$75
Mano de Obra Directa				
Sueldo de encargada del área gastronómica	Unidad	3	\$ 508,91	\$ 1.526,73
Sueldo de secretaria/facturadora	Unidad	3	\$ 508,91	\$ 1.526,73
Sueldo de encargado del bar	Unidad	3	\$ 508,91	\$ 1.526,73
Sueldo de encargado de piscina	Unidad	2	\$ 508,91	\$ 1.017,82
Costos indirectos de prestación del servicio				
Sueldo del personal de seguridad	Unidad	4	\$ 508,91	\$2.036
Sueldo del personal de Limpieza	Unidad	30	\$ 45	\$1.350
Litros de desinfectantes	Litros	175	\$ 80	\$14.000

Detergente para lavandería con suavizante de 2,5kg	Kg	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
Servicio de telefonía e internet	Unidad	4	\$ 100	\$ 400
Servicios de agua potable	Unidad	1	\$ 2.345	\$ 2.345
Servicio de energía eléctrica	Unidad	1	\$ 1.450	\$ 1.450
Lavavajillas	Unidad	140	\$7,00	\$980,00
Esponjillas-estropajo	Unidad	26	\$3,00	\$ 78,00
Ambientales	Unidad	170	\$3,45	\$ 586,50
Publicidad y Marketing	Unidad	800	\$8,00	\$ 6.400,00
Mantenimiento de piscina	Unidad	6	\$305	\$1.830
Costo total mensual				\$49.151

Nota. En la tabla 26 se muestra el costo unitario y mensual del servicio ofrecido.

En el cálculo del costo unitario del servicio, se determinó el valor por día, donde se supone que incluye 24 horas del servicio, el costo mensual fue de \$49,151 y el proporcional a un día de servicio es de \$1,63 el cual se lo dividió para aproximadamente 900 personas que sería la capacidad de aforo del centro turístico.

7.2 Estructura de costos y gastos

Tabla 26 *Estructura de costos y gastos*

	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	2 AÑO	3AÑO	4 AÑO	5 AÑO
COSTOS VARIABLES						
Materiales directos	\$11.098	\$133.170,00	\$137165,10	\$141280,05	\$145518,45	\$149884,01
Mano de Obra Directa	\$5.598,01	\$67.176	\$69.191	\$71.267	\$73.405	\$75.607
COSTOS FIJOS						
Mano de obra indirecta	\$3.386	\$40.628	\$41.847	\$43.102	\$44.395	\$45.727
Materiales indirectos	\$17.474,50	\$209.694	\$215.985	\$222.464	\$229.138	\$236.012
Servicios básicos	\$4.195	\$50.340	\$51.850	\$53.406	\$55.008	\$56.658
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos (Gerente, Contador, y Asesor jurídico)	\$11.423,76	\$137.085	\$141.198	\$145.434	\$149.797	\$154.290
Útiles de oficina	\$13.045	\$156.540	\$161.236	\$166.073	\$171.055	\$176.187
Gastos de ventas						
Gastos de ventas	\$64.400,00	\$772.800	\$795.984	\$819.864	\$844.459	\$869.793
Total		\$1.567.432,86	\$1.614.456	\$1.662.890	\$1.712.776	\$1.764.159

Nota. En la tabla 27 se muestran los diferentes gastos del centro recreativo.

7.3 Proyección de ventas

Tabla 27 *Proyecciones de ventas*

CANTIDAD:						
INEC	Manabí	1.369.780	Censo 2010			
	PEA Manabí	461.362	43%			
	Población Urbana	686.140	91%			
	Segmento captar	5.733,03	80%		Demanda Inicial Proyectada Mensual	
		191,10			Demanda Inicial Proyectada Diaria	
					Estudio mercado	
	Cantidad Consumo Proyectada diaria	382,20				
	Cantidad Consumo Proyectada mensual	11.466,05			mes	
	Cantidad Consumo Proyectada anual	137.592,63			año	
<hr/>						
PRECIO		4,00				
CRECIMIENTO INDUSTRIA		9%		VARIACIÓN CANTIDAD		
VARIACIÓN INFLACIÓN		3%		VARIACIÓN PRECIO		12.383,34
PROYECCIÓN INGRESOS						149.975,97
	DESCRIPCIÓN	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
	CANTIDAD	137.592,63	143.096,33	148.820,19	154.773,00	160.963,91
	PRECIO	4,00	4,12	4,24	4,37	4,50
	INGRESO PROYECTADO	412.777,89	442.167,67	473.650,01	507.373,89	543.498,91

CANTIDAD:				
INEC	Manabí	1.369.780	Censo 2010	
	PEA Manabí	461.362	43%	
	Población Urbana	686.140	91%	
	Segmento captar	5.016,40	70%	Demanda Inicial Proyectada Mensual
			167,21	Demanda Inicial Proyectada Diaria
				Estudio mercado
	Cantidad Consumo Proyectada diaria	501,64		
	Cantidad Consumo Proyectada mensual	15.049,19		mes
	Cantidad Consumo Proyectada anual	180.590,33		año

PRECIO		10,00		
CRECIMIENTO INDUSTRIA	9%	VARIACIÓN CANTIDAD		
VARIACIÓN INFLACIÓN		3%	VARIACIÓN PRECIO	16.253,13
PROYECCIÓN INGRESOS				196.843,45

DESCRIPCIÓN	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
CANTIDAD	180.590,33	187.813,94	195.326,50	203.139,56	211.265,14
PRECIO	10,00	10,30	10,61	10,93	11,26

INGRESO PROYECTADO		902.951,63	967.241,78	1.036.109,40	1.109.880,39	1.188.903,87
CANTIDAD:						
INEC	Manabí		1.369.780	Censo 2010		
	PEA Manabí		461.362	43%		
	Población Urbana		686.140	91%		
	Segmento captar		723,36	10%	Demanda Inicial Proyectada Mensual	
			24,11		Demanda Inicial Proyectada Diaria	
					Estudio de mercado	
	Cantidad Consumo Proyectada diaria		72,34			
	Cantidad Consumo Proyectada mensual		2.170,07		mes	
	Cantidad Consumo Proyectada anual		26.040,86		año	
PRECIO						
			18,00			
CRECIMIENTO INDUSTRIA			5%	VARIACIÓN CANTIDAD		
VARIACIÓN INFLACIÓN			3%	VARIACIÓN PRECIO		1.302,04
PROYECCIÓN INGRESOS						27.342,90
DESCRIPCIÓN	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	
CANTIDAD	26.040,86	27.082,49	28.165,79	29.292,42	30.464,12	
PRECIO	18,00	18,54	19,10	19,67	20,26	
INGRESO PROYECTADO	\$234.367,73	\$251.054,71	\$268.929,80	\$288.077,61	\$308.588,73	

Nota. En la tabla 28 se muestra la proyección de ingresos.

Resumen de las proyecciones de venta de servicio turístico recreacional

Tabla 28 *Resumen de las proyecciones de venta*

DESCRIPCIÓN	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
4 a 6 HORAS	10	\$412.777,89	\$442.167,67	\$473.650,01	\$507.373,89	\$543.498,91
6 a 24 HORAS	15	\$902.951,63	\$967.241,78	\$1.036.109,40	\$1.109.880,39	\$1.188.903,87
24 a 48 HORAS	18	\$234.367,73	\$251.054,71	\$268.929,80	\$288.077,61	\$308.588,73
		\$1.550.097,24	\$1.660.464,16	\$1.778.689,21	\$1.905.331,89	\$2.040.991,52

Nota. En la tabla 29 se muestra el resumen de las proyecciones de venta del centro turístico

7.4 Plan de inversión

En este punto se mostrarán todos los gastos y costos de constitución y posición del centro turístico para que este pueda funcionar sin evitar cualquier problema de ejecución de apertura de las actividades.

Tabla 29 Plan de inversión

DESCRIPCIÓN	
ACTIVOS FIJOS	
TERRENO	\$ 30.000,00
EDIFICIO	\$ 55.000,00
VEHÍCULO	\$ 3.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 500,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 800,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.300,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 90.600,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
REGISTRO SANITARIO Y PATENTE	\$ 260,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 400,00
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 500,00
GASTOS DE ESTUDIO DE MERCADEO	\$ 230,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.390,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	\$ 91.990,00
CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIALES	\$ 133.170,00
MANO DE OBRA	\$ 67.176,12
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 40.627,68
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 50.340,00
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 209.694,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 146.200,32
GASTOS DE VENTA	\$ 76.800,00
ÚTILES DE OFICINA	\$ 4.644,00
TOTAL-CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	\$ 728.652,12

Nota. En la tabla 30 se observa el plan de inversión

El plan de inversión del proyecto se resume de la siguiente manera:

Tabla 30 Resumen de plan de inversión

TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$	90.600,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$	1.390,00
TOTAL-CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	\$	728.652,12
	\$	820.642,12

Nota. En la tabla 31 se muestra el resumen de plan de inversión

7.5 Líneas de financiamiento

Para financiar este proyecto es importante considerar que será obtenido a un macro crédito preferencial que facilitará el economista Mario Anchundia (Mi papá), como apoyo para el desarrollo de este proyecto sin recargo de intereses. El cual se amortizará de la siguiente manera, considerando que el valor para financiar el proyecto es de \$500.000, el restante del dinero esta propiciado desde los ahorros que he logrado desde el transcurso de la idea de negocio:

Tabla 31 Amortización de préstamo

FUENTE	AÑO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	SEGURO DE DESGRAVAMEN	TASA NOMINAL%
COOPERATIVA JEEP	1	\$ 34382,42	\$412.589,04	\$ 26261.12	15.6 %
	2	\$ 34382,42	\$412.589,04	\$ 26261.12	15.6 %
	3	\$ 34382,42	\$412.589,04	\$ 26261.12	15.6 %
	4	\$ 34382,42	\$412.589,04	\$ 26261.12	15.6 %
	5	\$ 34382,42	\$412.589,04	\$26261.12	15.6 %
	TOTAL			\$1200.000,00	

Nota. En la tabla 32 se observa la amortización del préstamo bancario

7.6 Flujo de caja proyectado (5años)

De acuerdo a este análisis se determinará una proyección de caja en un periodo de 5 años, en el cual se tiene las siguientes consideraciones.

Tabla 32 Flujo de caja

Centro turístico "La Esperanza"						
Estado de flujo de caja proyectado						
Años	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
1.-Ingresos		\$1.550.097,24	1.660.464,16	1.778.689,21	1.905.331,89	2.040.991,52
EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)		\$1.143.091,48	\$1.164.730,86	\$1.186.892,56	\$1.209.590,97	\$1.232.843,68
COSTOS DIRECTOS		\$200.346,12	\$206.356,50	\$212.547,20	\$218.923,61	\$225.491,32
Materiales directos		\$133.170,00	\$137.165	\$141.280	\$145.518	\$149.884,01
Mano de Obra Directa		\$67.176	\$69.191	\$71.267	\$73.405	\$75.607
COSTOS INDIRECTOS		\$302.512	\$311.587	\$320.935	\$330.563	\$340.480
Mano de obra indirecta		\$40.628	\$41.847	\$43.102	\$44.395	\$45.727
Materiales indirectos		\$209.694	\$215.985	\$222.464	\$229.138	\$236.012
Depreciación		\$6.618	\$6.618	\$6.618	\$6.618	\$6.618
Impuestos municipales		\$1.850	\$1.906	\$1.963	\$2.022	\$2.082
Servicios básicos		\$50.340	\$51.850	\$53.406	\$55.008	\$56.658
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$563.433,36	\$567.683,36	\$571.933,36	\$576.183,36	\$580.433,36
Sueldos y Salarios		\$146.200,32	\$150.586	\$155.104	\$159.757	\$164.550
Amortización de capital		\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04
Útiles de oficina		\$4.644	\$4.783	\$4.927	\$5.075	\$5.227
GASTOS DE VENTA		\$76.800	\$79.104	\$81.477	\$83.921	\$86.439
PUBLICIDAD		\$76.800	\$79.104	\$81.477	\$83.921	\$86.439
DIFERENCIA (B.I. ANTES IMPUESTOS)		\$416.121,34	\$504.846,66	\$600.780,85	\$704.463,95	\$816.475,21
IMPUESTOS (25%) (-)		\$104.030	\$126.212	\$150.195	\$176.116	\$204.119
DEPRECIACION		\$6.618	\$6.618	\$6.618	\$6.618	\$6.618
flujo de caja neto		\$318.708,51	\$385.252,49	\$457.203,14	\$534.965,46	\$618.973,91
flujo de caja neto acumulado		\$1.518.708,51	\$1.903.961,00	\$2.361.164,14	\$2.896.129,60	\$3.515.103,51

Nota. En la tabla 33 se observa el estado de flujo de caja

7.7 Estado de resultados proyectado (5 años)

Para la realización del Estado de Resultado se tienen en cuenta los siguientes puntos:

Tabla 33 *Estado de Resultados*

	0	1	2	3	4	5
+Ventas o Ingresos		\$1.550.097,24	\$1.660.464,16	\$1.778.689,21	\$1.905.331,89	\$2.040.991,52
+ Costo de ventas		\$200.346,12	\$206.356,50	\$212.547,20	\$218.923,61	\$225.491,32
-Utilidad bruta		\$1.349.751	\$1.454.108	\$1.566.142	\$1.686.408	\$1.815.500
+Gastos administrativos		\$554.318	\$558.570	\$562.949	\$567.460	\$572.106
+Gastos de ventas		\$76.800	\$79.104	\$81.477	\$83.921	\$86.439
-Gastos totales		\$631.118	\$637.674	\$644.427	\$651.382	\$658.545
UNILIDAD DEL EJERCICIO		\$718.633	\$816.434	\$921.715	\$1.035.027	\$1.156.955
-Utilidad antes de impuestos		\$416.121,34	\$504.847	\$600.781	\$704.464	\$816.475
-Impuesto a la Renta (22%)		\$104.030	\$126.212	\$150.195	\$176.116	\$204.119
Utilidad Neta del Ejercicio		\$198.481	\$185.375	\$170.739	\$154.447	\$136.361

Nota. En la tabla 34 se observa el estado de resultado en una proyección de 5 años

7.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 34 Estado de situación financiera proyectado

Centro turístico “La Esperanza”						
Estado de situación financiera proyectado						
	0	1	2	3	4	5
Activos						
Activos Circulante						
Caja	0	\$500.000,00	\$515.000,00	\$530.450,00	\$546.363,50	\$ 562.754,41
Total, activo circulante		\$500.000	\$515.000	\$530.450	\$546.364	\$562.754
Activo fijo						
Terreno		\$30.000,00	\$360.000,00	\$4.320.000,00	\$51.840.000,00	\$622.080.000,00
Edificio		\$55.000,00	\$660.000,00	\$7.920.000,00	\$95.040.000,00	\$1.140.480.000,00
Vehículo		\$3.000,00	\$36.000,00	\$432.000,00	\$5.184.000,00	\$62.208.000,00
Maquinaria y equipo		\$500,00	\$6.000,00	\$72.000,00	\$864.000,00	\$10.368.000,00
Muebles y enseres		\$106.900,00	\$1.282.800,00	\$15.393.600,00	\$184.723.200,00	\$2.216.678.400,00
Equipos de oficina		\$800,00	\$9.600,00	\$115.200,00	\$1.382.400,00	\$16.588.800,00
Equipos de computación		\$1.300,00	\$15.600,00	\$187.200,00	\$2.246.400,00	\$26.956.800,00
Total, Activo Fijo		\$197.500,00	\$2.370.000,00	\$8.440.000,00	\$341.280.000,00	\$4.095.360.000,00
Activo Diferido						
Registro sanitario y patente		\$260,00	\$267,80	\$275,83	\$284,11	\$292,63
Gastos de constitución		\$400,00	\$412,00	\$424,36	\$437,09	\$ 450,20
Gastos de instalación		\$500,00	\$515,00	\$530,45	\$546,36	\$562,75
Gastos de estudio de mercadeo		\$230,00	\$236,90	\$244,01	\$251,33	\$258,87
Total de activos diferidos		\$1.390,00	\$1.431,70	\$1.474,65	\$1.518,89	\$1.564,46
TOTAL ACTIVOS		\$698.890	\$2.886.432	\$28.971.925	\$341.827.882	\$4.095.924.319
PASIVOS						
Pasivos a largo plazo						
-Amortización de crédito		\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04
TOTAL PASIVO		\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04	\$412.589,04
CAPITAL						
Utilidad Neta		\$198.481	\$185.375	\$170.739	\$154.447	\$136.361
TOTAL CAPITAL		\$198.481	\$185.375	\$170.739	\$154.447	\$136.361
TOTAL PASIVO + CAPITAL		\$611.070,04	\$597.964,04	\$583.328,04	\$567.035,04	\$548.949,04

Nota. En la tabla 35 se observa el estado de situación financiera.

CAPÍTULO VIII

8. EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 VAN

Se refiere a VAN (Valor Actual Neto) como el “valor presente/actual de flujos de efectivos netos” de un proyecto. (Mete, 2014)

Tabla 35 VAN

RIESGO PAIS	1488
TASA PASIVA	4.04%
tasa de descuento	12%
VAN	\$ 408.312,90

Nota. En la tabla 36 se muestra el valor del VAN

De acuerdo a lo expuesto para poder realizar el resultado del VAN es necesario tomar en cuenta las diferentes fuentes de tasa que preexisten en el país ya que estas son cambiantes, es decir, varían cada cierto periodo de tiempo, mayormente mensual, como se puede observar el VAN tiene unos ingresos fructíferos de \$ 408.312,90 los cinco años proyectados.

8.2 TIR

Busca determinar el rendimiento que se genera a través de la inversión de un proyecto. Es denominada Tasa Interna de Retorno, esta pretende encontrar la tasa de interés que conlleve a dar un valor 0 en el valor actual neto. (Mete, 2014, pág. 71)

Tabla 36 TIR

PERIODO	FLUJO NETO
0	\$ -1.200.000,00

1	\$318.708,51
2	\$385.252,49
3	\$457.203,14
4	\$534.965,46
5	\$618.973,91
TIR	23%

Nota. En la tabla 37 se muestra el valor del TIR

De acuerdo con lo expuesto, se logra exponer que la tasa de retorno para la inversión realizada en el proyecto es positiva generando ingresos a partir del primer año, es decir, generar ingresos del 23% de su inversión inicial, siendo un proyecto viable de óptimo desarrollo.

8.3 Relación beneficio/costo (RBC)

Tabla 37 *Relación beneficio/costo*

PRECIO DE VENTA	\$ 4,00
INGRESOS DE VENTAS	\$ 412.777,89
INGRESO TOTAL	\$ 1.550.097,24
COSTO FIJO TOTAL	\$ 300.662,00
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 1.553.656,86
COSTO V TOTAL unit	\$3,76
C. EQUILIBRIO	1273478,943

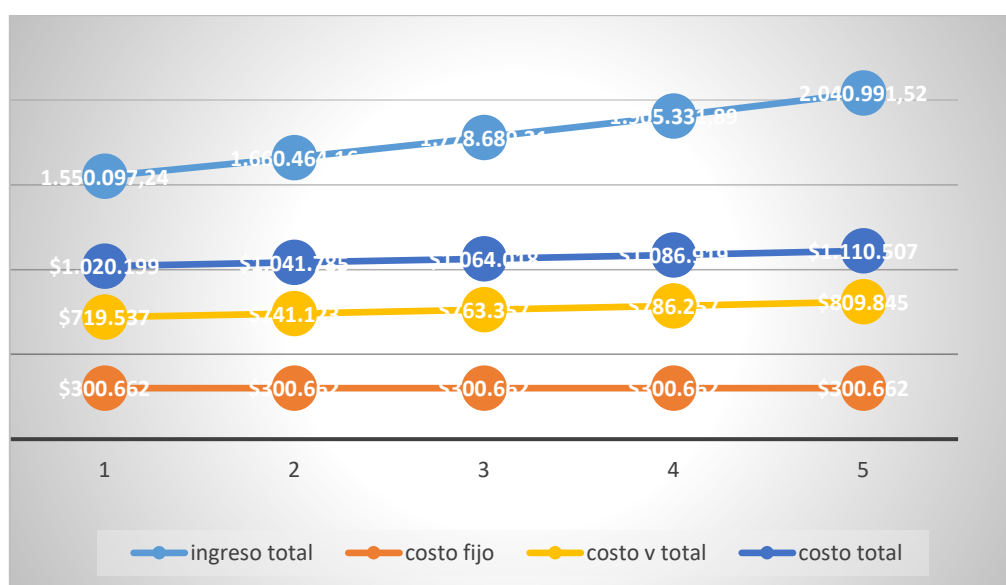
Nota. En la tabla 38 se muestra la relación beneficio/costo

Tabla 38 Representación del punto de equilibrio

P. UNIT	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COS V UNIT	COSTO V TOTAL	COSTO TOTAL
1	1.550.097,24	\$300.662	\$3,76	\$719.537	\$1.020.199
1	1.660.464,16	\$300.662	\$3,76	\$741.123	\$1.041.785
1	1.778.689,21	\$300.662	\$3,76	\$763.357	\$1.064.018
1	1.905.331,89	\$300.662	\$3,76	\$786.257	\$1.086.919
1	2.040.991,52	\$300.662	\$3,76	\$809.845	\$1.110.507

Nota. En la tabla 39 se muestra los datos para la representación del punto de equilibrio

Figura 17 Punto de equilibrio



Nota. En la figura 17 se muestra el punto de equilibrio

8.4 Razones financieras

Las razones financieras permiten evaluar la situación financiera actual de un proyecto, tanto en la liquidez, endeudamiento y rentabilidad. (Castro, 2021, pág. 1)

8.4.1 Liquidez

Relación corriente: $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORREINTE}}$

Relación corriente: $\frac{500.000}{412.589,04}$

Relación corriente: **0,82517**

Se observa que la empresa puede cubrir con sus activos corrientes 0,82 veces el valor de los pasivos corrientes.

8.4.2 Endeudamiento

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS: $\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS: $\frac{412.589,04}{\$698.890}$

RAZÓN DEUDA A ACTIVOS: 59%

El indicador de endeudamiento muestra que el 59% de los activos de la empresa están financiados con crédito bancario.

8.4.3 Rentabilidad

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =: $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL SOCIAL}}$

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL =: $\frac{198.481}{90.600}$

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL: 1,21

Por cada dólar de venta existe una ganancia neta de 1,21 dólares.

CONCLUSIONES

- Cabe corroborar que el turismo tiene un impacto económico en el mundo, y ha sido importante elaborar este estudio para medir el nivel turístico del cantón, antes de ejecutar una inversión.
- De acuerdo a todos los resultados planteados y obtenidos en la presente, se detecta una rentabilidad a través de los procesos financieros y contables que se han realizado, generando una TIR del 23% lo que indica que existiría retorno a la inversión generando viabilidad en el proyecto, asimismo, se logró establecer que la utilidad neta del primer año será de \$ 198,481.
- El análisis presentado por las encuestas realizadas ha generado una gran motivación para implementar el centro recreativo, la ciudadanía brindó confianza en sus respuestas para seguir generando proyectos turísticos en el cantón.

RECOMENDACIONES

- Considerar el alto nivel turístico de los cantones que no han sido explotados al máximo en ese campo.
- Es importante seguir realizando estudios de mercado para tener una visión sustentable entre los emprendimientos con la aceptación del mercado.
- Actualizar el conocimiento de la situación actual del negocio, en todos los aspectos ya que esto conllevará a prevenir ciertos riesgos implementando estrategias de riesgos.

Referencias bibliográficas

- Arriaga, F., Ávalos, D., & Martínez, E. (2017). PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MEJORA BASADAS EN ANALISIS FODA EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE ARANDAS, JALISCO, MÉXICO. *Ra Ximhai*.
- Bayas, V. (2015). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL Y POLIDEPORTIVO FAMILIAR EN EL CANTÓN LA TRONCAL, PROVINCIA DEL CAÑAR. *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*.
- Castro, L. (2021). Razones financieras: liquidez, Actividad Y Endeudamiento .
- Costa, J. (2018). ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA POR MEDIO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PIUNZA NANKAIS PARA EXPORTACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS. PERIODO 2016-2017. *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR*.
- Cruz, L. (2008). El concepto de legitimidad en la autoridad: elementos de análisis para comprender la relación autoridad-subordinación en el comportamiento administrativo. *Revista Latinoamericana de Administración*.
- Cuasquer, T. (2014). Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional en la ciudad de Tulcán. *UNIANDES*.
- Dyson, R. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European journal of operational research*.
- Estolano, D., Berúmen, M., Castillo, I., & Mendoza, L. (2013). El Escenario De Competencia De La Industria Gastronómica De Cancún.
- Gaibor, C. (2014). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN TURÍSTICO, PARROQUIA SHUSHUFINDI, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS. *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*.
- García, A. (2009). Ideas Y Plan De Negocios.

- Mete, M. (2014). Valor Actual Neto Y Tasa De Retorno . La Salle-Bolivia: Su Utilidad Como Herramienta Para El Análisis.
- Meza, C. (2020). Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Productora De Mesas Y Adornos Utilitarios Usando, Plancha De Mármol, Granito Y Cuarzo Ubicado En El Cantón Manta. Manta, Ecuador.
- Nikulín, C., & Becker, G. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile . *J. Technol. Manag. Innov.*
- Oña, V. (2016). FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL FAMILIAR EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA. *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*.
- Peñañiel, M. (2013). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL AGRO TURÍSTICO “MI CASITA DE CAMPO” EN LA FINCA SAN JOSÉ – CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2012. *UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO*.
- Ricardo, R. (2020). Previsión De Recursos Humanos: Técnicas Y Métodos.
- Roque, R., Salinas, J., López, A., & Herrera, J. (2016). La tecnología: una herramienta de apoyo para pymes y emprendedores desde el entorno universitario. *Ciencia Ergo Sum*.
- Sánchez, T., & León, L. (2018). La Política Económica en la Gestión Empresarial. *UTMACH*.
- Thompson, I. (2016). <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>.
- Tonon, G. (2011). La Utilización Del Metodo Comparativo En Estudios Cualitativos En Ciencia Política Y Ciencias Soiales. *Dianet*.
doi:File:///C:/Users/Dell/Appdata/Local/Temp/Dialnet-Lautilizaciondelmetodocomparativoenestudioscualita-3702607.Pdf

ANEXOS

Formato de encuestas



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Jaramijó.

A continuación, se presentan un conjunto de interrogantes, en la cual debe responder de acuerdo a su punto de vista, con total sinceridad.

1. ¿Cómo califica el turismo en el cantón Jaramijó?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Pésimo

2. ¿Considera que Jaramijó es un sector geográfico estratégico para niños y adultos con el fin de ser explotado turísticamente?

Si

No

3. ¿Cree usted útil para el sector turístico que se implemente un centro recreativo completo?

Si

No

4. ¿En qué considera que se debe mejorar dentro de las actividades turísticas para atraer más visitantes y ser parte de las preferencias del turista?

Atención al cliente

Infraestructura

Protocolos de seguridad

5. ¿Con qué frecuencia usted visita los centros de recreación?

1 vez por semana

De 1 a 3 veces al mes

En ocasiones especiales

En Vacaciones

6. ¿Cuál de las siguientes áreas preferiría que exista en el nuevo centro recreativo?

Área de gastronomía

Área de recreación y juegos infantiles

Piscina y Áreas de descanso

Coctelería, bar Karaoke y Discoteca

7. ¿Cuál de los siguientes lugares considera que podría ser nuestra mayor competencia?

Complejo turístico Tierra Dorada

Quinta Maribel

Complejo Turístico Sinaí

8. ¿Cree que el sector "Los Ángeles" es un lugar estratégico para la creación de un nuevo centro recreativo?

Si

No

9. Si se creara un centro recreativo completo, ¿Cuál sería su tiempo de estadía en el lugar si opta por visitar o pasar sus vacaciones ahí?

1 noche

De 2 a 3 noches

De 3 noches a más

10. ¿Cuál es el valor que usted pagaría por acceder a los servicios de un centro recreativo familiar?

\$2 - \$4

\$5 - \$7

\$8 - \$10

11. ¿Usted preferiría pagar por un paquete variado de servicios o pagaría un valor independiente por cada servicio que necesite del lugar?

Valor por paquete

Valor individual por servicio