



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO
RECREACIONAL EN LA PARROQUIA TACHINA, CANTÓN ESMERALDAS**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL
MENCION PRODUCTIVIDAD**

AUTOR:

David Castillo Montenegro

ASESOR:

Mgt. Roxana Benites

Esmeraldas, 2016

Autoría

Yo Jonathan David Castillo Montenegro, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud de que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la PUCESE.

David Castillo M.

C.C. 0401483409

Agradecimiento

A mis maestros por impartir una excelente educación ya que con su invaluable apoyo me proporcionaron independencia formativa; madurez y la llave de la superación.

Dedicatoria

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A

Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

Resumen Ejecutivo

Esmeraldas es una de las provincias del Ecuador con mayor proyección turística, pues cuenta con playas, ríos y paisajes maravillosos además de una gran variedad de flora y fauna, siendo así que la zona sur de la provincia tiene un alto índice de afluencia turística sobre todo en temporadas altas; mientras existen dentro de la provincia, otros lugares igualmente ricos y atractivos que aún no han sido aprovechados ni explotados turísticamente, éste es el caso de la parroquia Tachina, en el cantón Esmeraldas, que desde hace algunos años se ha convertido en un paso obligado de turistas que llegan a ésta provincia en busca de descanso y diversión.

El objetivo de ésta investigación es aprovechar la ubicación y la belleza del entorno que rodea a ésta localidad con el fin de crear un lugar donde turistas y locales tengan una nueva alternativa de diversión y esparcimiento. El Complejo Recreacional propone un centro de recreación que colabore con el entorno local y recate la cultura y gastronomía esmeraldeña ofreciendo a sus visitantes servicios de calidad a precios accesibles y en un ambiente sano y seguro.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, se ha evidenciado la variedad de sitios de entretenimiento que existen en la provincia, sin embargo de acuerdo a las entrevistas que fueron realizadas a los diferentes establecimientos que se encuentran ubicados en la ciudad, el principal problema es la falta de seguridad en las instalaciones, publicidad pobre y sobre todo que no se maneja un estándar en cuanto a la calidad de los alimentos que se ofrecen, lo que para Complejo Recreacional “Balcón Tropical” se convierte en una ventaja competitiva ya que hemos planteado un proceso de comercialización que cuida éstos detalles y que nos permitirá ofrecer servicios de alta calidad, accesibles a todo presupuesto y sobretodo un negocio rentable y sustentable a largo plazo.

Abstract

Esmeraldas is a province of Ecuador most tourist projection, because it has beaches, rivers and beautiful landscapes along with a variety of flora and fauna, in the southern part of the province has a high rate of tourist influx mostly in high season; while there within the province, other equally rich and attractive places that have not yet been exploited or exploited for tourism, this is the case of Tachina parish, in the Esmeraldas canton, which for some years has become a necessary step tourists coming to this province in search of relaxation and fun.

The objective of this research is to use the location and the beauty of the environment surrounding this town in order to create a place where tourists and locals have a new alternative for fun and recreation. The Recreation Complex proposes a recreation center to work with the local environment and culture and gastronomy ransom esmeraldeña offering visitors quality services at affordable prices and in a healthy and safe environment.

According to the market study, has demonstrated the variety of entertainment venues that exist in the province, however according to the interviews that were conducted with the different establishments that are located in the city, the main problem is the lack of security at the facilities, poor publicity and especially that no standard is handled in terms of the quality of food offered, which for Recreation Complex "Balcón Tropical" becomes a competitive advantage as we have proposed a caring marketing process these details and that will allow us to provide high quality, accessible to every budget and above all profitable and sustainable long-term business.

Índice de Contenidos

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Planteamiento del problema.....	2
2	MARCO TEÓRICO.....	3
2.1	Investigaciones Relacionadas	3
2.2	Bases teórico científicas	4
2.3	Base Legal	11
2.4	Metodología	12
2.4.1	Lugar	12
2.4.2	Tipo de investigación.....	12
2.4.3	Método.....	12
2.4.4	Técnicas	13
2.4.5	Población, muestra y recolección de datos	13
2.4.6	Técnicas de procesamiento y análisis estadístico de datos.....	15
2.4.7	Normas éticas.....	15
2.5	Objetivos:	15
2.5.1	General:.....	15
2.5.2	Específicos:.....	15
3	RESULTADOS.....	16
3.1	Análisis de mercado	16
3.1.1	Generalidades del servicio	16
3.1.2	Necesidades que cubre el servicio	16
3.1.3	Caracterización del servicio	16
3.1.4	Tipo de servicio.....	16
3.1.5	Servicios Sustitutos.....	17
3.1.6	Ciclo de vida del servicio	17

3.2	Análisis de la demanda	17
3.2.1	Segmentación del mercado	17
3.2.2	Conducta de Compra de los Clientes	19
3.2.3	Análisis de fuentes secundarias	20
3.2.4	Análisis de fuentes primarias	20
3.2.5	Proyección de la demanda	26
3.3	Análisis de la oferta	27
3.3.1	Aspectos Cualitativos	27
3.3.2	Aspectos Cuantitativos de la Oferta	32
3.3.3	Proyección de la Oferta	35
3.4	Análisis Comparativo entre Oferta y Demanda	36
3.4.1	Cuadro Comparativo	36
3.5	Determinación de la Demanda del Proyecto	37
3.5.1	Demanda del Proyecto	37
3.5.2	Tipos de Mercado	38
3.5.3	Precios	38
3.5.4	Estrategias genéricas para competir	39
4	ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	41
4.1	Estudio técnico	41
4.1.1	Determinación del tamaño óptimo	41
4.1.2	Localización óptima del proyecto	42
4.2	Ingeniería del proyecto	43
4.2.1	Diseño del servicio	43
4.2.2	Diseño de los procesos del servicio	44
4.2.3	Requerimientos del proyecto	51
4.2.4	Distribución de las instalaciones	55
	Figura N° 13: Instalaciones	55

4.2.5	Organización funcional y organigrama general de la empresa.....	56
4.2.6	Razón social, logotipo de la empresa y slogan	63
4.2.7	Planificación Estratégica	64
4.2.8	Aspectos legales de la empresa.....	66
5	ESTUDIO ECONÓMICO.....	74
5.1	Determinación de costos totales	74
5.1.1	Detalle de Muebles y Enseres	74
5.1.2	Inversión en Activos Fijos.....	76
	Tabla N° 38: Resumen Activos Fijos	77
5.1.3	Gastos en Suministros de Oficina	78
5.1.4	Gastos de Suministros de Aseo y Limpieza	78
5.1.5	Costos del servicio	79
5.1.6	Gasto de Sueldos.....	91
5.1.7	Gastos Administrativos.....	92
5.1.8	Depreciación de Activos Fijos	93
5.1.9	Activos Diferidos	93
5.1.10	Costos Totales Anuales del Proyecto	94
5.1.11	Capital de Trabajo	95
5.1.12	Inversión Inicial del Proyecto.....	95
5.1.13	Financiamiento de la Inversión.....	95
5.1.14	Tabla de Amortización.....	96
5.2	Determinación de Ingresos	99
5.2.1	Proyección de Ingresos Anuales.....	101
5.2.2	Clasificación de Costos Fijos y Variables.....	101
5.2.3	Cálculo del Punto de Equilibrio.....	102
5.3	Evaluación Económica	103
5.3.1	Determinación de Ingresos	103

5.3.2	Determinación de Egresos	103
5.4	Estado de Resultado Proyectado	106
5.5	Estado de Flujo de Efectivo	107
6	MÉTODOS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA	108
6.1	Valor Actual Neto	108
6.2	Tasa Interna de Retorno	109
6.3	Tiempo de Recuperación de la Inversión	110
6.4	Índices de Rentabilidad	110
6.4.1	Rentabilidad Bruta	110
6.4.2	Rentabilidad Operativa	111
6.4.3	Rentabilidad Neta	111
6.5	Impactos	112
6.5.1	Impacto Sociocultural	113
6.5.2	Impacto Económico	114
6.5.3	Impacto Ambiental	115
6.5.4	Impacto Global del Proyecto	116
7	DISCUSIÓN	117
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
8.1	Conclusiones	118
8.2	Recomendaciones	119
	Bibliografía	120

Índice de Tablas

Tabla N° 1: Población Económicamente Activa, (INEC, 2010)	14
Tabla N° 2: Muestra	14
Tabla N° 3: Población Sector Urbano	18
Tabla N° 4: Población Económicamente Activa Esmeraldas	19
Tabla N° 5: Proyección de la demanda	26
Tabla N° 6: Demanda Proyectada	27
Tabla N° 7: Competencia Directa e Indirecta	28
Tabla N° 8: Distribución geográfica de la competencia	29
Tabla N° 9: Infraestructura	31
Tabla N° 10: Fortalezas y Debilidades	31
Tabla N° 11: Oferta Actual	33
Tabla N° 12: Oferta Histórica	34
Tabla N° 13: Operatividad	35
Tabla N° 14: Proyección de la Oferta	36
Tabla N° 15: Cuadro Comparativo	37
Tabla N° 16: Demanda del Proyecto	38
Tabla N° 17: Tamaño Óptimo	41
Tabla N° 18: Manual de procedimientos Recepción del Cliente	46
Tabla N° 19: Manual de procedimientos servicio de Alimentación	48
Tabla N° 20: Manual de procedimientos actividades deportivas	50
Tabla N° 21: Infraestructura y Obra Civil	51
Tabla N° 22: Maquinarias y Equipos	51
Tabla N° 23: Menaje de Cocina	52
Tabla N° 24: Muebles y Enseres	53
Tabla N° 25: Equipo de Computación	53
Tabla N° 26: Equipos de Oficina	53
Tabla N° 27: Suministros de oficina	54
Tabla N° 28: Suministros de aseo y limpieza	54
Tabla N° 29: Manual de funciones Administrador	57
Tabla N° 30: Manual de funciones Supervisor	58
Tabla N° 31: Manual de funciones Jefe de Cocina	59
Tabla N° 32: Manuel de funciones Ayudante de Cocina	60

Tabla N° 33: Manual de funciones Mesero	61
Tabla N° 34: Manual de funciones Oficial de Mantenimiento	62
Tabla N° 35: Remuneración Sectorial	71
Tabla N° 36: Muebles y Enseres	75
Tabla N° 37: Activos Fijos	76
Tabla N° 38: Resumen Activos Fijos	77
Tabla N° 39: Suministros de Oficina	78
Tabla N° 40: Suministros de Aseo y Limpieza	79
Tabla N° 41: Ceviche de Pescado	80
Tabla N° 42: Ceviche de Camarón	81
Tabla N° 43: Ceviche de Concha	82
Tabla N° 44: Ceviche Mixto	83
Tabla N° 45: Encocado de Pescado	84
Tabla N° 46: Encocado de Camarón	85
Tabla N° 47: Encocado de Concha	86
Tabla N° 48: Pescado Frito	87
Tabla N° 49: Chicharrón de Pescado	88
Tabla N° 50: Camarones Apanados	89
Tabla N° 51: Resumen Materia Prima	90
Tabla N° 52: Sueldos	91
Tabla N° 53: Gastos Administrativos	92
Tabla N° 54: Depreciación Activos Fijos	93
Tabla N° 55: Activos Diferidos	93
Tabla N° 56: Costos Totales	94
Tabla N° 57: Inversión Inicial	95
Tabla N° 58: Costo de Capital	96
Tabla N° 59: Tabla de Amortización	99
Tabla N° 60: Ingresos por entradas	99
Tabla N° 61: Ingresos por venta de comidas	100
Tabla N° 62: Proyección de Ingresos Anuales	101
Tabla N° 63: Costos Fijos y Variables	102
Tabla N° 64: Resumen Costos Fijos y Variables	102
Tabla N° 65: Determinación de Ingresos	103
Tabla N° 66: Proyección de Costos	104

Tabla N° 67: Proyección de Sueldos	104
Tabla N° 68: Proyección de Gastos Financieros.....	105
Tabla N° 69: Proyección de Depreciación de Activos Fijos.....	105
Tabla N° 70: Estado de Resultado	106
Tabla N° 71: Estado de Flujo de Efectivo	107
Tabla N° 72: V.A.N.	108
Tabla N° 74: P.R.I.....	110
Tabla N° 75: Impactos	112
Tabla N° 76: Impacto Sociocultural	113
Tabla N° 77: Impacto Económico.....	114
Tabla N° 78: Impacto Ambiental.....	115
Tabla N° 79: Impacto Global del Proyecto	116

Índice de Figuras

Figura N° 1: Conducta de compra de los clientes.....	19
Figura N° 3: Frecuencia de visita a lugares de recreación	23
Figura N° 4: Preferencia de servicios para recreación	24
Figura N° 2: Gasto en recreación los fines de semana	24
Figura N° 5: Compañeros para la salida de recreación.....	25
Figura N° 6: Elección de un sitio de recreación.....	25
Figura N° 7: Micro localización	42
Figura N° 8: Macro localización	43
Figura N° 9: Proceso General	44
Figura N° 10: Flujograma Recepción del cliente.....	45
Figura N° 11: Flujograma servicio alimentación	47
Figura N° 12: Flujograma actividades deportivas	49
Figura N° 13: Instalaciones	55
Figura N° 14: Organigrama	56
Figura N° 15: Logotipo	63
Figura N° 16: Incremento de Sueldos.....	104

1 INTRODUCCIÓN

Esmeraldas se ha caracterizado por ser una provincia netamente turística, posee gracias a su ubicación geográfica extensas playas, exuberante vegetación, ríos, diversidad de fauna, por eso siempre se la ha denominado la provincia verde.

Lastimosamente se ha explotado de manera exagerada algunos puntos turísticos, como son los balnearios del sur, lugares que en feriados se encuentran congestionados de turistas lo que incomoda la sana diversión y provoca inseguridad a los visitantes, además de los elevados precios de los servicios turísticos que se prestan en la zona, sin embargo, se ha dado muy poca importancia a otros puntos igual de bellos de la geografía esmeraldeña.

Uno de estos lugares turísticos es Tachina, está a sólo cinco minutos de distancia del centro de la ciudad, se llega fácilmente a través del puente sobre el río Esmeraldas, además existe vías alternas de primer orden, lo que hacen de éste un lugar de rápido acceso.

La parroquia Tachina cuenta con el Malecón sobre el estuario, lo que aumenta el ambiente pintoresco a ésta localidad. Se encuentra ubicada en un punto estratégico del panorama geográfico, pues colinda con el estuario que forman el río Esmeraldas y el Océano Pacífico, posee así mismo una vista privilegiada de la ciudad de Esmeraldas.

De la misma manera, otro de los puntos importantes de la cultura esmeraldeña ha sido su gastronomía, rica en diversidad de platos que lamentablemente han sufrido deformaciones o están pasando al olvido por su falta de patrocinio cultural.

Pensando en diversión y entretenimiento en Esmeraldas hacen falta alternativas recreacionales que permitan interactuar de forma sana y segura entre familia o amigos.

En base a lo anteriormente citado se puede establecer:

- Esmeraldas necesita una propuesta recreacional que llene las expectativas de sus habitantes
- Cerca de la ciudad

- Con una infraestructura enfocada a la sana diversión
- Ambiente tranquilo
- Que ofrezca comodidad y confort a sus clientes
- Lejos de la contaminación
- Que cuente con variedad y gustosa gastronomía.
- Y que posea espacios de recreación integrales a precios justos.

1.1 Planteamiento del problema

En Tachina, existen pocos lugares apropiados para la recreación familiar, es un referente en lo que se refiere a gastronomía local, basada en su diversidad y en la variable calidad-precio.

Los espacios existentes no cuentan con la debida infraestructura turística, que brinde confianza a los visitantes, por ello surgen las preguntas:

¿Cuáles son los requerimientos para diseñar un plan de negocios turísticos en Tachina, Esmeraldas?

¿Qué necesidad existe en el mercado que justifique la creación de este proyecto?

¿Cuál es el modelo óptimo para la correcta administración del proyecto una vez que se cree?

¿Cuál es la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto?

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Investigaciones Relacionadas

De la indagación realizada se han encontrado varias investigaciones relacionadas en la elaboración de planes de negocios para proyectos turísticos para su aplicación en el Ecuador:

En la investigación titulada “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Recreación Turística en el cantón Gualaceo”, los autores consideran al turismo un negocio que supone una de las más importantes fuentes de ingresos a nivel mundial, además que el Ecuador posee una gran cantidad de atractivos turísticos destacados por su variada cultura y biodiversidad.

Dentro de esta gran oferta turística se encuentra el cantón Gualaceo, que en los últimos años ha venido desarrollando una nueva marca turística para ofrecerla a los turistas propios y extraños. Los autores proponen este estudio para desarrollar la actividad turística del cantón; el estudio parte de una consideración de los fundamentos teóricos y el desarrollo de la investigación de mercado aplicada a comprender los gustos y preferencias de sus potenciales clientes.

Finalmente se enfocaron en el análisis de los procesos de gestión turística basados en el modelo: SERVUCCION; desarrollaron flujos y análisis financieros que les permitieron concluir que éste en un proyecto factible, rentable y sustentable a largo plazo. (Lucero y Fajardo, 2010)

En la investigación titulada “Proyecto de factibilidad para la implementación del Centro Recreacional Turístico Ceibopamba en la parroquia Malacatos del cantón Loja”, en el cual su autor considera que el turismo es un sector económico de alto crecimiento, uno de los más importantes del mundo y en algunos sitios la única fuente de ingresos para los habitantes; con el fin de aportar en el desarrollo del turismo en el cantón se proponen éste estudio de factibilidad en el cual han dividido su investigación en tres partes: una revisión bibliográfica sobre la terminología a emplearse, un análisis detallado de todos los elementos que

intervienen en el proyecto de factibilidad (estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio administrativo y estudio ambiental).

Además la determinación de conclusiones y recomendaciones, entre las que se destacan: el centro recreacional deberá publicitarse a un segmento de mercado específico, no con publicidad masiva, al igual que los inversionistas pongan en vigencia este proyecto, para ello se puede utilizar las líneas de crédito que otorga la Corporación Financiera Nacional. (Gonzales, 2013)

Otra investigación analizada estuvo enfocada a los turistas que visitan anualmente el cantón Pillaro, donde se realizó una investigación de mercados para una muestra de 400 personas. En el estudio técnico se determinó que al trabajar al 100% de la capacidad instalada se podrá ofrecer hasta 615.400 servicios de recreación al año, el 1er año solo se utilizará el 75% de la capacidad instalada. El total de la inversión asciende a \$53.365,16, finalmente, se concluye que este proyecto es 100% factible. (Campaña, 2014)

2.2 Bases teórico científicas

El plan de negocio

El plan de negocio para las empresas pequeña, mediana y grande es un documento fundamental para su sano nacimiento y desarrollo. En las diferentes etapas de desarrollo de una empresa sirve como un marco referencial de su razón de ser, de sus objetivos y metas, y es, sin duda, una guía para quienes están al frente de la empresa. Se puede decir que es el *curriculum vitae* del proyecto donde se muestra, en un documento preciso y detallado, la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha, así como la viabilidad de la idea, una oportunidad de negocio, o bien, de una posible inversión. (Zamorano, 2012)

Oferta

De acuerdo a la teoría económica, la oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. Su comportamiento se expresa ante un aumento del precio, aumenta la

cantidad ofrecida. Esta depende de la población, los factores de producción y la tecnología. (Monchón, 2006)

Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado. Esta dependerá del precio, del precio de los productos sustitutos y de los productos complementarios (Economía.WS, 2016)

Mercado

En un estudio de factibilidad el estudio de mercado es la premisa para identificar quienes serán los clientes. Para identificar a los clientes hay que seguir el producto para ver sobre quien repercute. Cualquier persona sobre la que repercute es un cliente.

Para seguir el producto, hay que preparar un diagrama de flujo de proceso que produce el producto. Según el principio de Pareto, los clientes se pueden clasificar en dos categorías básicas:

- Unos relativamente pocos cada uno de los cuales tiene gran importancia para nosotros – Pocos Vitales
- Un número relativamente elevado de clientes, cada uno de los cuales tiene una importancia para nosotros – Muchos Útiles (Corzo, 2009)

Identificación de los competidores de la empresa

Es posible distinguir cuatro niveles de competidores, con base en el grado de sustitución del producto:

- 1. Competencia de marca:** Una empresa puede considerar a sus competidores a firmas que ofrecen bienes y servicios familiares a los mismos clientes y a precios similares.
- 2. Competencia de la industria:** Una empresa percibe como sus competidores a todas las empresas que fabrican el mismo producto o tipo de productos.
- 3. Competencia de forma:** Una empresa puede considerar como competidores a todos los fabricantes de productos que proporcionen el mismo servicio.

4. Competencia genérica: Una empresa puede considerar como competidores a todas las empresas que compiten el mismo valor de consumo. (Colina, 2009)

Por otra parte, Pinson (2011, pág. 57) define a la competencia directa en ofrecer el mismo producto o servicio en el mismo mercado. La competencia indirecta ofrece una compañía con el mismo producto o servicio pero en otro mercado objetivo. La diferencia entre competencia directa e indirecta a menudo se determina por el método que use para entregar su producto o servicio

El precio de venta

Una de las decisiones más importantes de la empresa es determinar los precios de los artículos o servicios que va a mostrar al mercado, ya que de ello dependerá el margen de beneficio que se obtenga, así como la rentabilidad de la empresa.

En la economía de mercado de hoy en día, los precios vienen determinados por la conciliación entre quienes quieren vender y quienes quieren comprar. A esto se llama equilibrio de oferta y demanda. (Mohamed & Verdu, 2011)

Los costes de oportunidad

Si una persona nos preguntara ahora mismo cuánto cuesta ir al cine, probablemente le responderíamos que unos 6 dólares, o lo que pagamos la última vez que fuimos al cine. Pero el concepto de disyuntiva nos permite ver que la respuesta completa no es tan sencilla. En primer lugar, el costo no solo son los 6 dólares, sino las otras cosas que podrían comprarse con ellos. Por otra parte, nuestro tiempo es un recurso escaso que también debe figurar en el cálculo. Tanto el dinero como el tiempo representan oportunidades desaprovechadas por el hecho de ir al cine, o lo que los economistas denominan el *coste de oportunidad* de ir al cine. Destinar un recurso a un fin no significa no poder destinarlo a otro. (Stiglitz, 2006)

Costo directo

Es el que tiene relación directa con el producto o servicio en cuanto a su conformación material y de servicio, por ejemplo; la madera como materia prima de muebles, los vehículos como equipo de transporte para la prestación del servicio de transporte de todo tipo, etc.

También se puede llamar costo primario pues es la base tanto material como económica como evidencia del bien o servicio producido o servicio prestado.

La sumatoria de la materia prima y mano de obra se denomina como costo primo, parte básica del producto o servicio. (Rodríguez, 2008)

Usos y necesidades de los usuarios

Hay diferencias en las necesidades de los usuarios, y en consecuencia en las estadísticas producidas por el estado, sectores comerciales e instituciones. Por lo general, los gobiernos buscan la información para guiar la política nacional, macro estudios en lugar de micro estudios, e indicaciones del impacto del turismo sobre el bienestar económico del país. La industria necesita datos de mercado y sobre la productividad y la competencia. (Lickorish & Jenkins, 2000)

Expectativas del cliente

Los clientes llegan con una serie de expectativas sobre lo que puede hacer el hotel o el restaurante escogido por ellos, como deberían hacerlo, como se deberían comportar las personas que les atienden. Los clientes nuevos basan esta serie de expectativas en los anuncios, en nombres familiares, promociones, sus experiencias previas con otras organizaciones hoteleras.

La mayoría de las organizaciones dedicadas a servicios turísticos tratan de ofrecer a sus clientes la información precisa con el mayor tiempo de antelación, de modo que estos sientan que la organización puede cumplir con sus expectativas e incluso superarlas. Si la organización hotelera no ofrece esta información, los clientes la obtendrán o la inferirán, de un modo más o menos preciso, de otras fuentes quizá la reputación de la organización. (Ford & Heaton, 2001)

Qué quiere el cliente

La clientología es sencilla. Estudia al cliente, sabe que es lo que esa persona quiere y espera realmente y se lo ofrece. Un clientólogo nunca deja de estudiar al cliente, emplea todos los instrumentos científicos disponibles para conocer qué es lo que quiere el cliente y valora.

Puesto que estos cambian, el estudio nunca está completo; el producto del servicio, el entorno y el sistema de entrega también deben cambiar para asegurar que los clientes están lo suficientemente satisfechos como para volver. Los directores de las mejores organizaciones hoteleras emplean una gran cantidad de tiempo y dinero para estudiar al cliente y emplea esta información para tomar sus decisiones sobre estrategias, personal y sistemas. (Ford & Heaton, 2001)

Impactos ambientales

La actividad turística en áreas rurales/naturales se basa en gran parte en el paisaje y recursos ambientales, que son la verdadera materia prima del turismo.

Podemos analizar los aspectos positivos

- El turismo puede ser el estímulo necesario para la adopción de medidas de mejora y conservación ambientales.
- La actividad turística puede motivar a la comunidad local para que proteja su entorno natural, así como fomentar la creación de parques naturales y la protección de áreas salvajes.

Consecuencias negativas:

- Cambios que provocan una transformación irreversible del entorno, como un desarrollo urbano excesivo no integrado con el paisaje.
- Regresión del espacio natural, por el desarrollo de vías de comunicación, zonas industriales, urbanización y reemplazamiento de la vegetación autóctona por plantas exóticas.
- Generación de desechos que provocan problemas de depuración de aguas residuales y recogida de basuras, etc. (Crosby & Moreda, 1996)

La decisión de la localización de las empresas turísticas

El éxito o fracaso de una empresa turística estará ligado íntimamente al lugar elegido para su localización, es decir, a la ubicación física del establecimiento, siendo esta una decisión de carácter estratégico y a largo plazo.

Los factores determinantes en la localización de cualquier empresa son generalmente los siguientes:

- Proximidad y coste de los factores productivos influyentes.
- Existencia de transporte para los medios generados.
- Población consumidora cerca del lugar de localización. (Martin, 2009)

Las políticas gubernamentales para el desarrollo del turismo

El turismo a partir de 1990, ha crecido y aportado al desarrollo económico y social del país, pese a que las políticas gubernamentales para el desarrollo del sector han sido puntuales y de poca inversión. En el gobierno del Dr. Gustavo Noboa, se tomó la decisión política para impulsar el turismo como sector básico y estratégico para la economía nacional que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y sobre todo a generar empleo. (Ordoñez, 2001)

La Ministra Coordinadora de la Producción, Empleo y Competitividad; la Ministra de Turismo; el Ministro de Industrias y Producción; y el Ministro de Comercio Exterior, se reunieron con el fin de fomentar la inversión privada y en particular la del sector turístico, la Ministro de Turismo, informó que actualmente existen 23 proyectos hoteleros en marcha en el país. (Turismo, 2015)

Turismo interno

Se entiende por turismo interno al uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, por dentro del territorio nacional, por un plazo mayor de 24 horas, pero menor de 90 días. Los fines pueden ser diversos con exclusión de cualquier actividad que signifique participar en el trabajo del lugar o lugares de destino. Quedan incluidos por tanto como viajes de turismo interno, además de aquellos que se efectúan para vacacionar, los que se realizan por razones administrativas o de salud, y parte de los que se motivan en la realización de gestiones comerciales. (Boullon, Turismo interno, 2009)

Según el Catastro Esmeraldas (2014), las principales hosterías dirigidas al turismo interno, son las que quedan al norte de la provincia de Esmeraldas, tales como: Mario`s Park, Achilube, Olimar Paraíso, Pacific Stone, Mar de Plata.

La importancia de la recreación y del turismo interno

Según Boullon (2009, págs. 61-62) aproximadamente, 51% de la población del mundo, habita en ciudades. Se puede estimar que 20% sale de sus casas cada fin de semana con la intención de pasar el día al aire libre o consumir alguno de los servicios recreacionales de la ciudad

La calidad en el servicio turístico

Con el desarrollo de la economía de mercado y el auge de la sociedad del ocio, el sector turístico está experimentando un crecimiento continuado. El atractivo del sector hace que haya mucha competencia para captar a los clientes, que cada vez cuentan con un abanico más amplio de empresas y destinos entre los que elegir. Eso los lleva a ser exigentes respecto al trato y prestaciones que quieren recibir de una agencia de viajes, un hotel o un restaurante. Además la creación de agrupaciones de consumidores y la función informativa que estas despliegan han dado lugar a clientes informados que saben que tienen derecho a reclamar en el caso de incumplimiento de lo pactado con los proveedores del servicio turístico. (Casanueva, Garcia, & Caro, 2002)

Tipos de centros vacacionales

Dependiendo a la acción activa o pasiva de las personas involucradas, éstas son:

- Receptivas
- Ejecutivas

Dependiendo de la actividad que se realiza se clasifica en:

- Activa

Incluye todas las actividades que requiere algún tipo de esfuerzo físico y están orientadas a contribuir al desarrollo físico-biológico de los individuos.

- Pasiva

Comprende aquellas actividades orientadas a obtener salud mental y tranquilidad para las personas.

Dependiendo de la frecuencia pueden ser:

- Cotidiana

Cuando se llevan a cabo cerca de; lugar de vivienda y de una forma periódica o diaria.

- Semanal

Cuando se realiza cada semana, debido a que el periodo de descanso semanal es mayor, los lugares de recreación buscados por los individuos se encuentran un poco alejados del centro urbano.

- Anual

Cuando debido a la prolongación de las vacaciones varios días se cuenta con tiempo para buscar o llegar a sitios cada vez más alejados del lugar de vivienda y trabajo. (Issu, 2016)

2.3 Base Legal

En cuanto a las normativas que respaldan el proyecto a realizar podemos decir que están sujetas a las siguientes normas:

- **Permiso de Funcionamiento**

Para llevar a cabo el desarrollo del Complejo Recreacional, se deberá cumplir con todas sus obligaciones legales que regulan este tipo de negocios, tales como:

- Municipales
- Ministerio de Salud Pública – Art. 130 de la Ley Orgánica de Salud
- Cuerpo de Bomberos
- Ministerio de Turismo
- **Servicio de Rentas Internas – SRI**
 - Obligaciones tributarias

- **Constitución de la República**
 - Art. 281 numeral 2 y 4
- **Normas técnicas del control interno**
 - Art. 17 – Contratos Eventuales, Ocasionales de Temporada
 - Art. 40 – Derechos exclusivos del trabajador
 - Art. 45 – Obligaciones del trabajador
- **Código del trabajo**
 - Tipos de contrato

2.4 Metodología

2.4.1 Lugar

El lugar donde se implementará el proyecto es la Parroquia Tachina del Cantón Esmeraldas, la investigación para el estudio de este proyecto se puso en marcha durante el periodo de mayo a septiembre del 2015.

2.4.2 Tipo de investigación

La investigación que se aplicó en el presente proyecto, es la Descriptiva que permitió analizar una realidad que no ha sido considerada, ni estudiada a profundidad, ya que las condiciones existentes en el lugar donde se pretende implementar el proyecto no ha sido aún determinada.

2.4.3 Método

El método de investigación para el estudio de este problema será el método inductivo y deductivo, ya que se partió de la información recolectada para la toma de decisiones y de experiencias anteriores de otros lugares de Esmeraldas y del Ecuador.

El método inductivo fue utilizado para la estructura del problema de la investigación y en el planteamiento del problema para el desarrollo de un complejo recreacional en la parroquia Tachina, cantón Esmeraldas.

Mientras que el método deductivo, se aplicó procesos que fueron aplicados en proyectos similares, en el cantón, con el fin de aplicarlos en este proyecto y verificar su aceptabilidad.

2.4.4 Técnicas

Para la recolección de datos se recurrió la observación directa del lugar para determinar cuántos sitios de creación similares a los que se quiere implementar en la parroquia Tachina, por eso se aplicó una encuesta a la población de las parroquias del Cantón Esmeraldas, con el fin de analizar y justificar la implementación de un centro recreativo en la Parroquia Tachina, además se realizó entrevistas a los propietarios de establecimientos similares al Complejo Recreacional, ubicados al norte del cantón Esmeraldas.

2.4.5 Población, muestra y recolección de datos

La población a la que estuvo dirigida la investigación es la población urbana del cantón Esmeraldas, a continuación se presentan los datos considerados para la toma de la muestra a la que se aplicó la encuesta.

El grupo objetivo al que estuvo dirigida la encuesta es la población urbana del cantón Esmeraldas, concretamente la población económicamente activa del cantón, la muestra se tomó de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, censo 2010, a través de los cálculos estadísticos la muestra fue de 206 encuestas.

Las encuestas fueron realizada en distintos puntos de la ciudad de Esmeraldas, tomando en cuenta el número de personas que habitan en las cinco parroquias urbanas del cantón: Luis Tello, Bartolomé Ruiz, Esmeraldas, 5 de Agosto y Simón Plata Torres.

Se formuló una serie de preguntas referentes a las actividades que los potenciales clientes desearían que ofreciera el complejo recreacional.

La metodología aplicada es muy importante para la investigación ya que se la realizó con el propósito de conocer e indagar conocimientos científicos acerca del tema materia de estudio.

Una vez obtenida la información se la analizó y se tabuló, lo que permitió formar un criterio real para la toma de decisiones, así como para establecer las recomendaciones y conclusiones del proyecto.

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA ESMERALDAS	
PARROQUIA	TOTAL
Esmeraldas	64919
Camarones	1130
Crnel. Carlos Concha Torres	944
Chinca	1826
Majua	1016
San Mateo	2302
Tabiazo	1067
Tachina	1597
Vuelta Larga	1202
Total	76003

Tabla N° 1: Población Económicamente Activa, (INEC, 2010)

2.4.5.1 Fórmula para determinar la muestra

$$n = Z^2 \frac{N * p * q}{i^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Z = Nivel de Confiabilidad	1,85
I	0,06
P = Probabilidad de ocurrencia	0,5
Q = Probabilidad de no ocurrencia	0,5
N = Población	161868
z ²	3,4225
i ²	0,00414736
N = Muestra	206,044602

Tabla N° 2: Muestra

2.4.6 Técnicas de procesamiento y análisis estadístico de datos

Para el establecimiento y análisis estadístico de datos se utilizó la herramienta Excel, misma que permitió representar gráficamente las respuestas de las encuestas para establecer las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

2.4.7 Normas éticas

El proyecto de tesis es original y autentico, todos los datos contenidos se basan en la investigación aplicada al sitio donde se desea implementar el proyecto. La información proporcionada en este documento resulta de una serie de investigaciones de campo y de la lectura de proyectos similares que han sido utilizados como base comparativa para el estudio de la factibilidad del proyecto y con el fin de aplicar los sistemas de gestión administrativa y operativa óptimos para el éxito del mismo.

2.5 Objetivos:

2.5.1 General:

Diseñar un plan de negocios para la creación de un Complejo Recreacional en la Parroquia Tachina cantón Esmeraldas, para ofrecer el servicio de alimentación, piscina, juegos infantiles.

2.5.2 Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de las personas que buscan la distracción y el esparcimiento en fines de semana.
- Identificar el modelo óptimo de gestión administrativa y operativa del negocio a fin de obtener rentabilidad y posicionamiento en el mercado a largo plazo
- Conocer la inversión requerida para la implementación del complejo, así como también las fuentes de financiamiento.

3 RESULTADOS

3.1 Análisis de mercado

3.1.1 Generalidades del servicio

El principal objetivo de éste proyecto es ofrecer al mercado esmeraldeño y a los turistas que visitan la provincia, una alternativa diferente para sus tiempos de ocio. La oferta cuenta con varios servicios de recreación y sano esparcimiento, y propone ofrecer a los clientes servicios de calidad a precios justos en un entorno seguro y muy cerca de la ciudad.

3.1.2 Necesidades que cubre el servicio

En la ciudad de Esmeraldas actualmente no se cuenta con un espacio para la recreación familiar por lo que sus habitantes deben trasladarse a balnearios del norte o del sur de la provincia, lo que implica que se incurra en gastos de transporte y la incomodidad de tener que recorrer largas distancias para llegar a estos destinos.

Hemos visto necesario la implementación de un espacio de recreación cerca de la ciudad ya que la dificultad de acceso a sitios de diversión y esparcimiento es una realidad para miles de personas que no cuentan con vehículo propio ni con presupuesto para cubrir altos costos, éstas personas sin embargo tienen la necesidad de salir a éste tipo de lugares al menos una vez al mes.

3.1.3 Caracterización del servicio

El presente proyecto se encuentra dentro de la categoría de ocio y entretenimiento ya que ofrece a sus clientes servicios de diversión y entretenimiento dirigido a grupos objetivos que van desde los familiares hasta los de amigos que buscan un sitio de entretenimiento y diversión cerca de la ciudad y a precios accesibles.

3.1.4 Tipo de servicio

Los servicios que ofrece éste proyecto están enfocados en la distracción y sano esparcimiento de sus clientes, ampliando las opciones de servicios de otros sitios similares que ya existen

en la zona, ofrece además un entorno privilegiado donde aparte de disfrutar de los servicios que ofrece el visitante puede realizar la práctica de deportes acuáticos y tradicionales muy comunes en el lugar.

El proyecto plantea la prestación de servicios de calidad con el fin de mejorar el nivel de servicio en otros locales similares, lo que creará un ambiente de competitividad del cual los mayores beneficiarios serán los consumidores.

3.1.5 Servicios Sustitutos

Los servicios sustitutos que se ofrecen en el cantón y provincia de Esmeraldas son:

- Playas (norte y sur de la provincia)
- Balnearios de agua dulce
- Complejos turísticos
- Piscinas
- Paraderos y restaurantes

3.1.6 Ciclo de vida del servicio

Los centros de recreación en la ciudad y provincia de Esmeraldas se han convertido en sitios de alto interés de la población local; en los últimos años la ciudad de Esmeraldas a través de su Administración Municipal ha fomentado una campaña para promover el turismo en el cantón, dentro de ésta promoción se ofrece a propios y visitantes éstos sitios de esparcimiento y sana diversión. Por tal motivo se puede asegurar que la industria turística a nivel local le ofrece al centro de recreación propuesto un futuro próspero a largo plazo.

3.2 Análisis de la demanda

3.2.1 Segmentación del mercado

El mercado al que está dirigido éste proyecto son en primera instancia los habitantes del cantón Esmeraldas dentro de los que consideramos a la población económicamente activa PEA que son quienes tienen la disponibilidad monetaria y a hombres y mujeres menores de

18 años que de una u otra manera inciden con sus preferencias al momento de escoger a que sitio de distracción acudir.

Los datos fueron cuantificados en base al documento denominado: “Fascículo Provincial Esmeraldas” del INEC (Censo 2010 de población y vivienda). Para efectos del presente estudio se empleará la población económicamente activa del cantón Esmeraldas.

PARROQUIA	SECTOR URBANO		
	2010		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
Esmeraldas	77505	84363	161868
Camarones	1474	1343	2817
Crnel. Carlos Concha Torres	1308	1046	2354
Chinca	2369	2183	4552
Majua	1373	1161	2534
San Mateo	3153	2586	5739
Tabiazo	1384	1276	2660
Tachina	2014	1969	3983
Vuelta Larga	1496	1501	2997
TOTAL	92076	97428	189504

Tabla N° 3: Población Sector Urbano

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA ESMERALDAS	
PARROQUIA	TOTAL
Esmeraldas	64919
Camarones	1130
Crnel. Carlos Concha Torres	944
Chinca	1826
Majua	1016
San Mateo	2302
Tabiazo	1067
Tachina	1597
Vuelta Larga	1202
Total	76003

Tabla N° 4: Población Económicamente Activa Esmeraldas

3.2.2 Conducta de Compra de los Clientes

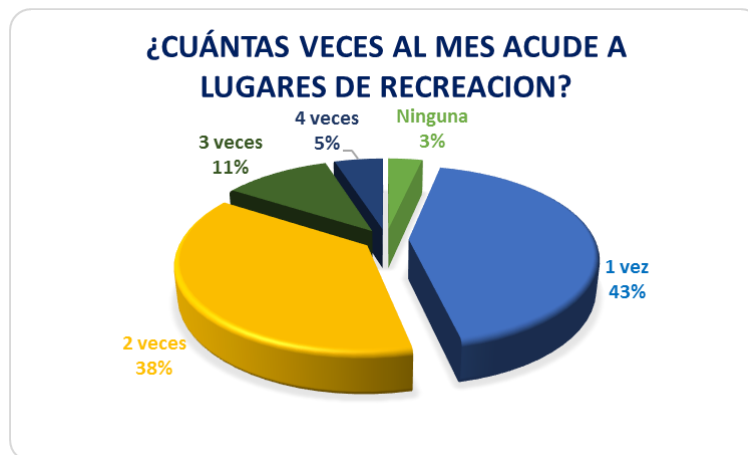


Figura N° 1: Conducta de compra de los clientes

De acuerdo a la información obtenida un 3% de las personas encuestadas señalan que no salen los fines de semana, el 48% acuden 1 vez al mes a lugares de recreación, el 38% dice que salen 2 veces al mes, el 11% acuden 3 veces al mes a estos lugares, mientras que el 5% salen todos los fines de semana.

3.2.3 Análisis de fuentes secundarias

Se contó con información generada por algunas instituciones del estado que permitieron que el planteo, ejecución y resultados de las encuestas sea lo más cercano posible a la realidad. Entre las instituciones consultadas está el Instituto Nacional de Estadísticos y Censos (INEC), de donde se pudo obtener el dato de la población del cantón Esmeraldas para establecer el universo a ser tomado como muestra, también se obtuvo datos de la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Esmeraldas y de la Secretaria Técnica Provincial del Ministerio de Turismo.

Se revisaron revistas especializadas en el tema, diversas publicaciones en internet, folletos, trípticos de sitios de recreación a nivel nacional.

3.2.4 Análisis de fuentes primarias

Se aplicó la técnica de la observación y las encuestas. La observación juega un papel muy importante en la investigación ya que ha permitido evidenciar la falta de un centro recreativo de la naturaleza propuesta, ya que si bien es cierto existen muchas ofertas como complejos recreativos, playas, piscinas, ninguna cuenta con todos los servicios que en conjunto se plantean en este proyecto.

Las encuestas se realizaron en distintos puntos de la ciudad de Esmeraldas, tomando en cuenta el número de personas que habitan en las cinco parroquias urbanas del cantón: Luis Tello, Bartolomé Ruiz, Esmeraldas, 5 de Agosto y Simón Plata Torres. La encuesta fue intencionada para recoger información confiable que pueda ser aplicada en la investigación del proyecto.

Se formuló una serie de preguntas referentes a las actividades que los potenciales clientes desearían que ofreciera el complejo recreacional.

El grupo objetivo al que está dirigida la encuesta es la población urbana el cantón Esmeraldas, es decir a la población económicamente activa (PEA), la muestra fue tomada de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, censo 2010, con un total de 206 encuestas.

3.2.4.1 Investigación de Mercado

3.2.4.1.1 Definir Objetivos

Objetivo General

Realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades y requerimientos de los usuarios de este servicio y justificar la implementación de un complejo recreacional en la Parroquia de Tachina.

Objetivos Específicos

- Determinar el presupuesto promedio que asigna la población para el entretenimiento y diversión.
- Establecer un promedio de frecuencia de visita de los habitantes a centros recreacionales.
- Definir las preferencias de los posibles clientes sobre sus sitios de interés a los que acuden fines de semana.

3.2.4.1.2 Diseño de la investigación

La investigación realizada en este proyecto consiste en la aplicación de encuestas a posibles clientes que conforman el mercado objetivo con el fin de determinar sus gustos y preferencias en cuanto a:

- Presupuesto asignado a salidas los fines de semana.
- Frecuencia de asistencia a sitios de recreación.
- Preferencia en cuanto al tipo de sitio al que concurren al momento de su distracción.
- Tipo de servicios que predominan para la selección de un sitio de entretenimiento.
- Compañía a sitios de diversión y entretenimiento.
- Aceptación de la oferta planteada en el presente proyecto.

3.2.4.1.3 Tamaño de la muestra

Para establecer la muestra a tomarse para esta investigación se recurrió a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en cuanto a la distribución de la población del cantón Esmeraldas, quienes se considera el principal mercado objetivo.

El grupo objetivo al que estuvo dirigida la encuesta es la población urbana del cantón Esmeraldas, es decir a la población económicamente activa del cantón, la muestra será tomada de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, censo 2010, el cálculo de la muestra a tomarse será de 206 encuestas que permitirá determinar la factibilidad del proyecto y establecer las estrategias de mercado y gestión administrativa y operativa del proyecto.

3.2.4.1.4 Trabajo de campo

Dentro del trabajo de campo se programó visitas a diferentes sectores de la provincia Esmeraldas que cuentan con sitios de diversión y esparcimiento, a fin de observar, determinar y evaluar los servicios que prestan así como su infraestructura y atención.

3.2.4.1.5 Verificación de la información

El trabajo realizado para el levantamiento de información cumple con los parámetros establecidos por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas (PUCESE) y los demás establecidos para cualquier tipo de investigación siendo el autor de la misma responsable de la veracidad de las fuentes, así como de los resultados obtenidos.

3.2.4.1.6 Tabulación

La tabulación de los resultados de las 206 encuestas aplicadas, se procesaron a través del programa Excel (Microsoft Office) utilizando las herramientas que este dispone con el fin de cuantificar y procesar los resultados finales a ser tomados en cuenta para determinar la factibilidad del proyecto.

3.2.4.1.7 Resultados y análisis

Las encuestas aplicadas corresponden al formato presentado en el Anexo I del presente documento.

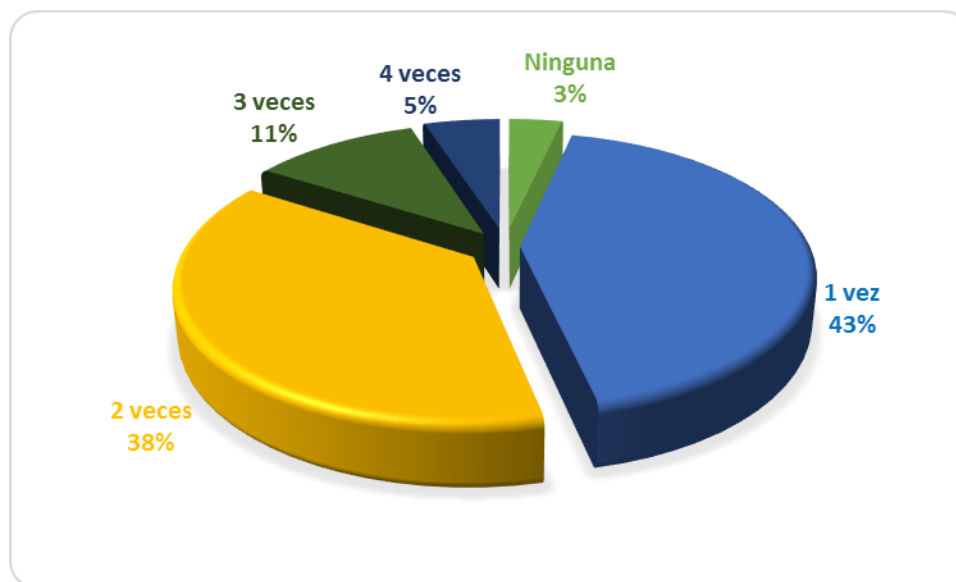


Figura N° 2: Frecuencia de visita a lugares de recreación

De acuerdo a la información obtenida un 3% de las personas encuestadas indican que no salen los fines de semana, el 48% acuden 1 vez al mes a lugares de recreación, el 38% dicen que salen 2 veces al mes, el 11% nos dice que acuden 3 veces al mes a estos lugares, mientras que el 5% salen todos los fines de semana.

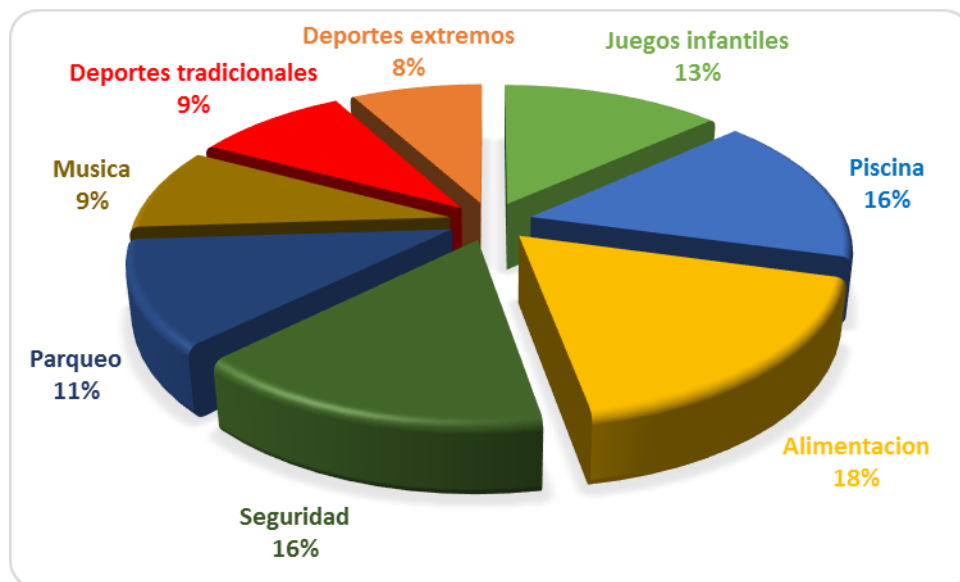


Figura N° 3: Preferencia de servicios para recreación

Según las personas encuestadas el 13% indican que prefieren que haya juegos infantiles en un complejo recreacional, el 16% le gustaría que haya piscina, el 18% prefiere la alimentación en estos sitios, el 16% prefieren la seguridad, el 11% prefieren que haya área de parqueo, ya que estos cuentan con vehículos propio, el 9% le gustaría que haya música, así como también deportes tradicionales, mientras tanto que el 8% prefiere deportes extremos, ya que estas son personas jóvenes.

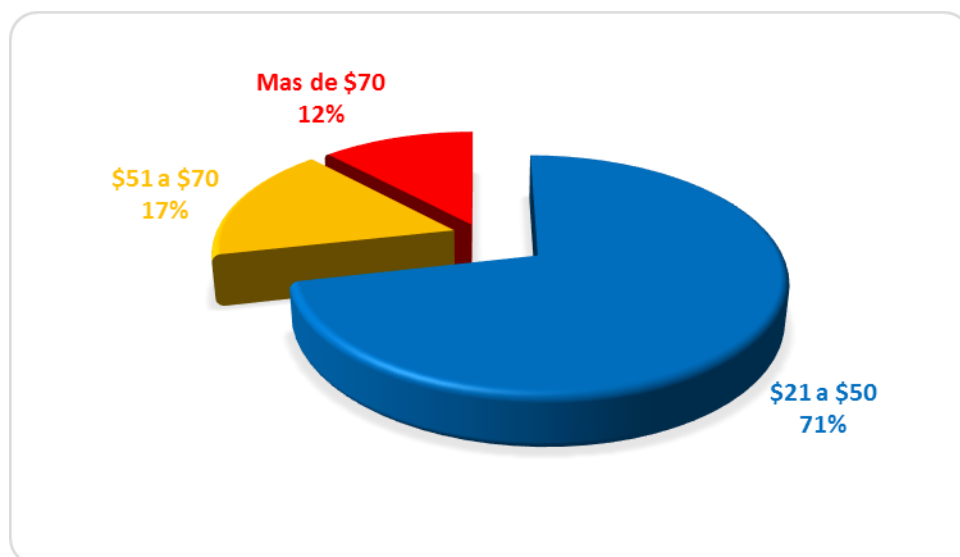


Figura N° 4: Gasto en recreación los fines de semana

Nota: Se consultó a los encuestados ¿Cuánto gasta en sus salidas recreacionales los fines de semana? Los rangos analizados fueron de \$21 a \$50, de \$51 a \$70 y Más de \$70 donde se puede apreciar que la mayoría de personas gastan en sus salidas los fines de semana de \$21 a \$50 que corresponden al 71%, mientras tanto que el 17% gastan de \$51 a \$70, así como también el 12%, gastan más de \$70.

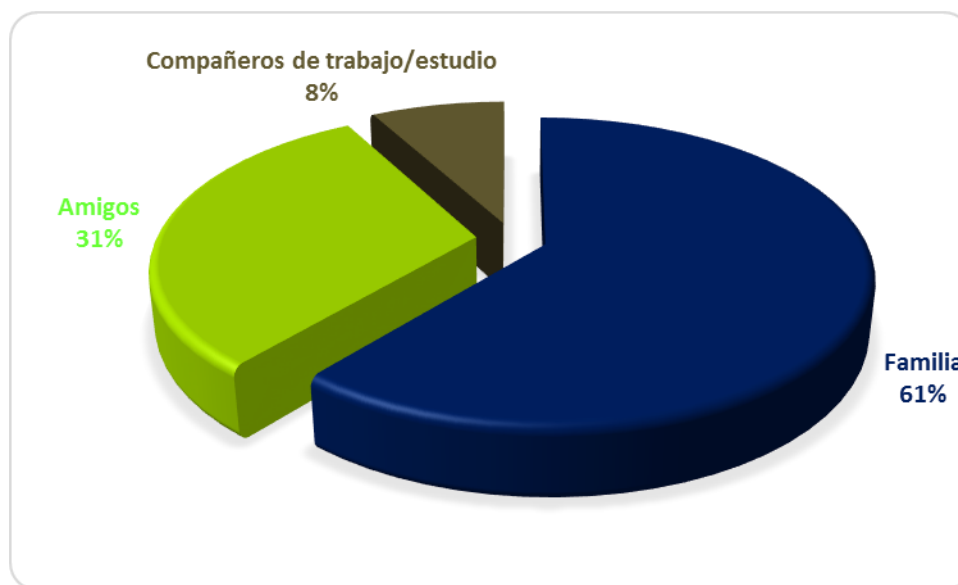


Figura N° 5: Compañeros para la salida de recreación

Según los resultados obtenidos para un 61% de las personas encuestadas, acuden los lugares de recreación acompañados de su familia, el 31% asiste con amigos, mientras tanto que el 8% de las personas acuden con sus compañeros de trabajo/estudio.

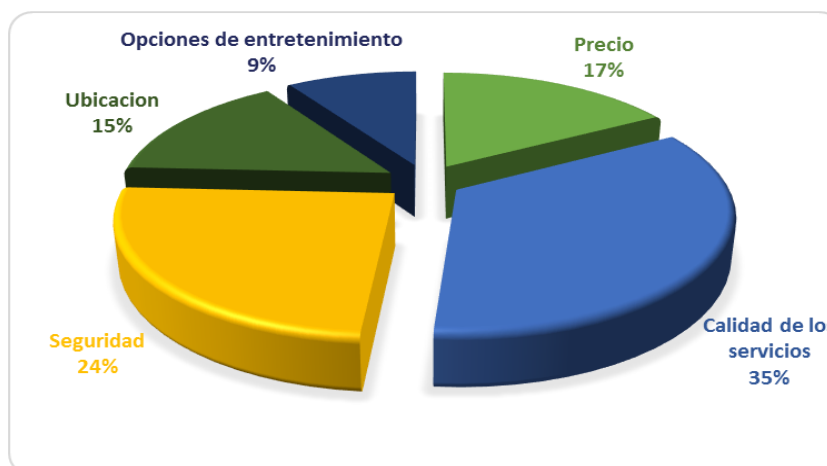


Figura N° 6: Elección de un sitio de recreación

El 35% de los encuestados expreso que requieren de calidad en los servicios, el 24% se guía por la seguridad, el 17% de los encuestados prefieren un precio económico cuando salen los fines de semana a lugares de recreación, el 15% prefiere que el local sea cercano, mientras tanto que un 9% de los encuestados se guían por las opciones de entretenimiento que brinden estos establecimientos.

¿Concurriría usted a un complejo recreacional que le ofrezca servicios como: alimentación, entretenimiento, seguridad, entre otros, ubicado a diez minutos de la ciudad?

Al consultar a los posibles consumidores que asistirían al complejo recreacional, un 96% acudiría a un complejo recreacional que le ofrezca servicios como: alimentación, entretenimiento, seguridad, etc., que este ubicado a tan solo diez minutos de la ciudad, mientras tanto que un 4% de los encuestados no asistiría a este tipo de establecimientos. Reflejando que si existiría una aceptación por parte de los posibles clientes.

3.2.5 Proyección de la demanda

Se obtuvo mediante el método de regresión lineal, está dado por el número de personas que asisten a la parroquia Tachina, mostrando un aumento del 1,04% de acuerdo a datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

POR CANTON	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
ESMERALDAS	3.500	14.000	168000
TURISTAS	150	600	7200
LOCALES	100	400	4800
	3.750	15.000	180000

Tabla N° 5: Proyección de la demanda

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2016	180.000
2017	181.872
2018	183.763
2019	185.675
2020	187.606
2021	189.557
2022	191.528
2023	193.520
2024	195.533
2025	197.566

Tabla N° 6: Demanda Proyectada

3.3 Análisis de la oferta

3.3.1 Aspectos Cualitativos

La oferta de recreación en Esmeraldas se caracteriza por inversiones nacionales intermedias, que hacia el norte del cantón Esmeraldas que visualizaron como una oportunidad el crecimiento hacia otros sectores distintos de los balnearios del sur. En general la oferta es similar no presentan innovaciones que hagan una marcada diferencia.

3.3.1.1 Competencia Directa e indirecta

Dentro de la investigación de campo se determinó que existen pocos sitios de recreación que brinden los servicios que el presente proyecto plantea.

A continuación un breve análisis de los sitios que se han considerado podrían ubicarse como competencia del complejo recreacional aquí propuesto:

Nombre	Dirección	Precio	Característica
Hostería “Pacific Stone”	Vía a Rioverde, 5 min. pasando el Puente sobre el rio Esmeraldas	1,50 Adultos 1,00 Niños	Es la primera hostería que se ubica al norte de la provincia de Esmeraldas.
Hostería “Mario`s Park”	Vía a Rioverde, 10 min. Pasando el Aeropuerto Internacional Crnel. Carlos Concha	2,00 Adultos 1,00 Niños	Cuenta con servicios de restaurante, piscina, alquiler del local, hospedaje.
Complejo Recreacional “Don Vini”	Vía a Atacames, Sector San Rafael	3,00 Adultos 2,00 Niños	Ubicado en parte de la ruta del Spondylus y está a 15 minutos del centro de la ciudad.

Tabla N° 7: Competencia Directa e Indirecta

3.3.1.2 Distribución geográfica de la competencia

Los sitios de recreación visitados se encuentran dentro de la ciudad y provincia de Esmeraldas, según el detalle de su ubicación que se presenta a continuación:

Nombre	Dirección	Área Geográfica
Hostería “Pacific Stone”	Vía a Rioverde, 5 min. pasando el Puente sobre el rio Esmeraldas	Norte
Hostería “Mario`s Park”	Vía a Rioverde, 10 min. Pasando el Aeropuerto Internacional Crnel. Carlos Concha	Norte
Complejo Recreacional “Don Vini”	Vía a Atacames, sector San Rafael	Sur

Tabla N° 8: Distribución geográfica de la competencia

3.3.1.3 Aspectos Competitivos

La competencia actualmente cuenta con rotulación y señalética para su identificación. Adicionalmente, hacen uso de estrategias comerciales como promociones por temporada, eventos musicales, infantiles, fiestas temáticas y familiares. En promedio cuentan con experiencia en el sector turístico en la zona norte con más de 5 años de experiencia en promedio.

En lo referente al precio, este se ha establecido en promedio entre 2 a 5 dólares en promedio para el ingreso y la oferta gastronómica no difiere este comportamiento presentando platos que oscilan entre 6 a 25 dólares.

Un aspecto competitivo que hace la diferencia es la capacidad de las instalaciones, unas destacan por la capacidad de albergar hasta 700 personas, las otras facilidades tienen un máximo de 300 personas.

3.3.1.4 Productos que ofrece la competencia

Entre los productos que con mayor frecuencia ofrece la competencia se encuentra: servicio de piscina, alimentación, hospedaje, juegos infantiles, canchas deportivas, entre otros; sin embargo muy pocos lugares ofrecen todos los servicios en conjunto.

3.3.1.5 Características de sus clientes

Las familias y grupos sociales de la ciudad de Esmeraldas, buscan un espacio de distracción sano con una variedad de servicios, y, sumado al clima de la ciudad, la cercanía y la facilidad de traslado a la parroquia Tachina desde la ciudad de Esmeraldas.

Las principales características que poseen los clientes que asisten a este tipo de sitios de recreación en la búsqueda de entretenimiento y diversión en sitios seguros y a precios moderados.

El consumidor local, sobre todo quienes acuden en familia a estos lugares es exigente, y espera servicios de calidad que justifiquen el pago que realizan; por otro lado también se encuentran los consumidores que acuden en compañía de amigos o compañeros de trabajo en busca de un espacio de relajación y entretenimiento.

3.3.1.6 Infraestructura

Se pudo observar en las visitas de campo, que la infraestructura de los sitios donde van los clientes, se encuentra deteriorada y que realmente no hay un interés mayor en potenciar o mejorar estos sitios, si bien es cierto, las áreas de terreno son medianamente extensa, es decir bordean los 3000 m², estas no han sido aprovechadas de la mejor manera; además en muchos casos se realizaron construcciones que al momento no se encuentran operativas.

Nombre	Capacidad Max.	Atracciones
Hostería “Pacific Stone”	300 personas	Hidromasaje, Baño turco, Piscina, Hamacas, Canchas deportivas, cabañas, mirador

Hostería “Mario`s Park”	300 personas	Restaurante, Piscinas, Hospedaje
Complejo Recreacional “Don Vini”	700 personas	Canchas deportivas, Piscina con tobogán, Bar karaoke, Restaurante

Tabla N° 9: Infraestructura

3.3.1.7 Fortalezas y Debilidades

Nombre	Fortalezas	Debilidades
Hostería “Pacific Stone”	Precios Cómodos Seguridad Ubicación estratégica Vista al mar	Publicidad Atracciones Falta de transporte
Hostería “Mario`s Park”	Variedad en la comida Precios competitivos Promociones para grupos Vista al mar	Publicidad Falta de transporte
Complejo Recreacional “Don Vini”	Ubicación Estratégica Servicios económicos Vía principal Sitio Estratégico	Publicidad Seguridad

Tabla N° 10: Fortalezas y Debilidades

3.3.1.8 Canales de Comercialización de la Oferta

Los principales competidores considerados en este estudio son: Hostería Pacific Stone, Hostería Mario`s Park, Complejo Recreacional Don Vini, usan canales directos para su llegada hasta el consumidor final.

3.3.1.9 Estrategias de Mercadeo

Hostería “Pacific Stone”:

1. Precios accesibles
2. Variedad de productos en un solo sitio
3. Amplias instalaciones
4. Parqueadero privado

Hostería “Mario`s Park”:

1. Precios accesibles
2. Buena gastronomía
3. Seguridad
4. Parqueadero privado
5. Variedad de servicios
6. Publicidad en vallas, radio y TV

Complejo Recreacional “Don Vini”:

1. Fácil accesibilidad
2. Precios accesibles
3. Amplias instalaciones
4. Variedad de servicios

3.3.2 Aspectos Cuantitativos de la Oferta

3.3.2.1 Oferta Actual e Histórica

De acuerdo a la investigación realizada y al análisis de los datos obtenidos a través de los propietarios de diferentes negocios turísticos y de los datos estadísticos proporcionados por la Secretaría Técnica del Ministerio de Turismo de la Provincia de Esmeraldas, se estima que actualmente la infraestructura turística de la zona tiene una capacidad de atención de aproximadamente 8000 personas al día. En los últimos diez años la infraestructura de servicios turísticos dedicados a la diversión y entretenimiento de visitantes y locales (piscinas, bares, restaurantes, centros de diversión nocturna, etc.) se ha incrementado significativamente, esto se debe a que el Ministerio de Turismo se encuentra actualmente ofertando a la provincia de Esmeraldas como uno de los principales balnearios a nivel nacional, lo que favorece la inversión en infraestructura turística en la zona.

CLIENTES X SEMANA	CANTIDAD	SEMANAS	TOTAL MES	TOTAL AÑO
MIERCOLES	25	4	100,00	1200
JUEVES	30	4	120,00	1440
VIERNES	50	4	200,00	2400
SABADO	75	4	300,00	3600
DOMINGO	100	4	400,00	4800
	280		1120,00	13440

Tabla N° 11: Oferta Actual

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA
2007	80.826
2008	81.675
2009	82.534
2010	83.401
2011	84.277
2012	85.163
2013	86.058
2014	86.963
2015	87.876
2016	88.800

Tabla N° 12: Oferta Histórica

3.3.2.2 Precios

Los precios para el ingreso a los diferentes sitios de diversión analizados se encuentran entre 2 y 5 dólares (únicamente uso de instalaciones); en cuanto a gastronomía los precios de los platos que se ofrecen en estos sitios oscilan entre los 6 y 25 dólares; en algunos lugares el consumo de alimentos y bebidas incluyen el ingreso o uso de las instalaciones recreativas.

3.3.2.3 Capacidad Instalada y Capacidad Utilizada

Para el análisis de la capacidad instalada versus la capacidad utilizada, se tomó como ejemplo los tres sitios considerados como competencia directa del complejo propuesto en éste

proyecto, según las visitas de campo y la información proporcionada por los propietarios de dichos establecimientos presentamos la siguiente relación:

NOMBRE	INSTALACIONES	OPERATIVIDAD
Pacific Stone	Cabañas, piscina, restaurante, área recreativa, parqueadero	60%
Mario`s Park	Piscina con tobogán, restaurante, sala de eventos, parqueadero, cabañas	80%
Don Vini	Piscinas con tobogán, bar, restaurante, parqueadero, canchas deportivas	70%

Tabla N° 13: Operatividad

Nota: La capacidad operativa se calculó en base a la observación directa.

3.3.3 Proyección de la Oferta

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (año 2010), la densidad de la población crece en un 1,040% cada año; tomando en cuenta esta información la proyección de la oferta para poder cubrir la demanda de la población sería:

AÑOS	OFERTA POTENCIAL
2016	88.800
2017	89.724
2018	90.657
2019	91.599
2020	92.552
2021	93.515
2022	94.487
2023	95.470
2024	96.463
2025	97.466

Tabla N° 14: Proyección de la Oferta

3.4 Análisis Comparativo entre Oferta y Demanda

3.4.1 Cuadro Comparativo

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	180.000	88.800	91.200
2017	181.872	89.724	94.040
2018	183.763	90.657	95.018
2019	185.675	91.599	94.075
2020	187.606	92.552	95.054

2021	189.557	93.515	96.042
2022	191.274	94.487	96.787
2023	193.137	95.470	97.667
2024	195.000	96.463	98.537
2025	196.863	97.466	99.397

Tabla N° 15: Cuadro Comparativo

3.5 Determinación de la Demanda del Proyecto

3.5.1 Demanda del Proyecto

El mercado al que estará dirigido el Complejo Recreacional propuesto en este proyecto comprende a los habitantes del cantón Esmeraldas que conforman la población del cantón Esmeraldas, es decir 76003 potenciales clientes.

De esta población se consideran tres posibles escenarios sobre los que se pretende una estimación de la participación de lo que nos significaría el mercado potencial:

1. Escenario Optimista: Participación del 2% del mercado
2. Escenario Moderado: Participación del 1% del mercado
3. Escenario Pesimista: Participación del 0.7% del mercado

Cálculo realizado tomando en consideración la demanda insatisfecha del año 2016 considerando el escenario moderado

AÑOS	DEMANDA
2016	180.000
2017	181.872
2018	183.763
2019	185.765
2020	187.606
2021	189.557
2022	191.528
2023	193.520
2024	195.533
2025	197.566

Tabla N° 16: Demanda del Proyecto

3.5.2 Tipos de Mercado

El mercado al que va dirigido el presente proyecto es el de servicios, es decir el grupo poblacional que tiene necesidad de cubrir sus requerimientos en cuanto a entretenimiento, diversión, alimentación y otros servicios complementarios de ocio y distracción.

3.5.3 Precios

El rango de precios con los que este proyecto se ofertará al mercado se encuentra entre 2 y 9 dólares por persona, estos precios dependerán de los servicios a los que el cliente desee acceder, es decir: el precio estándar del ingreso y derecho al uso de las instalaciones se lo ha establecido en 2,50 dólares para niños y 3,50 dólares para adultos; en el caso de la

alimentación los platos que se ofrecerán tendrán un precio de entre 8 y 9,50 dólares, con la ventaja de que si el cliente consume los alimentos que el complejo ofrece, este pagará su derecho al ingreso y uso de sus instalaciones.

3.5.4 Estrategias genéricas para competir

El proyecto propuesto se sustentara en estrategias claves para proyectar al Complejo Recreacional como la mejor opción de diversión y entretenimiento dentro del cantón, esto en concordancia con su filosofía empresarial y estrategias de gestión.

Las estrategias básicas del proyecto serian:

Estrategias para el servicio

- Calidad en los servicios prestados en atención al cliente
- Calidad de los insumos utilizados adquiriendo los mejores insumos
- Nuevas propuestas de entretenimiento y diversión, tales como deportes extremos, deportes tradicionales
- Innovación en la oferta de servicios, utilizando redes sociales para acercarse más a los clientes
- Prestación de servicios complementarios como un servicio de transporte desde la ciudad hacia Tachina.

Estrategias para el precio

- Precios competitivos: Considerando los factores de la oferta, el entorno
- Precios preferenciales para empresas, organizaciones sin fines de lucro en días de poca concurrencia o grupos.

Estrategias para la Plaza o Distribución

- Dirigido a un estatus socio-económico medio, se plantea de una venta de forma directa. Con la finalidad de mantener la relación con los clientes se establecerá el uso de redes sociales

Estrategias para la Promoción o Comunicación

- Crear una imagen de calidad y buen servicio, que permita un rápido posicionamiento en el mercado
- Lanzamiento de una propuesta competitiva que incluya varios servicios en un mismo lugar y a precios accesibles
- Oferta de servicios complementarios
- Promociones atractivas
- Publicidad innovadora y atractiva
- Recurrir a la publicidad net-working o de boca en boca sustentándose en la prestación de servicios de calidad
- Boletines tradicionales o electrónicos
- Publicar volantes, folletos, carteles, afiches, volantes
- Cupones o vales de descuento
- Implementar la estrategia de 2x1.
- Participar de ferias, eventos, que sean organizados por las diferentes entidades de turismo y hacer conocer el proyecto.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas de la ciudad, para el uso de los servicios.

4 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Estudio técnico

4.1.1 Determinación del tamaño óptimo

El Complejo Turístico se implementara en un área aproximada de 1949 metros cuadrados, en esta área están incluidos para estacionamiento de vehículos, modernas instalaciones que posibilitaran un mejor servicio a los visitantes y que contribuyan a la satisfacción de sus clientes.

La distribución de las diferentes a áreas y servicios que prestara el Complejo Recreacional será la siguiente:

ÁREA	METROS CUADRADOS
Estacionamiento de Vehículos	1149 mt ²
Administración	50 mt ²
Restaurante	200 mt ²
Cocina	100 mt ²
Piscinas (Adultos y Niños)	200 mt ²
Baños	50 mt ²
Parasoles	200 mt ²
TOTAL INSTALACIONES	1949 mt²

Tabla N° 17: Tamaño Óptimo

4.1.2 Localización óptima del proyecto

4.1.2.1 Micro localización

El Complejo Recreacional estará micro localizado en la parroquia Tachina, del cantón Esmeraldas; lugar localizado a tan solo 5 minutos desde el centro de la ciudad cruzando los puentes sobre el Río Esmeraldas.

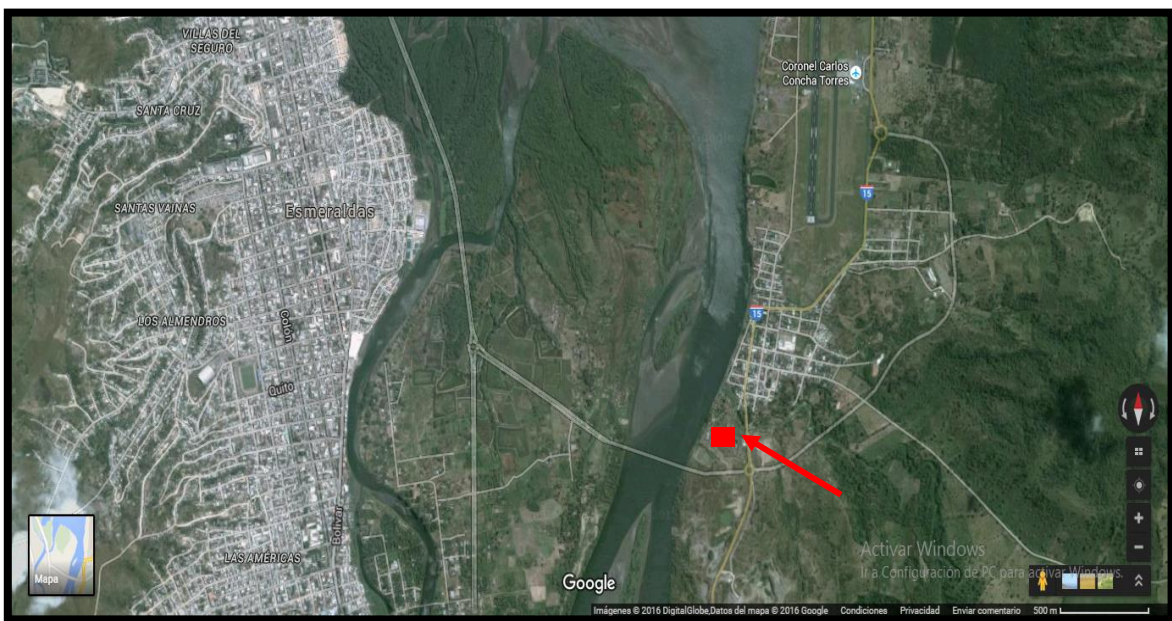


Figura N° 7: Micro localización

Los factores de mayor influencia para definir el lugar donde se localizara el presente proyecto fueron entre otros:

- Vías de fácil acceso
- Prestación de Servicios Básicos
- Entorno propicio para la distracción y el entretenimiento
- Oportunidad de trabajo formal para habitantes locales

4.1.2.2 Macro localización

El Complejo Recreacional se encuentra localizado en la parroquia Tachina del cantón y provincia de Esmeraldas, costa norte del Ecuador.

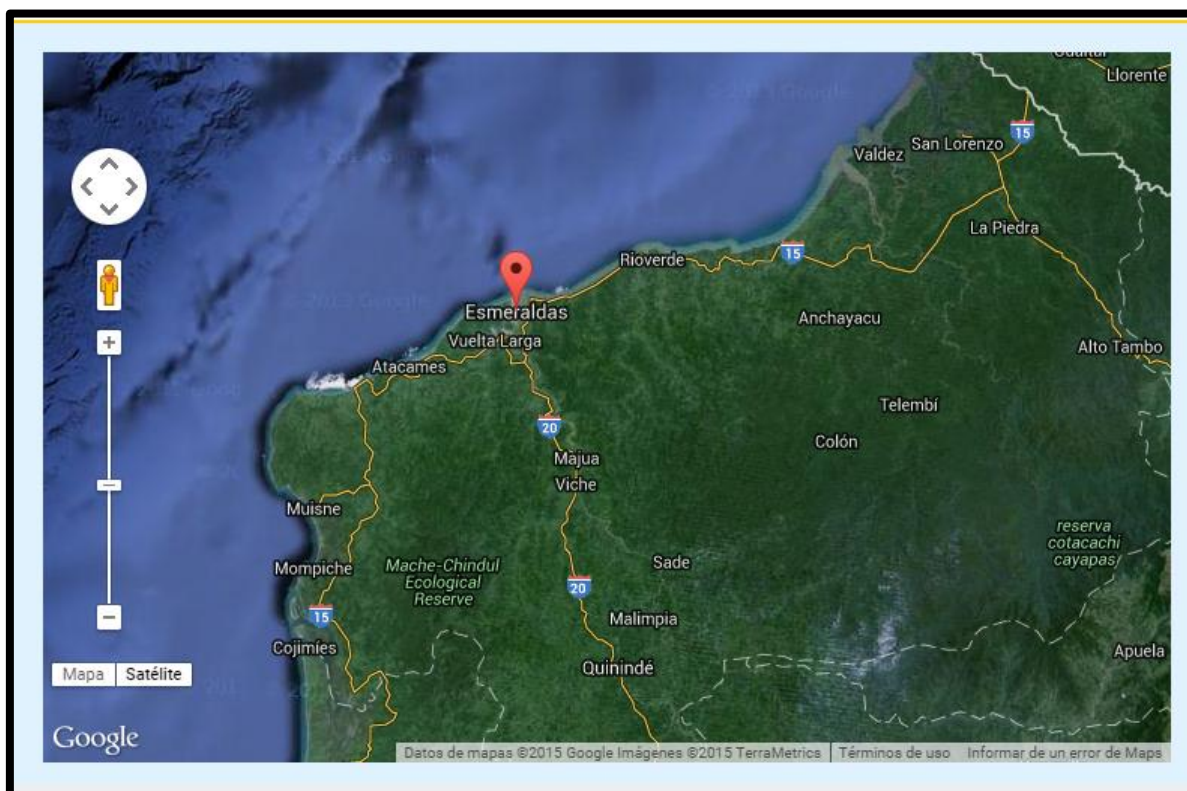


Figura N° 8: Macro localización

4.2.1 Diseño del servicio

El Complejo Recreacional corresponde a la categoría de ocio y entretenimiento, por lo que los principales servicios a ofrecerse buscan la sana distracción de sus visitantes. El sitio ofrece distintas actividades y servicios afines a la recreación de grandes y chicos, de grupos de familiares y amigos etc.

La oferta de variados servicios: alimentación, seguridad, juegos de entretenimiento y deportes buscan la satisfacción de sus clientes

4.2.2 Diseño de los procesos del servicio

4.2.2.1 El proceso general



Figura N° 9: Proceso General

4.2.2.2 Diagrama de flujo del servicio y Manual de procedimientos

La eficiencia en la prestación de servicios del Complejo Recreacional dependen en gran medida de la eficaz normativa y el cumplimiento de cada uno de sus procesos, para ello es necesario establecer flujogramas en la recepción de clientes, prestación de servicios, uso de instalaciones, actividades deportivas, etc.

Flujograma de Recepción del cliente en el Complejo Recreacional

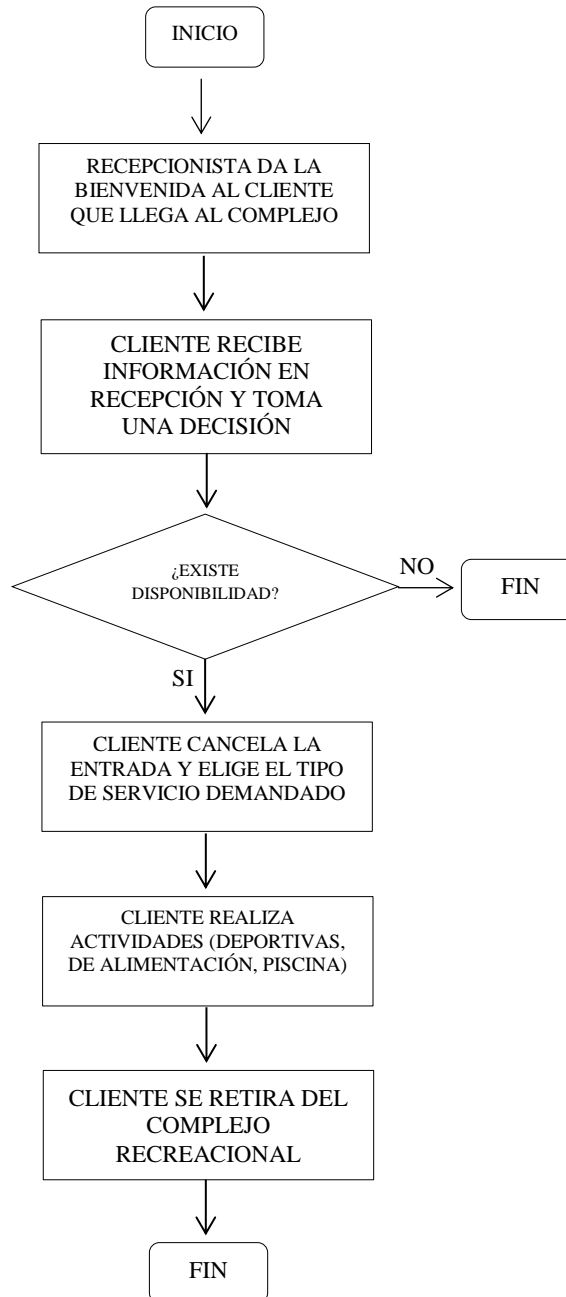


Figura N° 10: Flujograma Recepción del cliente

▪ **Manual de Procedimientos Recepción de Clientes al Complejo**

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
Ingreso a las instalaciones del Complejo Recreacional.	Cliente - Usuario
Inducción de bienvenida y agradecimiento por la visita del cliente.	Encargado de Boletería - Ingreso
Información sobre los productos y servicios que oferta el Complejo.	Encargado de Boletería - Ingreso
Disponibilidad de los productos y servicios del Complejo.	Cliente – Usuario
Pago de entrada para consumir productos y servicios al interior del Complejo.	Cliente – Usuario
Elección de los servicios que se desea consumir.	Cliente – Usuario
Consumo los productos y servicios al interior del Complejo.	Cliente – Usuario
Salida del Complejo recreacional.	Cliente – Usuario
Agradecimiento al cliente e invitación para futuras visitas	Encargado de Boletería - Ingreso

Tabla N° 18: Manual de procedimientos Recepción del Cliente

Flujograma del Servicio de Alimentación

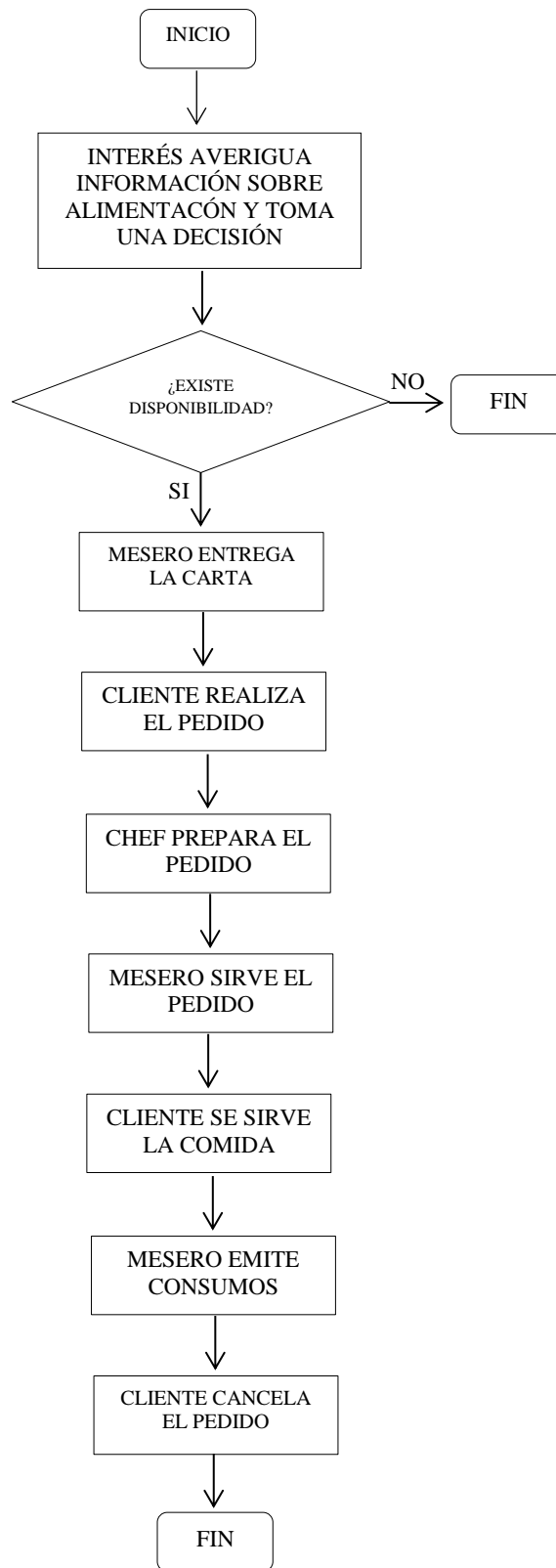


Figura N° 11: Flujograma servicio alimentación

▪ **Manual de Procedimientos servicio de Alimentación**

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
Se acerca al área de alimentación y solicita información sobre los productos alimenticios que se ofertan en el Complejo.	Cliente – Usuario
Se entrega una lista de los productos o platos que se ofertan en el área de alimentación con sus respectivos precios.	Mesero
Se toma una decisión sobre qué tipo de plato o producto servirse.	Cliente – Usuario
Se lleva la orden de pedido a la cocina para su elaboración.	Mesero
Se prepara el pedido solicitado por el cliente.	Chef y ayudante de cocina
Se sirve el pedido en la mesa del cliente que solicitó.	Mesero
Se consumen los alimentos preparados	Cliente – Usuario
Se formula la cuenta por los productos consumidos.	Mesero
Se cancela el pedido en caja.	Cliente – Usuario
Se retira del área de alimentación.	Cliente – Usuario
Se agradece la visita y se le solicita que el cliente vuelva pronto.	Mesero

Tabla N° 19: Manual de procedimientos servicio de Alimentación

Flujograma del Servicio de Actividades Deportivas

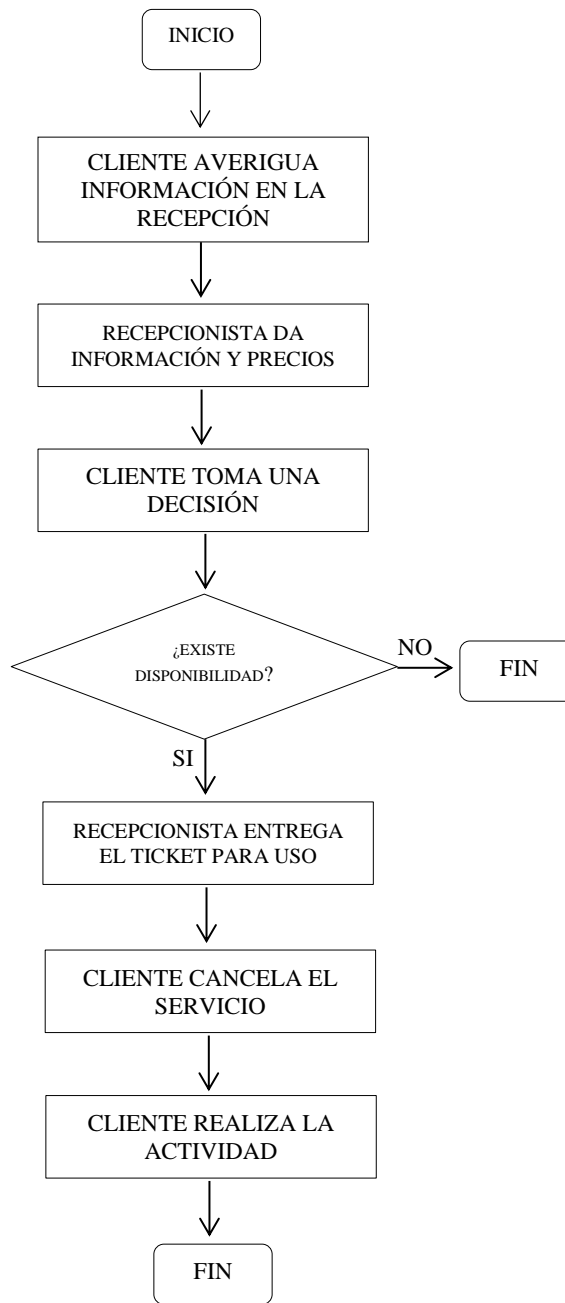


Figura N° 12: Flujograma actividades deportivas

▪ **Manual de Procedimientos Actividades Deportivas**

PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
Se averigua que tipo de actividades deportivas se pueden practicar en el Complejo.	Cliente – Usuario
Se explican las actividades deportivas y precios que se practican en el Complejo.	Asistente de Servicios
Recibe la información y cancela por los servicios que utilizará en el Complejo.	Cliente – Usuario
Se entrega un ticket de permiso para utilizar las instalaciones deportivas.	Asistente de Servicios
Se utilizan las instalaciones deportivas escogidas.	Cliente – Usuario
Se controla el tiempo a utilizar las instalaciones.	Asistente de Servicios
Se informa al cliente el momento en el que termino su tiempo de uso.	Asistente de Servicios
Se retira del área de deportes	Cliente – Usuario
Se agradece la visita y se le solicita que el cliente vuelva pronto.	Asistente de Servicios

Tabla N° 20: Manual de procedimientos actividades deportivas

4.2.3 Requerimientos del proyecto

4.2.3.1 Requerimientos para la prestación del servicio

- **Infraestructura y Obra Civil**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
TERRENO		
Terreno	m ²	1640
OBRA CIVIL		
Construcción de piscina	m ²	80

Tabla N° 21: Infraestructura y Obra Civil

- **Maquinarias y Equipos**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Cocina industrial	Unidad	2
Congelador 7''	Unidad	1
Licadoras acero	Unidad	2
Microondas	Unidad	1
Aspiradora limpia fondos para piscina	Unidad	1
Bomba de Calor para piscina	Unidad	1
Cernidera	Unidad	1

Tabla N° 22: Maquinarias y Equipos

- **Menaje de Cocina**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Jarro Blanco Líneas Horizontales	Unidad	100
Tazón sopa blanco	Unidad	100
Plato ensalada blanco	Unidad	100
Plato tendido blanco	Unidad	100
Plato p/taza de té	Unidad	100
Juego de cuchara sopa	Unidad	25
Juego de tenedor geométrico	Unidad	25
Juego de cuchara de postre	Unidad	25
Caldero clásico	Unidad	4
Vasos lisos Strauss	Unidad	100
Colador	Unidad	2
Jarra con tapa	Unidad	10
Asador de teflón	Unidad	2
Sartén paladium	Unidad	2
Tabla de picar	Unidad	2
Exprimidor de limón	Unidad	2
Exprimidor de naranja	Unidad	2
Cuchillo	Unidad	1

Tabla N° 23: Menaje de Cocina

- **Muebles y Enseres**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Escritorio Master de una gaveta	Unidad	1
Sillón gerente malla	Unidad	1
Sillas tentación	Unidad	3
Archivador vertical 4 gavetas	Unidad	1
Sillas plásticas	Unidad	200
Mesas plásticas	Unidad	50

Tabla N° 24: Muebles y Enseres

- **Equipos de Computación**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Computador todo en uno	Unidad	1

Tabla N° 25: Equipo de Computación

- **Equipos de Oficina**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Impresora L220 Inkjet	Unidad	1
Teléfono inalámbrico	Unidad	1
Televisor LCD 32"	Unidad	2
Caja Amplificadora Élite	Unidad	2

Tabla N° 26: Equipos de Oficina

- **Suministros de Oficina**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Papel Bond	Resma	2
Esferográficos	Unidad	6
Sacagrapas	Unidad	3
Papel de Fax	Unidad	3

Tabla N° 27: Suministros de oficina

- **Suministros de Aseo y Limpieza**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD
Botella con atomizador	Unidad	8
Cepillo para lavar ropa	Unidad	4
Trapeadores	Unidad	5
Guantes de caucho	Unidad	8
Pala para basura con mango	Unidad	5
Escobas plásticas	Unidad	10
Escobillas para baños	Unidad	5
Destapa Cañerías	Galón	6
Basureros plásticos	Unidad	10
Jabón Líquido	Galón	6
Papel Higiénico	Paquete de 24	30
Ambientales	Unidad	4
Desinfectantes	Galón	6
Fundas de basura	Paquetes	30

Tabla N° 28: Suministros de aseo y limpieza

4.2.4 Distribución de las instalaciones

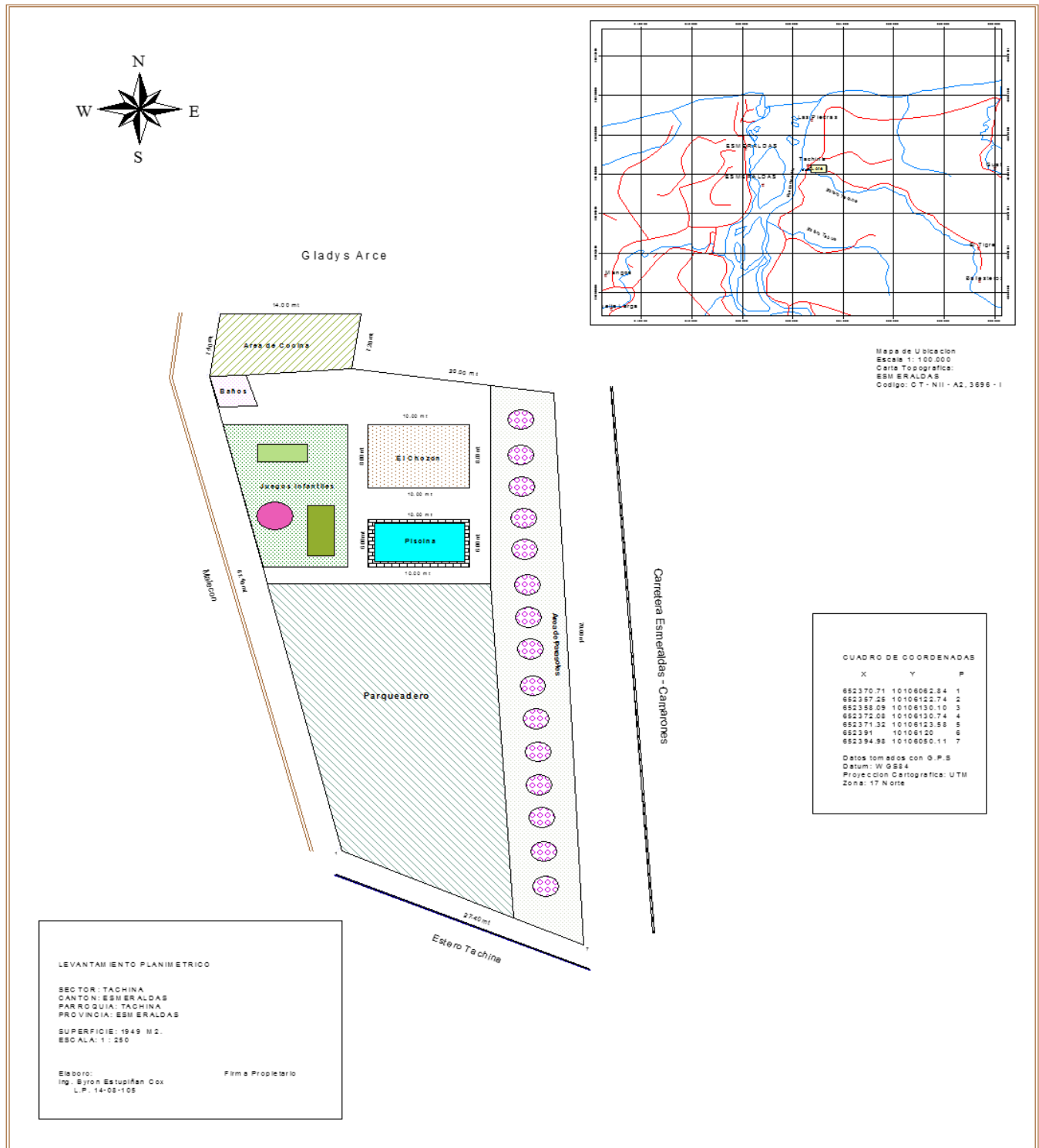


Figura N° 13: Instalaciones

4.2.5 Organización funcional y organigrama general de la empresa

4.2.5.1 Organización funcional

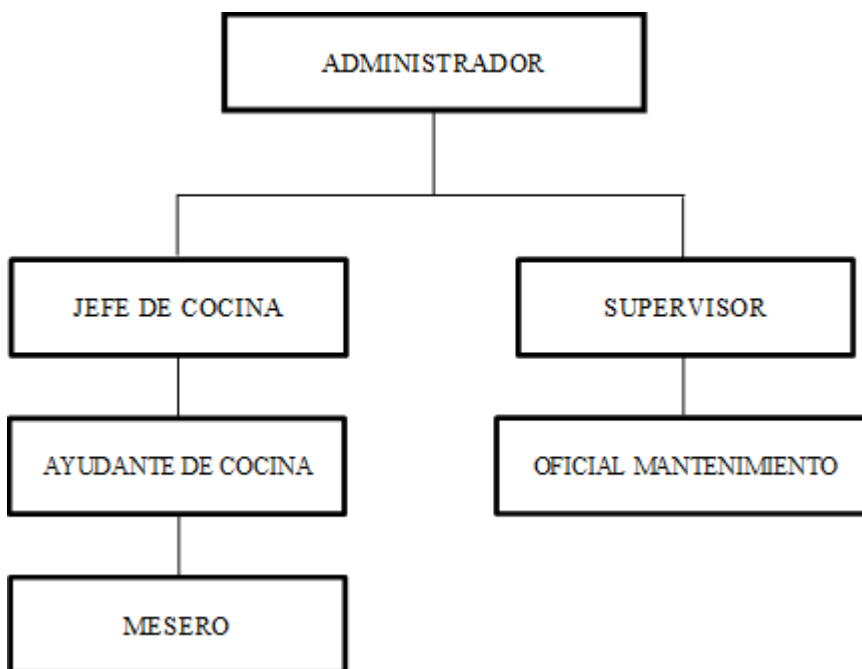


Figura N° 14: Organigrama

4.2.5.2 Manuales de Funciones

NOMBRE DEL PUESTO	Administrador
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Gerencia
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias
Naturaleza del Trabajo: Control y coordinación de actividades en cada uno de los departamentos. El gerente es la máxima autoridad de la empresa, quien tiene la representación legal y extrajudicial de la compañía.	

Funciones:

- Administrar y representar legalmente a la empresa.
- Suscribir certificados de aportaciones.
- Convocar a sesiones de la junta general y participar como secretario.
- Administrar la empresa.
- Presentar a la junta de accionistas un informe anual de labores.
- Presentar a nombre de la empresa, ofertas en ferias de turismo.
- Contratar empleados.
- Cumplir funciones que le sean asignadas por la junta de accionistas.
- Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de los pagos.
- Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.
- Motivación al personal que tiene a su cargo.
- Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.
- Evaluar mensualmente los comentarios y sugerencias de los turistas por la presentación de los servicios turísticos.

Características del Puesto de Trabajo:

- Responsabilidad en cada una de las tareas asignadas
- Conducción con responsabilidad de cada uno de los departamentos de la empresa.
- Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas.

Requisitos:

- Ingeniero en Administración de Empresas, Ecoturismo o carreras afines al turismo.
- Conocimiento de manejo de empresas turísticas.
- Conocimiento del idioma Inglés.

Tabla N° 29: Manual de funciones Administrador

NOMBRE DEL PUESTO	Supervisor
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Área Operativa
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias
<p>Naturaleza del Trabajo:</p> <p>Ejecución y control de las labores que debe cumplir cada uno de los departamentos que tiene a su cargo y que brindan los servicios al público que visita el Complejo Recreacional.</p>	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinar funciones en los departamentos del área operativa de la empresa. ▪ Verificar la prestación de buen servicio a los clientes que visitan el Complejo. ▪ Mejorar la gestión del área operativa a través de nuevas propuestas. ▪ Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad a interior del local. ▪ Cumplir otras funciones que le sean asignadas por el jefe inmediato. 	
<p>Características del Puesto de Trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Administrar el área operativa de la empresa. ▪ Garantizar el mejor funcionamiento del área operativa. 	
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título en Administración Turística. ▪ Conocimiento del idioma Inglés ▪ Buenas relaciones humanas. 	

Tabla N° 30: Manual de funciones Supervisor

NOMBRE DEL PUESTO	Jefe de Cocina
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Restaurante
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias

Naturaleza del Trabajo:

Preparación del menú para los visitantes al Complejo Recreacional.

Funciones:

- Conocimiento en la preparación de los platos típicos, nacionales o internacionales que se van ofrecer.
- Elaborar cartas y menús para el restaurante.
- Se encargara de la compra de materia prima para la elaboración de los platos que se van a ofrecer como menú.
- Dirigir la elaboración de las comidas.
- Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales.
- Vigilar el cumplimiento de las medidas legales tanto del personal como de las instalaciones o en el manejo de los equipos.
- Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos.
- Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina.
- Realizar el listado de materiales, equipos y utensilios de cocina que se necesite adquirir o reemplazar.

Características del Puesto de Trabajo:

- Dirige la cocina y se responsabiliza ante la dirección de la empresa del buen funcionamiento del servicio de restaurante.
- Asigna las funciones que deben cumplir en la cocina.
- Confección de menú del plato de cada día.
- Cuida que los platos que se sirvan cumplan con el recetario de las comidas nacionales e internacionales.

Requisitos:

- Licenciado en gastronomía.
- Conocimiento del idioma Inglés
- Buenas relaciones humanas.
- Buena presencia.

Tabla N° 31: Manual de funciones Jefe de Cocina

NOMBRE DEL PUESTO	Ayudante de Cocina
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Restaurante
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias
Naturaleza del Trabajo: Ayudar al Jefe de Cocina en la preparación de alimentos.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El ayudante de cocina debe estar pendiente de los productos que tiene en estén con su fecha de caducidad. ▪ Mantendrá limpia la cocina. ▪ Revisará que no existan fugas de gas. ▪ Colaborar con el jefe de cocina en el permiso. ▪ Organizar neveras y almarios. ▪ Cumplir con las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. ▪ Pasar los pedidos al mesero. ▪ Observará que los ingredientes y suministros no falten. 	
Características del Puesto de Trabajo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad en el cumplimiento de su labor. ▪ Trabajo en equipo ▪ Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento de cocina. ▪ Un año de experiencia ▪ Buena presencia. ▪ Buenas relaciones humanas. 	

Tabla N° 32: Manuel de funciones Ayudante de Cocina

NOMBRE DEL PUESTO	Mesero
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Restaurante
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias
Naturaleza del Trabajo: Estar pendiente de los clientes que vienen consumir el servicio de restauración.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dar la bienvenida y recibir a los turistas. ▪ Responsable del correcto montaje de las mesas. ▪ Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú que se ofrecen. ▪ Tomar el pedido de los clientes para proceder a la elaboración. ▪ Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido. ▪ Entregar al cliente la orden ya preparada. ▪ Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera. ▪ Recoger los platos luego que el cliente se haya servido. ▪ Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y calidad de los alimentos y bebidas. ▪ Deben estar pendiente de los objetos olvidados por los clientes para poder guardar y entregar momento que el cliente se acerque a preguntar. 	
Características del Puesto de Trabajo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad en su trabajo. ▪ Trabajo en equipo. ▪ Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento del trabajo que va a cumplir. ▪ Un año de experiencia. ▪ Buena presencia. ▪ Buenas relaciones humanas. ▪ Conocimiento básico de idioma inglés. 	

Tabla N° 33: Manual de funciones Mesero

NOMBRE DEL PUESTO	Oficial de Mantenimiento
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD	Recreación
TIEMPO DE TRABAJO	Ocho horas diarias
Naturaleza del Trabajo: Tener en buenas condiciones las áreas de recreación.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Administrar el área recreacional. ▪ Llevar un control de la utilización de los espacios. ▪ Hacer pedidos de requerimientos para los distintos espacios del área recreacional. ▪ Llevar un registro de los clientes que se encuentran utilizando las instalaciones. ▪ Controlar que se dé la utilización necesaria a los espacios designados para la actividad de recreación. 	
Características del Puesto de Trabajo: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabilidad en su trabajo. ▪ Trabajo en equipo. ▪ Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento del trabajo que va a cumplir. ▪ Un año de experiencia. ▪ Buena presencia. ▪ Buenas relaciones humanas. 	

Tabla N° 34: Manual de funciones Oficial de Mantenimiento

4.2.6 Razón social, logotipo de la empresa y slogan

- **Razón Social**

Se realizó la consulta ante la Superintendencia de compañías acerca de la disponibilidad del nombre “COMPLEJO RECREACIONAL BALCON TROPICAL” a fin de establecerlo como marca del presente proyecto y diseñar la imagen institucional que se manejara durante la puesta en marcha y desarrollo del mismo, resultando disponible.

- **Slogan**

Con la finalidad de dar a conocer la cercanía del sitio, en el que se instalara el proyecto en la ciudad de Esmeraldas, se estableció el siguiente slogan para el Complejo Recreacional: “ARMONÍA Y DIVERSIÓN FRENTE AL SOL Y A LA CIUDAD”.

- **Logotipo**



Figura N° 15: Logotipo

4.2.7 Planificación Estratégica

4.2.7.1 Misión

Ser una empresa innovadora de servicios de distracción y sana diversión, que pueda satisfacer las necesidades y expectativas de turistas locales, nacionales y extranjeros, garantizando una experiencia inolvidable por medio de un servicio de calidad, procurando el mejoramiento continuo de sus procesos en beneficio de todos sus clientes.

4.2.7.2 Visión

En el año 2019, ser el Complejo Recreacional más importante de la provincia de Esmeraldas, generando plazas de empleo que contribuyan al impulso del desarrollo socioeconómico de la sociedad esmeraldeña, conservando la calidad en la prestación de servicios y siendo una imagen referente de confianza y credibilidad en la costa norte del Ecuador.

4.2.7.3 Objetivos

- Conseguir una relación articulada y estratégica entre el talento humano del Complejo Recreacional con los visitantes del local, para garantizar un servicio adecuado y satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos.
- Convertirse en uno de los mejores Complejos Turísticos de la costa norte del Ecuador, ofreciendo calidad y variedad en los servicios, aplicando un adecuado proceso administrativo, operativo y generando dinamización para los pobladores que viven en torno al complejo.
- Consolidar al Complejo Turístico como un ente de servicios que propicie e impulse un desarrollo sostenible, vinculando al talento humano de la empresa, a los pobladores del sector y a los clientes que visitan sus instalaciones.

4.2.7.4 Principios Corporativos

- **Calidad:** Brindar atención oportuna, diferente e integral de los servicios ofrecidos con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Eficiencia:** Promover la optimización de los recursos económicos y humanos que permitan el desarrollo empresarial del Complejo.
- **Ética:** Establecer normas de comportamiento que permitan observar un adecuado comportamiento de los empleados del Complejo.
- **Equidad:** Suministrar los servicios a los clientes teniendo en cuenta sus necesidades individuales o grupales.

4.2.7.5 Valores Corporativos

- **Respeto a la naturaleza.-** El Complejo Recreacional será fiel cumplidora de las regulaciones ambientales y promoverá entre su talento humano la observación y cumplimiento de las mismas.
- **Liderazgo.-** Todos los empleados del Complejo, aplicarán el liderazgo en la ejecución de sus actividades y toma de decisiones, con la finalidad de lograr un constante crecimiento y posicionamiento de la empresa.
- **Conocimiento.-** Los empleados del Complejo, deberán conocer todos los procesos que se llevan a cabo en la empresa, para poder dar información coherente y cumplir con los requerimientos de los clientes.
- **Responsabilidad.-** Los empleados deben ser puntuales y exacto en sus actividades, de tal forma que no se generen disminuciones a la rentabilidad empresarial por la realización de tareas a destiempo.

- **Cordialidad.**- Debe ser el punto de partida para la correcta atención a los clientes, pues es luego de un trato cordial que se pueden fijar lazos de fidelidad de los usuarios con la empresa.
- **Honestidad.**- Decir siempre las cosas como son, teniendo cautela y asertividad para dar a conocer alguna situación positiva o negativa.
- **Trabajo en grupo.**- Cada miembro del talento humano, es un pilar fundamental para el éxito en la gestión empresarial, para ello, el trabajo en equipo, debe ser la piedra angular sobre la que se desarrollen las actividades al interior del Complejo.
- **Buena presentación.**- La imagen y la apariencia que reflejen los empleados ante el cliente, será clave al momento de crear un vínculo indefinido con el usuario, por lo que los empleados deben cuidar su imagen personal y procurar ser siempre bien vistos al momento de prestar los servicios.
- **Esfuerzo.**- Es la clave para una eficiente labor, ningún trabajo es fácil y de ello dependerá el futuro del proyecto ya que con la suma de esfuerzos de todos los empleados, los objetivos seguro se cumplirán.

4.2.8 Aspectos legales de la empresa

4.2.8.1 Constitución

Para la creación legal del Complejo Turístico “Balcón Tropical”, se necesita cumplir algunos requisitos sistemáticos para la consecución de permisos y personería jurídica que le permitirá a la empresa funcionar bajo el marco legal y la normativa vigente.

Afiliación Cámara de comercio

- Comprar solicitud USD 1,00
- Afiliación USD 47,00 (cheque certificado y/o efectivo)
- Mensualidad USD 20,00
- Copia a color de la Cédula de ciudadanía
- Copia a color del Certificado de Votación
- Copia a color del Registro Único de Contribuyente RUC
- Copia a color de cédula de identidad de los accionistas

4.2.8.1.1 Permisos municipales

- Se debe obtener el permiso de Patente, requisito exigido a todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.
- En plazo para la obtención de este requisito es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año. (Ventanilla Única)

Los requisitos para su obtención son los siguientes:

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas).
- RUC (original y copia).
- Cédula de Identidad (original y copia).
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones).
- Copia de carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).
- En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos: Categorización (otorga este documento el departamento de control sanitario).
- Si el contribuyente es artesano calificado, anexar original y copia de la calificación de artesano.

- Carnet de artesano calificado (original y copia).

4.2.8.1.1.2 Permiso Sanitario

El permiso sanitario faculta el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos a control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas, sanitarias e higiénicas. Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los primeros 180 días de cada año, previo al pago de los derechos correspondientes.

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de Esmeraldas, lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado(s) de salud.
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4.2.8.1.1.3 Intendencia de Policía

Una vez de haber obtenido el Permiso Sanitario, el paso siguiente es obtener el Permiso de Funcionamiento en la Gobernación de Esmeraldas, Intendencia de Policía, en donde se debe presentar para este trámite lo siguiente:

- Visto bueno Comisario de Salud (Permiso Sanitario)
- Número del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación
- Pago del valor del Permiso de Funcionamiento

Cumplido con estos requisitos, las empresas o locales comerciales, pueden iniciar sus actividades económicas enmarcadas en lo que estipula la Ley.

4.2.8.1.1.4 Servicio de rentas internas

El servicio de Rentas Internas, de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, Decreto Supremo 832, Capítulo I, de las Disposiciones Generales, Art. 3, de la Inscripción Obligatoria, todas las personas naturales o jurídicas que realicen o inicien actividades económicas, están obligadas a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (Es un instrumento que tiene por función, registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivo proporcionar información a la Administración Tributaria).

Para iniciar un negocio a una empresa se debe tomar en cuenta lo que manifiesta la Ley de Régimen Tributario Interno, Normas para Obtención y Actualización del RUC de acuerdo a la resolución 0074, tomando en cuenta:

Artículo 1.- Inscripción, en donde manifiesta que están obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes todas las personas naturales o jurídicas que realicen o inicien actividades económicas.

Artículo 8.- Requisitos para la obtención del RUC.- Son requisitos indispensables para la obtención del RUC, son los siguientes:

- Personas Naturales: Inscripción;
- Presentar el original y presentar copia de la cédula de identidad;
- Fotocopia de la última papeleta de votación;
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.
- En caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad o del pasaporte y fotocopia del censo.
- En caso de artesanos calificados la copia de la calificación artesanal.

Además de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, una Persona Natural que tenga un Negocio o Empresa, está obligada a llevar Contabilidad cuando sus ingresos brutos sean de \$ 40,000 (Cuarenta mil dólares) o su capital de \$24,000 (Veinte y cuatro mil dólares).

4.2.8.1.1.5 Permiso del cuerpo de bomberos

Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales hasta el 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos (Ventanilla Única).

4.2.8.1.1.6 Registro de la actividad turística

Para obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo, se necesitan cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de resulta de la escritura de constitución, aumento de capital o reformas del estatus.
- Nombramiento del representante legal debidamente escrito en la oficina del Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Copia del título de propiedad (Escrituras de la propiedad) o contrato de arrendamiento del local debidamente legalizado.
- Lista de precios de servicios ofertados (original y copia).
- Declaración juramentada de Activos Fijos para cancelación de 1 por mil.

4.2.8.2 Aspectos relacionados con la empresa

4.2.8.2.1 Contratación laboral

- Ningún trabajador que tenga contrato con el Complejo, podrá prestar sus servicios a otras empresas del mismo sector o que hagan negocios con el Complejo.
- La información del Complejo será confidencial para el trabajador, por lo que guardará absoluta discreción con la misma.

- El trabajador no podrá realizar ninguna negociación en la que se mezclen activos de la empresa.
- No se aceptarán mujeres embarazadas al momento de la contratación.
- No deben existir parientes ni familiares en la empresa.
- No tener antecedentes penales y judiciales.
- Los aspirantes a cada función en el Complejo, deben tener por lo menos seis meses de experiencia en cargos o funciones similares.

COMISIONES	RAMAS DE ACTIVIDAD	CATG. MIN	CATG. MAX
TURISMO Y ALIMENTACIÓN		356,58	361,19

Tabla N° 35: Remuneración Sectorial

Nota: Como se puede observar, en el área de turismo y alimentación, la categoría mínima es de \$356,58 y la máxima de \$361,19.

4.2.8.2.2 Leyes que regulan la contratación laboral

Las leyes que observará el Complejo Recreacional para contratar a los empleados que laborarán en ella son:

- Código del Trabajo
- Codificación del Código del Trabajo
- Ley Orgánica para la Defensa de los Derechos Laborales
- Leyes Reformatorias al Código del Trabajo

4.2.8.2.3 Obligaciones patronales en caso de accidentes laborales

Artículo 410.- Obligaciones respecto de la prevención de riesgos.- Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida.

Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.

4.2.8.2.4 Políticas y procedimientos

- **Contratación de Empleados.-** Para contratar nuevos empleados, el gerente será en ente autorizado para la incorporación de los mismos, para esto se diseñara un proceso de selección en el que evaluará su experiencia laboral en el área de turismo, alimentación y servicios, este proceso documentado deberá reposar en la carpeta personal de cada empleado-
- **Inducción de Empleados.-** Los nuevos empleados recibirán una inducción sobre sus funciones a realizar, descripción general de la empresa, políticas y reglamento interno por parte del encargado de servicios del Complejo Recreacional, mismo que se encargará de mostrarle las instalaciones y definir cómo desarrollar cada una de las actividades.
- **Capacitación de Empleados.-** Los empleados de la empresa recibirán con una frecuencia no mayor al año, un proceso de capacitación y actualización de conocimientos sobre atención al público, normas de higiene para cocina, interacción personal, entre otras temáticas.
- **Puntualidad.-** Los empleados deberán ingresar a laborar a las 11:00 am y tendrán como horario de salida las 7:00 pm.

- **Servicios.-** Los empleados deberán conocer cada uno de los procesos para la prestación de servicios y tener en cuenta que cada servicio que solicite el cliente debe entregarse con la más alta calidad.
- **Cobro de Servicios.-** En inicio los cobros serán realizados en efectivo únicamente en la caja y al empleado designado para este fin. En caso de que la empresa crezca con el tiempo, se podrán adoptar otros sistemas de cobro como tarjetas de débito o crédito para brindar mayor facilidad al cliente.
- **Normas de Comportamiento.-** Se debe observar un comportamiento y comunicación constante entre los empleados del Complejo, respetándose mutuamente y colaborándose con las tareas enmarcadas.
- **Confianza.-** Los empleados del Complejo, no podrán comunicar bajo ningún concepto, las decisiones o estrategias de la empresa hacia personas desconocidas.
- **Respeto a las instalaciones.-** No se podrá fumar ni ingerir bebidas alcohólicas al interior del Complejo en horas laborales.
- **Teléfono.-** El uso del teléfono será exclusivo para aspectos relacionados con las actividades del Complejo.

5 ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 Determinación de costos totales

5.1.1 Detalle de Muebles y Enseres

Muebles y Enseres (OFICINA)	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Escritorio master de una gaveta	1	118,25	118,25
Sillón gerente malla	1	146,16	146,16
Sillas tentación	3	47,24	141,72
Archivador vertical 4 gavetas	1	164,65	164,65
Sillas plásticas Portugal	200	6,50	1.300,00
Mesas plásticas báltica	50	35,00	1.750,00
TOTAL			3.620,78

Muebles y Enseres (LOGISTICA)	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Jarro Blanco Líneas Horizontales	100	3,45	345,00
Tazón sopa blanco	100	3,45	345,00
Plato ensalada blanco	100	3,51	351,00
Plato tendido blanco	100	3,55	355,00
Plato p/taza te	100	2,26	226,00
Juego de cuchara sopa	25	8,60	215,00

Juego de tenedor geométrico	25	8,60	215,00
Juego de cuchara de postre	25	6,81	170,25
Caldero clásico	4	21,99	87,96
Vasos lisos Strauss	100	1,26	126,00
Colador	2	15,99	31,98
Jarra con tapa	10	5,55	55,50
Asador con teflón	2	15,99	31,98
Sartén	2	10,99	21,98
Tabla de picar	2	19,99	39,98
Exprimidor de limón	2	4,09	8,18
Exprimidor de naranja	2	6,41	12,82
Cuchillo	1	8,72	8,72
TOTAL			2.647,35
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			6.268,13

Tabla N° 36: Muebles y Enseres

5.1.2 Inversión en Activos Fijos

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANT.	UNID.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
TERRENO	Terreno	1640	m2	100,00	164.000,00
OBRA CIVIL	Construcción de piscina	80	m3	234,38	18.750,00
	Imprevistos construcción	10%	-	-	1.875,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	Cocina industrial	2	unid.	385,00	770,00
	Congelador 7"	1	unid.	667,99	667,99
	Licadoras acero	2	unid.	145,99	291,98
	Microondas	1	unid.	161,99	161,99
	Aspiradora para piscina	1	unid.	25,00	25,00
	Bomba de calor	1	unid.	2600,00	2.600,00
	Cernidera	1		14,50	14,50
MUEBLES Y ENSERES	Muebles y Enseres (Of.)	1	unid.	3620,78	3620,78
	Muebles y Enseres (Log.)	1	unid.	2647,35	2647,35
EQUIPO DE COMPUTO	Computador todo en uno	1	unid.	491,07	491,07
	Teléfono inalámbrico	1	unid.	17,77	17,77
EQUIPOS DE OFICINA	Televisor LCD 32"	2	unid.	554,99	1.109,98
	Caja Amplificada Elite	2	unid.	229,59	459,18
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS					197.502,59

Tabla N° 37: Activos Fijos

Es importante destacar que la idea de implementar un Complejo Recreacional, es la continuación de una idea familiar que hace aproximadamente cinco años, quedó inconclusa. En este contexto, el terreno en el que se pretende implementar el complejo, ya tiene varias construcciones y edificaciones realizadas (baños, áreas para alimentación, pequeñas chozas para los clientes, entre otras), por lo que el emprendedor del proyecto, compro las instalaciones y la única construcción que realizará será la de la piscina, valor que se detalla en la tabla anterior y se justifica con las proformas adjuntadas en los anexos.

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos	Total USD
Terreno	164.000,00
Infraestructura y Obra Civil	20.625,00
Maquinarias y Equipos	4531,46
Muebles y Enseres	6268,13
Equipos de Computación	508,84
Equipos de Oficina	1.569,16
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	197.502,59

Tabla N° 38: Resumen Activos Fijos

5.1.3 Gastos en Suministros de Oficina

Materiales de Oficina	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Papel Bond	2	4,50	9,00
Esferográficos	1	13,00	13,00
Grapadora	1	8,00	8,00
Saca-grapas	2	5,00	10,00
Clips	4	1,00	4,00
TOTAL MATERIALES (SEMESTRAL)			44,00
TOTAL MATERIALES (ANUAL)			88,00

Tabla N° 39: Suministros de Oficina

5.1.4 Gastos de Suministros de Aseo y Limpieza

Utensilios de limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Total (Anual)
Botella con atomizador	8	1,30	10,40
Cepillo de lavar ropa	4	1,00	4,00
Trapeadores	5	3,00	15,00
Guantes de caucho	8	1,50	12,00
Pala para basura con mango	5	1,50	7,50
Escobas plásticas	10	3,00	30,00

Escobillas para baños	5	1,50	7,50
Destapa cañerías	6	1,50	9,00
Basureros plásticos	10	4,00	40,00
Jabon liquido	6	8,50	51,00
Papel higiénico	30	3,75	112,50
Ambientales	4	12,00	48,00
Desinfectantes	6	8,00	48,00
Fundas de basura	30	2,75	82,50
TOTAL UTENSILIOS (SEMESTRAL)			477,40
TOTAL UTENSILIOS (ANUAL)			954,80

Tabla N° 40: Suministros de Aseo y Limpieza

5.1.5 Costos del servicio

Para determinar los costos para la elaboración de los platos que se ofertaran en el complejo es importante conocer la carta de productos del establecimiento.

Dentro de los alimentos preparados que se ofrecerán a los visitantes tenemos:

- Ceviches de concha, camarón, pescado, calamar y mixtos (dos variedades de mariscos)
- Encocados de camarón, concha, pescado, calamar y mixtos (dos variedades de mariscos)
- Pescado frito en filete, entero, chicharrón.
- Camarones, pescado y calamar apanados

CEVICHE DE PESCADO			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Pescado	4,00	0,50	2,00
1	Libra	Tomate	0,50	0,13	0,07
1	Unidad	Verde	0,05	1	0,05
1	Libra	Cebolla	0,70	0,10	0,07
1	Unidad	Limón	0,05	1	0,05
1	Atado	Perejil	0,10	0,10	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Frasco	Mostaza	1,90	0,05	0,10
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
1	Frasco	Salsa de tomate	1,80	0,10	0,18
COSTO TOTAL					2,79
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					97,48

Tabla N° 41: Ceviche de Pescado

CEVICHE DE CAMARÓN			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Camarón	3,60	0,50	1,80
1	Libra	Tomate	0,50	0,13	0,07
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Cebolla	0,70	0,10	0,07
1	Unidad	Limón	0,05	1,00	0,05
1	Atado	Perejil	0,10	0,10	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Frasco	Mostaza	1,90	0,05	0,10
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
1	Frasco	Salsa de tomate	1,80	0,10	0,18
COSTO TOTAL					2,59
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					90,48

Tabla N° 42: Ceviche de Camarón

CEVICHE DE CONCHA			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
15	Unidades	Concha	0,14	15	2,10
1	Libra	Tomate	0,50	0,13	0,07
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Cebolla	0,70	0,10	0,07
1	Unidad	Limón	0,05	1,00	0,05
1	Atado	Perejil	0,10	0,10	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Frasco	Mostaza	1,90	0,05	0,10
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
1	Frasco	Salsa de tomate	1,80	0,10	0,18
COSTO TOTAL					2,89
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					100,98

Tabla N° 43: Ceviche de Concha

CEVICHE MIXTO			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Pescado	4,00	0,25	1,00
1	Libra	Camarón	3,60	0,25	0,90
8	Unidades	Concha	0,14	8,00	1,12
1	Libra	Tomate	0,50	0,13	0,07
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Cebolla	0,70	0,10	0,07
1	Unidad	Limón	0,05	1,00	0,05
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Frasco	Mostaza	1,90	0,05	0,10
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
1	Frasco	Salsa de tomate	1,80	0,10	0,18
COSTO TOTAL					3,80
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					132,83

Tabla N° 44: Ceviche Mixto

ENCOCADO DE PESCADO			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Pescado	4,00	0,50	2,00
1	Libra	Arroz	0,50	0,25	0,13
1	Unidad	Coco	0,50	0,13	0,07
1	Libra	Cebolla	0,70	0,13	0,09
1	Atado	Chillangua	0,25	0,10	0,03
1	Atado	Perejil	0,10	0,13	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Litro	Achiote	3,50	0,05	0,18
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
COSTO TOTAL					2,81
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					98,32

Tabla N° 45: Encocado de Pescado

ENCOCADO DE CAMARÓN			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Camarón	3,60	0,50	1,80
1	Libra	Arroz	0,50	0,25	0,13
1	Unidad	Coco	0,50	0,13	0,07
1	Libra	Cebolla	0,70	0,13	0,09
1	Atado	Chillangua	0,25	0,10	0,03
1	Atado	Perejil	0,10	0,13	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Litro	Achiote	3,50	0,05	0,18
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
COSTO TOTAL					2,61
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					91,32

Tabla N° 46: Encocado de Camarón

ENCOCADO DE CONCHA			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
15	Unidad	Concha	0,14	15,00	2,10
1	Libra	Arroz	0,50	0,25	0,13
1	Unidad	Coco	0,50	0,13	0,07
1	Libra	Cebolla	0,70	0,13	0,09
1	Atado	Chillangua	0,25	0,10	0,03
1	Atado	Perejil	0,10	0,13	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Litro	Achiote	3,50	0,05	0,18
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
COSTO TOTAL					2,91
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					101,82

Tabla N° 47: Encocado de Concha

PESCADO FRITO			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Pescado	4,00	0,50	2,00
1	Libra	Arroz	0,50	0,25	0,13
1	Libro	Frejol	1,50	0,13	0,20
1	Libra	Cebolla	0,70	0,13	0,09
1	Libra	Pimiento	0,30	0,13	0,04
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Litro	Achiote	3,50	0,05	0,18
1	Unidad	Verde	0,05	1,00	0,05
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
1	Libra	Harina	0,40	0,13	0,05
COSTO TOTAL					2,99
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					104,72

Tabla N° 48: Pescado Frito

CHICHARRÓN DE PESCADO			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Pescado	4,00	0,50	2,00
1	Unidad	Limón	0,05	1,00	0,05
2	Unidad	Huevos	0,10	2,00	0,20
1	Frasco	Mostaza	1,90	0,05	0,10
1	Libra	Harina	0,40	0,13	0,05
1	Funda	Pimienta	0,15	0,05	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,10	0,25
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
2	Unidad	Verde	0,05	2,00	0,10
COSTO TOTAL					2,77
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					96,93

Tabla N° 49: Chicharrón de Pescado

CAMARONES APANADOS			NÚMERO DE PORCIÓN: 1		
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	COSTO TOTAL
1	Libra	Camarón	3,60	0,5	1,80
1	Libra	Arroz	0,50	0,25	0,13
2	Unidad	Huevos	0,10	2	0,20
1	Libra	Apanadura	0,55	0,13	0,07
1	Funda	Pimienta	0,15	0,05	0,01
1	Litro	Aceite	2,50	0,1	0,25
1	Unidad	Verde	0,05	1	0,05
1	Libra	Sal	0,30	0,05	0,02
COSTO TOTAL					2,52
PLATOS FIN DE SEMANA					35
COSTO TOTAL SEMANAL					88,17

Tabla N° 50: Camarones Apanados

Resumen costo Materia Prima por platos

PLATOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL
Ceviche de Pescado	2,79	35	97,48	389,90
Ceviche de Camarón	2,59	35	90,48	361,90
Ceviche de Concha	2,89	35	100,98	403,90
Ceviche Mixto	3,80	35	132,83	531,30
Encocado de Pescado	2,81	35	98,32	393,26
Encocado de Camarón	2,61	35	91,32	365,26
Encocado de Concha	2,91	35	101,82	407,26
Pescado Frito	2,99	35	104,72	418,88
Chicharrón de Pescado	2,77	35	96,93	387,73
Camarones Apanados	2,52	35	88,17	352,66
TOTALES				4012,05

Tabla N° 51: Resumen Materia Prima

De los platos mostrados en la tabla anterior, se elaborarán 35 platos de cada una de las alternativas, dando un total de 350 platos semanales, tomando en consideración que se atenderán aproximadamente a 400 personas, de las cuales se estima que un 85% consumirá alimentos al interior del Complejo Recreacional.

5.1.6 Gasto de Sueldos

DETALLE DE REMUNERACIONES											
N°	CARGO	MENSUAL NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	IESS 9,35%	TOTAL EGRESOS	TOTAL RUBROS
1	Gerente Administrador	500,00	41,67	30,50	60,75	20,83	41,65	695,40	46,75	46,75	648,65
2	Jefe de Cocina	500,00	41,67	30,50	60,75	20,83	41,65	695,40	46,75	46,75	648,65
3	Ayudante de Cocina	370,00	30,83	30,50	44,96	15,42	30,82	522,53	34,60	34,60	487,93
4	Mesero	370,00	30,83	30,50	44,96	15,42	30,82	522,53	34,60	34,60	487,93
5	Supervisor	400,00	33,33	30,50	48,6	16,67	33,32	562,42	37,40	37,40	525,02
6	Oficial Mantenimiento	370,00	30,83	30,50	44,96	15,42	30,82	522,53	34,60	34,60	487,93
	TOTAL REMUNERACIONES	2.510,00	209,17	183,00	304,97	104,58	209,08	3.520,80	234,69	234,69	3.286,11

Tabla N° 52: Sueldos

5.1.7 Gastos Administrativos

Detalle	Parcial	V. Mensual	V. Anual
Servicios Básicos			
Energía Eléctrica	120,00		
Agua	100,00		
Teléfono e Internet	70,00		
Gastos en servicios básicos		290,00	3480,00
Publicidad			
Página Web	600,00		
Trípticos	200,00		
Propaganda en TV	500,00		
Publicidad en prensa escrita	650,00		
Gastos en publicidad			1950,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			5430,00

Tabla N° 53: Gastos Administrativos

5.1.8 Depreciación de Activos Fijos

Activo fijo	Valor actual	% Depreciación	Vida útil	Depreciación
Maquinarias y Equipos	4.531,46	10%	10	453,15
Muebles y Enseres	6.268,13	10%	10	626,81
Equipos de Computación	508,84	33,33%	3	169,60
Equipos de Oficina	1.569,16	10%	10	156,92
Totales	12.877,59	-		1.406,47

Tabla N° 54: Depreciación Activos Fijos

5.1.9 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	TOTAL
Gastos de Constitución	500,00
Gastos de Adecuación	200,00
TOTALES	700,00

Tabla N° 55: Activos Diferidos

5.1.10 Costos Totales Anuales del Proyecto

Detalle	Mensual	Anual
Costo de Materia Prima	4.012,05	48.144,60
Materiales de Oficina	7,33	88,00
Utensilios de limpieza	79,57	954,80
Servicios Básicos	290,00	3.480,00
Publicidad	162,50	1.950,00
Sueldos y Salarios	3.286,11	39.433,36
Depreciación Maquinaria y Equipos	37,76	453,15
Depreciación Muebles y Enseres	52,23	626,81
Depreciación Equipos de Computación	14,13	169,60
Depreciación Equipos de Oficina	13,08	156,92
Amortización de Activos Diferidos	58,33	700,00
TOTALES		96.157,23

Tabla N° 56: Costos Totales

5.1.11 Capital de Trabajo

▪ Capital de Trabajo

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{\text{Costos Totales Anuales} - \text{Depreciaciones} - \text{Amortizaciones}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{96,157.23 - 1,406.47 - 700}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \frac{94,050.76}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = 7,837.56$$

El Complejo Recreacional requiere al mes, \$7,837.56 para el pago de los costos operativos.

5.1.12 Inversión Inicial del Proyecto

CONCEPTOS	VALORES TOTALES
Activos Fijos	197,502.59
Activos Diferidos	700.00
Capital de Trabajo	7,837.56
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	206,040.15

Tabla N° 57: Inversión Inicial

5.1.13 Financiamiento de la Inversión

Con el afán de poner en marcha el proyecto, por cuanto de acuerdo al estudio de mercado, existen las posibilidades de que exista una demanda de los servicios a ofertar, el autor del proyecto cuenta con el capital para la compra del terreno y la construcción de la piscina, siendo una inversión propia de \$182,750.00, lo que corresponde al 88.70%, en tanto que el restante \$23,290.15 (11.30%), buscará ser financiado en una institución financiera local.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR APORTADO	% VALOR APORTADO	TASA PASIVA REF.	TASA ACTIVA REF.	COSTO DE CAPITAL
APORTE SOCIOS	\$182,750.00	88.70%	5.62%		4.98%
CRÉDITO	\$23,290.15	11.30%		9.15%	1.05%
TOTAL DE INVERSIÓN	\$206,040.15	100%	TASA DE DESCUENTO (COSTO DE CAPITAL)		6.03%

Tabla N° 58: Costo de Capital

5.1.14 Tabla de Amortización

METODO		CUOTA FIJA		12
1.075.504,38	23.290,15	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	10,28%	PERIODOS	60	
PLAZO	5	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,36%	PAGO PERIODICO	498,06	
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				23.290,15
1	498,06	281,81	216,25	23.073,90
2	498,06	279,19	218,87	22.855,03
3	498,06	276,55	221,52	22.633,52
4	498,06	273,87	224,20	22.409,32
5	498,06	271,15	226,91	22.182,41
6	498,06	268,41	229,65	21.952,76
7	498,06	265,63	232,43	21.720,32

8	498,06	262,82	235,25	21.485,08
9	498,06	259,97	238,09	21.246,98
10	498,06	257,09	240,97	21.006,01
11	498,06	254,17	243,89	20.762,12
12	498,06	251,22	246,84	20.515,28
TOTAL	5.976,74	3.201,87	2.774,87	
13	498,06	248,23	249,83	20.265,46
14	498,06	245,21	252,85	20.012,61
15	498,06	242,15	255,91	19.756,70
16	498,06	239,06	259,01	19.497,69
17	498,06	235,92	262,14	19.235,55
18	498,06	232,75	265,31	18.970,24
19	498,06	229,54	268,52	18.701,72
20	498,06	226,29	271,77	18.429,95
21	498,06	223,00	275,06	18.154,89
22	498,06	219,67	278,39	17.876,50
23	498,06	216,31	281,76	17.594,75
24	498,06	212,90	285,17	17.309,58
TOTAL	5.976,74	2.771,04	3.205,70	
25	498,06	209,45	288,62	17.020,96
26	498,06	205,95	292,11	16.728,86
27	498,06	202,42	295,64	16.433,21
28	498,06	198,84	299,22	16.133,99
29	498,06	195,22	302,84	15.831,15
30	498,06	191,56	306,50	15.524,65
31	498,06	187,85	310,21	15.214,44

32	498,06	184,09	313,97	14.900,47
33	498,06	180,30	317,77	14.582,70
34	498,06	176,45	321,61	14.261,09
35	498,06	172,56	325,50	13.935,59
36	498,06	168,62	329,44	13.606,15
TOTAL	5.976,74	2.273,31	3.703,43	
37	498,06	164,63	333,43	13.272,72
38	498,06	160,60	337,46	12.935,26
39	498,06	156,52	341,55	12.593,71
40	498,06	152,38	345,68	12.248,04
41	498,06	148,20	349,86	11.898,18
42	498,06	143,97	354,09	11.544,08
43	498,06	139,68	358,38	11.185,70
44	498,06	135,35	362,71	10.822,99
45	498,06	130,96	367,10	10.455,89
46	498,06	126,52	371,55	10.084,34
47	498,06	122,02	376,04	9.708,30
48	498,06	117,47	380,59	9.327,71
TOTAL	5.976,74	1.698,30	4.278,44	
49	498,06	112,87	385,20	8.942,51
50	498,06	108,20	389,86	8.552,65
51	498,06	103,49	394,57	8.158,08
52	498,06	98,71	399,35	7.758,73
53	498,06	93,88	404,18	7.354,55
54	498,06	88,99	409,07	6.945,48
55	498,06	84,04	414,02	6.531,46

56	498,06	79,03	419,03	6.112,42
57	498,06	73,96	424,10	5.688,32
58	498,06	68,83	429,23	5.259,09
59	498,06	63,63	434,43	4.824,66
60	498,06	58,38	164,00	-
TOTAL	5.976,74	1.034,01	4.667,05	

Tabla N° 59: Tabla de Amortización

Con una tasa de interés del 10.28% se cancelarán 60 cuotas de \$498,06, lo que al año representa un valor de \$5,976.72. El total del valor pagado por el crédito será \$5,701.02 de interés más \$23,290.15 de capital.

5.2 Determinación de Ingresos

Tomando en consideración la capacidad instalada del Complejo Recreacional “Balcón Tropical, se espera que durante los días de atención, especialmente los fines de semana se recibirá un flujo de clientes de aproximadamente 400 personas, de los que el 60% son niños y el restante 40% adultos.

N° Clientes	Costo Entrada	Valor Semanal	Valor Mensual	Valor Anual
240 Niños	2,50	600,00	2400,00	28800,00
160 Adultos	3,50	560,00	2240,00	26880,00
Ingresos por entradas		1160,00	4640,00	55680,00

Tabla N° 60: Ingresos por entradas

Platos	N°	Costo Unitario	P.V.P	Valor Semanal	Valor Mensual
Ceviche de pescado	35	2,79	8,00	280,00	1120,00
Ceviche de camarón	35	2,59	8,00	280,00	1120,00
Ceviche de concha	35	2,89	9,00	315,00	1260,00
Ceviche mixto	35	3,80	9,50	332,50	1330,00
Encocado de pescado	35	2,81	8,00	280,00	1120,00
Encocado de camarón	35	2,61	8,00	280,00	1120,00
Encocado de concha	35	2,91	8,00	280,00	1120,00
Pescado frito	35	2,99	6,00	210,00	840,00
Chicharrón de pescado	35	2,77	8,00	280,00	1120,00
Camarón apanado	35	2,52	8,00	280,00	1120,00
TOTAL	350	-	-	2817,50	10150,00
TOTAL INGRESOS ANUALES					121800,00

Tabla N° 61: Ingresos por venta de comidas

5.2.1 Proyección de Ingresos Anuales

Descripción de Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas al Complejo	55.680,00	61.248,00	67.372,80	74.110,08	81.521,09
Venta de Comida	121.800,00	133.980,00	147.378,00	162.115,80	178.327,38
Total Ingresos	177.480,00	195.228,00	214.750,80	236.225,88	259.848,47

Tabla N° 62: Proyección de Ingresos Anuales

Se tiene proyectado que de acuerdo a las condiciones de mercado, de la demanda insatisfecha y de la posibilidad de que el Complejo Recreacional esté situado a tan solo cinco minutos de la ciudad, se tiene previsto que las ventas aumenten en un 10% anual.

5.2.2 Clasificación de Costos Fijos y Variables

Concepto	Valor Anual	Clasificación
Costo de Materia Prima	48.144,60	VARIABLE
Materiales de Oficina	88,00	VARIABLE
Utensilios de limpieza	954,80	VARIABLE
Servicios Básicos	3.480,00	VARIABLE
Publicidad	1.950,00	VARIABLE
Sueldos y Salarios	39.433,36	FIJO
Depreciación Maquinaria y Equipos	453,15	FIJO

Depreciación Muebles y Enseres	626,81	FIJO
Depreciación Equipos de Computación	169,60	FIJO
Depreciación Equipos de Oficina	156,92	FIJO
Amortización de Activos Diferidos	700,00	FIJO
Costo de Financiamiento	5.976,72	FIJO
TOTAL DE COSTOS	102.133,95	

Tabla N° 63: Costos Fijos y Variables

5.2.2.1 Resumen de Costos Fijos y Variables

Total de costos fijos	47.516,55
Total de costos variables	54.617,40
TOTAL DE COSTOS	102.133,95

Tabla N° 64: Resumen Costos Fijos y Variables

5.2.3 Cálculo del Punto de Equilibrio

$$PUNTO DE EQUILIBRIO == \frac{COSTOS FIJOS}{1 - COSTOS VARIABLES \div INGRESOS}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO == \frac{47,516.55}{1 - 54,617.40 \div 121,800.00}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = 47,516.10$$

5.3 Evaluación Económica

5.3.1 Determinación de Ingresos

Descripción de Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas al Complejo	55.680,00	61.248,00	67.372,80	74.110,08	81.521,09
Venta de Comida	121.800,00	133.980,00	147.378,00	162.115,80	178.327,38
Total Ingresos	177.480,00	195.228,00	214.750,80	236.225,88	259.848,47

Tabla N° 65: Determinación de Ingresos

5.3.2 Determinación de Egresos

5.3.2.1 Proyección de Costos en función de la inflación

En base al cálculo del primer año de costos, se estimara en función de estos, el incremento respectivo tomando como referencia la tasa de inflación, misma que a Diciembre del 2015 es de 3.38%.

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Materia Prima	48.144,60	49771,89	51454,18	53193,33	54991,26
Materiales de Oficina	88,00	90,97	94,05	97,23	100,51
Utensilios de limpieza	954,80	987,07	1020,44	1054,93	1090,58
Servicios Básicos	3.480,00	3597,62	3719,22	3844,93	3974,89
Publicidad	1.950,00	2015,91	2084,05	2154,49	2227,31

Tabla N° 66: Proyección de Costos

5.3.2.2 Proyección de Incremento de Sueldos

Para el incremento de los valores de sueldos, se tomará como referencia el promedio resultante de los últimos 5 años, el mismo que da como resultado un incremento anual del 7.32%

2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	PROMEDIO
10%	10.60%	8.90%	6.91%	4.12%	3.39%	7.32%

Figura N° 16: Incremento de Sueldos

Sueldos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Personal	39.433,36	42.319,88	45.417,69	48.742,27	52.310,20

Tabla N° 67: Proyección de Sueldos

5.3.2.3 Proyección de Gastos Financieros

Los valores del préstamo serán cuotas fijas durante el tiempo de crédito.

Préstamo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo	5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72

Tabla N° 68: Proyección de Gastos Financieros

5.3.2.4 Proyección de Depreciación de Activos Fijos

Los valores de depreciación se mantienen fijos durante los años de vida útil.

Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinarias y Equipos	453,15	453,15	453,15	453,15	453,15
Muebles y Enseres	626,81	626,81	626,81	626,81	626,81
Equipos de Computación	169,60	169,60	169,60	0	0
Equipos de Oficina	156,92	156,92	156,92	156,92	156,92

Tabla N° 69: Proyección de Depreciación de Activos Fijos

5.4 Estado de Resultado proyectado

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE OPERACIÓN	177.480,00	195.228,00	214.750,80	236.225,88	259.848,47
EGRESOS					
Costo de Materia Prima	48.144,60	49.771,89	51.454,18	53.193,33	54.991,26
Materiales de Oficina	88,00	90,97	94,05	97,23	100,51
Utensilios de limpieza	954,80	987,07	1.020,44	1.054,93	1.090,58
Servicios Básicos	3.480,00	3.597,62	3.719,22	3.844,93	3.974,89
Publicidad	1.950,00	2.015,91	2.084,05	2.154,49	2.227,31
Sueldos y Salarios	39.433,36	42.319,88	45.417,69	48.742,27	52.310,20
Depreciación Maquinarias y Equipos	453,15	453,15	453,15	453,15	453,15
Depreciación Muebles y Enseres	626,81	626,81	626,81	626,81	626,81
Depreciación Equipos de Computación	169,60	169,60	169,60	0	0
Depreciación Equipos de Oficina	156,92	156,92	156,92	156,92	156,92
Amortización de Activos Diferidos	700,00	0	0	0	0
Costo de Financiamiento	5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72
TOTAL EGRESOS	102.133,95	106.166,54	111.172,82	116.300,77	121.908,36
UTILIDAD BRUTA	75.346,05	89.061,46	103.577,98	119.925,11	137.940,11
(-) 15% Participación trabajadores	11.301,91	13.359,22	15.536,70	17.988,77	20.691,02
UTILIDAD ANTE IMPUESTO A LA RENTA	64.044,14	75.702,24	88.041,29	101.936,35	117.249,09
(-) 22% Impuesto a la renta	14.089,71	16.654,49	19.369,08	22.426,00	25.794,80
UTILIDAD NETA	49.954,43	59.047,75	68.672,20	79.510,35	91.454,29

Tabla N° 70: Estado de Resultado

5.5 Estado de Flujo de Efectivo

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	(-206.040,15)					
Ingreso por ventas		177.480,00	195.228,00	214.750,80	236.225,88	259.848,47
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		177.480,00	195.228,00	214.750,80	236.225,88	259.848,47
Costos Operativos Proyectados		54.617,40	56.463,47	58.371,93	60.344,90	62.384,56
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA		122.862,60	138.764,53	156.378,87	175.880,98	197.463,91
Sueldos Personal		39.433,36	42.319,88	45.417,69	48.742,27	52.310,20
Depreciación		1.406,47	1406,47	1406,47	1236,88	1236,88
Gastos de Constitución		700,00				
TOTAL EGRESOS		41.539,83	43.726,35	46.824,16	49.979,14	53.547,08
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA		81.322,77	95.038,18	109.554,70	125.901,83	143.916,83
Costo de Financiamiento		5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72	5.976,72
UTILIDAD PROYECTADA		75.346,05	89.061,46	103.577,98	119.925,11	137.940,11
(-) 15% Participación trabajadores		11301,91	13359,22	15536,70	17988,77	20691,02
UTILIDAD ANTE DE IMPUESTOS		64.044,14	75.702,24	88.041,29	101.936,35	117.249,09
(-) 22% Impuesto a la renta		14.089,71	16.654,49	19.369,08	22.426,00	25.794,80
UTILIDAD NETA PROYECTADA		49.954,43	59.047,75	68.672,20	79.510,35	91.454,29
FLUJO NETO DE CAJA	(-206.040,15)	49.954,43	59.047,75	68.672,20	79.510,35	91.454,29

Tabla N° 71: Estado de Flujo de Efectivo

6 MÉTODOS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA

6.1 Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO				
Periodos	Valores	Tasa Descuento	(1+Td) ⁿ	FE/(1+VAN) ⁿ
0	-206.040,15			-206.040,15
1	49.954,43	0,0603	1,0603	47.113,49
2	59.047,75	0,0603	1,1242	52.522,55
3	68.672,20	0,0603	1,1920	57.609,58
4	79.510,35	0,0603	1,2639	62.908,40
5	91.454,29	0,0603	1,3401	68.243,34
TOTAL VAN				82.357,21

Tabla N° 72: V.A.N.

El valor actual neto del proyecto es de \$82.357,21, permitiendo establecer que el VAN es positivo, el proyecto crea valor por lo que la inversión es viable.

6.2 Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO				
Periodos	Valores	TIR	(1+TIR) ⁿ	FE/(1+TIR) ⁿ
0	-206.040,15			-206.040,15
1	49.954,43	0,182855382	1,182855382	42.232,07
2	59.047,75	0,182855382	1,399146854	42.202,68
3	68.672,20	0,182855382	1,654988385	41.494,07
4	79.510,35	0,182855382	1,957611918	40.615,99
5	91.454,29	0,182855382	2,315571792	39.495,34
TOTAL TIR				0,00

Tabla N° 73: T.I.R.

El proyecto genera una Tir de 18,29% que es notablemente superior a la tasa de descuento, por lo que le proyecto es técnica y económicamente viable.

6.3 Tiempo de Recuperación de la Inversión

PERIODO RECUPERACION DE LA INVERSION				
Periodos	Valores	Valores Acumulados	Años	Meses
0	-206.040,15		0	
1	49.954,43	49.954,43	1	
2	59.047,75	109.002,18	2	
3	68.672,20	177.674,39	3	
4	79.510,35	206.040,15		9

Tabla N° 73: P.R.I.

De acuerdo a los valores obtenidos y analizando las sumas de los flujos de efectivo se puede afirmar que la inversion seria recuperada aproximadamente en tres años y nueve meses.

6.4 Índices de Rentabilidad

Con los datos económicos obtenidos del estado de resultados, se determinaron los índices de Utilidad Bruta, Operacional y Bruta, sobre la proyección de ventas.

6.4.1 Rentabilidad Bruta

$$\text{Rentabilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Bruta} = \frac{122.862,60}{197.480,00}$$

$$\text{Rentabilidad Bruta} = 69,23\%$$

Se proyecta que el complejo recreacional tendría una rentabilidad bruta del 69,23% sobre la base de las ventas.

6.4.2 Rentabilidad Operativa

$$\text{Rentabilidad Operativa} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Operativa} = \frac{81.322,77}{177.480,00}$$

$$\text{Rentabilidad Operativa} = 45,82\%$$

Se proyecta que el complejo recreacional tendría una rentabilidad operativa del 45,82% sobre la base de las ventas.

6.4.3 Rentabilidad Neta

$$\text{Rentabilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Rentabilidad Neta} = \frac{49.954,43}{177.480,00}$$

$$\text{Rentabilidad Neta} = 28,15\%$$

Se proyecta que el complejo recreacional tendría una rentabilidad operativa del 28,15% sobre la base de las ventas.

NOTA: Para el cálculo de los índices financieros se ha tomado en consideración los flujos de caja del primer año de operatividad del complejo recreacional.

6.5 Impactos

Los impactos del proyecto se han determinado en base a la aplicación de una metodología que posibilite desde varios puntos de vista, establecer como impactaría en la comunidad y sociedad, una empresa de este tipo.

Para la determinación del impacto se tendrá en cuenta la siguiente tabla:

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	SIN IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

Tabla N° 74: Impactos

El análisis será realizado aplicando una operación matemática que permite dividir la suma de los niveles para el número de indicadores, exponiendo luego un breve análisis de los resultados obtenidos.

6.5.1 Impacto Sociocultural

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	X
Servicios de calidad							◆	3
Instalaciones, seguridad y adecuación						◆		2
Servicios del personal						◆		2
TOTAL						4	3	7
$NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = \frac{7}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = 2.33 = 2$ $NIVEL DE IMPACTO SOCIOCULTURAL = MEDIO POSITIVO$								

Tabla N° 75: Impacto Sociocultural

El análisis del impacto sociocultural permitió evidenciar que se tiene un impacto medio positivo, derivado de que se ofertará y brindará un servicio de calidad en el complejo recreacional, marcado desde las políticas propias diseñadas en el proyecto; las instalaciones cuentan con la comodidad, seguridad y espacio para que los clientes puedan estar cómodos y seguros cuando visiten el complejo; el personal contratado deberá cumplir con requisitos de experiencia en atención al cliente y será capacitado por lo menos una vez al año para que brinde a los clientes visitantes una atención de primera.

6.5.2 Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	X
Generación de empleo							◆	3
Turismo en constante desarrollo							◆	3
Valores por servicios						◆		2
TOTAL						2	6	8
$NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = \frac{8}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = 2.67 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = ALTO POSITIVO$								

Tabla N° 76: Impacto Económico

Los impactos económicos medidos bajo esta variable permiten establecer que la creación de emprendimientos y nuevas empresas supone la creación de nuevas fuentes de trabajo, siendo que la implementación del complejo recreacional permitiría que nuevos ciudadanos puedan tener un empleo digno que les permita desarrollarse. En cuanto a la variable del turismo, la creación de una nueva alternativa para las personas que hacen turismo, permitirá el desarrollo de esta importante actividad económica en la ciudad. Respecto a los valores que se cobrarán, aunque sean un poco más altos que los de la competencia (entradas), se justifican en función de la comodidad, seguridad y calidad de atención que recibirán.

6.5.3 Impacto Ambiental

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	X
Medioambiente							◆	3
Manejo de desechos del complejo						◆		2
Fauna y flora del sector							◆	3
TOTAL						2	6	8
$NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = \frac{8}{3}$ $NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = 2.67 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = ALTO POSITIVO$								

Tabla N° 77: Impacto Ambiental

El análisis del impacto ambiental permitió establecer que los procesos operativos para brindar los servicios del complejo recreacional, observarán normas de respeto al medioambiente, teniendo en cuenta leyes expedidas por el estado a través del ministerio pertinente, para cuidarlo y preservarlo. El manejo de desechos será en función de las normas de higiene respectivas, separando según sea el caso, los desechos orgánicos e inorgánicos. Por último, el complejo estará situado en un lugar en el que los alrededores están lleno de vegetación y aves, las mismas que serán protegidas y vistas de cerca por los clientes visitantes.

6.5.4 Impacto Global del Proyecto

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	X
Sociocultural						◆		2
Económico							◆	3
Ambiental							◆	3
TOTAL						2	9	11
$NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = \frac{SUMATORIA DE PUNTUACIONES}{NÚMERO DE INDICADORES}$ $NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = \frac{11}{4}$ $NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = 2.75 = 3$ $NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = ALTO POSITIVO$								

Tabla N° 78: Impacto Global del Proyecto

La creación de un complejo recreacional en la parroquia Tachina, cuenta con positivos resultados proyectados, no solo en el ámbito económico para el emprendedor, sino también será una oportunidad de generar empleo en la zona, desarrollar el turismo de la ciudad y provincia, respetando siempre el medio ambiente y promoviendo servicios diferenciados de calidad a los clientes y usuarios que lo visitan.

7 DISCUSIÓN

En la investigación titulada “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Recreación Turística en el cantón Gualaceo”, los autores consideran al turismo un negocio que supone una de las más importantes fuentes de ingresos a nivel mundial, además que el Ecuador posee una gran cantidad de atractivos turísticos destacados por su variada cultura y biodiversidad. Los autores proponen este estudio para desarrollar la actividad turística del cantón; el estudio parte de una consideración de los fundamentos teóricos y el desarrollo de la investigación de mercado aplicada a comprender los gustos y preferencias de sus potenciales clientes; al igual que esta investigación el autor de esta presente trabajo indica que el turismo, es una de las principales actividades que generan desarrollo económico en la sociedad, pues el flujo de turistas y ciudadanos que realizan algún tipo de turismo es cada día mayor.

En la investigación titulada “Proyecto de factibilidad para la implementación del Centro Recreacional Turístico Ceibopamba en la parroquia Malacatos del cantón Loja”, en el cual su autor considera que el turismo es un sector económico de alto crecimiento, uno de los más importantes del mundo y en algunos sitios la única fuente de ingresos para los habitantes; con el fin de aportar en el desarrollo del turismo en el cantón se proponen éste estudio de factibilidad en el cual han dividido su investigación en tres partes: una revisión bibliográfica sobre la terminología a emplearse, un análisis detallado de todos los elementos que intervienen en el proyecto de factibilidad (estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio administrativo y estudio ambiental); mientras que en el presente trabajo de tesis se propone implementar el Complejo Recreacional “Balcón Tropical” que cuente con instalaciones de primera, segura y confiables, para que los turistas, puedan tener alternativa diferente de distracción los fines de semana.

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- En la ciudad de Esmeraldas actualmente existe un alto número de habitantes que generalmente asisten a sitios de diversión durante los fines de semana, sin embargo los servicios que se ofrecen no cumplen con los estándares de calidad exigidos por lo que no satisfacen la necesidad del cliente, lo que se convierte en una oportunidad para el Complejo Recreacional “Balcón Tropical”.
- La competencia existente en el cantón y provincia de Esmeraldas al no ofrecer una cartera de productos y servicios eficiente y de buena calidad deja la oportunidad a nuevos emprendimientos de incursionar en este negocio. Para ello se requiere de que los nuevos emprendimientos tengan amplio conocimiento sobre las necesidades de sus clientes y sobre todo el compromiso de que los productos y servicios que se presten cumpla con los estándares de calidad que el visitante busca, aprecia y merece.
- El sitio en el que se pretende implementar el complejo, está estratégicamente ubicado en la parroquia Tachina, siendo un sitio por el que se moviliza gran cantidad de personas y vehículos, lo que permite visualizar que sería notoria la presencia de un negocio de este tipo en la zona.
- Los resultados del estudio económico permitieron establecer que la inversión inicial requerida para implementar el complejo es de \$206,349.34, mismos que invertidos y puesto en marcha el proyecto, generarían un VAN de \$82.357,21 y una TIR de 18,29%.
- La creación de la empresa debe observar los lineamientos legales y tributarios que de acuerdo a su condición deben ajustarse, por lo que se debe analizar cuál es el rumbo legal que debe seguir la creación de la empresa.

8.2 Recomendaciones

- Debe implementarse el Complejo Recreacional “Balcón Tropical” en la parroquia Tachina, pues la demanda por servicios de distracción y disfrute familiar cada día va en aumento por lo que debe aprovecharse esta oportunidad de mercado para la apertura de esta línea de negocios.
- Implementar servicios adicionales, a los que ya brinda la competencia actualmente, y comprometer a todos los involucrados dentro de los procesos del negocio a prestar servicios de calidad y el cumplimiento de las normativa interna y legal vigente a fin de satisfacer al cliente y establecer un factor diferenciador entre el Complejo Recreacional “Balcon Tropical” y sus competidores.
- El emprendedor debe invertir los recursos propios y buscar el financiamiento en alguna entidad financiera de la localidad, pues los resultados económicos proyectados permiten evidenciar la gran posibilidad de negocios que se derivarían de crear un complejo recreacional en Tachina.
- Se debe aprovechar la ubicación estratégica del sitio en el que se pretende instalar la empresa, formulando adecuados planes de marketing y mercadeo, para que se conozca a nivel local, provincial y por qué no decir en un futuro nacional, las instalaciones y oferta de servicios que tendrá el Complejo Recreacional “Balcón Tropical”.
- Al comenzar la empresa, es recomendable que se inicie con la representación del emprendedor como una persona natural obligada a llevar contabilidad, cumpliendo con los requisitos legales y tributarios y evitando un eventual inconveniente legal que perjudique la economía del complejo.

Bibliografía

- Boullon, R. (2009). La importancia de la recreación y del turismo interno. En R. Boullon, *Las actividades turísticas y recreacionales* (págs. 61-62). Mexico, D.F.: Trillas.
- Boullon, R. (2009). Turismo interno. En R. Boullon, *Las actividades turísticas y recreacionales* (págs. 75-76). Mexico, D.F.: Trillas.
- Campana, F. A. (2014). *Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6118/1/Fara%20Alicia%20Camp%C3%B1a%20Tamayo.pdf>
- Casanueva, C., Garcia, J., & Caro, F. (2002). La calidad en el servicio turístico. En C. Casanueva, J. Garcia, & F. Caro, *Organización y gestión de empresas turísticas* (págs. 352-353). Madrid: Piramide.
- (2014). *Catastro Esmeraldas*. Esmeraldas.
- Colina, J. M. (2009). Identificación de los competidores de la empresa. En J. M. Colina, *Análisis de las industrias y de la competencia* (pág. 5). El Cid.
- Corzo, L. (2009). Identificar a los clientes. En L. Corzo, *Control de Calidad* (pág. 12). El Cid.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). Impactos Ambientales. En A. Crosby , & A. Moreda, *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales* (pág. 56.57). Madrid: M Punto M.
- Economía.WS*. (06 de 05 de 2016). Obtenido de <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. Mac Graw Hill.
- Ford, R., & Heaton, C. (2001). ¿Que quiere el cliente? En R. Ford, & C. Heaton, *Atención al cliente en los servicios de ocio* (pág. 480). Madrid: Paraninfo, Thomson.
- Ford, R., & Heaton, C. (2001). Expectativas del cliente. En R. Ford, & C. Heaton, *Atención al cliente en los servicios de ocio* (pág. 18). Madrid: Paraninfo, Thomson.
- Gonzales, D. A. (Abril de 2013). *UIDE*. Obtenido de <http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/312/1/910016.pdf>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda* . Quito: INEC.
- Issu*. (06 de 05 de 2016). Obtenido de https://issuu.com/maxsolisvitor/docs/centros_vacacionales-tipos-clasific
- Kaplan, R., & Norton, D. (2005). ¿Que es el cuadro de mando integral? *El cuadro de mando integral*, 2.

- Lickorish, L., & Jenkins, C. (2000). Usos y necesidades de los usuarios. En L. Lickorish, & C. Jenkins, *Una introducción al turismo* (pág. 58). Madrid: Síntesis.
- Lucero, D. C., & Fajardo, D. E. (Julio de 2010). *Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/803/12/UPS-CT001931.pdf>
- Martin, I. (2009). La comunicación interna en la empresa turística. En I. Martin, *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (pág. 240). Madrid: Pirámide.
- Martin, I. (2009). La decisión de la localización de las empresas turísticas. En I. Martin, *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (pág. 101). Madrid: Pirámide.
- Mohamed, A., & Verdu, F. (2011). El precio de venta. En A. Mohamed, & F. Verdu, *Gestión administrativa del proceso comercial* (pág. 127). Málaga: Innovación y Cualificación.
- Monchón, M. (2006). *Principios de Economía*. España: Mc Graw Hill.
- Muñoz, F. (2000). Recogida de Datos. En F. Muñoz, *Marketing Turístico* (pág. 591). Madrid: Centro de estudios Ramon Areces S.A.
- Ordoñez, M. (2001). Las políticas gubernamentales para el desarrollo del turismo. En M. Ordoñez, *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género* (pág. 20). Santiago de Chile: CEPAL ECLAC.
- Perez, J. (2005). Planteamiento del Problema. En J. Perez, *Normatividad para la elaboración de propuesta de proyecto de investigación* (pág. 5). El Cid.
- Pinson, L. (2011). Competencia. En L. Pinson, *Anatomía de un Plan de Negocio* (pág. 57).
- Plan de negocios. (1994). En *El plan de Negocios* (págs. 65,66). Madrid: Díaz de Santos.
- Rodríguez, R. (2008). Costo directo. En R. Rodríguez, *Costos aplicados a hoteles y restaurantes* (pág. 3). Bogotá D.C: Ecoe.
- Stiglitz, J. (2006). Las patentes y la producción de ideas. En J. Stiglitz, *Microeconomía* (pág. 543). Barcelona: Ariel Economía.
- Stiglitz, J. (2006). Los costes de oportunidad. En J. Stiglitz, *Microeconomía* (pág. 63). Barcelona: Ariel Economía.
- Turismo, M. d. (06 de Abril de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/gobierno-acuerda-alianza-publico-privada-en-beneficio-del-fomento-productivo-turistico/>
- Zamorano, F. (2012). El plan de negocio . En F. Zamorano, *El negocio del turismo* (pág. 98). México, D.F.: Trillas.

ANEXOS

ENCUESTA



Soy estudiante de la Universidad Católica de Esmeraldas, y desearía realizarle una encuesta con respecto a la creación de un complejo recreacional en la parroquia Tachina, cantón Esmeraldas, agradezco su colaboración.

Marque con una x sus respuestas.

Parroquia:

Sexo: Masculino.... Femenino..... **Edad:**

Trabaja: Si..... No.... **Empresa:** Pública..... Privada.....

1.- ¿Cuánto gasta en sus salidas recreacionales los fines de semana?

- \$21 a \$50
- \$51 a \$70
- Más de \$70

2.- ¿Cuántas veces al mes acude a lugares de recreación?

- Ninguna
- 1 vez
- 2 veces
- 3 veces
- 4 veces

3.- ¿Qué servicios considera importantes que ofrezca un complejo recreacional?

- Juegos infantiles
- Piscina
- Alimentación
- Seguridad
- Parqueo
- Música

- Deportes tradicionales
- Deportes extremos

4.- ¿Cuáles son sus lugares preferidos para una salida de entretenimiento y distracción?

- Playa
- Centros de diversión nocturna
- Centro Comercial
- Piscina
- Balnearios de agua dulce

5.- ¿Con quién acude a estos centros de recreación?

- Familia
- Amigos
- Compañeros de trabajo/estudio
- Otros

6.- Al momento de realizar la elección de un sitio de recreación, usted se guía por:

- Precio
- Calidad de los servicios
- Seguridad
- Ubicación
- Opciones de entretenimiento

7.- ¿Concurriría usted a un complejo recreacional que le ofrezca servicios como: alimentación, entretenimiento, seguridad, etc., ubicado a diez minutos de la ciudad?

- SI
- NO

Entrevista a propietarios y administradores de complejos que proporcionen servicios similares



Soy estudiante de la Universidad Católica de Esmeraldas, y desearía realizarle una entrevista con respecto a la creación de un complejo recreacional en la parroquia Tachina, cantón Esmeraldas, agradezco su colaboración.

- 1. ¿Cuánto tiempo tiene de funcionamiento su complejo recreacional?**
- 2. ¿Considera Ud. que la ubicación de su complejo recreacional es estratégica para la atención al público?**
- 3. ¿Cuánto están dispuestos a pagar los clientes por los diferentes servicios de su complejo recreacional?**
- 4. ¿Cuántos clientes atiende mensualmente?**
- 5. ¿Cuáles son los tipos de servicios que ofrece?**
- 6. ¿Cuál es el servicio que más demandan sus clientes?**
- 7. ¿A qué grupo de edades está dirigido su negocio?**
- 8. ¿Qué días de la semana funciona este negocio?**
- 9. ¿Cuánto es la capacidad de operación máxima de su negocio?**
- 10. ¿En qué fechas llegan al límite de las operaciones?**
- 11. ¿Los empleados reciben capacitaciones sobre atención al cliente?**
- 12. ¿Cuánto es el costo de ingreso al local?**
- 13. ¿Qué tipo de promoción o publicidad aplica en su negocio?**



Ficha de observación

NOMBRE DEL PROYECTO:

FECHA DE EJECUCIÓN:**Nº DE HORAS:**

NOMBRE DEL INVESTIGADOR:

NOMBRE DEL CENTRO A INVESTIGAR:

PARÁMETROS A OBSERVAR	ESCALA DE CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Afluencia de personas					
Tipos de servicios					
Infraestructura					
Innovación					
Tecnología					
Responsabilidad Social					
Publicidad					
Seguridad					
Talento Humano					
Logística					
Comentario:	1.- INSATISFACTORIO 2.- POCO SATISFACTORIO 3.- REGULAR 4.- SATISFACTORIO 5.- MUY SATISFACTORIO				
.....					
.....					
.....					