



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

Tesis de grado, previa la
obtención del título de Ingeniera
en Marketing.

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
RECREACIONAL FAMILIAR EN LA RIBERA DEL RÍO QUEVEDO
AÑO 2014”

AUTORA:

EGDA. MARIUXI PATRICIA TERAN GUERRA

DIRECTOR:

ING. CESAR MUÑOZ HEREDIA; MSc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **ING. CESAR MUÑOZ HEREDIA. MSC**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **MARIUXI PATRICIA TERAN GUERRA**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en MARKETING, titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL FAMILIAR EN LA RIBERA DEL RÍO QUEVEDO AÑO 2014”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

**ING. CESAR MUÑOZ HEREDIA. MSC.
DIRECTOR DE TESIS**

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **MARIUXI PATRICIA TERAN GUERRA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

EGDA. MARIUXI PATRICIA TERAN GUERRA

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios todopoderoso, quien me ha permitido tener vida y así poder culminar con esta meta.

A mis padres Juan Terán y Rosa Guerra por el esfuerzo y sacrificio que han hecho por hacer realidad este sueño.

A mis hermanas y demás familiares que de alguna manera han sido pilares fundamentales para la culminación de mi carrera.

A cada uno de los profesores por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años de estudio.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quién ha estado a mi lado en todo momento.

A mis padres Juan Terán y Rosa Guerra quienes me apoyaron de manera incondicional y con su ejemplo de padres ejemplares pude terminar mi carrera con éxito.

A mis hermanas quienes me aconsejaron en aquellos momentos duros y a mis amigos más cercanos con los que pasé momentos de alegrías y tristezas.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TEMA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL FAMILIAR EN LA RIBERA DEL RÍO QUEVEDO AÑO 2014”

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en marketing

APROBADO:

Lic. Bautista Rafael Pinto Cotto
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Carlos Villacis Lainez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Pedro Miranda Ullón
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR
2015

INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
APROBADO:.....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)	xvi
CAPÍTULO 1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Diagnóstico del problema.....	3
1.2.2. Causas	4
1.2.3. Efectos	4
1.3. Pronóstico	4
1.3.1. Control del Pronóstico	4
1.3.2. Formulación del problema.....	5
1.3.3. Sistematización del problema	5
1.4. Justificación.....	6
1.5. Objetivos	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos	6
1.6. Hipótesis	7
1.6.1. Hipótesis General.....	7
1.6.2. Hipótesis Específicas	7
CAPITULO II. MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION	9
2.1. Fundamentación Teórica.....	10
2.1.1. Plan de negocio	10
2.1.2. Estudio de mercado	10

	Pág.
2.1.3. El mercado	10
2.1.4. El producto y/o servicio	11
2.1.5. La distribución	11
2.1.6. Canales de distribución	11
2.1.7. El cliente.....	11
2.1.8. Tipos de demanda.....	12
2.1.9. Proyección de la demanda.....	12
2.1.10. Oferta	13
2.1.11. Proyección de la oferta.....	13
2.2. Estudio técnico.....	13
2.2.1. Tamaño del proyecto.....	13
2.2.2. Localización	14
2.2.3. Macro localización.....	14
2.2.4. Micro localización	15
2.2.5. Ingeniería del proyecto.....	15
2.2.6. Estudio financiero.....	16
2.2.7. Estado de resultados.....	16
2.3. Fundamentación Conceptual	17
2.3.1. Plan de Negocio.....	17
2.3.2. Estudio de Mercado	17
2.3.3. El Mercado	17
2.3.4. Producto / Servicio	17
2.3.5. La Distribución	17
2.3.6. Canales de Distribución	18
2.3.7. El Cliente.....	18
2.3.8. Tipos de Demanda	18
2.3.9. Proyección de la demanda.....	18
2.3.10. Oferta	19
2.3.11. Proyección de la oferta.....	19
2.3.12. Estudio Técnico.....	19
2.3.13. Tamaño del proyecto.....	19
2.3.14. Localización	19
2.3.15. Ingeniería del Proyecto	20
2.3.16. Estudio Financiero.....	20
2.3.17. Estado de Resultados	20

	Pág.
2.4. Fundamentación Legal.....	21
CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	24
3.1. Localización del Estudio.....	25
3.2. Materiales y Equipos.....	25
3.3. Tipos de Investigación.....	26
3.3.1. Descriptiva	26
3.3.2. De Campo.....	26
3.3.3. Bibliográfico.....	26
3.4. Métodos	26
3.4.1. Deductivo	26
3.4.2. Analítico-Sintético.....	26
3.4.3. Histórico-Lógico Descriptivo-Sintético	27
3.5. Fuentes de información.....	27
3.5.1. Fuentes Primarias	27
3.5.2. Fuentes Secundarias	27
3.6. Población y Muestra.....	27
3.6.1. Población	27
3.6.2. Muestra	28
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1. Análisis e Interpretación de Resultados de Las Encuestas Aplicadas a Los Habitantes del Cantón Quevedo	30
4.2. Plan De Marketing Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río Quevedo	45
4.3. Estrategias de Marketing.....	46
4.4. Plan de Acción	47
4.5. Cronograma:	47
4.6. Control.....	47
4.7. El producto recreacional.....	47
4.8. Nombre de la Empresa	48
4.9. Slogan.....	48
4.10. Estudio técnico.....	48
4.10.1. Localización del proyecto.....	48
4.10.2. Macro localización.....	49
4.10.3. Micro localización	49
4.10.4. Características del paisaje	50
4.10.4.1.Clima.....	50

	Pág.
4.10.4.2.Paisaje Natural.....	50
4.10.4.3.Forma y Topografía	51
4.10.4.4.Infraestructura vial.....	51
4.10.4.5.Infraestructura básica.....	52
4.10.5. Descripción técnica y física del proyecto.....	52
4.10.5.1.Áreas del centro recreativo	52
4.10.6. Especificaciones técnicas.	55
4.10.6.1.Hall.....	55
4.10.6.2.Boletería.....	56
4.10.6.3.Enfermería	56
4.10.6.4.Baños.....	56
4.10.6.5.Vestidores	56
4.10.6.6.Urinarios.....	56
4.10.6.7.Lavabos	56
4.10.7. Administración.....	57
4.10.7.1.Gerencia	57
4.10.7.2.Secretaría.....	57
4.10.7.3.Baño de administración.....	57
4.10.8. Piscina barbacoa.....	57
4.10.8.1.Piscina	57
4.10.8.2.Piscina reguetón adultos.....	58
4.10.8.3.Piscina niños.....	58
4.10.8.4.Piscina adultos.....	58
4.10.8.5.Piscina húmeda tipo ruleta.....	58
4.10.9. Bar, caja y barra.....	58
4.10.9.1.La barra.....	59
4.10.9.2.Bar comida rápida.....	59
4.10.10. Concha acústica	59
4.10.11. Parque infantil.....	59
4.10.12. Cuarto de maquinas	60
4.10.12.1. Taller de bodega	60
4.10.12.2. Generador	60
4.10.12.3. Guardianía	60
4.10.12.4. Estacionamiento vehicular y personal	60
4.10.13. Zona de esparcimiento	60

	Pág.
4.10.14. Gestión del talento humano.....	61
4.10.14.1. Gerente	61
4.10.14.2. Secretaria.....	61
4.10.14.3. Supervisor	61
4.10.14.4. Vendedor.....	62
4.10.14.5. Barman.....	62
4.10.14.6. Técnico de planta	62
4.10.14.7. Operadores	62
4.10.14.8. Personal de Limpieza.....	62
4.10.14.9. Guardianía	62
4.10.15. Estructura Organizacional	63
4.11. Estudio financiero.....	64
4.11.1. Depreciación	65
4.12. Financiamiento.....	65
4.12.1. Capital de Operación.....	68
4.12.2. Costos de Ventas.....	70
4.13. Discusión.....	73
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
5.1. CONCLUSIONES.....	75
5.2. RECOMENDACIONES	76
CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA.....	77
6.1. Literatura Citada.....	78
CAPITULO VII. ANEXOS.....	79
7.1. Anexo	80
7.2. Mapa de Los Ríos	82

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág
Cuadro 1. Sexo	30
Cuadro 2. Edad.....	31
Cuadro 3. Nivel de instrucción	32
Cuadro 4. Habitualmente acostumbra a salir	33
Cuadro 5. Época que acostumbra ir de paseo	34
Cuadro 6. Frecuencia en visitas.....	35
Cuadro 7. Sitios recreacionales	36
Cuadro 8. Visitas a centros de recreación	37
Cuadro 9. Atributos del Servicio.....	38
Cuadro 10. Valor promedio a Pagar	39
Cuadro 11. Horas promedio de permanencia	40
Cuadro 12. Tipo de comida.....	41
Cuadro 13 Tipo de entretenimiento.....	42
Cuadro 14. Atributos que valora del servicio	43
Cuadro 15. Creación de Nuevo centro recreacional	44
Cuadro 16.- Demanda proyectada actual	52
Cuadro 17.- Distribución Arquitectónica.....	53
Cuadro 18. Inversión en Activos Fijos para la construcción de un centro recreativo en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos año 2013.....	64
Cuadro 19. Depreciación de los Bienes y Muebles.....	65
Cuadro 20. Inversión del proyecto	66
Cuadro 21. Financiamiento del proyecto	66
Cuadro 22. Tasa de interés bancario del BNF	66
Cuadro 23. Tabla de amortización del banco de Fomento	67
Cuadro 24. Punto de equilibrio.....	67
Cuadro 25. Capital de Operación.....	68
Cuadro 26. Gastos Generales	69
Cuadro 27. Gastos de Ventas.....	69
Cuadro 28 Cálculo del Capital de Trabajo	69
Cuadro 29. Costos de ventas proyectados a 5 años del centro recreacional en el Cantón Quevedo.....	70
Cuadro 30. Ingresos de ventas proyectados a 5 años del centro recreacional	

	Pág
en el Cantón Quevedo.....	71
Cuadro 31. Estado de Resultados.....	71
Cuadro 32. Índices Financieros.....	72
Cuadro 33. Calculo del TMAR.....	72
Cuadro 34. Calculo del VAN.....	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Sexo.....	30
Gráfico 2. Edad.....	31
Gráfico 3. Nivel de instrucción.....	32
Gráfico 4. Habitualmente acostumbra a salir.....	33
Gráfico 5. Época que acostumbra ir de paseo.....	34
Gráfico 6. Frecuencia en visitar estos lugares turísticos.....	35
Gráfico 7. Ambiente natural para su descanso.....	36
Gráfico 8. Visitas a centros recreacionales.....	37
Gráfico 9. Atributos del servicio.....	38
Gráfico 10. Valor promedio a pagar.....	39
Gráfico 11. Horas promedio de permanencia.....	40
Gráfico 12. Tipo de Comida.....	41
Gráfico 13. Tipo de entretenimiento.....	42
Gráfico 14. Atributos que valora del servicio.....	43
Gráfico 15. Creación de Nuevo centro recreacional.....	44

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación desarrollada sobre la Gestión Financiera de las operaciones de microcrédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quevedo Ltda., de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación permitió establecer resultados relevantes para las conclusiones y recomendaciones abordadas en el análisis: El estudio de mercado determinó que está vigente la línea de crédito microempresarial, direccionada hacia el mercado del cantón Quevedo y sus sectores. Se concluye así mismo; que el 25% de la muestra representativa encuestada afirma haber operado con financiamiento de la cooperativa de ahorro y crédito Quevedo Ltda., siendo este un indicador, sobre la participación que ocupa dicha institución en el mercado de Quevedo.

Se estableció los elementos para la Gestión Financiera y su aplicación en las operaciones de microcrédito de la Cooperativa de ahorro y crédito Quevedo Ltda., para mejorar el portafolio de servicios financieros orientado hacia el mercado microempresarial del cantón Quevedo. La variación o cambios experimentados en la línea de Microcrédito de la cooperativa de ahorro y crédito Quevedo Ltda., entre el 2011-2012, registraron un incremento del 33%; por lo tanto se considera que existió una incidencia significativa para el sector.

Así mismo; se puede prever de acuerdo con los planes a futuro sobre la gestión financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quevedo Ltda., que se proyecta, para el periodo 2014-2017 en las operaciones de microcrédito, un incremento que genera expectativas que tendrían una incidencia significativa en el segmento microempresarial.

ABSTRACT

The research developed on the financial management of microcredit operations of the credit union Quevedo Ltda, according to the objectives in the investigation established relevant results to the findings and recommendations addressed in the analysis: The market studyIt found that microenterprise credit line, directed towards the market and its sectors Quevedo canton is valid. We conclude himself; that 25% of the surveyed representative sample claims to have operated with funding from the credit union Quevedo Ltda., being this an indicator on the participation role of that institution in the market Quevedo.

Elements for financial management and its application to microcredit operations of the credit union was established Quevedo Ltda., To enhance the portfolio of financial services oriented Quevedo Canton microenterprise market. . The variation or experienced in the line of Microcredit credit union Quevedo Ltda changes between 2011-2012, recorded an increase of 33%; therefore it considered that there was a significant impact to the sector.

Likewise; it can be provided in accordance with future plans on financial management of the credit union Quevedo Ltda., which is projected for the period 2014-2017 in microcredit operations, generating increased expectations that have an impact significant in the microenterprise segment.

DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

	Título/Title	M	“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO RECREACIONAL FAMILIAR EN LA RIBERA DEL RÍO QUEVEDO AÑO 2014”
2	Creador/Creator	M	MARIUXI PATRICIA TERAN GUERRA Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; MARKETING
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el cantón Quevedo, y se tomó como referencia a los hogares del mismo. Para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, técnico, económico y financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de ingeniería en Marketing
6	Colaborador/Contributor	O	ING. CESAR MUÑOZ HEREDIA;

			MSC.
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

En la época actual, el turismo se ha convertido en una actividad económica atractiva para la mayoría de los países del mundo, pese a circunstancias económicas y políticas en ocasiones desfavorables. Para los países en vías de desarrollo, el turismo no es solo un portador de divisas sino también una fuente potencial de empleos. Desde la década de los 90 del siglo XX, el crecimiento del turismo estuvo por encima del 8% del total de las exportaciones mundiales de mercancías y aproximadamente el 34% del total de exportaciones de servicios.

Ecuador ha cumplido etapas positivas para los viajeros del mundo. Los turistas en sus viajes buscan diferentes alternativas de servicios turísticos de calidad, esta demanda ha obligado que las empresas turísticas cambien su horizonte y busquen nuevos segmentos de mercado, identificando las necesidades insatisfechas.

Para el aprovechamiento de los recursos naturales se ha fomentado el turismo participativo que implica al ecoturismo de naturaleza y aventura, mientras que el agroturismo, es ético y de manifestaciones culturales, factores que ayudan al desarrollo de las ciudades y de las empresas que ofertan estos servicios.

Quevedo es una ciudad que se encuentra en el centro de la región litoral, pertenece a la provincia de Los Ríos, cabecera cantonal y es catalogada como la quinta ciudad más importante del país, presenta un clima tropical húmedo, con una temperatura media de 24 grados centígrados.

Su principal fuente de riqueza es la agricultura, ya que la mayor parte de sus productos se exportan a otros países, y esto a su vez permite el desarrollo económico del país en especial la ciudad de Quevedo.

Actualmente está en vías de desarrollo, se debe a la apertura de nuevos mercados, e inversionistas que confían en el potencial turístico, gastronómico,

hotelero, entre otros; razón para que el presente estudio se centre en desarrollar un plan de negocios para la creación de un centro recreacional familiar en la rivera del río Quevedo (ruta del río), que permita impulsar el crecimiento turístico del Cantón Quevedo y su entorno.

1.2. Problematización

1.2.1. Diagnóstico del problema

Los cambios que se han dado en la producción de bienes y servicios, producto del avance de la ciencia y la tecnología, ha impactado en los sectores socioeconómico, político y cultural de los países desarrollados y subdesarrollados.

El campo de los servicios objeto de la investigación, es preocupante por los desfases que producen la competencia sobre la oferta de los servicios turísticos que no satisfacen las necesidades de los usuarios internos y externos, además presentan falencias en cuanto a valor agregado, especialmente en la atención al cliente.

En la actualidad se observa que la ciudad de Quevedo cuenta con un potencial turístico, que requiere ser impulsado para la explotación de los recursos y atractivos del sector, a esto se suma, la apertura de nuevos negocios; que dan lugar al incremento de fuentes de empleo y trabajo; lo cual puede ser aprovechado por inversionistas y emprendedores, que fomenten y mejoren las condiciones de dichos sitios y atractivos turísticos, para beneficio de propios y extraños. Esto influye en el éxodo hacia otros lugares que ofrecen mejores condiciones de actividades de sano esparcimiento, desaprovechando las áreas verdes y/o parques, y otros sitios y atractivos.

1.2.2. Causas

Carencia de inversión y emprendimientos del sector público y privado para promover el sector turístico del cantón Quevedo.

Ausencia de lugares y/o complejos turísticos que oferten servicios que satisfagan la demanda del mercado.

El uso y aprovechamiento inadecuado de los sitios y atractivos turísticos del cantón Quevedo y sus sectores.

1.2.3. Efectos

Deficiente desarrollo en el sector turístico del cantón Quevedo y sus sectores.

Migración de usuarios a otras ciudades, que ofertan lugares y atractivos turísticos para distracción y esparcimiento.

Desinterés de los usuarios en aprovechar los servicios turísticos del cantón Quevedo.

1.3. Pronóstico

La insuficiencia de complejos turísticos familiares, empeora la situación actual de las actividades, sitios y atractivos del sector.

1.3.1. Control del Pronóstico

La creación de un centro recreacional familiar en la rivera del río Quevedo (ruta del río), mejorará la situación actual de las actividades, sitios y atractivos turísticos del cantón Quevedo.

1.3.2. Formulación del problema

¿Cómo el plan de negocios incide en la creación de un centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río)?

1.3.3. Sistematización del problema

¿El estudio de mercado permitirá identificar la demanda potencial sobre los servicios de un centro recreacional familiar en el cantón Quevedo?

¿El estudio técnico determinará la localización y el tamaño del Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo?

¿El estudio económico y financiero establecerá la viabilidad y rentabilidad del proyecto para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo?

1.4. Justificación

El presente estudio tiene relevancia considerando que el propósito que persigue es determinar la factibilidad para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río), complejo turístico en el cuál pernoctarán los turistas que visitan la ciudad de Quevedo, ofertando servicios de calidad que satisfaga las necesidades de los turistas.

El centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río), contribuirá al desarrollo turístico, económico y social de la ciudad; su efecto multiplicador tendrá un impacto en los diferentes sectores productivos de la zona, y estimulara desarrollo en beneficio a la ciudadanía del Cantón Quevedo.

La Posterior ejecución del presente proyecto, disminuirá el éxodo de turistas de la población de Quevedo a otras ciudades donde recrearse; significa que la implantación de la propuesta, beneficiará y ampliará la cobertura del mercado local en cuanto a la oferta de servicios de recreación y turismo, logrando mayor crecimiento económico y el Buen Vivir de la comunidad.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Realizar un Plan de Negocios para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la Ribera del río Quevedo (ruta del río).

1.5.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un **estudio de mercado** que determine la demanda potencial de servicios de recreación familiar y turística para la creación del centro recreacional en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

- Realizar un **estudio técnico** para determinar la localización y la capacidad instalada para el Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo

- Elaborar el **estudio económico y financiero** sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

La elaboración de un Plan de Negocios establecerá la factibilidad para la creación de un centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

1.6.2. Hipótesis Específicas

El estudio de mercado determinará la demanda potencial de servicios de recreación familiar y turística para la creación del centro recreacional en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

El estudio técnico establecerá la localización y la capacidad instalada para el Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo.

El estudio económico y financiero permitirá establecer la viabilidad y rentabilidad del proyecto para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo.

Variables

Dependiente.

Plan de negocios.

Independiente.

Creación del centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

CAPITULO II

MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Plan de negocio

Flores, (2012). Al respecto nos manifiesta el plan de negocio es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión. Los dos primeros conceptos se incluyen en la definición de proyecto de inversión, el cual se especifica como un producto o la prestación de un servicio, enfocado a la satisfacción de necesidades del consumidor, permitiendo con ello, la obtención de los objetivos que se ha propuesto el empresario.

2.1.2. Estudio de mercado

Córdova, (2013). Sostiene que. El mercado es el lugar donde se produce el encuentro entre oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

2.1.3. El mercado

Bergue, (2012). Define: Plaza es el lugar donde se ponen al producto a disposición de los consumidores y clientes potenciales, incluyendo también los servicios de posventa. Es el lugar seleccionado para vender el producto, esto es, el mercado objetivo, debiendo considerarse el perfil del consumidor: edad, sexo, nivel de educación, ingreso, preferencias y modo de vida.

2.1.4. El producto y/o servicio

Flores, (2012). Refiere. Es el bien a comercializar, por tanto, teniendo en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se deben desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad.

Para la satisfacción de necesidades del cliente, es importante tener presente las características, usos, atributos, ventajas y beneficios que prestará los productos y/o servicios a comprar.

2.1.5. La distribución

Córdova, (2013). Señala: Distribución es el hecho de trasladar un bien o servicio del productor al consumidor.

2.1.6. Canales de distribución

Córdova, (2013). Expresa que los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Son las distintas rutas o vías que la propiedad de los productos toma para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

2.1.7. El cliente

El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser.

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o pro el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado (Cordova, 2013).

2.1.8. Tipos de demanda

Existen varios tipos de demanda, así:

- **Demanda agregada:** consumo e inversión de gasto en bienes y servicios de una economía en un período de tiempo.
- **Demanda derivada:** Es otra clase de demanda; es decir la demanda de capitales y de mano de obra.
- **Demanda elástica:** Es cuando la misma se subestima de manera significativa con respecto a los precios de dicho bien.
- **Demanda inelástica:** Se caracteriza por la variación en el precio de un bien determinado con apenas afecta a la variación de la cantidad demandada de ese bien, de forma que queda manifiesta la rigidez de su demanda. En ocasiones esta relación es incluso inexistente, y entonces se habla de total rigidez de la demanda.
- **Demanda exterior:** Es cuando se demandan de bienes y servicios en el exterior.
- **Demanda interna:** Cuando se comercializan bienes y servicios producidos en el país de origen.
- **Demanda monetaria:** Es cuando se expresa la cantidad de riqueza que las personas y las empresas guardan en forma de dinero.
- **Demanda de mercado:** Son las preferencias del conjunto de individuos o unidades consumidoras respecto a un determinado bien o servicio (Cordova, 2013).

2.1.9. Proyección de la demanda

Uno de los objetivos últimos del estudio es lograr una estimación de la demanda. Esta proyección permite construir el flujo de fondos durante la vida del proyecto, así como estimar el tamaño óptimo (Cordova, 2013).

2.1.10. Oferta

(Morales, 2009) Analiza que la oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades. La oferta se la puede clasificar de la siguiente manera.

2.1.11. Proyección de la oferta

Morales (2009), Sostiene. Para realizar la proyección de la oferta se puede usar el método de regresión simple. Por lo general, la oferta no depende de un solo factor. Por ello, cuando se desea elaborar un pronóstico, en su estimación se deben incluir todos los elementos que la determinan.

2.2. Estudio técnico

Morales (2009). Hace referencia que. Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente.

En el estudio técnico se diseña el proceso de producción de bienes y servicios, utilizando los recursos que se dispongan (Florez, 2012).

2.2.1. Tamaño del proyecto

(Cordova, 2013) Se define como capacidad de producción del volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año.

En el estudio técnico deberán identificarse los requerimientos de equipos necesarios para la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de estos equipos, se hará necesario identificar las necesidades de espacio físico para realizar la distribución en planta.

Asimismo, se deberá cuantificar las necesidades de mano de obra calificada y no calificada, asignándoles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera se deberán deducir los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos (Florez, 2012).

2.2.2. Localización

(Florez, 2012) Expone que la ubicación de un proyecto puede determinar el éxito o fracaso de una empresa. Por tanto, su ubicación, dependerá no solo de consideraciones económicas, sino de la adecuada escogencia de criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias de los inversionistas. Con todas estas consideraciones, recalca que se buscará determinar la localización que maximice la rentabilidad del proyecto. Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar donde se ubicará el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como Macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.

2.2.3. Macro localización

(Cordova, 2013) La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se instalará el proyecto. Además dice que tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente.

2.2.4. Micro localización

(Cordova, 2013) La localización micro indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

Para la decisión final de la localización se recomienda el criterio del costo mínimo por unidad y el de la recuperación neta máxima, así como considerar todos los costos de fabricación en la ubicación. El aspecto de precios en la localización es más importante para el inversionista privado que para el público. El análisis está estrechamente relacionado con los estudios de costo y los análisis de rentabilidad.

2.2.5. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios. Para ello deben analizarse las distintas alternativas y condiciones en que pueden combinarse los factores productivos, identificados a través de la cuantificación y proyección del monto de inversiones, costos e ingresos que se asocian a cada una de las alternativas de producción. Por lo tanto, de la selección del proceso productivo se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias del proyecto (Cordova, 2013).

2.2.6. Estudio financiero

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. Para realizar la inversión se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto y la rentabilidad de la inversión (Morales, 2009).

En este estudio es necesario considerar dos elementos principales: por una parte, la cantidad de recursos monetarios que requiere la inversión y, por la otra, los flujos financieros que – posiblemente – producirá el proyecto de inversión y obtener la tasa mínima de rendimiento establecida por el costo de capital promedio ponderado (Morales, 2009).

2.2.7. Estado de resultados

Es un estado financiero que proporciona información correspondiente a un periodo determinado. En donde de los ingresos se deducen los costos y los

Gastos, con lo cual se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades (Morales, 2009).

2.3. Fundamentación Conceptual

2.3.1. Plan de Negocio

El plan de negocio describe la visión y los objetivos del negocio como así también la estrategia y las tácticas que se utilizarán para alcanzar dichos objetivos (Prieto, 2010).

2.3.2. Estudio de Mercado

Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (Baca, 2010).

2.3.3. El Mercado

Es el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda de un producto y/o servicio (Florez, 2012).

2.3.4. Producto / Servicio

A la producción se la define como la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y / o servicios (Flor, 2012).

2.3.5. La Distribución

Distribución es el traslado de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial (Cordova, 2013).

2.3.6. Canales de Distribución

Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas (Cordova, 2013).

2.3.7. El Cliente

El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina "Mercado meta", ya que será al consumidor del producto o servicio al que se le ofrecerá el producto (Cordova, 2013).

2.3.8. Tipos de Demanda

Existen varios tipos de demanda:

Demanda potencial.- es la demanda futura, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algún tiempo será atendida por el productor.

Demanda real.- es la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicio en un periodo de tiempo determinado.

Demanda satisfecha.- es la demanda en la cual el consumidor, además de comprar el bien y/o servicio, está satisfecho con él.

Demanda insatisfecha.- cuando el consumidor no ha logrado acceder al bien y/o servicio por falta del mismo (Florez, 2012).

2.3.9. Proyección de la demanda

Conociendo la demanda histórica, se podrá determinar y proyectar la demanda insatisfecha, utilizando métodos econométricos de regresión, comúnmente conocido con el nombre de los mínimos cuadrados (Florez, 2012).

2.3.10. Oferta

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios (Sapag, 2008).

2.3.11. Proyección de la oferta

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se ofreciendo (Miranda, 2012).

2.3.12. Estudio Técnico

El estudio técnico responde a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?

Así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio (Cordova, 2013).

2.3.13. Tamaño del proyecto

Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo de tipo de proyecto que se está formulando (Cordova, 2013).

2.3.14. Localización

Dentro de los factores que inciden en la solución óptima quizás el más importante es el relacionado con la localización debido a la influencia de ésta

en la producción y distribución tanto de materia prima como de los productos y servicios ofrecidos por el proyecto (Prieto, 2010).

2.3.15. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico que se relaciona con su fase de producción que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio (Prieto, 2010).

2.3.16. Estudio Financiero

Se genera la información financiera y se calcula la rentabilidad del proyecto con base en las utilidades que posiblemente generará y el monto de la inversión. Las pruebas financieras que se realizan son: periodo de recuperación, tasa simple de rendimiento, tasa promedio de rendimiento, valor presente neto, tasa interna de rendimiento, costo- beneficio e índice de rendimiento, entre otras (Morales, 2009).

2.3.17. Estado de Resultados

El estado de resultado incluye los ingresos operacionales y no operacionales, sus costos de producción, gastos operacionales y no operacionales, las provisiones para el impuesto de renta y complementarios, y como resultado de todo lo anterior, la generación de una utilidad o pérdida neta del ejercicio que se está proyectando (Florez, 2012).

2.4. Fundamentación Legal

(Panchana, 2013) El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio.

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

Requisitos para que un sitio sea considerado centro de recreación.

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

Un servicio turístico, por lo menos de cada tipo:

Tipo A: Restaurante – cafetería

Tipo B: Discoteca, sala de baile, pista de patinaje, picadero.

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

Área deportiva con un mínimo de tres canchas diferentes.

Piscina (temporada, donde el clima lo requiera).

Parque infantil con un mínimo de 7 juegos diferentes

Laguna artificial o natural con embarcaciones de paseo.

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

Registro y Licencia anual de funcionamiento.

Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o de las reformas de estatutos si los hubiere o existiere, tratándose de personas jurídicas.

Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil, tratándose de persona jurídico.

Copia del RUC.

Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.

Lista de precios (firmada por el interesado).

Fotocopia del contrato de compraventa del negocio, tratándose de cambio de propietario con la autorización de cambio de la razón social.

Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento (registrado).

Certificado de propiedad industrial de no encontrarse registrada razón social.

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

Tres copias certificadas de la escritura pública de constitución o Reformas Estatutos de la Sociedad Civil.

Proceso con copia certificada donde debe constar la sentencia de un juez de lo penal. (Aprobatoria de la sociedad)

Notificación al registrador mercantil (esta deberá ser de la sentencia aprobatoria).

Anotación marginal de la aprobación de la sociedad por parte del notario (que otorga la Escritura de constitución).

Afiliación a la cámara de comercio.

Certificado de la exoneración del impuesto al registro, otorgado por la municipalidad.

Publicación del extracto de la sociedad cuando así sea o lo exige la sentencia.

Requisitos para la obtención del RUC.

Copia de la cédula de identidad del representante legal.

Dirección exacta de la ubicación del negocio.

Papeleta de votación del representante legal.

Afiliación a la cámara de comercio.

Copia del RUC.

Copia de las escrituras del terreno.

Copia de la constitución de la compañía.

Copia del nombramiento del representante legal.

Copia de la cédula de identidad del representante legal.

El pago será en función del monto declarado del negocio.

Una vez realizados todos estos trámites solicitar en el Registro Mercantil

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización del Estudio

La investigación está ubicada en la ribera del río Quevedo (ruta del río) del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, entre las coordenadas 71° 20' 30" de latitud sur y de 79° 28' 30" de latitud oeste, a una altitud promedio de 74 m.s.n.m.

3.2. Materiales y Equipos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Computadora

Impresora Láser

Pen drive

Cámara Digital

Libros

Hojas A4

Cuadernos

Esferos

Carpetas

Internet

3.3. Tipos de Investigación

3.3.1. Descriptiva

Con el objetivo de seleccionar la información se resumió los datos más relevantes que se emplearon para el estudio sobre la creación del centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo.

3.3.2. De Campo

A través del trabajo de campo, se analizó a los actores potenciales del proyecto de investigación que se desarrolló y que permitió obtener información relevante que aporte a la propuesta alternativa.

3.3.3. Bibliográfico

A través de este tipo de investigación se obtuvo información importante de las fuentes primarias y secundarias especializadas sobre el tema propuesto.

3.4. Métodos

3.4.1. Deductivo

Se lo aplicó para el estudio general y específico de la problemática y los objetivos planteados en la investigación sobre la creación del centro recreacional.

3.4.2. Analítico-Sintético

El presente método permitió la comprensión de los hechos, a través de la observación del trabajo de campo realizado con respecto a las percepciones de los actores e involucrados en las actividades de recreación y turismo del cantón Quevedo y sus sectores.

3.4.3. Histórico-Lógico Descriptivo-Sintético

Permitió analizar los hechos sobre situación actual y la oferta de los servicios turísticos que generará el centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo.

3.5. Fuentes de información

3.5.1. Fuentes Primarias

Se aplicó la técnica de la encuesta a los potenciales usuarios de servicios de recreación y turismo para conocer sus opiniones como sustento de la investigación sobre la creación de un Centro Recreacional.

3.5.2. Fuentes Secundarias

A través de estas fuentes de información se acudió a la información disponible en textos, libros, información disponible en instituciones, biblioteca.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

La población objetivo para la presente investigación se determinó tomando como universo la población de Quevedo, que según el último censo realizado por el INEC (2010) es de 173.575 habitantes.

3.6.2. Muestra

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

n= tamaño de la muestra

N=población a investigar 173.575

E= índice de error máximo admisible (0.05)

$$n = \frac{173.575}{(0,05)^2(173.575 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{173.575}{(0.0025)(173.574) + 1}$$

$$n = \frac{173.575}{434,94}$$

$$n = 399,08$$

$$n = 399 \text{ personas}$$

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e Interpretación de Resultados de Las Encuestas Aplicadas a Los Habitantes del Cantón Quevedo

1.- Sexo

Cuadro 1. Sexo

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Femenino	210	53%
Masculino	189	47%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autora

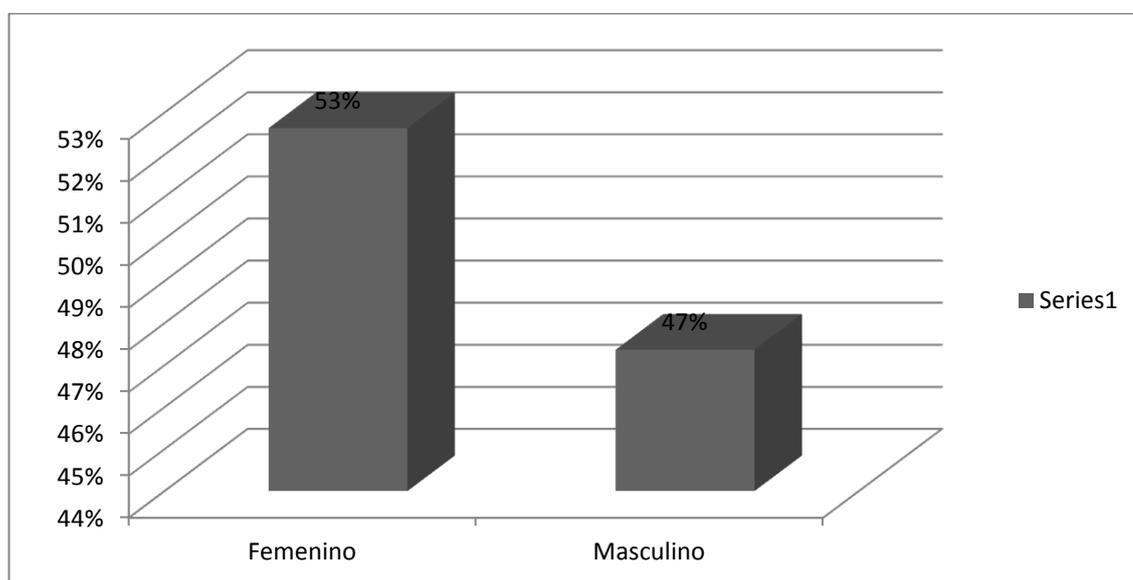


Gráfico 1. Sexo

Análisis e Interpretación

En esta gráfica se observa que el 53% de los encuestados son de género femenino, y el 47% corresponden al género masculino. Por lo tanto la mayor concentración de la muestra corresponde al género femenino.

2.- Edad

Cuadro 2. Edad

Descripción	Cantidad	Porcentaje
18 – 23 años	110	28%
24 – 29 años	34	9%
30 – 34 años	66	17%
35 – 39 años	62	16%
40 – 45 años	71	18%
Mayor de 46 años	56	14%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

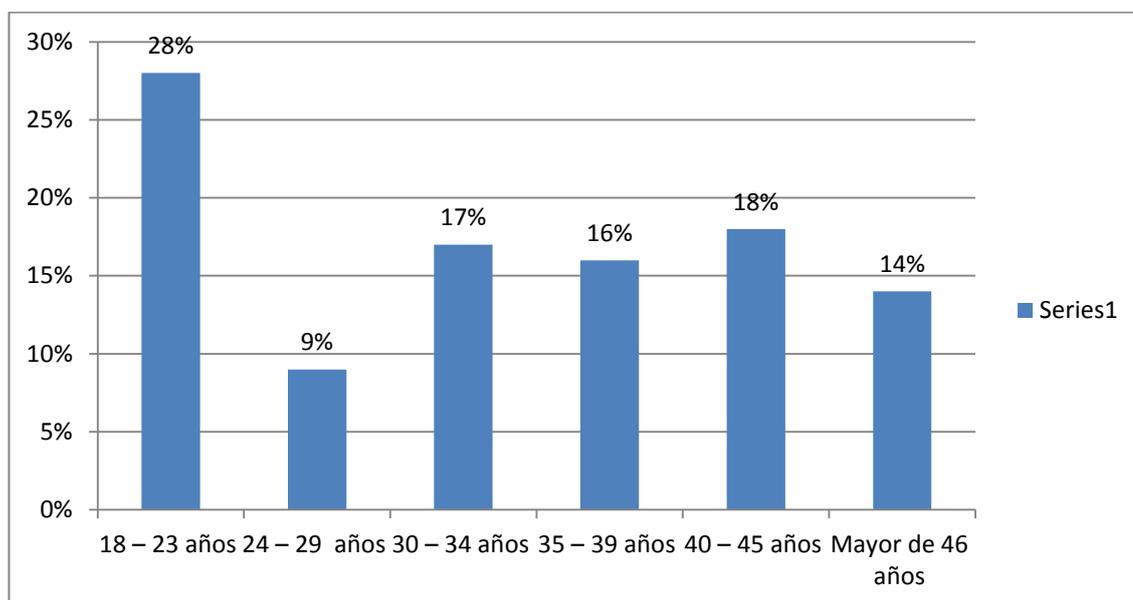


Gráfico 2. Edad

Análisis e Interpretación

En la gráfica se pudo determinar que el 28% de los encuestados están comprendidos en rangos de edad entre 18 a 23 años, el 18% entre 40 a 45 años, el 17%, entre 30 a 34 años, el 16% entre 35 a 39 años, el 14%, mayores a 46 años; y el 9%, entre 24 a 29 años. Por lo que se observa que el mayor rango de edad se concentra entre 18 a 23 años.

3.- Nivel de instrucción

Cuadro 3. Nivel de instrucción

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Primaria	126	32%
Secundaria	99	25%
Superior	78	20%
Posgrado	57	14%
Ninguna	39	10%
Total	399	100%

Fuentes: Investigación de mercado

Elaborado por: Autora

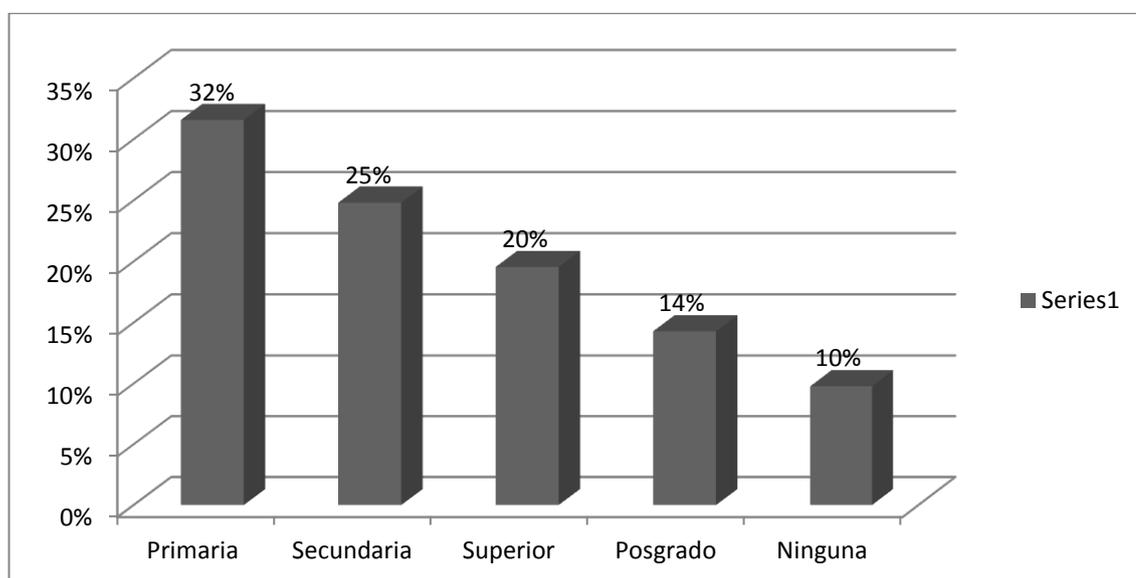


Gráfico 3. Nivel de instrucción

Análisis e Interpretación

En el gráfico se observa que el 32% de los encuestados tiene instrucción primaria, el 25% instrucción secundaria, el 20% formación superior, el 14% cuarto nivel; y el 10% mencionó que ninguna.

4.- ¿Habitualmente acostumbra a salir los fines de semana en compañía de?

Cuadro 4. Habitualmente acostumbra a salir

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Solo	67	17%
Amigos	102	26%
Con Pareja	134	34%
Familia	96	24%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

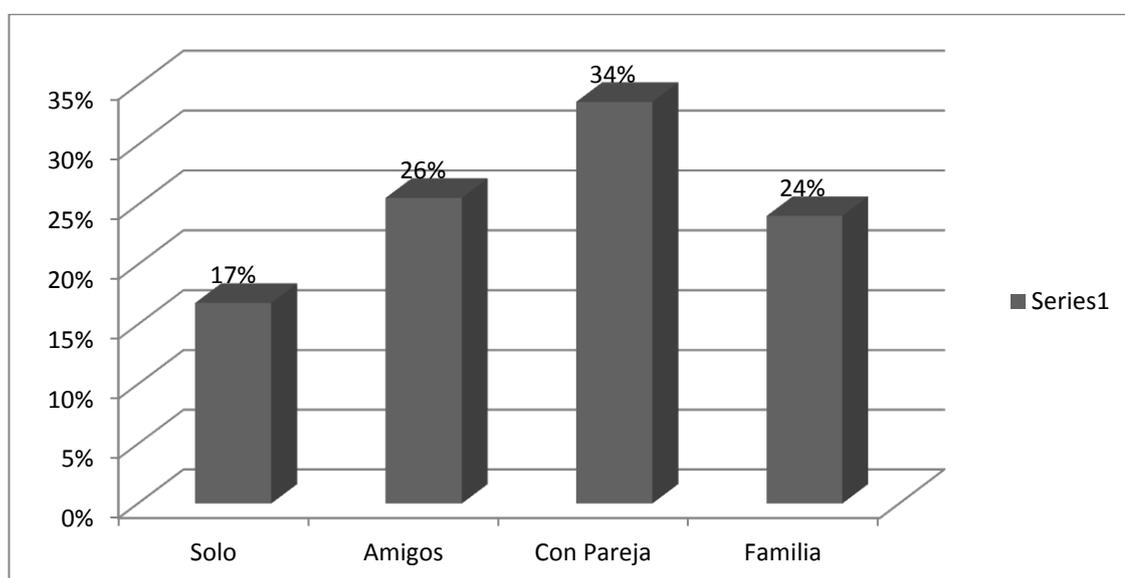


Gráfico 4. Habitualmente acostumbra a salir

Análisis e Interpretación

En esta gráfica se refleja que el 34% de los encuestados habitualmente sale los fines de semana en pareja, el 26% con amigos, el 24% prefiere ir en familia, mientras que el 17% menciona ir solo. Por tanto la mayor frecuencia está representada por las parejas que habitualmente salen los fines de semana.

5.- ¿En qué época o temporada del año acostumbra salir de paseo?

Cuadro 5. Época que acostumbra ir de paseo

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Invierno	106	27%
Verano	293	73%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

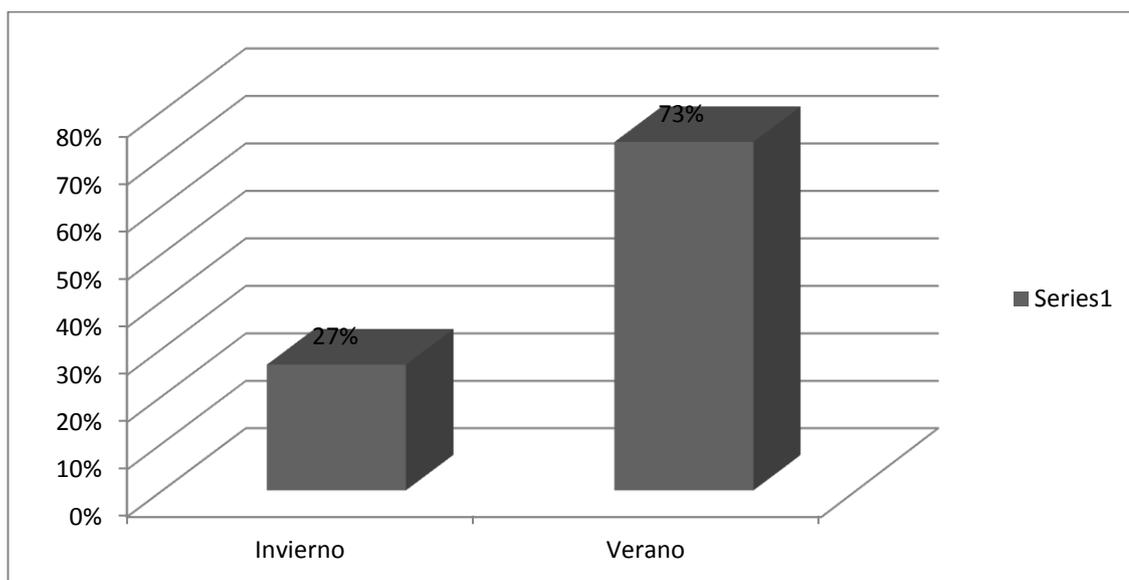


Gráfico 5. Época que acostumbra ir de paseo

Análisis e Interpretación

En esta gráfica observamos que el 73% de la muestra acostumbra ir de paseo en verano, mientras que el 27% acude en temporada de invierno. Se refleja una mayor concentración de visitas en temporada de verano.

6.- ¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares turísticos?

Cuadro 6. Frecuencia en visitas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Semanal	89	22%
Quincenal	134	34%
Mensual	102	26%
Trimestral	74	19%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Autora

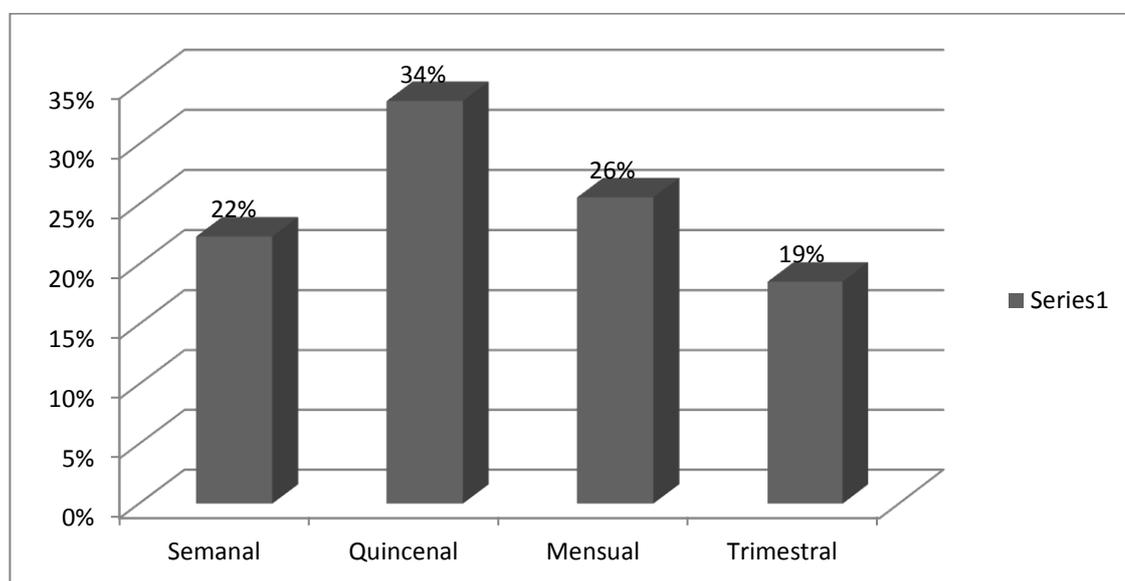


Gráfico 6. Frecuencia en visitar estos lugares turísticos

Análisis e Interpretación

En esta gráfica podemos observar que el 34% de los encuestados frecuenta quincenalmente lugares turísticos, el 26% mensual, el 22% acude semanal, mientras que el 19% prefiere trimestral. Esto refleja una concentración importante en la frecuencia de visitas quincenalmente.

7.- ¿Considera usted Prioritario la existencia de sitios recreacionales en la ribera del rio Quevedo con un ambiente natural?

Cuadro 7. Sitios recreacionales

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	289	72%
No	34	9%
No conoce	76	19%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

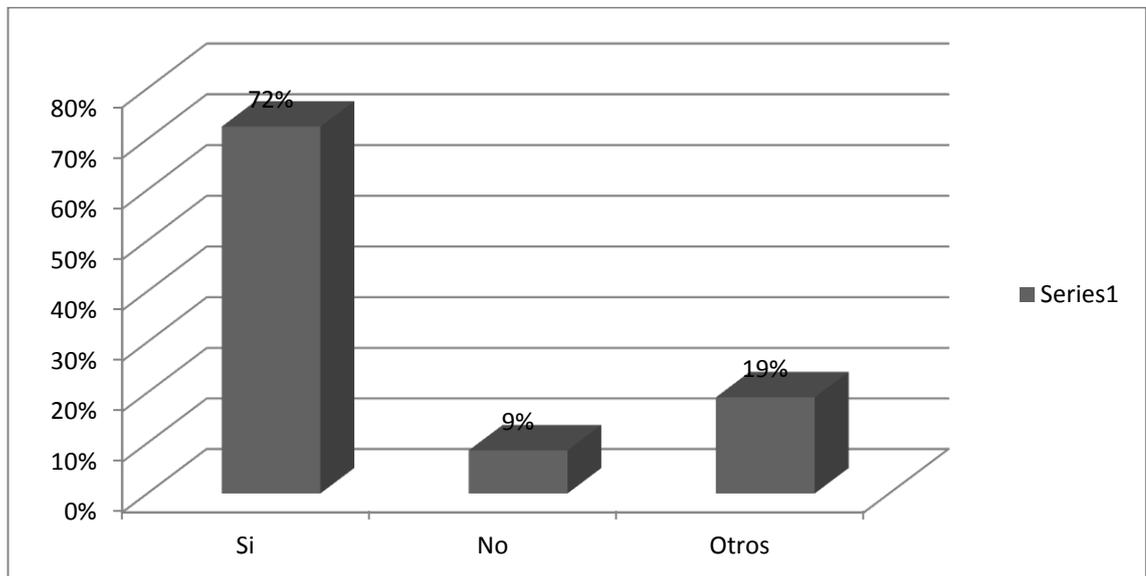


Gráfico 7. Ambiente natural para su descanso

Análisis e Interpretación

El gráfico muestra que el 72% considera prioritario la existencia de sitios recreacionales, el 19% No conoce, mientras que el 9% que considera No necesario.

8.- ¿Visita Usted centros recreacionales en la localidad del cantón Quevedo?

Cuadro 8. Visitas a centros de recreación

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	399	100%
No	0	0%
Total	399	100%

Fuentes: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

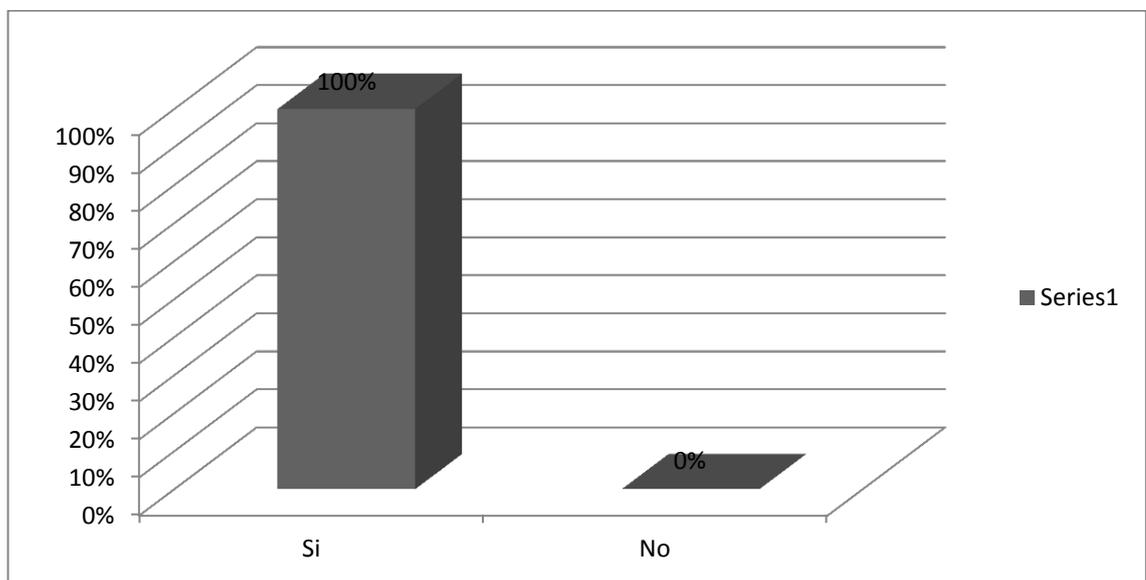


Gráfico 8. Visitas a centros recreacionales

Análisis e Interpretación

En esta gráfica, se evidencia que el 100% de los encuestados ha visitado algún centro recreacional de la localidad del cantón Quevedo. Por lo tanto, se considera como un indicador favorable para el proyecto.

9.- ¿Qué atributo de los servicios le atrae más de un centro recreacional?

Cuadro 9. Atributos del Servicio

Descripción	Cantidad	Porcentaje
La concurrencia	98	25%
El ambiente	102	26%
La comida	80	20%
El entretenimiento	84	21%
Otros servicios	35	9%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

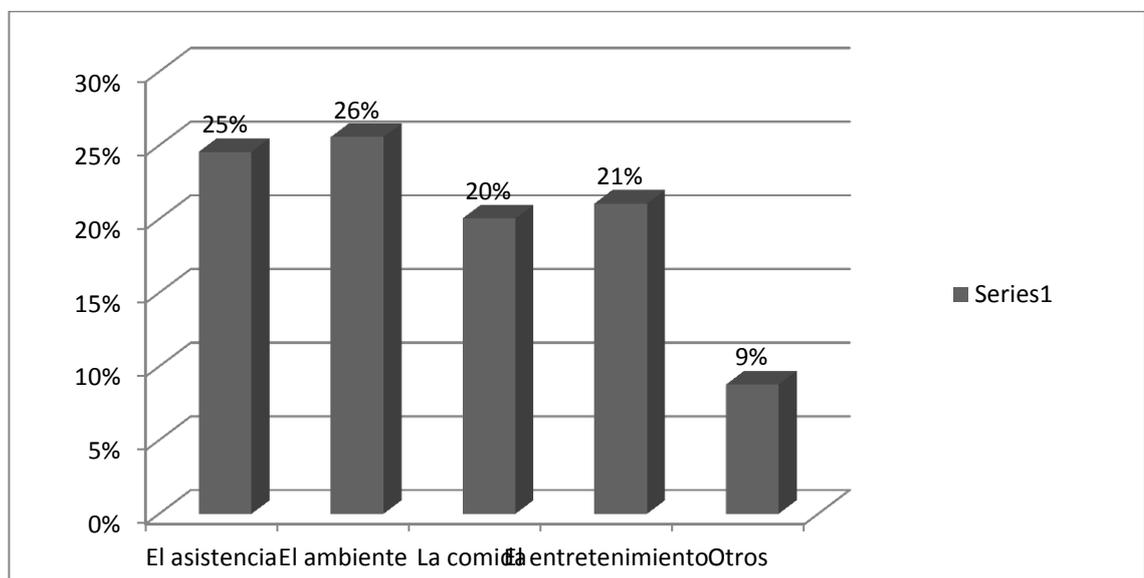


Gráfico 9. Atributos del servicio

Análisis e Interpretación

El gráfico refleja que el 26% afirma que el atributo que más le atrae es el ambiente, el 25% la concurrencia, el 21% el entretenimiento, el 20% la comida, mientras que el 9% prefiere otros servicios. Se muestra que el mayor porcentaje se concentra en el atributo del ambiente de un centro recreacional.

10.- ¿Cuánto considera usted que sería el valor promedio a pagar por el ingreso a un centro recreacional familiar en el cantón Quevedo.

Cuadro 10. Valor promedio a Pagar

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Entre 2-3 dólares	312	78%
Entre 3-5 dólares	45	11%
Entre 5-7 dólares	23	6%
Más de 7 dólares	19	5%
Total	399	100%

Fuentes: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

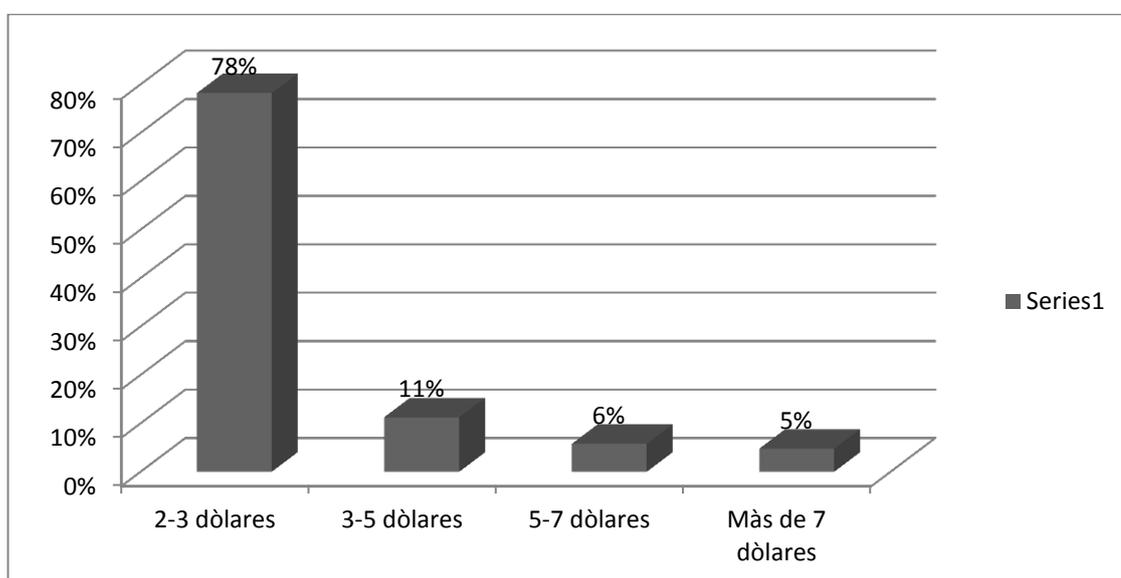


Gráfico 10. Valor promedio a pagar

Análisis e Interpretación

En la gráfica se refleja que el 78% de los encuestados considera que el valor promedio a pagar por el ingreso a un centro recreacional familiar debe estar en el rango de 2-3 dólares por persona; el 11% entre 3-5 dólares, el 6% pagaría entre 5-7 dólares, mientras que 5% pagaría más de 7 dólares. Por tanto se observa que el rango con mayor aceptación está en el valor de 2-3 dólares.

11.- ¿Cuántas horas en promedio suele permanecer en un centro recreacional?

Cuadro 11. Horas promedio de permanencia

Descripción	Cantidad	Porcentaje
1-3 horas	321	80%
3-5 horas	35	9%
5-7 horas	27	7%
Más de 7 horas	16	4%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Autora

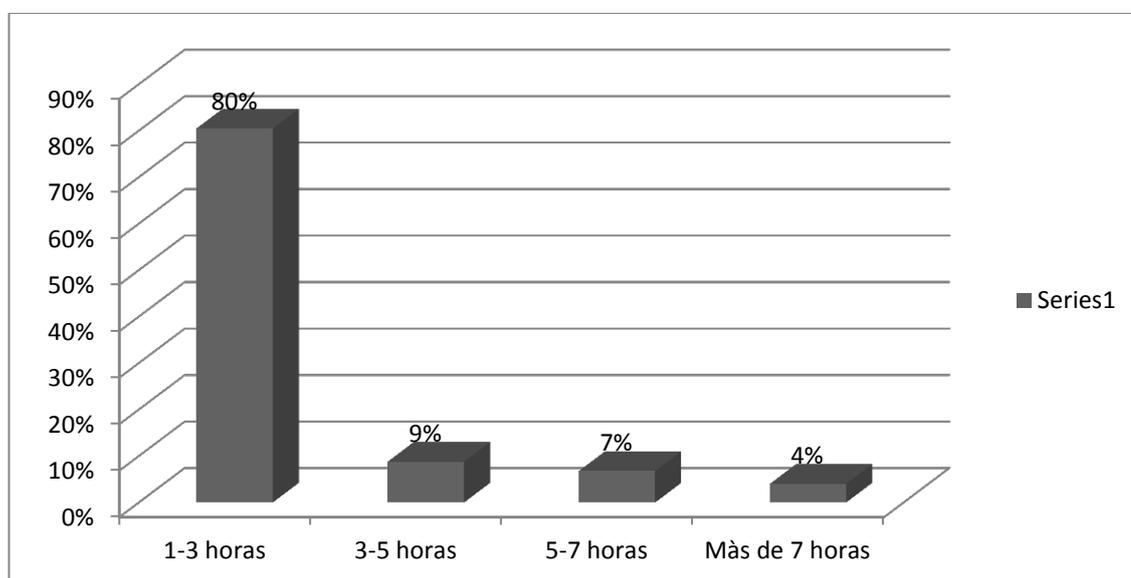


Gráfico 11. Horas promedio de permanencia

Interpretación

Cómo se observa en la gráfica el 80% de la muestra encuestada respondió que suele permanecer en promedio entre 1-3 horas en un centro recreacional, el 9% entre 3-5 horas, un 7% entre 5-7 horas, mientras que el 4% afirma más de 7 horas. Esto muestra que la mayor frecuencia se presenta en el rango de entre 1-3 horas de permanencia.

12.- ¿Qué tipo de comida es de su preferencia cuando asiste a un centro recreacional?

Cuadro 12. Tipo de comida

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Típica	129	32%
Criolla	98	25%
Rápida	138	35%
Otras	34	9%
Total	399	100%

Fuentes: Investigación de mercado
Elaborado por : Autora

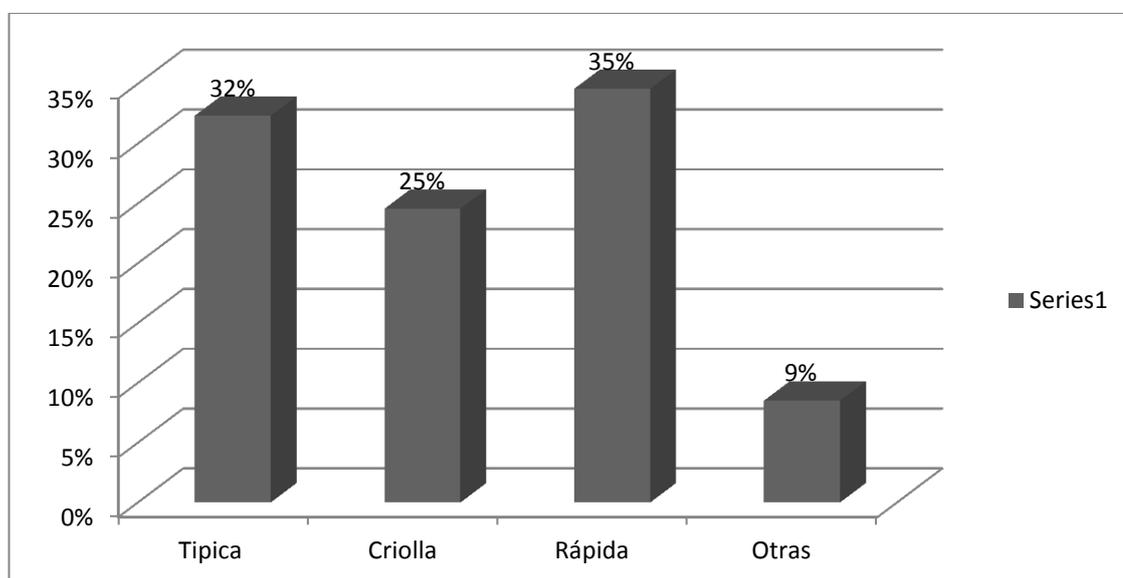


Gráfico 12. Tipo de Comida

Análisis e Interpretación

En esta gráfica se observa que el 35% prefiere comidas rápidas, el 32% platos típicos, el 25% la comida criolla, mientras que el 9% otro tipo de comidas. Se refleja la mayor concentración de preferencia a las comidas rápidas.

13.- ¿Qué tipo de entretenimiento es de su preferencia cuando asiste a un Centro recreacional?

Cuadro 13 Tipo de entretenimiento

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Natación	67	17%
Futbol	78	20%
Básquet	34	9%
Bailo terapia	102	26%
Gimnasio	56	14%
Camping	31	8%
Juegos de mesa	19	5%
Otros	12	3%
Total	399	100%

Fuentes: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

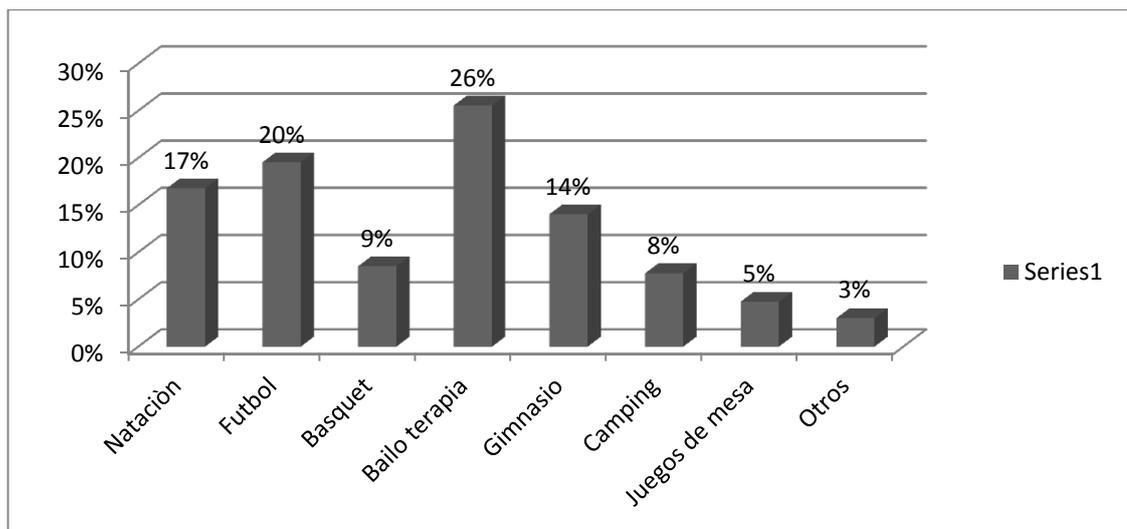


Gráfico 13. Tipo de entretenimiento

Análisis e Interpretación

En este gráfico se refleja que un 26% de la muestra prefiere Bailo terapia , el 20% futbol, el 17% natación, el 14% Gimnasio, el 9% básquet, 8% camping, el 5% juegos de mesa, y el 3% otros entretenimientos.

14.- ¿En un rango del 1 al 10 cuanto le asignaría a los siguientes atributos de los servicios de un centro recreacional.?

Cuadro 14. Atributos que valora del servicio

Descripción	Valor Rango	Cantidad	Porcentaje
Personal calificado	4	203	51%
Atención personalizada	4	87	22%
Categoría del Centro	2	109	27%
Total	10	399	100%

Fuentes: Investigación de mercado

Elaborado por: Autora

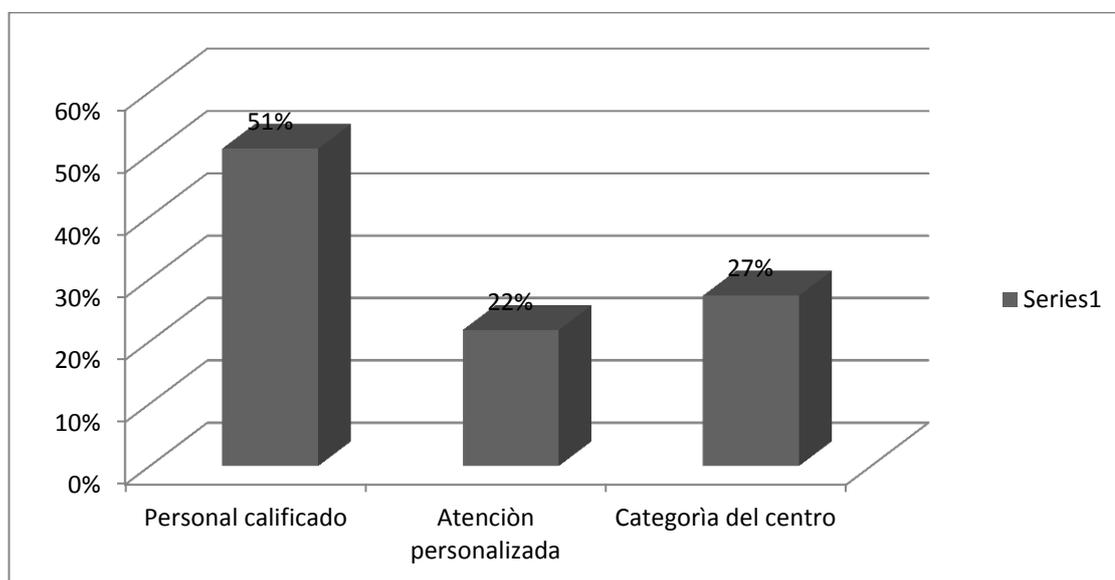


Gráfico 14. Atributos que valora del servicio

Análisis e Interpretación

En esta gráfica se observa que el 51% de los encuestados le asigna un valor de 4 al personal calificado, el 27% le asigna un valor de 4 a la categoría del centro, el 22% le asigna un valor de 2 a la atención personalizada. Se refleja por lo tanto la mayor calificación al atributo del personal calificado del centro.

15.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de un nuevo Centro Recreacional Familiar en la Rivera del Río Quevedo (ruta del río)?

Cuadro 15. Creación de Nuevo centro recreacional

Descripción	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	237	59%
Parcialmente de acuerdo	34	9%
En desacuerdo	128	32%
Total	399	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

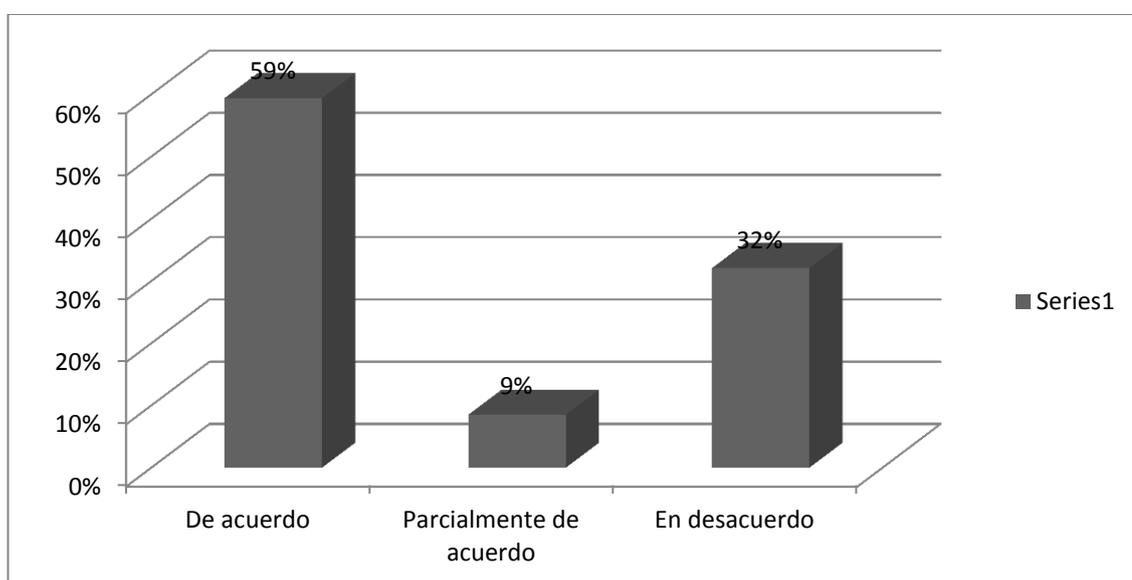


Gráfico 15. Creación de Nuevo centro recreacional

Análisis e Interpretación

En este gráfico se observa que el 59% de los encuestados está de acuerdo con la Creación de un Nuevo Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo, el 32% está parcialmente de acuerdo; y el 9% está en desacuerdo. Se considera como indicador favorable puesto que el mayor porcentaje está a favor del proyecto.

4.2. Plan De Marketing Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río Quevedo

VISIÓN

Promover a través del Plan de Marketing las actividades del Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo, ruta del río, para satisfacer la demanda de servicios de recreación de las familias de Quevedo y sus sectores de influencia.

MISIÓN

Promocionar los servicios del Centro de Recreación Familiar de la ribera del río Quevedo, aplicando el Plan de Medios, e incorporando los recursos y el Talento Humano Idóneo para posicionar la marca.

OBJETIVOS

Objetivo General

Establecer la competencia mercadológica para promover los servicios del centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado que determine la demanda potencial insatisfecha que sustente la creación del centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo.
- Elaborar el Plan de medios para impulsar y posicionar los servicios del Centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo.
- Establecer las herramientas mercadológicas aplicadas al Marketing Mix: Producto, Plaza, Precio y Promoción para impulsar la

participación de mercado del centro recreacional familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río).

4.3. Estrategias de Marketing

1. Concienciar al Mercado Meta, sobre los sitios y atractivos recreacionales del Cantón Quevedo y sus sectores de influencia.
2. Promover las actividades recreacionales locales en la mente de los usuarios internos y externos.
3. Posicionar como marca el Centro Recreacional Familiar en la Rivera del Río Quevedo, en el cantón Quevedo y sus sectores de influencias.
4. Producir servicios de distracción y esparcimiento familiar, con áreas verdes para recreación y relax, habilitadas con juegos deportivos, y bar restaurant.
5. Aplicar una política de precios de los servicios de recreación acordes con la calidad y el segmento de la población de clase media.
6. Impulsar canales de comercialización del servicio de recreación familiar de manera directa e indirecta para acercar el servicio al cliente.
7. Afianzar las relaciones públicas con los actores sociales y la comunidad del cantón Quevedo, haciendo uso del marketing Mix, para fortalecer el posicionamiento del Centro Recreacional Familiar en la ribera del río Quevedo (ruta del río)

4.4. Plan de Acción

También llamado programas de acción, determinará las actividades específicas concebidas para ejecutar las principales estrategias o planes, respondiendo a las siguientes interrogantes: ¿Qué se hará?, ¿Cuándo se hará? ¿Quién lo hará?, y ¿Cuánto costará?

4.5. Cronograma:

Incluirá un diagrama para responder a la pregunta ¿cuándo se realizarán las diversas actividades de marketing planificadas?, para ello se puede incluir una tabla por semanas o meses en el que se indica claramente cuando debe realizarse cada actividad.

4.6. Control

Conocido también como monitoreo o control, procedimientos de evaluación, se responde a las preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo? y ¿cuándo?, con relación a la medición del desempeño a la luz de las metas, objetivos y actividades planificadas en el plan de mercadotecnia.

4.7. El producto recreacional

Las personas e instituciones involucradas con la promoción de las actividades lúdicas, de esparcimiento y de entretenimiento, deben entender que existe un conjunto de necesidades y deseos distintos a veces contradictorios que tienen que ser atendidos de manera diferenciada en cada uno de los mercados anteriormente definidos.

No se debe olvidar que trabajar en el marketing recreacional es hacerlo con uno de los elementos de mayor imprevisibilidad: la sensibilidad y la responsabilidad social. Es imprescindible considerar muchas y complejas

dimensiones sociológicas y psicológicas que en el ejercicio del marketing lucrativo pueden ser no debidamente tomadas en cuenta por la falta de trascendencia que puedan tener en el espíritu del consumidor final y en su cambio de actitud frente a los beneficios que su conducta puede acarrear para la sociedad en general. Aquí se tiene que trabajar con el "lado oscuro" del ser humano en un determinado ambiente social y cultural, lo que por momentos lo hace demasiado vago e insulso ante los ojos de quienes pretenden cuantificar sus resultados. (redcreacion.org/documentos/congreso).

4.8. Nombre de la Empresa

CENTRO RECREACIONAL FAMILIAR “RIBERAS DEL RIO

4.9. Slogan

“RECREAMOS MÁS Y LO HACEMOS MEJOR”

4.10. Estudio técnico

4.10.1. Localización del proyecto

En toda inversión turística de equipamiento, la localización es fundamental y en ciertos casos se convierte en un factor determinante para el éxito comercial.

La elección de la macro localización (zona turística, región socioeconómica, centro urbano o polo turístico) depende de distintos factores generales, entre los cuales se destacan los siguientes:

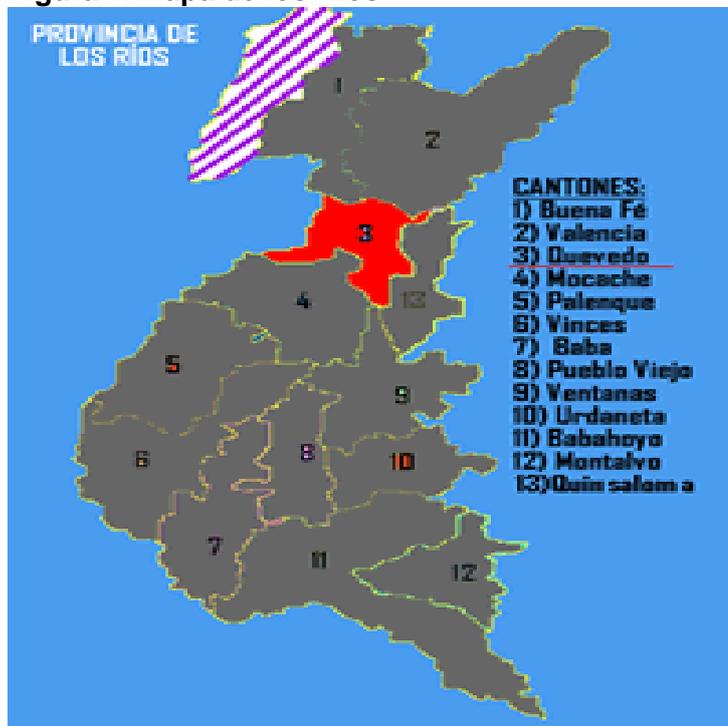
- a. Dinamismo económico del área.
- b. Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico y/o cultural.

c. Ventajas económicas especiales.

También en el marco de localización se tiene en cuenta el levantamiento de un inventario turístico relativo al área de influencia del proyecto, lo cual significa analizar todas las facilidades y servicios con que cuentan los alrededores de la zona objeto del proyecto: La infraestructura, equipamiento y servicios conexos.

4.10.2. Macro localización

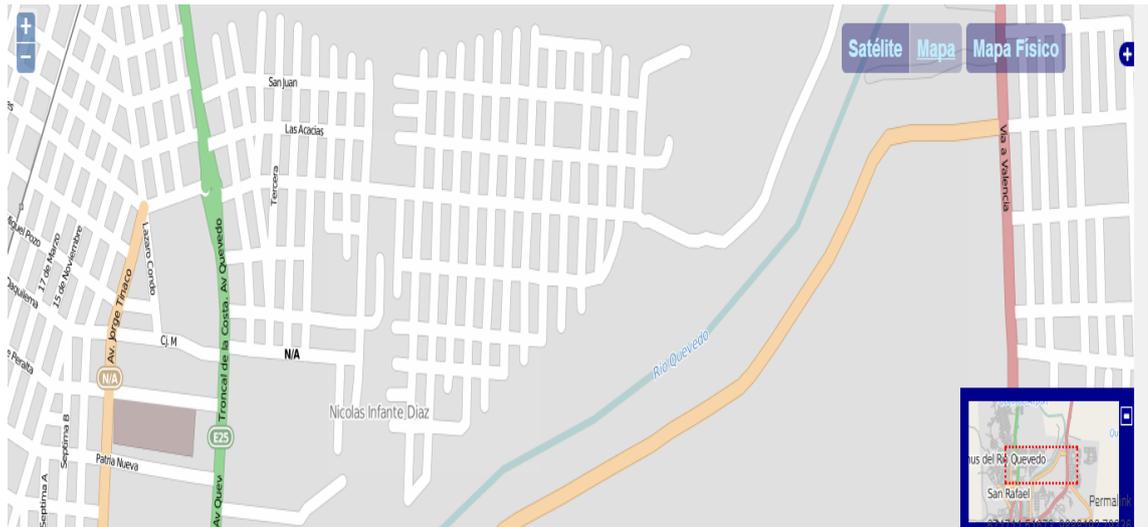
Figura 1. Mapa de los Ríos



4.10.3. Micro localización

Ubicación: El predio se encuentra ubicado en la vía Valencia a orillas del río Quevedo.

Figura 2. Mapa de ubicación Ribera del Río Quevedo.



4.10.4. Características del paisaje

4.10.4.1. Clima

Es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y a veces llega a los 38 °C. Las lluvias nacen mayoritariamente al este de la ciudad (en el cantón La Maná está el epicentro principal). Con esto Quevedo tiene precipitaciones en todos los meses del año y su precipitación anual oscila entre 3.000 a 4.000 mm.

4.10.4.2. Paisaje Natural

Se puede acceder a Quevedo por diversos puntos siendo la vía más utilizada la que llega desde Guayaquil atravesando la ciudad de Babahoyo.

Por las noches se puede salir a disfrutar de sus bares y discotecas. También existen numerosos centros de diversión y recreación con piscinas. Su amplio río permite realizar paseos en motos acuáticas, regatas, otros deportes fluviales, camping, senderismo, entre otros.

4.10.4.3. Forma y Topografía

Quevedo es la décimo segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 173.585 habitantes en el último censo ecuatoriano, realizado el 28 de noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En la actualidad, ha superado en población a la capital de la provincia, Babahoyo.

Su población está formada por gente de distintos lugares del país predominando también una alta población de ciudadanos chinos que se afincaron en el lugar a principios del siglo XX lo que le da una característica especial por sus vistosos almacenes y restaurantes de la colonia del país asiático. Quevedo es por su agricultura un centro de masificación poco común llenándose todos los días de gente de distintos lugares dando una apariencia de mercado febril en todo el año.

Cabe destacar que Quevedo tiene su propia zona metropolitana llamada la Área Metropolitana del Gran Quevedo en donde se contaron 173.575 habitantes viviendo en una superficie de 5265 km² según el censo 2010. Dentro de la superficie de la Conurbación de Quevedo se incluye los cantones siguientes: Mocache, Buena Fe, Valencia, El Empalme (Guayas), Pichincha (Manabí) y La Maná (Cotopaxi). Con esta cifra demográfica, el Área Metropolitana de Quevedo es sexta en posiciones de áreas metropolitanas del Ecuador y una de las más rápidas crecientes.

4.10.4.4. Infraestructura vial

El cantón Quevedo es atravesada por la vía Panamericana que se comunica con la parte norte y sur del país.

La ciudad cuenta con vías de primer y segundo orden, la mayoría se encuentran asfaltadas.

4.10.4.5. Infraestructura básica

El predio cuenta con todos los servicios básicos entre ellos: agua potable, alumbrado público, alcantarillado, red telefónica, e Internet.

Cuadro 16.- Demanda proyectada actual

Población	%	Demand a	Demanda Insatisfeh a Anual 10%	Demanda Mensual	Promedio de Visita Mensual	Demanda mensual Final
173.575	72%	124.974	12.497,4	1.041,45	3	3.102.125

La población meta se determinó en 124.974 habitantes del cantón Quevedo, que representa el 72% de la muestra representativa encuestada quienes manifestaron su preferencia por asistir a centros recreacionales. Así mismo; se estableció en el estudio técnico que el proyecto inicialmente tendría una capacidad para cubrir el 10% de la demanda potencial en 12.497,4 personas al año; y una frecuencia promedio de 1041,45 personas al mes.

4.10.5. Descripción técnica y física del proyecto

4.10.5.1. Áreas del centro recreativo

- Área administrativa
- Área de recreación y juegos
- Área de alimentos y bebidas
- Área de mantenimiento y seguridad.
- Parqueaderos.
- Área de vestidores y baños.

Cuadro 17.- Distribución Arquitectónica

Zona General	Unidad	Área m²/m³	Costo por m²/m³	Costo total por m²/m³
Ingreso principal	Hall	60	60,00	3600,00
	Boletería	4	80,00	320,00
	Enfermería	9	80,00	720,00
Área vestidores Hombres # 1	Vestidor	9	80,00	720,00
Duchas de Hombres # 1	Ducha	8	80,00	960,00
	Lockers	4	80,00	
Baños Hombres # 1	Baño	4,50	80,00	360,00
	Urinarios	6		480,00
	Lavabos	6		480,00
Área Vestidores Hombres #1.1	Vestidor	9	80,00	720,00
Duchas hombres # 1.1	Ducha	8	80,00	640,00
Baños hombres #1.1	Baño	8	80,00	640,00
	Urinarios	6		480,00
Área vestidores Mujeres # 2	Vestidor	9	80,00	720,00
	Lockers	4		320
Duchas Mujeres # 2	Duchas	8	80,00	640,00
Baños Mujeres # 2	Baños	4,5	80,00	360,00
	Lavabos	6		480,00
Área Vestidores # 2.1	Vestidor	9	80,00	720,00
Baños Mujeres #2.2	Baños	4,5	80,00	360,00

Duchas Mujeres # 2.3	Duchas Lavabos	8	80,00	640,00
Administración	Gerente	9	120,00	1980,00
	Secretaria	6	120,00	
	½ baño	1,5	120,00	
SUBTOTAL		211		16.340,00
Circulación y paredes 10%		211	80,00	1.688,00
TOTAL				\$18.028,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: La autora

Zona General	Unidad	Área m ² /m ³	Costo por m ² /m ³	Costo total por m ² /m ³
Piscina Barbacoa	Caja	4	80,00	320,00
	Barra	9	80,00	720,00
	Piscina	60	60,00	3.600,00
Bar comida rápida	Dispensa	9	80,00	720,00
	Plancha			
	Mesas de trabajo			
	Caja			
Concha Acústica	Espacio	8	80,00	960,00
	multiuso	4	80,00	
Piscina Regaeton adultos	Desliza-miento abierto	4,50	80,00	360,00
		6		480,00
		6		480,00

Piscina niños	Natación	9	80,00	720,00
Piscina adultos	Natación Toboganes	8	80,00	640,00
Piscinas niños	Natación	8 6	80,00	640,00 480,00
Piscinas Húmeda tipo ruleta	Resbaladera	9 4	80,00	720,00 320
Parque infantil	Entretenimiento Cancha de uso múltiple	8	80,00	640,00
Parque infantil	Entretenimiento Cancha de uso múltiple	4,5 6	80,00	360,00 480,00
SUBTOTAL		9	80,00	12.640,00
Circunvalación y paredes 5 %		4,5	80,00	360,00
TOTAL		8	80,00	13.000,00

Fuente: Investigación de mercado

Elabora por: La autora

4.10.6. Especificaciones técnicas.

4.10.6.1. Hall

El piso del hall principal será de hormigón simple proyectado con una retícula cuadrada y espiada de chispa de mármol y colores llamativos.

4.10.6.2. Boletería

Estará integrado con una cubierta de loseta de hormigón armado a 12cm de espesor con una inclinación apropiada de acuerdo al entorno, sus paredes de bloque de 10cm de espesor revocado y graficado con rulato de yeso y con pisos terminados en vinil.

4.10.6.3. Enfermería

Se encontrara ubicado junto a la administración integrada con cubierta de loseta de hormigón armado tipo cascara y sus paredes de bloque revocado de yeso y pintura de varios colores.

4.10.6.4. Baños

Los baños serán de lozas de preferencia 15cm de espesor para que soporte el peso de los tanques de reservorios de agua y sea utilizada por gravedad. Para las paredes se utilizaran cerámicas en los lugares adecuados como duchas e inodoros.

4.10.6.5. Vestidores

Se dividirán mediante paredes de aluminio con asientos de los mismos para evitar el óxido. De la misma manera se utilizaran paredes de aluminio para la división de un baño con otro.

4.10.6.6. Urinarios

Se utiliza paredes de $\frac{3}{4}$ de aluminio para las divisiones de un urinario con otro.

4.10.6.7. Lavabos

Estarán ubicados sobre una loseta de 5 cm. las cuáles serán empotradas.

En resumen todo este tipo de acondicionamiento físico se realizara tanto para baños de hombres y mujeres.

4.10.7. Administración

4.10.7.1. Gerencia

Utilizando el mismo esquema de construcción se ha pensado, que debe ir el mismo tipo de cubierta (loseta de hormigón armado de 12cm de espesor); con paredes de bloque revocado y revestido con un grafiado con relato de yeso y sus pisos con un mosaico de vinil.

4.10.7.2. Secretaria

Buscaría la misma hegemonía de gerencia, con la diferencia de acabado de su piso con un vinil encontrado de un solo color.

4.10.7.3. Baño de administración

Se utilizara uno solo, compartiendo secretaria con gerencia cuya utilidad seria de uso exclusivo para los dos ambientes mencionados.

Como se encuentra dentro del área administrativa llevaría la misma similitud constructiva con la diferencia de su piso que será de cerámica.

4.10.8. Piscina barbacoa

4.10.8.1. Piscina

Su piso estructura seria creada de hormigón armado con mayas de electro soldado 5/4 y sus paredes de muros de hormigón ciclópeo; el acabado de sus paredes y pisos serian enlucido fino y pintadas con pinturas de cromo y brillantados con un matizado.

Todo este tipo de estructura de la piscina barbacoa sería utilizada para la piscina reguetón adultos, piscina niños, piscina adultos, piscina húmeda tipo ruleta.

4.10.8.2. Piscina reguetón adultos

Deslizamiento abierto se parece a una cascada de continuidad; es decir un desnivel tipo rampa por su magnitud de grandeza es como si fuese un tobogán gigante.

4.10.8.3. Piscina niños

De forma irregular creada exclusivamente para niños hasta la edad de 12 años. Constructivamente aplicada al mismo concepto de la piscina barbacoa.

4.10.8.4. Piscina adultos

El atractivo mundo de los toboganes elaborados en fibra de vidrio, con ondulaciones para aumentar la adrenalina de los usuarios.

La piscina de forma irregular creada justamente para acoplar 2 toboganes de gran dimensión lineal.

4.10.8.5. Piscina húmeda tipo ruleta

Algo muy curioso y llamativo una piscina muy parecida a una ruleta de casino, bañada desde su parte céntrica con agua de una manera constante.

Creada con la misma técnica de la piscina barbacoa.

4.10.9. Bar, caja y barra

La cubierta del bar se utilizara hojas de galvalum AR-2000 de color verde armonizando con la vegetación del lugar y la estructura; el soporte del techo seria de madera vista y sus columnas de pambil visto; su piso de vinil y en su interior mostrando un mosaico de colores fuertes

4.10.9.1. La barra

Sería revestida con una porcelana para no utilizar cerámica y evitar deslizamiento de bebidas.

4.10.9.2. Bar comida rápida.

El tipo de estructura sería similar al de la piscina barbacoa con la diferencia de que su forma física es hexagonal y área de preparado de comida sería cerrado ya que llevaría una despensa, cocina y planchas de preparación de comida rápida, todos estos ambientes se utilizarían paredes de bloques grafiados con rulato de yeso, en el área de hornillas, mesón y pisos se utilizarían cerámica; el área de mesas de servicio sería análisis libre pero integrado por un mismo techo.

4.10.10. Concha acústica

Un espacio de entretenimiento musical u otros eventos, es decir multiusos. Tendrá una plataforma de hormigón armado con una malla electro soldada de 5/4 con una área de 150m².

4.10.11. Parque infantil

Sería creado en un área de césped de 80m² con los siguientes juegos:

- 1 resbaladera
- 2 columpios
- 2 sube y bajas
- 1 escalera china
- 1 piscina arena

Estos serían metálicos para obtener mayor resistencia de los implementos.

4.10.12. Cuarto de maquinas

4.10.12.1.Taller de bodega

Cubierta de galvalum AR-2000 con estructura metálica y paredes de bloque revocado de 10 cm de espesor pintadas con carbonato de calcio y pisos alisados con colorantes.

4.10.12.2.Generador

Construido con el mismo concepto del taller múltiple – bodega con la diferencia que se establecerían dos divisiones:

- La primera: transformador y generador
- La segunda: bombas de agua, otros equipos como tableros, breakers

4.10.12.3.Guardianía

Casetas metálicas de 2x2 m2 que serán utilizadas para las personas que realizaran la vigilancia del centro recreativo.

4.10.12.4.Estacionamiento vehicular y personal

Sub-base más arena y nivelación previo a la utilización de adoquín; así se ha pensado en la utilización de parqueaderos vehiculares adoquinados ya que el asfalto es muy costoso y proyecta demasiado calor.

4.10.13. Zona de esparcimiento

El área verde compuesta por el 30% cubierta de césped y las camineras elaboradas con hormigón simple en áreas a desnivel, se utilizara gradas y adosada a estas rampas.

4.10.13.1. Bohíos

Son sombrillas elaboradas, en su estructura madera y su cubierta de paja toquilla muy natural ya que se encuentra en la misma zona del lugar.

Plazo de instalación y funcionamiento del Centro recreativo.

Considerando la irregularidad del terreno y lo que implica la construcción, acabados, decoración y puesta a punto para el funcionamiento del parque se tiene previsto un tiempo aproximado de 18 meses.

4.10.14. Gestión del talento humano

4.10.14.1. Gerente

- Establecer metas y objetivos para el desarrollo de la actividad.
- Planificar eventos para promocionar el Centro recreacional.
- Coordinar las actividades del Centro.
- Control y seguimiento de los programas de trabajo.
- Dotar de Personal.

4.10.14.2. Secretaria

- Recepción, agenda y archivos.
- Agenda de trabajo del Centro.

4.10.14.3. Supervisor

- Vigilar el normal desenvolvimiento de las actividades que se planifican y desempeñan dentro del establecimiento.
- Elaborar informes diarios.

4.10.14.4.Vendedor

- Controlar el ingreso de la taquilla (boletería).
- Elaborar informe de ingresos por taquilla a contabilidad.

4.10.14.5.Barman

- Encargado del inventario del bar y expendio de bebidas alcohólicas y sodas.

4.10.14.6.Técnico de planta

- Realizar mantenimiento preventivo a las instalaciones
- Vigilar el adecuado funcionamiento técnico del Centro.

4.10.14.7.Operadores

- Controlar el uso adecuado de las instalaciones del Centro Recreacional.
- Reportar anomalías al supervisor.

4.10.14.8.Personal de Limpieza

- Mantener el establecimiento en condiciones adecuadas y aptas para ser utilizadas por los clientes y usuarios.

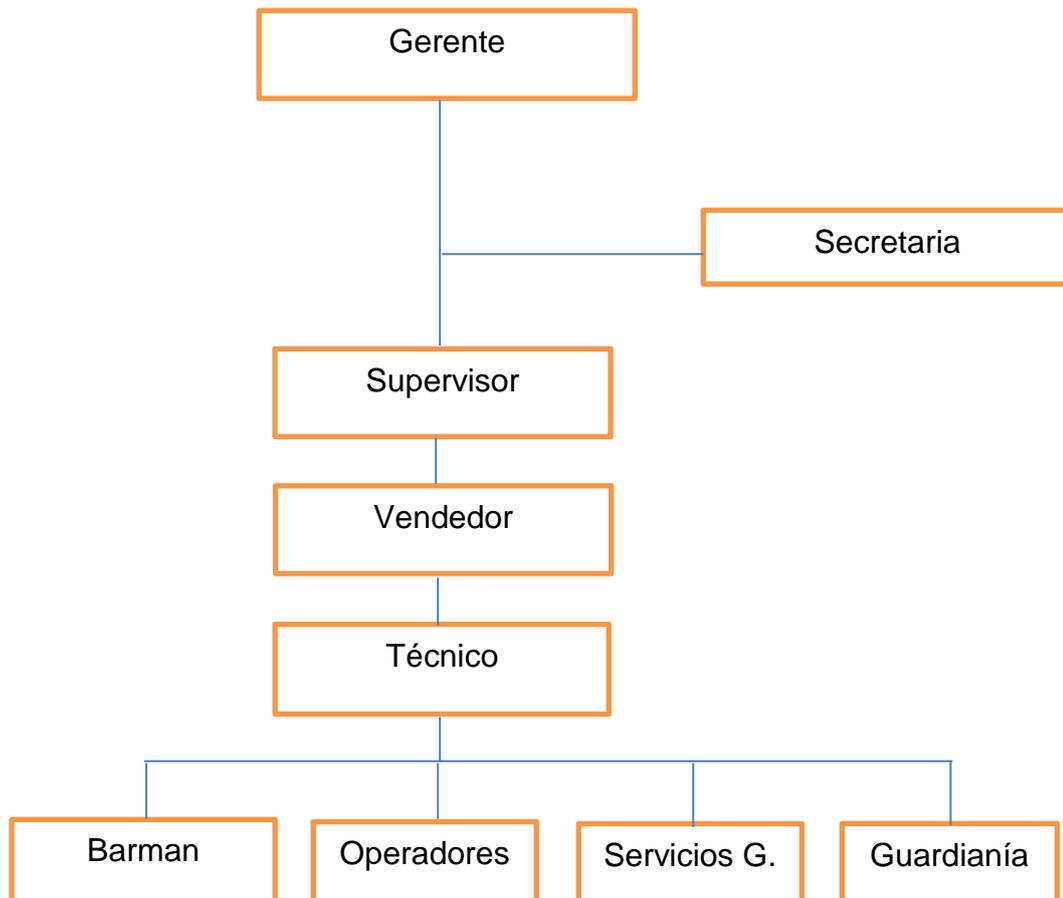
4.10.14.9.Guardianía

- Velar por el orden y la seguridad del establecimiento.

4.10.15. Estructura Organizacional

La estructura organizacional del Centro recreacional de acuerdo con su tamaño presenta la siguiente estructura vertical:

Figura 2. Organigrama



Elaborado por: La Autora

4.11. Estudio financiero

De acuerdo con el estudio financiero, los recursos requeridos para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río del Cantón Quevedo (ruta del río) se presentan a continuación con la siguiente composición.

Cuadro 18. Inversión en Activos Fijos para la construcción de un centro recreativo en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos año 2013

DETALLE DE ACTIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	C. UNITARIO	C. TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
1	Sofa	\$ 250,00	\$ 250,00
6	Archivador	\$ 90,00	\$ 540,00
10	Escritorio	\$ 150,00	\$ 1.500,00
10	Sillas Semiejecutivas	\$ 45,00	\$ 450,00
1	Pizarra Acilica	\$ 200,00	\$ 200,00
60	Sillas para el Restaurante	\$ 25,00	\$ 1.500,00
15	Mesas para el Restaurante	\$ 75,00	\$ 1.125,00
1	Mesa Grande para Reuniones	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Silla Ejecutiva	\$ 95,00	\$ 95,00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			\$ 5.910,00
EQUIPOS DE OFICINA			
4	Caja Registradora	\$ 830,00	\$ 3.320,00
1	Proyector Epson	\$ 750,00	\$ 750,00
5	Telefono	\$ 50,00	\$ 250,00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			\$ 4.320,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
2	Computadora	\$ 670,00	\$ 1.340,00
1	Impresora Ricoh MPC3000	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Impresora Multifunción Laser	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 3.140,00
MAQUINAS Y EQUIPOS			
1	Equipo de Audio	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1	Sistema de Camaras de Seguridad	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
1	Plancha freidora	\$ 250,00	\$ 250,00
2	Televisores	\$ 750,00	\$ 1.500,00
30	Extractor de humo y olores	\$ 280,00	\$ 8.400,00
1	Congelador industrial	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
2	Mixer de gaseosa	\$ 180,00	\$ 360,00
1	Licudadora	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Batidora industrial	\$ 62,00	\$ 62,00
1	Refrigeradora	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Transformador	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
1	Bombas de recirculación y provisión de agua	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
1	Podadora	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Generador eléctrico	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
2	Aspiradora	\$ 75,00	\$ 150,00
1	Equipo de jardinería	\$ 60,00	\$ 60,00
6	Extintor de incendios	\$ 40,00	\$ 240,00
1	Juego de herramientas	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Restaurante y Bar Utensilios	\$ 618,55	\$ 618,55
TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS			\$ 37.050,55
VEHICULOS			
1	Camioneta D-Max 3.0L Diesel CD TM 4x4 GLS	\$ 34.990,00	\$ 34.990,00
TOTAL VEHICULO			\$ 34.990,00
CONSTRUCCION Y TERRENO			
4	Hectarea de Terreno	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00
6715,07	Construccion	\$ 50,00	\$ 335.753,50
500	Estacionamiento	\$ 20,00	\$ 10.000,00
600	Cerramiento	\$ 15,00	\$ 9.000,00
6	Sanitarios	\$ 1.600,00	\$ 9.600,00
2	Aire Acondicionado Central de 60000 Btu	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
1	Sistema de Electricidad	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
2	Líneas Telefónicas	\$ 100,00	\$ 200,00
TOTAL DE CONSTRUCCION Y TERRENO			\$ 385.553,50
INVERSIONES INTANGIBLES			
	Elaboración Proyecto Factibilidad	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
	Decoración	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
	Gastos de Operación	\$ 150,00	\$ 150,00
	Gastos de Organización	\$ 600,00	\$ 600,00
	Honorario por elaboracion de minuta	\$ 30,00	\$ 30,00
	Elevacion de Minuta a instrumento publico	\$ 50,00	\$ 50,00
	Inscripcion en el Registro Mercantil	\$ 60,00	\$ 60,00
	Inscripcion de la Compañía y nombramientos en la Superintendencia de Compañía	\$ 5,00	\$ 5,00
	Registro de Marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI	\$ 60,00	\$ 60,00
	Capacitación del Personal	\$ 300,00	\$ 300,00
	Asesoría Jurídica Elaboración Minuta.	\$ 720,00	\$ 720,00
TOTAL DE INVERSIONES INTANGIBLES			\$ 6.875,00
TOTAL DE ACTIVOS			\$ 477.839,05

Elaborado por: La Autora

Análisis: La inversión comprende la adquisición de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

4.11.1. Depreciación

Los bienes depreciables que serán utilizados en la Administración y ejecución del proyecto, de acuerdo al proceso contable generaran una depreciación anual de \$ 12.772.62 como se muestra en el cuadro 19.

Cuadro 19. Depreciación de los Bienes y Muebles.

Depreciación				
Descripción	Valor de activo	Porcentaje de depreciación	Depreciación mensual	Depreciación anual
Equipos de computo	3140	33%	87,21	1046,56
Muebles y enseres	5910	10%	49,25	591,00
Maquinarias y equipo	37050,55	10%	308,75	3705,06
Equipos de oficina	4320	10%	36,00	432,00
Vehículo	34.990,00	20%	583,17	6998,00
Total de depreciación			1064,38	12772,62

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

4.12. Financiamiento

Para la puesta en marcha del proyecto y la inversión que esta representa se contará con una aportación del 20% de fuentes directas; y el 80% será financiado por un banco local.

Cuadro 20. Inversión del proyecto

Inversión del proyecto	
Equipos de computo	3.140,00
Muebles y enseres	5.910,00
Maquinarias y equipo	37.050,55
Equipos de oficina	4.320,00
Vehículos	34.990,00
Construcción y terreno	385.553,50
Inversión intangible	6.875,00
Capital de trabajo	8.507,87
Total de la inversión	486.346,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

Para financiar el proyecto está respaldado con el aporte de capital directo del empresario que representa un valor de \$ 97.269,38 correspondiente al 20% de la inversión total, y se financiara el 80% de la inversión a través de un banco local a 5 años plazo, cuyo valor es de \$ 389.077,53 inversión total \$ 486.346,92.

Cuadro 21. Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto		
Inversión total	100%	486.346,92
Financiado	80%	389.077,53
Aportes propios	20%	97.269,38

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

Cuadro 22. Tasa de interés bancario del BNF

Importe	VP=	389.077,53
Cantidad de Cuotas	n =	60
tasa de interés anual	i =	9,50%
periodos en el año	m =	12,00
Interés Mensual		0,0079
Cuota de Pago o Anualidad	C/P =	6.484,63

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado por: La Autora

Cuadro 23. Tabla de amortización del banco de Fomento

periodo	Capital	Interés	Pago	Saldo
0				389.077,53
1	77.815,51	33.574,15	111.389,66	311.262,03
2	77.815,51	26.181,68	103.997,18	233.446,52
3	77.815,51	18.789,20	96.604,71	155.631,01
4	77.815,51	11396,73	89212,24	77.815,51
5	77.815,51	4004,26	81819,76	0,00

Elaborado por: La Autora

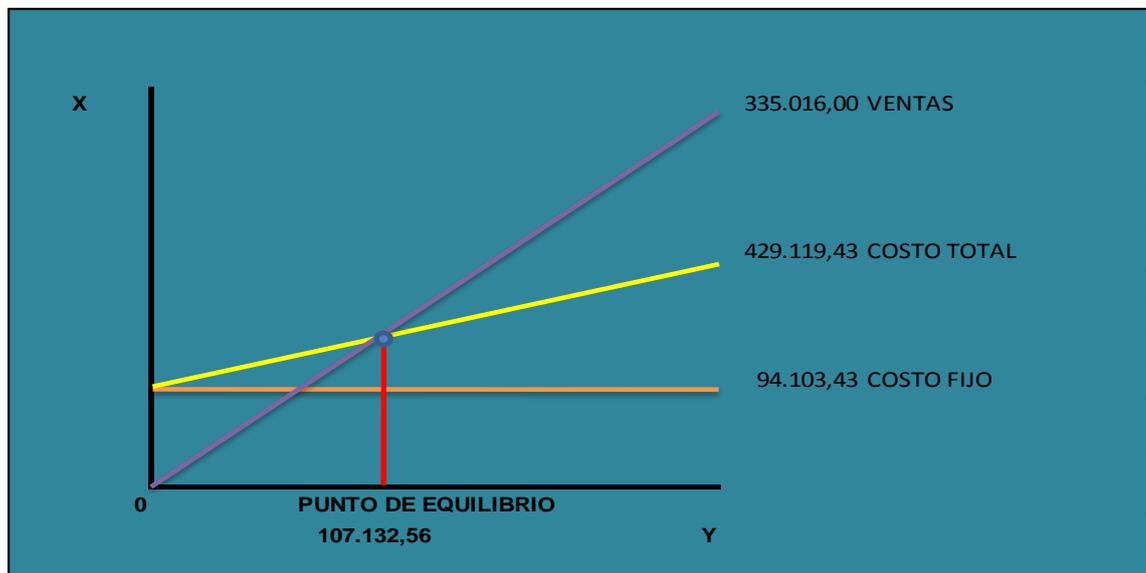
Cuadro 24. Punto de equilibrio

Datos	
Ventas	335.016,00
Costos fijos	94.103,43
Costos variables	40.743,60

Elaborado por: La Autora

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{94103,43}{0,87838}$$

$$PE = 107132,56$$



Análisis. Se determinó el nivel de producción en el que los ingresos por ventas, son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables estableciéndose el punto de equilibrio en 107.132,56.

4.12.1. Capital de Operación.

El capital de operación, con el cual el centro recreativo en el cantón Quevedo iniciará sus actividades de funcionamiento y atención al público establece los siguientes rubros:

- Gastos administrativos
- Gastos de servicios básicos
- Costos de ventas y los
- Imprevistos y todo ello se vale agregar
- Inversión Inicial

La suma de todos estos rubros, asciende a \$ **115.658,04**, como se observa en el cuadro detallado a continuación.

Cuadro 25. Capital de Operación

	Gastos administrativos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente administrativos	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
1	Supervisor	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1	Secretaria	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Vendedor	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Técnico de planta	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Bar	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Guardias	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Limpieza	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
2	Operadores	708,00	8.496,00	8.920,80	9.366,84	9.835,18	10.326,94
10	Aporte patronal	449,57	5.394,82	5.664,56	5.947,78	6.245,17	6.557,43
	Décimo cuarto		3.540,00	3.717,00	3.902,85	4.097,99	4.302,89
	Décimo tercero		4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54	4.900,92
	Total de gastos administrativos	4.481,57	61.350,82	64.418,36	67.639,27	71.021,24	74.572,30

Elaborado por: La Autora

Cuadro 26. Gastos Generales

Gastos generales	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Energía eléctrica	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Teléfono e internet	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Gas	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Útiles de oficina	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Materiales de limpieza	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Depreciación equipo de computo	87,21	1.046,56	1.046,56	1.046,56	-	-
Depreciación de muebles y enseres	49,25	591,00	591,00	591,00	591,00	591,00
Depreciación maquinarias y equipo	308,75	3.705,06	3.705,06	3.705,06	3.705,06	3.705,06
Depreciación de equipos de oficina	36,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
Depreciación de vehículo	583,17	6.998,00	6.998,00	6.998,00	6.998,00	6.998,00
Total de gastos generales	1.929,38	23.152,62	23.671,62	24.216,57	23.742,20	24.343,01

Elaborado por: La Autora

Cuadro 27. Gastos de Ventas

Gastos de ventas	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Contador	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Publicidad	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Total gastos de ventas	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86

Elaborado por: La Autora

Cuadro 28 Cálculo del Capital de Trabajo

	Año 1
Costo de venta	\$ 40.743,60
Gastos administrativos.	\$ 61.350,82
Costos totales de ventas y administrativos	\$ 102.094,42
Ciclo efectivo en días	30 Días
Capital de trabajo	\$ 8.507,87

Elaborado por: La Autora

4.12.2. Costos de Ventas.

Los costos de ventas, constituyen valores que se desglosan, en la compra de alimentos y bebidas se presentan en el cuadro 28.

Cuadro 29. Costos de ventas proyectados a 5 años del centro recreacional en el Cantón Quevedo.

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bebidas	1	1.740,00	1.740,00	20.880,00	21.924,00	23.020,20	24.171,21	25.379,77
Insumos de Alimentos	1	1.620,50	1.620,50	19.446,00	20.418,30	21.439,22	22.511,18	23.636,73
Imprevisto 2%				417,60	438,48	460,40	483,42	507,60
Total				40.743,60	42.780,78	44.919,82	47.165,81	49.524,10

Elaborado por: La Autora

BEBIDAS				
DESCRIPCION	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Gaseosas	500	Unidad	\$ 0.30	\$ 150.00
Agua	550	Unidad	\$ 0.20	\$ 110.00
Te helado	200	Unidad	\$ 1.00	\$ 200.00
Jugos (Deli)	400	Unidad	\$ 0.50	\$ 200.00
Cervezas	800	Unidad	\$ 0.50	\$ 400.00
Energizaste	400	Unidad	\$ 1.00	\$ 400.00
Bebidas Hidratantes	400	Unidad	\$ 0.70	\$ 280.00
TOTAL				\$ 1,740.00

Elaborado por: La autora

INSUMOS ALIMENTICIOS				
DESCRIPCION	CANT.	UNID. MED.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Papas	400	Kilos	\$ 0.70	\$ 280.00
Salchichas	300	Kilos	\$ 2.00	\$ 600.00
Salsas	7	Galones	\$ 3.00	\$ 21.00
Aceite	6	Litros	\$ 2.80	\$ 16.80
Panes	18	Fundas	\$ 1.40	\$ 25.20
Queso	70	Kilos	\$ 3.50	\$ 245.00
Jamón	70	Kilos	\$ 6.00	\$ 420.00
Mantequilla	5	Kilos	\$ 2.50	\$ 12.50
TOTAL				\$ 1,620.50

Elaborado por: La Autora

Cuadro 30. Ingresos de ventas proyectados a 5 años del centro recreacional en el Cantón Quevedo.

Descripción	Cant.	Pvp	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor de entrada	3102	3,50	10.857,00	130.284,00	136.798,20	143.638,11	150.820,02	158.361,02
Promedio de consumo de alimentos	3102	4,50	13.959,00	167.508,00	175.883,40	184.677,57	193.911,45	203.607,02
Promedio de consumo de bebidas	3102	1,00	3.102,00	37.224,00	39.085,20	41.039,46	43.091,43	45.246,00
Total de ingresos			27.918,00	335.016,00	351.766,80	369.355,14	387.822,90	407.214,04

Elaborado por: La Autora

Cuadro 31. Estado de Resultados

Estado de resultado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 335.016,00	\$ 351.766,80	\$ 369.355,14	\$ 387.822,90	\$ 407.214,04
(-)costo de producción	\$ 40.743,60	\$ 42.780,78	\$ 44.919,82	\$ 47.165,81	\$ 49.524,10
Utilidad bruta	\$ 294.272,40	\$ 308.986,02	\$ 324.435,32	\$ 340.657,09	\$ 357.689,94
(-)gastos administrativos	\$ 61.350,82	\$ 64.418,36	\$ 67.639,27	\$ 71.021,24	\$ 74.572,30
(-)gastos generales	\$ 23.152,62	\$ 23.671,62	\$ 24.216,57	\$ 23.742,20	\$ 24.343,01
(-)gastos de ventas	\$ 9.600,00	\$ 10.080,00	\$ 10.584,00	\$ 11.113,20	\$ 11.668,86
Utilidad operacional	\$ 200.168,97	\$ 210.816,05	\$ 221.995,48	\$ 234.780,45	\$ 247.105,77
(-)gastos financieros	\$ 33.574,15	\$ 26.181,68	\$ 18.789,20	\$ 11.396,73	\$ 4.004,26
Utilidad antes de part. De trab.	\$ 166.594,82	\$ 184.634,37	\$ 203.206,28	\$ 223.383,72	\$ 243.101,51
Participacion de empleados	\$ 24.989,22	\$ 27.695,16	\$ 30.480,94	\$ 33.507,56	\$ 36.465,23
Utilidad antes de imp.	\$ 141.605,60	\$ 156.939,21	\$ 172.725,34	\$ 189.876,16	\$ 206.636,29
Impuesto	\$ 35.401,40	\$ 39.234,80	\$ 43.181,33	\$ 47.469,04	\$ 51.659,07
Utilidad neta	\$ 106.204,20	\$ 117.704,41	\$ 129.544,00	\$ 142.407,12	\$ 154.977,22

Elaborado por: La Autora

Cuadro 32. Índices Financieros

Índices Financieros						
Descripción	Inv. Inicial	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Flujos netos	-486.346,92	152.550,96	156.658,70	161.105,82	165.529,90	170.707,53
Flujos descontados y traídos a valor presente	-486.346,92	129.632,02	113.122,56	98.856,05	86.310,94	75.637,88

Elaborado por: La Autora

Cuadro 33. Calculo del TMAR

Riego País	3,16
Inflación	3,2
Trbce	11,32
TMAR	17,68

Elaborado por: La Autora

Cuadro 34. Calculo del VAN

VAN=	\$ (486.346,92)	\$ 152.550,96	\$ 156.658,70	\$ 161.105,82	\$ 165.529,90	\$ 170.707,53
		$(1+17,68\%)^1$	$(1+17,68\%)^2$	$(1+17,68\%)^3$	$(1+17,68\%)^4$	$(1+17,68\%)^5$
VAN=	\$ (486.346,92)	\$ 152.550,96	\$ 156.658,70	\$ 161.105,82	\$ 165.529,90	\$ 170.707,53
		1,177	1,385	1,630	1,918	2,257
VAN=	\$ (486.346,92)	\$ 129.632,02	\$ 113.122,56	\$ 98.856,05	\$ 86.310,94	\$ 75.637,88
VAN=	\$ 17.212,53					
TIR=	19%					

Elaborado por: La Autora

4.13. Discusión

Al finalizar la presente investigación, a través de los métodos y técnicas de investigación aplicados; y su relación con los objetivos planteados para el propósito de elaborar un Plan de Negocios para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la Rivera del Río Quevedo, (ruta del río); se pudo establecer en base al estudio de mercado aplicado, que el 72% de la muestra encuestada que consideran prioritario la existencia de Centros de Recreación Familiar, lo cual se considera como un indicador a favor del proyecto. El estudio técnico permitió determinar los recursos y la capacidad necesaria para la operación del Centro Recreacional Familiar; al respecto **Flores, (2012)**, manifiesta el Plan de Negocio es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión. Los dos primeros conceptos se incluyen en la definición de proyecto de inversión, el cual se especifica como un producto o la prestación de un servicio, enfocado a la satisfacción de necesidades del consumidor, permitiendo con ello, la obtención de los objetivos que se ha propuesto el empresario.

El estudio económico y financiero determina así mismo; que el proyecto es viable y rentable, cuyos indicadores de análisis establecen un VAN positivo, una TIR superior a la tasa de oportunidad del mercado financiero; y una relación costo beneficio que evidencia que la inversión tendrá un retorno con valor agregado en cuanto a beneficio en términos de rentabilidad; **(Morales, 2009)** sostiene que; Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. Para realizar la inversión se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto y la rentabilidad de la inversión.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Uno de los objetivos planteados en la presente investigación, fue realizar un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha de servicios recreacionales en el cantón Quevedo; para el efecto se aplicó la técnica de la encuesta a la muestra representativa de la población, quienes respondieron en un 72% que consideran prioritario la existencia de Centros Recreacionales Familiares en el cantón Quevedo; y el 59% manifestó estar dispuestos a frecuentar el nuevo Centro Recreacional.
- El estudio técnico realizado determinó los recursos y la capacidad instalada necesaria para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del Río (ruta del río) cantón Quevedo, considerando varios factores relevantes como:
 - a. Dinamismo económico del área.
 - b. Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico y/o cultural.
 - c. Ventajas económicas especiales.
- El estudio económico y financiero estableció que se requiere una inversión de \$ 486.346,92 dólares; para lo cual se contará con un aporte directo del 20% del inversionista o emprendedor; y se gestionará un crédito de hasta el 80% de la inversión para la creación de un Centro Recreacional Familiar en la ribera del Río Quevedo (ruta del río).
- El VAN refleja un valor de \$ 17.212, 53 dólares cuyo valor es positivo, favorable para el proyecto. La TIR el 19%, superior a la tasa de oportunidad del mercado financiero, La Relación Beneficio Costo es de 1.37 dólares lo que implica que por cada dólar que se invierta en el proyecto retornará \$ 1.37.

5.2. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones abordadas, se recomienda lo siguiente:

- Es pertinente considerar en base a las conclusiones obtenidas en el estudio de mercado, propender al consumo de los servicios del nuevo Centro Recreacional, considerando que es importante la respuesta de la población encuestada en un 59%.
- Se recomienda tomar como referencia los factores considerados en el estudio técnico para la viabilidad del proyecto tales como: la condición geográfica, climatológica, turístico y/o cultural para la implementación del Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río Quevedo (ruta del río)
- El análisis económico y financiero del VAN \$ 17.212, 53. La TIR 19%, La Relación Beneficio Costo de 1.37 dólares; permite recomendar como viable y rentable el Plan de Negocios para la Creación de un Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río Quevedo (ruta del río), como lo establecen los indicadores citados en el análisis.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Berghe, E. V. (2010). *Gestión y Gerencia Empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Cordova, M. (2013). *Formulación y evaluación de proyectos* . Bogotá: Ecoe Ediciones.

Flor, G. (2012). *Guía para elaborar Planes de Negocios*. Quito: Ceforcom.

Florez, J. (2012). *Plan de negocio para pequeñas empresas* . Bogotá : Ediciones de la U.

Friend, G., & Zehle, S. (2008). *omo diseñar un plan de negocios*. Lima: El Comercio S.A.

Miranda, J. (2012). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera*. Bogotá: MM editores,2012.

Morales, A. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación* . México : The McGraw-Hill Companies, Inc.

Panchana, Y. (2013). *Repositorio.upse.edu.ec*.

Prieto, J. (2010). *Los proyectos la razón de ser del presente*. Bogotá: Ecoediciones.

Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Mc Graw Hill.

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1. Anexo



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1.- Sexo

Masculino ___ Femenino ___

2.- Edad

Entre 08 --- 18 años ___ Entre 40 – 49 años ___

Entre 19 – 29 años ___ Entre 50 – 59 años ___

Entre 30 – 39 años ___ Mayor de 60años ___

3.- Nivel de instrucción

Primaria ___ Secundaria ___ Superior ___ Posgrado ___ Ninguna ___

4.- ¿Habitualmente acostumbra a salir?

Solo ___ Con su pareja ___ Amigos ___ Familia ___

5.- ¿En qué época o temporada acostumbra salir de paseo?

Invierno ___ Verano ___

6.- ¿Con qué frecuencia Ud. visita lugares turísticos?

Semanal ___ Quincenal ___ Mensual ___ Trimestral ___

7.- ¿Considera Ud. Prioritario la existencia de sitios recreacionales en la ribera del río Quevedo con un ambiente natural?

Si ___ No ___ Otros ___

8.- ¿Visita usted Centros recreacionales en la localidad del cantón Quevedo?

Sí ____ No ____

9.- ¿Qué atributo de los servicios le atrae más de un Centro Recreacional. ?

El Asistencia ____ El Ambiente ____ La Comida ____ El Entretenimiento____
Otros ____

10.- ¿Cuánto considera usted que sería el valor promedio a pagar por el ingreso a un Centro Recreacional Familiar en el cantón Quevedo.

2-3 Dólares ____ 3-5 Dólares ____ 5-7 Dólares ____ Más de 7 Dólares ____

11.- ¿Cuántas horas en promedio suele permanecer en un Centro Recreacional?

1-3 ____ horas ____ 3-5 ____ horas ____ 5-7 ____ horas, Más de 7 horas

12.- ¿Qué tipo de comida es de su preferencia cuando asiste a un Centro Recreacional?

Típica ____ Criolla ____ Rápida ____ Otras ____

13.- ¿Qué tipo de entretenimiento es de su preferencia cuando asiste a un Centro Recreacional?

Natación ____ Fútbol ____ Básquet ____ Bailoterapia ____ Gimnasio ____

Camping ____ Juego de mesa ____ Otros ____

14.- ¿En un rango del 1-10 cuánto le asignaría a los siguientes atributos de los servicios de un Centro Recreacional?

Personal calificado ____ Atención personalizada ____ Categoría del Centro ____

15.- ¿Está usted de acuerdo con la Creación de un nuevo Centro Recreacional Familiar en la Ribera del Río Quevedo (ruta del río)?

De acuerdo ____ Parcialmente de acuerdo ____ En desacuerdo ____

7.2. Mapa de Los Ríos

